

**BAB II**  
**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Review Hasil Penelitian Sejenis**

**Tabel 2.1**  
**Matriks Review Penelitian**

<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Metodologi Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Analisis Perbedaan dan Persamaan</b>
Nenna Astarika	Representasi Bali Sebagai Pulau Wisata Budaya dalam Film Dokumenter “Bali <i>Heaven on Earth</i> ”	Metode deskriptif dengan pendekatan metodologi Semiotika Roland Barthes, dimana penelitian ini berupaya untuk menganalisis film dokumenter Bali <i>Heaven On Earth</i> tersebut dan disesuaikan dengan data-data yang ada, yaitu secara kontekstual pemaknaan suatu pesan dalam fakta-fakta yang ada pada teks yang diteliti.	Penelitian ini membahas tentang representasi Bali sebagai pulau wisata budaya yang terdapat unsur-unsur budaya didalamnya, diantaranya adalah unsur kesenian dan unsur religi dalam film dokumenter “Bali <i>Heaven on Earth</i> ”. Hasil penelitiannya adalah kebudayaan Bali khususnya budaya religi dan budaya kesenian dilaksanakan hanya untuk memuja Tuhan Yang Maha Esa namun simbol-	Persamaannya dengan penelitian yang sekarang adalah sama-sama meneliti tentang kebudayaan atau kesenian suatu daerah di Indonesia dengan menggunakan metode kualitatif analisis semiotika Roland Barthes. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian sebelumnya tanda denotatif, konotatif dan mitos direpresentasikan melalui film dokumenter, sedangkan pada penelitian yang sekarang tanda denotatif,

			simbol itu memiliki makna dan dapat dipakai sebagai daya tarik wisatawan.	konotatif dan mitos kebudayaan direpresentasikan melalui Video Mapping. Selain itu, pada penelitian sebelumnya diteliti juga mengenai simbol religi yang terdapat pada film, sedangkan penelitian yang sekarang hanya fokus pada kebudayaan atau keseniannya saja.
Dewi Anggrahini Setyaningrum	Film Anna and The King Ditinjau dari Komunikasi Antarbudaya	Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan semiotika mengenai pembacaan tanda-tanda nonverbal dengan menggunakan teknik signifikasi dua tahap Roland Barthes.	Tanda gestural dan postural dalam kebudayaan Siam lebih terpengaruh pada status dan kedudukan seseorang, yang berstatus tinggi dan yang berstatus rendah: antara pria dan wanita dimana wanita kedudukannya masih dianggap rendah dibandingkan pria. Pada budaya Inggris gerakan gestural dan postural sedikit yang terpengaruh pada tingkatan	Persamaan dengan penelitian yang sekarang adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif analisis semiotika signifikasi dua tahap Roland Barthes, meneliti yang berhubungan dengan budaya, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan, observasi, dan wawancara. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian

			status sosial seorang.	yang sekarang merepresentasi suatu kebudayaan yang subjeknya adalah <i>video mapping</i> , melihat tanda dari sebuah gambar atau video.
Wita Margirahari	Makna Iklan Garuda Indonesia Airlines Versi <i>Fascinating Journey</i>	Menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan semiotika Rolland Barthes, iklan ini mengangkat realitas kebudayaan Indonesia yang dikemas dalam sebuah tayangan iklan.	Analisis iklan Garuda Indonesia versi <i>fascinating journey</i> banyak menampilkan symbol-simbol kebudayaan, hal itu dilakukan agar mampu membangkitkan kedekatan ( <i>proximity</i> ) dan rasa tertarik masyarakat sehingga dapat menimbulkan stimulus dan reaksi pada taerget sasaran (khalayak ramai).	Persamaan dengan penelitian yang sekarang adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif analisis semiotika signifikasi dua tahap Roland Barthes, meneliti yang berhubungan dengan budaya Indonesia, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan, observasi, dan wawancara. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian yang sekarang merepresentasi suatu kebudayaan yang subjeknya adalah <i>video mapping</i> , melihat tanda dari sebuah gambar atau video. Dan

				penelitian yang dulu menganalisis simbol-simbol kebudayaan melalui iklan.
--	--	--	--	---

Pertama yaitu Nenna Astarika, judul penelitiannya adalah Representasi Bali Sebagai Pulau Wisata Budaya dalam Film Dokumenter “Bali *Heaven on Earth*”. Metode yang digunakan dalam penelitiannya adalah metode deskriptif dengan pendekatan metodologi Semiotika Roland Barthes, dimana penelitian ini berupaya untuk menganalisis film dokumenter Bali *Heaven On Earth* tersebut dan disesuaikan dengan data-data yang ada, yaitu secara kontekstual pemaknaan suatu pesan dalam fakta-fakta yang ada pada teks yang diteliti. Penelitian ini membahas tentang representasi Bali sebagai pulau wisata budaya yang terdapat unsur-unsur budaya didalamnya, diantaranya adalah unsur kesenian dan unsur religi dalam film dokumenter “Bali *Heaven on Earth*”. Hasil penelitiannya adalah kebudayaan Bali khususnya budaya religi dan budaya kesenian dilaksanakan hanya untuk memuja Tuhan Yang Maha Esa namun simbol-simbol itu memiliki makna dan dapat dipakai sebagai daya tarik wisatawan. Persamaannya dengan penelitian yang sekarang adalah sama-sama meneliti tentang kebudayaan atau kesenian suatu daerah di Indonesia dengan menggunakan metode kualitatif analisis semiotika Roland Barthes. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian sebelumnya tanda denotatif, konotatif dan mitos direpresentasikan melalui film dokumenter, sedangkan pada penelitian yang sekarang tanda denotatif,

konotatif dan mitos kebudayaan direpresentasikan melalui Video Mapping. Selain itu, pada penelitian sebelumnya diteliti juga mengenai simbol religi yang terdapat pada film, sedangkan penelitian yang sekarang hanya fokus pada kebudayaan atau keseniannya saja.

Kedua yaitu Dewi Anggrahini Setyaningrum, judul penelitiannya adalah Film *Anna and The King* Ditinjau dari Komunikasi Antarbudaya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan semiotika mengenai pembacaan tanda-tanda nonverbal dengan menggunakan teknik signifikasi dua tahap Roland Barthes. Hasil penelitiannya yaitu tanda gestural dan postural dalam kebudayaan Siam lebih terpengaruh pada status dan kedudukan seseorang, yang berstatus tinggi dan yang berstatus rendah: antara pria dan wanita dimana wanita kedudukannya masih dianggap rendah dibandingkan pria. Pada budaya Inggris gerakan gestural dan postural sedikit yang terpengaruh pada tingkatan status sosial seorang. Persamaan dengan penelitian yang sekarang adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif analisis semiotika signifikasi dua tahap Roland Barthes, meneliti yang berhubungan dengan budaya, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan, observasi, dan wawancara. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian yang sekarang merepresentasi suatu kebudayaan yang subjeknya adalah *video mapping*, melihat tanda dari sebuah gambar atau video.

Ketiga yaitu Wita Margirahari dengan judul penelitiannya adalah Makna Iklan Garuda Indonesia Airlines Versi *Fascinating Journey*.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan semiotika Roland Barthes, iklan ini mengangkat realitas kebudayaan Indonesia yang dikemas dalam sebuah tayangan iklan. Analisis iklan Garuda Indonesia versi *fascinating journey* banyak menampilkan symbol-simbol kebudayaan, hal itu dilakukan agar mampu membangkitkan kedekatan (*proximity*) dan rasa tertarik masyarakat sehingga dapat menimbulkan stimulus dan reaksi pada target sasaran (khalayak ramai). Persamaan dengan penelitian yang sekarang adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif analisis semiotika signifikasi dua tahap Roland Barthes, meneliti yang berhubungan dengan budaya Indonesia, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan, observasi, dan wawancara. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian yang sekarang merepresentasi suatu kebudayaan yang subjeknya adalah *video mapping*, melihat tanda dari sebuah gambar atau video. Dan penelitian yang dulu menganalisis symbol-simbol kebudayaan melalui iklan.

## 2.2 Tinjauan Teoretis

### 2.2.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia. Dan bahkan komunikasi telah menjadi suatu fenomena bagi terbentuknya suatu masyarakat atau komunitas yang terintegrasi oleh informasi, di mana masing-masing individu dalam masyarakat itu sendiri saling berbagi informasi (*information sharing*) untuk mencapai tujuan bersama. Secara sederhana komunikasi dapat

terjadi apabila ada kesamaan antara penyampai pesan dan orang yang menerima pesan. Senada dengan hal ini bahwa komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa Latin “*communis*”. *Communis* atau dalam bahasa Inggrisnya “*commun*” yang artinya sama. Apabila kita berkomunikasi (*to communicate*) ini berarti bahwa kita berada dalam keadaan berusaha untuk menimbulkan kesamaan. (Suwardi, 1986:13 dalam Rohim, 2009:8)

Komunikasi adalah suatu interaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan (1) membangun hubungan antarsesama (2) melalui pertukaran informasi (3) untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain (4) serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu.

Ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.

Komunikasi sebagai suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa, sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan oleh sang komunikator. (Komala, 2009: 73)

Komunikasi juga dipahami sebagai suatu bentuk komunikasi interaksi, yaitu komunikasi dengan proses sebab-akibat atau aksi-reaksi yang arahnya bergantian (Mulyana, 2002:65 dalam Rohim, 2009:10). Dalam konteks ini, komunikasi melibatkan komunikator yang

menyampaikan pesan, baik verbal maupun nonverbal kepada komunikan yang langsung memberikan respons berupa verbal maupun nonverbal secara aktif, dinamis dan timbal balik. (Rohim, 2009:10)

Menurut Carl I. Hovland, ilmu komunikasi adalah: *Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.*

Definisi Hovland diatas menunjukkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*public opinion*) dan sikap publik (*public attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. (Effendy, 2009:10)

### **2.2.2 Proses Komunikasi**

Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder.

#### **a. Proses komunikasi secara primer**

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu



“menerjemahkan” pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.

b. Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. (Effendy, 2009: 11&16)

### 2.2.3 Representasi

Konsep ‘representasi’ dalam studi media massa, termasuk film, bisa dilihat dari beberapa aspek bergantung sifat kajiannya. Studi media yang melihat bagaimana wacana berkembang di dalamnya biasanya dapat ditemukan dalam studi wacana kritis pemberitaan media memahami ‘representasi’ sebagai konsep yang “menunjuk pada bagaimana seseorang, satu kelompok, gagasan atau pendapat tertentu ditampilkan dalam pemberitaan”.

Setidaknya terdapat dua hal penting berkaitan dengan representasi; pertama, bagaimana seseorang, kelompok, atau gagasan tersebut ditampilkan bila dikaitkan dengan realias yang ada; dalam arti apakah ditampilkan sesuai dengan fakta yang ada atau cenderung

diburukkan sehingga menimbulkan kesan meminggirkan atau hanya menampilkan sisi buruk seseorang atau kelompok tertentu dalam pemberitaan. Kedua, bagaimana eksekusi penyajian objek tersebut dalam media. Eksekusi representasi objek tersebut bisa mewujudkan dalam pemilihan kata, kalimat, aksentuasi dan penguatan dengan foto atau imaji macam apa yang akan dipakai untuk menampilkan seseorang, kelompok atau suatu gagasan dalam pemberitaan. (Eriyanto, 2001:113)

Sementara itu, menurut John Fiske (1997:5) representasi merupakan sejumlah tindakan yang berhubungan dengan teknik kamera, pencahayaan, proses editing, musik dan suara tertentu yang mengolah simbol-simbol dan kode-kode konvensional ke dalam representasi dari realitas dan gagasan yang akan dinyatakannya.

Dalam sebuah praktek representasi asumsi yang berlaku adalah bahwa isi media tidak merupakan murni realitas karena itu representasi lebih tepat dipandang sebagai cara bagaimana mereka membentuk versi realitas dengan cara-cara tertentu bergantung pada posisi sosial dan kepentingannya. Pendapat Fiske mengenai representasi ini berlaku dalam sebuah proses kerja media secara umum dan sudah mulai menyinggung mengenai kaitan antara representasi dengan realitas bentukan yang diciptakan oleh suatu media. (Fiske, 1997:5)

Sedangkan menurut Branston dan Stafford, representasi bisa diartikan sebagai segenap tanda di dalam mana media menghadirkan kembali (re-present) sebuah peristiwa atau realitas. Namun demikian “realitas” yang tampak dalam citraan atau suara tersebut tidaklah semata-mata menghadirkan realitas sebagaimana adanya. Di dalamnya senantiasa akan ditemukan sebuah konstruksi (a construction), atau tak pernah ada ‘jendela’ realitas yang benar-benar transparan.

Branston dan Stafford berpendapat meskipun dalam praktek representasi diandaikan senantiasa terjadi konstruksi namun konsepsi ‘representasi’ tidak lalu bisa diterjemahkan setara dengan ‘konstruksi’; ‘representasi’ bahkan bergerak lebih jauh karena mendekati pertanyaan tentang bagaimana sebuah kelompok atau berbagai kemungkinan hal-hal yang ada di luar media telah direpresentasikan oleh produk suatu media. (Branston & Stafford, 1996:78)

#### **2.2.4 Pengertian Kebudayaan**

Dalam antropologi, yang meneliti dan menganalisa berbagai cara hidup manusia dan berbagai sistem tindakan manusia, aspek belajar merupakan aspek pokok. Karena itu dalam memberi batasan kepada konsep “kebudayaan”, antropologi sering kali sangat berbeda dengan berbagai ilmu lain. Arti “kebudayaan” dalam bahasa sehari-hari pun umumnya terbatas pada segala sesuatu yang indah, misalnya candi,

tarian, seni rupa, seni suara, seni suara, kesasteraan, dan filsafat. Menurut antropologi, “Kebudayaan adalah seluruh sistem gagasan dan rasa, tindakan serta karya yang dihasilkan manusia dalam kehidupan bermasyarakat, yang dijadikan miliknya dengan belajar”.

Dengan demikian hampir semua tindakan manusia adalah “kebudayaan”, karena jumlah tindakan yang dilakukannya dalam kehidupan bermasyarakat yang tidak dibiasakannya dengan belajar (yaitu tindakan naluri, refleksi, atau tindakan-tindakan yang dilakukan akibat suatu proses fisiologi, maupun berbagai tindakan membabitnya), sangat terbatas.

Istilah “*Kebudayaan*” dan “*Culture*”. Kata “kebudayaan” berasal dari kata Sanskerta *buddhayah*, yang merupakan bentuk jamak dari *buddhi* yang berarti “budi” atau “kekal”.

Kata asing *culture* yang berasal dari kata Latin *colore* (yaitu “mengolah”, “mengerjakan”, dan terutama berhubungan dengan pengolahan tanah atau bertani), memiliki makna yang sama dengan “kebudayaan”, yang kemudian berkembang menjadi “segala daya upaya serta tindakan manusia untuk mengolah tanah dan mengubah alam”.

(Koentjaraningrat, 2005:72&74)

### 2.2.5 Unsur-Unsur Kebudayaan

*Unsur-Unsur Kebudayaan Universal.* Dalam menganalisa suatu kebudayaan, seorang ahli antropologi membagi seluruh kebudayaan yang terintegrasi itu ke dalam unsur-unsur besar yang disebut “unsur-unsur kebudayaan universal”. Dengan mengambil intisari dari berbagai kerangka yang ada mengenai unsur-unsur kebudayaan universal, unsur-unsur kebudayaan yang dapat ditemukan pada semua bangsa di dunia berjumlah tujuh buah, yang dapat disebut sebagai isi pokok dari setiap kebudayaan, yaitu: (Koentjaraningrat, 2005:80-81)

1. Bahasa
2. Sistem pengetahuan
3. Organisasi sosial
4. Sistem peralatan hidup dan teknologi
5. Sistem mata pencaharian hidup
6. Sistem religi
7. Kesenian

### 2.2.6 Suku Betawi

#### **Asal usul:**

Suku Betawi berasal dari hasil kawin-mawin antaretnis dan bangsa di masa lalu. Secara biologis, mereka yang mengaku sebagai orang Betawi adalah keturunan kaum berdarah campuran aneka suku dan bangsa yang didatangkan oleh Belanda ke Batavia. Apa yang disebut

dengan orang atau suku Betawi sebenarnya terhitung pendatang baru di Jakarta. Kelompok etnis ini lahir dari perpaduan berbagai kelompok etnis lain yang sudah lebih dulu hidup di Jakarta, seperti orang Sunda, Jawa, Arab, Bali, Sumbawa, Ambon, Melayu dan Tionghoa.

**Istilah Betawi:**

Kata Betawi digunakan untuk menyatakan suku asli yang menghuni Jakarta dan bahasa MelayuKreol yang digunakannya, dan juga kebudayaan Melayunya. Kata Betawi sebenarnya berasal dari kata "Batavia," yaitu nama kuno Jakarta yang diberikan oleh Belanda.

**Sejarah:**

Diawali oleh orang Sunda (mayoritas), sebelum abad ke-16 dan masuk ke dalam Kerajaan Tarumanegara serta kemudian Pakuan Pajajaran. Selain orang Sunda, terdapat pula pedagang dan pelaut asing dari pesisir utara Jawa, dari berbagai pulau Indonesia Timur, dari Malaka di semenanjung Malaya, bahkan dari Tiongkok serta Gujarat di India.

**Suku Betawi:**

Pada tahun 1930, kategori orang Betawi yang sebelumnya tidak pernah ada justru muncul sebagai kategori baru dalam data sensus

tahun tersebut. Jumlah orang Betawi sebanyak 778.953 jiwa dan menjadi mayoritas penduduk Batavia waktu itu.

Antropolog Universitas Indonesia lainnya, Prof Dr Parsudi Suparlan menyatakan, kesadaran sebagai orang Betawi pada awal pembentukan kelompok etnis itu juga belum mengakar. Dalam pergaulan sehari-hari, mereka lebih sering menyebut diri berdasarkan lokalitas tempat tinggal mereka, seperti orang Kemayoran, orang Senen, atau orang Rawabelong.

Pengakuan terhadap adanya orang Betawi sebagai sebuah kelompok etnis dan sebagai satuan sosial dan politik dalam lingkup yang lebih luas, yakni Hindia Belanda, baru muncul pada tahun 1923, saat Husni Thamrin, tokoh masyarakat Betawi mendirikan Perkoempoelan Kaoem Betawi. Baru pada waktu itu pula segenap orang Betawi sadar mereka merupakan sebuah golongan, yakni golongan orang Betawi.

Ada juga yang berpendapat bahwa orang Betawi tidak hanya mencakup masyarakat campuran dalam benteng Batavia yang dibangun oleh Belanda tapi juga mencakup penduduk di luar benteng tersebut yang disebut masyarakat proto Betawi. Penduduk lokal di luar benteng Batavia tersebut sudah menggunakan bahasa Melayu, yang umum digunakan di Sumatera, yang kemudian dijadikan sebagai bahasa nasional. Hal ini terjadi karena pada abad ke-6, kerajaan Sriwijaya menyerang pusat kerajaan Tarumanagara yang terletak di

bagian utara Jakarta sehingga pengaruh bahasa Melayu sangat kuat di sini.

Selain itu, perjanjian antara Surawisesa (raja Kerajaan Sunda) dengan bangsa Portugis pada tahun 1512 yang membolehkan Portugis untuk membangun suatu komunitas di Sunda Kalapa mengakibatkan perkawinan campuran antara penduduk lokal dengan bangsa Portugis yang menurunkan darah campuran Portugis. Dari komunitas ini lahir musik keroncong.

**Bahasa:**

Sifat campur-aduk dalam dialek Betawi adalah cerminan dari kebudayaan Betawi secara umum, yang merupakan hasil perkawinan berbagai macam kebudayaan, baik yang berasal dari daerah-daerah lain di Nusantara maupun kebudayaan asing.

Ada juga yang berpendapat bahwa suku bangsa yang mendiami daerah sekitar Batavia juga dikelompokkan sebagai suku Betawi awal (proto Betawi). Menurut sejarah, Kerajaan Tarumanagara, yang berpusat di Sundapura atau Sunda Kalapa, pernah diserang dan ditaklukkan oleh kerajaan Sriwijaya dari Sumatera. Oleh karena itu, tidak heran kalau etnis Sunda di pelabuhan Sunda Kalapa, jauh sebelum Sumpah Pemuda, sudah menggunakan bahasa Melayu, yang umum digunakan di Sumatera, yang kemudian dijadikan sebagai bahasa nasional.



Karena perbedaan bahasa yang digunakan tersebut maka pada awal abad ke-20, Belanda menganggap orang yang tinggal di sekitar Batavia sebagai etnis yang berbeda dengan etnis Sunda dan menyebutnya sebagai etnis Betawi (kata turunan dari Batavia). Walau demikian, masih banyak nama daerah dan nama sungai yang masih tetap dipertahankan dalam bahasa Sunda seperti kata Ancol, Pancoran, Cilandak, Ciliwung, Cideng (yang berasal dari Cihideung dan kemudian berubah menjadi Cideung dan terakhir menjadi Cideng), dan lain-lain yang masih sesuai dengan penamaan yang digambarkan dalam naskah kuno Bujangga Manik yang saat ini disimpan di perpustakaan Bodleian, Oxford, Inggris.

Meskipun bahasa formal yang digunakan di Jakarta adalah Bahasa Indonesia, bahasa informal atau bahasa percakapan sehari-hari adalah Bahasa Indonesia dialek Betawi.

### **Seni dan kebudayaan**

Dalam bidang kesenian, misalnya, orang Betawi memiliki seni Gambang Kromong yang berasal dari seni musik Tionghoa, tetapi juga ada Rebana yang berakar pada tradisi musik Arab, Keroncong Tugu dengan latar belakang Portugis-Arab, dan Tanjidor yang berlatarbelakang ke-Belanda-an. Saat ini Suku Betawi terkenal dengan seni Lenong, Gambang Kromong, RebanaTanjidor dan Keroncong.

Sifat campur-aduk dalam dialek Betawi adalah cerminan dari kebudayaan Betawi secara umum, yang merupakan hasil perkawinan berbagai macam kebudayaan, baik yang berasal dari daerah-daerah lain di Nusantara maupun kebudayaan asing. Dalam bidang kesenian, misalnya, orang Betawi memiliki seni Gambang Kromong yang berasal dari seni musik Tiongkok, tetapi juga ada Rebana yang berakar pada tradisi musik Arab, Keroncong Tugu dengan latar belakang Portugis-Arab, dan Tanjidor yang berlatarbelakang ke-Belanda-an.

Secara biologis, mereka yang mengaku sebagai orang Betawi adalah keturunan kaum berdarah campuran aneka suku dan bangsa. Mereka adalah hasil kawin-mawin antaretnis dan bangsa di masa lalu.

**Kepercayaan:**

Orang Betawi sebagian besar menganut agama Islam, tetapi yang menganut agama Kristen; Protestan dan Katholik juga ada namun hanya sedikit sekali. Di antara suku Betawi yang beragama Kristen, ada yang menyatakan bahwa mereka adalah keturunan campuran antara penduduk lokal dengan bangsa Portugis. Hal ini wajar karena pada awal abad ke-16, Surawisesa, raja Sunda mengadakan perjanjian dengan Portugis yang membolehkan Portugis membangun benteng dan gudang di pelabuhan Sunda Kalapa sehingga terbentuk komunitas

Portugis di Sunda Kalapa. Komunitas Portugis ini sekarang masih ada dan menetap di daerah Kampung Tugu, Jakarta Utara.

### 2.2.7 Semiotika Roland Barthes

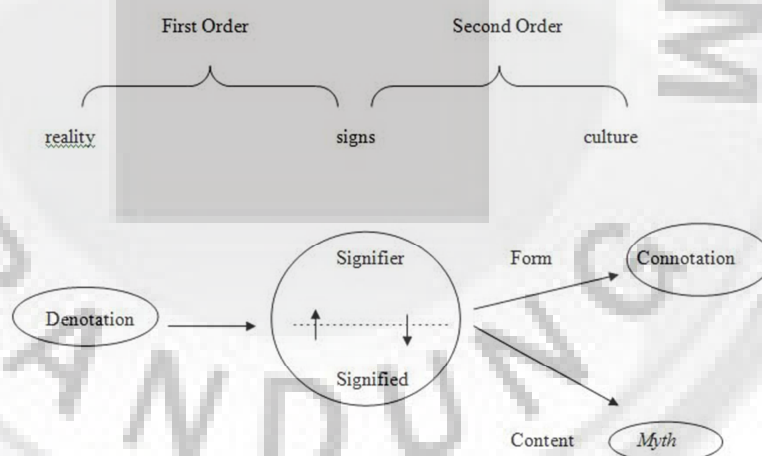
Kata “semiotika” itu sendiri berasal dari bahasa Yunani, *semeion* yang berarti “tanda” (Sudjiman dan van Zoest. 1996:vii) yang dikutip oleh Sobur, 2003:16. Tanda sebenarnya representasi dari gejala yang memiliki sejumlah kriteria seperti: nama (sebutan), peran, fungsi, tujuan, keinginan. Tanda tersebut berada di seluruh kehidupan manusia, menjadi sistem tanda yang digunakannya sebagai pengatur kehidupannya. (Sobur, 2009:124)

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, ditengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika, atau dalam istilah Barthes, semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda (Barthes, 1988:179 dalam Sobur 2003:15).

Semiotik berusaha menggali hakikat sistem tanda yang beranjak ke luar kaidah tata bahasa dan sintaksis dan yang mengatur arti teks yang rumit, tersembunyi, dan bergantung pada kebudayaan. Hal ini kemudian

menimbulkan perhatian pada makna tambahan (*connotative*) dan arti pertunjukan (*denotative*)--kaitan dan kesan yang ditimbulkan dan diungkapkan melalui penggunaan dan kombinasi tanda. Pelaksanaan hal itu dilakukan dengan mengakui adanya mitos, yang telah ada dan sekumpulan gagasan yang bernilai yang berasal dari kebudayaan dan disampaikan melalui komunikasi. (Sobur, 2009:126-127)

Salah seorang pengikut Saussure, Roland Barthes, membuat sebuah model sistematis dalam menganalisis makna dari tanda-tanda. Fokus perhatian Barthes lebih tertuju kepada gagasan tentang signifikasi dua tahap (*two order of signification*) seperti terlihat pada gambar dibawah ini (Fiske, 1990:88 dalam Sobur, 2009:127)



**Gambar 2.1**  
**Signifikasi Dua Tahap Barthes**

**Sumber: John Fiske dalam Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, 2009:127**

Melalui gambar diatas ini Barthes, seperti yang dikutip Fiske, menjelaskan: signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara

*signifier* dan *signified* di dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal. Barthes menyebutnya sebagai denotasi, yaitu makna paling nyata dari tanda. Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaannya.

Pada signifikasi tahap kedua yang berhubungan dengan isi, tanda bekerja melalui mitos (*myth*). Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. (Fiske, 1990:88 dalam Sobur, 2009:128)

### **2.2.8 Video Mapping**

Video Mapping merupakan sebuah teknik yang menggunakan pencahayaan dan proyeksi sehingga dapat menciptakan ilusi optis pada obyek-obyek. Obyek-obyek tersebut secara visual akan berubah dari bentuk biasanya menjadi bentuk baru yang berbeda dan sangat fantastis. Perubahan visual tersebut terjadi dari sebuah proyeksi yang menampilkan grafis video digital kepada suatu obyek, benda, atau bidang.

Video Mapping sebagai metode baru yang menarik adalah bagian dari evolusi seni visual. Sebagai manifestasi pencitraan seni visual dan teknologi. Para seniman dapat mewujudkan ide yang mereka desain ke dalam materi 3D apapun di dalam bentukan arsitektur. Video Mapping

menggabungkan pemetaan film dan video sebagai strategi pertunjukkan. Disatukan dengan perjalanan visual-narasi kita dapat mempromosikan kepekaan lokal dan global dari identitas sebuah tempat, orang, dan sejarahnya.

Biasanya proyeksi-proyeksi tersebut merupakan manipulasi bentuk-bentuk yang sebelumnya telah dibuat dengan menggunakan perangkat lunak/*software* 2 dimensi atau 3 dimensi. Selain dibuat menggunakan perangkat lunak tersebut, hasil proyeksi juga bisa berasal dari *video shooting* atau *footage* yang sudah dibuat secara khusus sebelumnya. Jadi bisa dibilang video mapping merupakan sebuah seni instalasi yang menggabungkan perangkat lunak dan perangkat keras.

Prinsip teknologi dibalik video mapping sangatlah sederhana. Beberapa proyektor video yang dikontrol oleh komputer digunakan untuk memproyeksikan gambar atau video kepada sebuah permukaan yang diinginkan. Dari permukaan yang akan diproyeksikan tersebut akan terdeteksi beberapa titik dan kemudian akan dipetakan kedalam komputer. Untuk menciptakan permukaan tersebut menjadi interaktif, pemetaan ini selanjutnya bisa dijadikan berlapis-lapis dengan konten video, gambar tetap, *live video feeds*, logo, branding, dan lain – lain. Dengan manipulasi proyeksi tersebut, cara pandang kita terhadap obyek, benda, atau bidang tersebut akan berubah. Video mapping memiliki satu persyaratan dasar yang tidak boleh dilanggar, yaitu kegelapan total baik di obyek, benda, atau bidang yang akan disorot

maupun lingkungan disekitar obyek, benda, atau bidang tersebut. Dengan memenuhi syarat dasar tersebut, ukuran, bentuk, diam atau bergerak obyek, benda, atau bidang yang akan diproyeksikan tidak menjadi masalah.

Awalnya *Video Mapping* adalah sebuah revolusi dari visualisasi data peta. Dengan merekam sinyal Global Positioning System (GPS) secara langsung pada *video tape* yang sedang mengambil gambar di lapangan. Pada saat *tape* tersebut dimainkan di sebuah komputer, akan langsung menghubungkan data-data ini dengan peta digital untuk akses *review* yang mudah. Hasilnya adalah kemajuan dari yang awalnya hanya bisa mengetahui lapangan berdasarkan datanya saja menjadi bisa ikut merasakan pengalaman ketika berada di lapangan tersebut. Prosesnya terdiri dari 3 tahap, yaitu *recording*, *indexing*, dan *review*. Proses pertama merekam secara audio dan visual *geo-registered*. Data tersebut diambil dari satelit GPS kemudian dikonversikan kepada video kamera. Sehingga setiap satelit GPS menangkap data di saat yang sama, video kamera juga menangkapnya. Kemudian pada tahap *indexing*, di sambungkanlah gambar yang ditangkap oleh kamera tersebut kepada komputer dengan mengkonversikannya terlebih dahulu ke dalam bentuk digital. Tahap yang terakhir adalah *review* dimana database yang sudah diindekskan dapat diakses secara audio dan visual.

Pada dasarnya, manusia merupakan makhluk hidup yang tidak pernah puas. Mereka akan terus menuntut lebih dari apa yang sudah ada sebelumnya. Hal ini termasuk dalam segala hal baik sesuatu yang memang bersifat primer sampai sekunder bahkan tersier. Berarti mencakup makanan, minuman, pakaian, tempat tinggal, teknologi, hiburan, sampai informasi. Oleh karena itu dibutuhkan kekreatifan oleh para produsen untuk terus menciptakan inovasi-inovasi baru yang akan memberikan kepuasan kepada konsumen. Menciptakan produk dan jasa yang inovatif tidaklah cukup jika hanya akhirnya hanya diinformasikan melalui cara-cara yang konvensional seperti mengiklankannya di televisi, media cetak, radio, dan *billboard*. Seharusnya para produsen juga berpikir lebih maju dengan menggunakan media-media yang lebih interaktif, yaitu dengan menggunakan internet, katalog, dan media-media lain yang belum sering dilihat oleh konsumen, sehingga ketika melihat barang atau jasa tersebut diinformasikan dengan cara yang berbeda tentunya akan lebih berkesan dan tentunya akan memberikan efek *awareness* yang lebih dibandingkan dengan cara penginformasian yang biasa. Sebagai salah satu akibat dari perkembangan teknologi komunikasi, sekitar 3 tahun yang lalu di Eropa, teknologi video mapping ini terus dikembangkan mulai dari cara instalasi sampai pengaplikasiannya. Tidak lagi hanya untuk memberikan pengalaman di lapangan yang sudah dipetakan, namun konsep ini juga digunakan sebagai cara baru memberikan



informasi yang interaktif. Hasilnya, jangkauan dari aplikasi pasar ini meluas. Video mapping sangat berfungsi dengan baik apabila diaplikasikan dalam bidang pemasaran. Para produsen barang dan jasa, maupun lembaga-lembaga sudah mulai menggunakan Video Mapping untuk menampilkan atau menonjolkan pesan yang ingin disampaikan. Video Mapping merupakan media alternatif dari media promosi luar ruang. Video Mapping merupakan tontonan yang menarik dan sangat menghibur karena dapat menghadirkan gambar yang tidak statis dan tampak lebih nyata sehingga akan lebih memberikan kesan dan pesan pun akan lebih menempel pada ingatan khalayak sasaran. Selain itu, Video Mapping juga sangat memungkinkan untuk digabungkan dengan beberapa bidang seni lainnya, misalnya musik, teater, tari, fotografi, seni jalanan, dan lain lain. Beberapa kali telah diadakan pagelaran dan festival seni yang menjadikan video mapping sebagai salah satu dalam bagian acara-acara tersebut, baik sebagai acara utama maupun acara pendukung. Video Mapping juga bisa dilakukan *TV shows*, konser musik, dan pada beberapa *venue*, seperti klub malam, bar, pub, dan restoran.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> [http://id.wikipedia.org/wiki/Video\\_mapping](http://id.wikipedia.org/wiki/Video_mapping) /2 Mei 2014 / 10.48 WIB