

EKSPLOITASI TUBUH PEREMPUAN DALAM PROGRAM TAYANGAN TELEVISI

**(Studi Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Tayangan
DMD Show MNCTV)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi pada Konsentrasi Hubungan Masyarakat
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

DINA SUCI NOVIANTI

NIM. 6662110035

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA
SERANG,
2015**

ABSTRAK

Dina Suci Novianti. NIM. 6662110035. Skripsi. Eksploitasi Tubuh Perempuan Dalam Program Tayangan Televisi (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Tayangan DMD Show MNCTV). Pembimbing I: Dr. Rahmi Winangsih, M.Si., dan Pembimbing II : Dipl.Ing (FH). Rangga Galura G, M.Si.

Tubuh perempuan merupakan sisi yang paling menarik dari diri seorang perempuan, sehingga keindahan tubuh ini dilirik oleh banyak kalangan bisnis terutama dalam industri pertelevisian. Terasa kurang jika sebuah program tayangan televisi tidak menampilkan sosok perempuan dengan segala daya tariknya. Sesungguhnya peran perempuan di media massa digambarkan hanya sebagai objek seks semata. Dalam tayangan DMD Show MNCTV menampilkan imajinasi seksual dengan penggunaan pakaian terbuka yang memperlihatkan bagian tubuh perempuan yang dapat merangsang hasrat kaum pria. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui eksploitasi tubuh perempuan dalam program tayangan DMD Show dalam analisis semiotika Ronald Barthes dengan menggunakan kode *heurmeneutik*, kode *semik*, kode simbolik, kode *proaretik*, dan kode *gnomic*. Dalam penelitian ini dipilih berdasarkan beberapa potongan gambar tayangan DMD Show MNCTV yang dianggap mengeksploitasi tubuh perempuan berdasarkan kelima kode tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode analisis semiotika Roland Barthes dengan pendekatan kualitatif dalam paradigma kritis. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam: (1) Kode Heurmeneutik, tubuh perempuan dieksploitasi sebagai perangsang imajinasi seksual kaum pria, (2) Kode Semik, penggunaan pakaian yang terbuka pada bagian dada hingga kaki menimbulkan kesan seseorang yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi, dan ingin diperhatikan, (3) Kode Simbolik, keindahan tubuh perempuan yang terlihat dari *gesture* dan lekuk tubuh yang digunakan sebagai alat untuk menarik perhatian dan meningkatkan hasrat seksualitas, (4) Kode Proretik, media massa menjadi fasilitator dalam program ini, terlihat dalam penggunaan teknik pengambilan gambar yang seringkali mengarah pada bagian – bagian yang tabu, (5) Kode Gnomik, budaya luar yang mempengaruhi budaya lokal yang divisualisasi dengan penggunaan pakaian terbuka. Dimana pada saat ini hal semacam itu tidak sesuai dengan kebudayaan lokal di Indonesia.

Kata Kunci: DMD Show, Ekonomi Politik Media, Eksploitasi, Komodifikasi, Perempuan, Semiotika Roland Barthes.

ABSTRACT

Dina Suci Novianti. NIM. 6662110035. Thesis. The Exploitation Of Women Body In A Television Program (Study Analysis Of Semiotics Roland Barthes in DMD Show MNCTV. Preceptor I : Dr. Rahmi Winangsih,M.Si., and Preceptor II : Dipl.Ing (FH). Rangga Galura G,M.Si.

The women body is the most attractive side of a woman, so the beauty of the body is considered by many business circles, especially in television industry. Feels less if a program does not display the tv footage of the women figure, with all its appeal. The real role of women in the mass media portrayed only as mere sex objects. In DMD Shows of MNCTV showing sexual imagination with use clothes that opened exposing part of the women body that can stimulate the desire of men. Therefore, this research aims to know the exploitation of women's bodies in the program DMD Show of semiotics analysis Roland Barthes by using heurmeneutik code, semic code, symbolic code, proaretik code, and gnostic code. In this study will be selected some pieces of the picture shows the DMD Show of MNCTV considered exploiting women's bodies based on the five codes. The methods used in this research is the method of semiotic analysis of Roland Barthes with qualitative approaches in critical paradigm. Based on the results of the study showed that in: (1) Heurmeneutik Code, the body of women exploited as sexual imagination stimulant men, (2) Semic Code, use clothes opened in the chest to the foot impression of someone who has high self confidence, and want to be noticed, (3) Symbolic Code, the beauty of the women body that is visible from the gesture and dent the body used as a tool to attract and increase desire sexuality (4) Proarietik Code, the mass media become facilitators in this program, is seen in the use of the technique of shooting that often lead to sections that are taboo, (5) Gnostic Code, culture beyond the influence of local culture with the use of divisualisasi clothes. Which time this sort of thing is not in accordance with local culture in Indonesia.

Keywords: DMD Show, The Political Economy Of Media, Exploitation, Commodification, Women, Semiotics Roland Barthes.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Dina Suci Novianti
NIM : 6662110035
Tempat Tanggal Lahir : Serang, 10 November 1992
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Eksplorasi Tubuh Perempuan Dalam Program Tayangan Televisi (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Tayangan DMD Show MNCTV)” adalah hasil karya saya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari skripsi ini terbukti mengandung unsur plagiat, maka gelar kesarjanaan saya bisa dicabut.

Serang, 15 Desember 2015



LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Dina Suci Novianti

NIM : 6662110035

Judul Skripsi : **Eksploitasi Tubuh Perempuan Dalam Program Tayangan Televisi (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Tayangan DMD Show MNCTV)**

Serang, Desember 2015

Skripsi ini telah disetujui untuk diujikan

Menyetujui

Pembimbing I



Dr. Bahmi Winangsih, M.Si.
NIP.196810192005012001

Pembimbing II



Dipl.Ing (FH). Rangga Galura G.M.Si
NIP.198102212008121002

Mengetahui,
Dekan FISIP UNTIRTA



Dr. Agus Safari, S.Sos., M.Si
NIP. 197108242005011002

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA**

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Dina Suci Novianti
NIM : 6662110035
Judul Skripsi : **EKSPLOTASI TUBUH PEREMPUAN DALAM PROGRAM
TAYANGAN TELEVISI (STUDI ANALISIS SEMIOTIKA
ROLAND BARTHES DALAM TAYANGAN DMD SHOW
MNCTV)**

Telah diuji dihadapan Dewan Penguji Sidang Skripsi di Serang, 12 November 2015 dan dinyatakan LULUS.

Ketua Peguji :

Prof. Dr. H. Ahmad Sihabudin.,M.Si.
NIP. 196507042005011002

Anggota :

Husnan urjuman, S.Ag.,M.Si.
NIP. 197808252010121003

Anggota :

Dipl.Ing (FH). Rangga Galura G.M.Si.
NIP. 198102212008121002

Mengetahui,

Dekan FISIP UNTIRTA



Dr. Agus Safari, S.Sos.,M.Si.
NIP. 197108242005011002

Ketua Program Studi



Neka Fitriyah, S.Sos.M.Si.
NIP. 197708112005012003

MOTTO

You have power to light your bright future. It's your choice.

Go for it or leave just as it.

*Skripsi ini ku persembahkan untuk :
Kedua orang tuaku dan kedua kakakku
yang selalu memberikan kasih sayang, doa,
dan semangat setiap harinya.*

*Your lovely daughter
Dina Suci Novianti*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT peneliti panjatkan, karena atas rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*EKSPLOITASI TUBUH PEREMPUAN DALAM PROGRAM TAYANGAN TELEVISI (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Tayangan DMD Show MNCTV)*”. Peneliti menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini dikarenakan keterbatasan kemampuan peneliti. Oleh karena itu kritik dan saran membangun sangat diperlukan sebagai motivasi peneliti agar lebih baik lagi kedepannya.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi tugas akhir sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana starta satu (S1) pada konsentrasi Hubungan Masyarakat, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Sultan Ageng Tirtayasa – Banten.

Penyusunan skripsi ini tentunya terlaksana berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini, diantaranya :

1. Allah SWT, yang selalu memberikan rahmat dan hidayat-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Sholeh Hidayat, M.Pd., selaku Rektor Universitas Sultan Ageng Tirtayasa-Banten.

3. Bapak Dr. Agus Sjafari, M.Si., sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa-Banten.
4. Ibu Neka Fitriyah, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa-Banten.
5. Ibu Drs. Rahmi Winangsih, M.Si., selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan banyak masukan dalam penyusunan skripsi ini, terima kasih juga atas bimbingannya dan kesabarannya dalam membantu penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Dipl.Ing (FH). Rangga Galura Gumelar, M.Si selaku dosen pembimbing akademik dan juga selaku dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktunya, ilmu, masukan, serta kesabaran dalam membimbing peneliti selama kuliah dari semester 1 hingga semester akhir di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Untirta dan juga dalam menyusun skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi FISIP Untirta yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti dari semester awal hingga semester akhir.
8. Seluruh Staff Dosen dan Tata Usaha Jurusan Ilmu Komunikasi, terimakasih atas pengetahuan yang telah diberikan kepada peneliti dan membantu kelancaran administrasi bagi peneliti.
9. Bapak Drs. Alex Sobur, M.Si., selaku narasumber yang telah membantu peneliti dalam pengumpulan data penelitian.

10. Ibu Harsela Yuni Arinda, selaku narasumber yang telah memberikan kemudahan bagi peneliti dalam pengumpulan data di lapangan.
11. Ibu Ustadzah Ratni, selaku narasumber yang telah membantu peneliti dalam pengumpulan data penelitian menurut pandangan ajaran islam.
12. Kedua Orang tua, Papa Ade Ahmadi, dan Mama Cucu Sumiati, terima kasih atas kasih sayang, doa dan dukungannya selama ini, semoga kelulusan ini dapat menjadi senyuman dan hadiah bagi keduanya.
13. Kedua kakak – kakak kandungku, Anissa Dewi Amiyati, dan Muhamad Dias Safriadi, terima kasih atas dukungan selama penulis merasa *down*.
14. Sahabat – sahabat tersayang, Irene, Puti, Nurjanah, Gima, Noni, Auliandara, Jalu, Ferdy, Arini, Nugroho, Novia, dan Didik. Terima kasih atas persahabatan, dukungan dan motivasi yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
15. Teman – teman seperjuangan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2011, atas segala kebersamaan selama menempuh pendidikan di bangku perkuliahan. Neni Dianti teman seperjuangan dalam dikusi selama penyusunan skripsi.
16. Serta semua pihak yang telah membantuk peneliti selama melakukan penulisan skripsi yang tidak bias penulis sebutkan satu persatu. Terima Kasih untuk semua dukungan dan bantuannya kepada peneliti.

Semoga Allah Swt melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dala menyelesaikan skripsi ini. Mohon maaf jika masih terdapat banyak kekurangan dalam skripsi ini

baik dari segi kelengkapan materi, teknik penyusunan, metode yang digunakan, atau dari segi lainnya. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan siapa saja yang membacanya.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Serang, 15 Desember 2015

Dina Suci Novianti

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK	
ABSTRACT	
LEMBAR PERSETUJUAN	
PERNYATAAN ORISINALITAS	
LEMBAR PENGESAHAN	
MOTTO	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Identifikasi Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PENELITIAN	9
2.1 Kajian Teoritis	9
2.1.1 Komunikasi.....	9
2.1.2 Tujuan Komunikasi	11
2.2 Komunikasi Massa	12
2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa	12
2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa.....	14
2.3 Televisi Sebagai Media	16
2.3.1 Pengertian Televisi	16
2.3.2 Karakteristik Televisi	17
2.3.3 Fungsi Televisi	19

2.4	Program Televisi.....	20
2.4.1	Pengertian Program Televisi	20
2.4.2	Jenis – Jenis Program Televisi.....	21
2.5	Eksplorasi Tubuh Perempuan	22
2.6	Semiotika	24
2.6.1	Model Semiotika Roland Barthes.....	26
2.7	Ekonomi Politik Media.....	32
2.7.1	Komodifikasi	36
2.8	Kerangka Berfikir	40
2.9	Penelitian Terdahulu.....	42
BAB III	METODE PENELITIAN	53
3.1	Pendekatan dan Metode Penelitian.....	53
3.2	Ruang Lingkup Penelitian	54
3.3	Paradigma Penelitian	55
3.4	Unit Analisis	57
3.5	Instrumen Penelitian.....	58
3.5.1	Teknik Pengumpulan Data	58
3.6	Teknik Analisis Data	59
3.7	Keabsahan Data	60
3.8	Jadwal Penelitian	61
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
4.1	Deskripsi Penelitian.....	62
4.1.1	Profile PT Media Nusantara Citra Tbk.....	62
4.1.1.1	Sejarah MNCTV	63
4.1.1.2	Awal Perubahan TPI Menjadi MNCTV	65
4.1.1.3	Program – Program MNCTV	65
4.1.1.4	Visi dan Misi MNCTV	67
4.1.1.5	Struktur Organisasi MNCTV	67
4.1.1.6	Logo MNCTV	68
4.2	Gambaran Umum Program DMD Show	68

4.3	Hasil Penelitian.....	70
4.3.1	Makna dan Tanda Pada Tayangan 24 November 2014	72
4.3.2	Makna dan Tanda Pada Tayangan 25 November 2014	74
4.3.3	Makna dan Tanda Pada Tayangan 26 November 2014	76
4.4	Pembahasan	103
4.4.1	Eksplorasi Tubuh Perempuan Sebagai Komoditas Media	103
4.4.2	Komodifikasi Konten Dalam Kepentingan Ekonomi Politik Media.....	106
BAB V	PENUTUP.....	109
5.1	Kesimpulan	109
5.2	Saran	111
	DAFTAR PUSTAKA	113
	LAMPIRAN.....	116

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Sejenis	50
Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	41
Gambar 4.1 MNC <i>Corporate Structure</i>	67
Gambar 4.2 Logo MNCTV	68
Gambar Scene 4.1 Wanita Yang Bergoyang Di Atas Panggung	72
Gambar Scene 4.2 Pria Yang Memperhatikan Wanita Didepannya Yang Sedang Bergoyang	72
Gambar Scene 4.3 Posisi Pria Dibelakang Seorang Wanita Yang bergoyang Diatas Panggung.....	72
Gambar Scene 4.4 Wanita Yang Mencondongkan Bagian Bokongnya	73
Gambar Scene 4.5 Ekspresi Pria Mengerutkan Dahi	73
Gambar Scene 4.6 Wanita Dengan Ekspresi Menggoda	74
Gambar Scene 4.7 Wanita Dengan Pakaian Terbuka	74
Gambar Scene 4.8 Wanita Yang Bergoyang Di Atas Panggung	75
Gambar Scene 4.9 Wanita Yang Memperlihatkan Bagian Dada.....	75
Gambar Scene 4.10 Posisi Tubuh Wanita Memperlihatkan Lekuk Tubuh.....	75
Gambar Scene 4.11 Ekspresi Wajah Menggoda	76
Gambar Scene 4.12 Pria Yang Dikelilingin Beberapa Wanita	76
Gambar Scene 4.13 Gesture Tubuh Pria Yang Dicondongkan.....	77
Gambar Scene 4.14 Pria Yang Memegang Pinggul Wanita	77
Gambar Scene 4.15 Pria Yang Memberikan Uang Kepada Wanita	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	117
Lampiran 2 Scene DMD Show MNCTV.....	118
Lampiran 3 Surat Pernyataan Ketersediaan Informan	120
Lampiran 4 Surat Pernyataan Ketersediaan Informan	121
Lampiran 5 Hasil Wawancara.....	122
Lampiran 6 Hasil Wawancara.....	126
Lampiran 7 Hasil Wawancara.....	128
Lampiran 8 Biodata Informan.....	132
Lampiran 9 Biodata Informan.....	133
Lampiran 10 Biodata Informan.....	134
Lampiran 11 Catatan Bimbingan	135
Lampiran 12 TOEFL.....	136
Lampiran 13 Daftar Menghadiri Sidang Skripsi	137
Lampiran 14 Curriculum Vitae	138

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era modern ini, perbincangan tentang perempuan menjadi terasa menarik, apalagi bila dihubungkan dengan media massa yang setiap harinya dapat dinikmati dimana saja, baik di media cetak maupun elektronik. Tidak dipungkiri perempuan memiliki daya tarik yang lebih dibandingkan laki – laki pada umumnya. Kecantikan fisik perempuan adalah sisi yang paling menarik dari diri seorang perempuan sehingga kecantikan ini dilirik oleh banyak kalangan bisnis terutama dalam industri pertelevisian. Bahkan terkadang terasa kurang jika sebuah tayangan televisi tidak menampilkan sosok perempuan dengan segala daya tariknya. Namun sesungguhnya, peran perempuan di media digambarkan hanya sebagai obyek seks semata.

Arswendo Atmowiloto menyebutkan bahwa “*Wanita itu 65% adalah symbol seks selebihnya adalah misteri...*”.¹ Pernyataan itu mempertegas citra perempuan yang dalam kehidupan sosialnya hanya merupakan simbol seks. Tubuh perempuan dijadikan sebuah komoditi untuk kepentingan kaum kapital demi meraup keuntungan. Perempuan dapat dikatakan menarik dan sempurna secara fisik layaknya sebuah *mannequin*² yang bertubuh langsing, tidak boleh terdapat keriput, lemak berlebih, tidak berkomedo, berkaki indah, muda dan segar

¹ Fajar Junaedi, dkk, 2009. *Komodifikasi Budaya dalam Media Massa*, Surakarta: Sebelas Maret University Press

² Boneka patung yang menyerupai manusia, baik dari segi bentuk badan, kaki, tangan, kepala, bahkan wajah yang dapat menyerupai dengan wajah manusia.

Artinya, perempuan sebagai obyek menarik yang harus terlihat indah di televisi ataupun dalam hasrat laki – laki. Media telah mengkonstruksikan pemikiran masyarakat bahwa perempuan cantik itu harus langsing dan ramping. Hal ini disetujui oleh Baudrillard (2009:181) bahwa kecantikan tersebut tak dapat dipisahkan dengan kerampingan tubuh seorang perempuan.³

Diberbagai tayangan televisi di Indonesia telah menampilkan perempuan sebagai pemeran utama dengan simbol cantik selalu ramping dan segar. Barker menjelaskan bahwa tubuh yang langsing adalah tubuh yang tergenderkan karena tubuh yang langsing berarti perempuan yang sempurna. Kelangsingan adalah faktor kondisi ideal bagi daya tarik perempuan.⁴ Adanya faktor yang lebih menunjang dari seorang perempuan dibandingkan laki – laki dapat dijadikan sebagai bisnis didunia *entertainment* yang digunakan untuk menarik perhatian *audience*.

Kaum wanita selalu menjadi sasaran intervensi tayangan televisi dengan berbagai macam corak ragam acaranya. Kaum wanita memperlakukan sajian televisi sebagai barang konsumsi indrawi semata (kebutuhan fisiologis dan psikologis).⁵ Didalam tayangan televisi yang bertujuan sebagai media hiburan, terlihat jelas tubuh perempuan dieksploitasi dengan berbagai cara dalam sebuah permainan tanda atau semiotika tubuh. Tubuh merupakan sebuah tanda (*sign*) yang dikombinasikan lewat sebuah pengkodean tertentu. Tubuh perempuan didekonstruksi menjadi elemen – elemen tanda (mata, bibir, hidung, pipi, rambut,

³ Baudrillard, Jean. 2009. *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana

⁴ Chris Barker. 2009. *Cultural Studies*. Yogyakarta: Kreasi Wacana

⁵ Wawan Kusnadi. 2008. *Komunikasi Massa*. Jakarta: Rineka Cipta

payudara, bahu tangan, tangan, jari, perut, pinggul, betis, paha, dan kaki) yang masing – masing membentuk *signifier* perempuan.⁶

Menurut Yasraf di dalam permainan tanda tidak hanya menggunakan tampilan tubuh tetapi juga gerak, pose, mimik tubuh yang menjadi *signifier* dan dapat dieksploitasi potensi makna. Tubuh perempuan yang dieksploitasi dalam tayangan televisi muncul dalam berbagai cara. Pada tayangan hiburan musik dangdut mengeksploitasi tubuh perempuan dengan menggunakan tanda – tanda semiotika tubuh (*body signifer*) yang mengarah pada dorongan hasrat *sensualitas* dan *erotisme*.⁷ Dalam tayangan musik dangdut terdapat gerakan pinggul, dada, serta cara berpakaian yang sering dieksploitasi sebagai simulasi dari gerakan sensual dan seringkali dijadikan daya tarik bagi program tayangan televisi. Dengan menampilkan lekukan tubuh perempuan serta ditunjang dengan pakaian yang cenderung memperlihatkan bagian dada, bahu tangan, dan paha dari seorang perempuan itulah dapat dikatakan sebagai bentuk pengeksploitasian tubuh perempuan dalam media massa.

Salah satu fenomena yang terdapat di televisi swasta di Indonesia saat ini yaitu banyaknya tayangan musik dangdut yang menampilkan tubuh perempuan sebagai objek untuk menarik penonton dengan menggunakan pakaian yang memperlihatkan keindahan seorang perempuan. Dengan menggunakan pakaian yang terbuka disekitar dada hingga belahan rok yang tinggi menjadi tanda (*sign*) untuk terlihat menarik dan ingin diperhatikan.

⁶ Yasraf Amir Piliang, 2010. *Post-realitas*. Yogyakarta: Jalasutra

⁷ ibid

Pada saat ini program tayangan musik dangdut yang sedang diminati oleh masyarakat di Indonesia yaitu tayangan musik Dangdut Mania Dadakan (DMD) Show yang ditayangkan oleh MNC TV. Acara tersebut merupakan sebuah program ajang pencarian bakat penyanyi dangdut yang dikemas berbeda dari program pencarian bakat lainnya. Dalam setiap penampilannya DMD Show menghadirkan peserta untuk bernyanyi dan bergoyang, mereka dinilai dari segi vokal, koreografi dan kostum. Kemudian diadakan penilaian oleh dewan juri dan yang menjadi *icon* serta pembeda adalah adanya Tuan Takur yang mempunyai keputusan untuk memilih juara disetiap episodenya. Setiap tayangan yang disajikan tak terlepas dari peserta yang menggunakan kostum memperlihatkan bagian bentuk tubuh perempuan sebagai daya tarik penampilan serta diiringi dengan goyangan yang mengandung unsur sensualitas. Tubuh perempuan dieksploitasi guna meningkatkan rating televisi sehingga dapat meraup keuntungan yang besar.

Dalam industri televisi, rating sering dijadikan alat ukur untuk menentukan kepopuleran sebuah acara televisi. Secara tidak langsung, rating televisi dapat menggambarkan minat pemirsa untuk menonton program acara televisi tertentu.⁸ Artinya, dalam tayangan televisi diperlukan sebuah rating untuk mengetahui minat penonton terhadap sebuah program tayangan televisi. Bagi televisi rating adalah bagian dari agenda harian yang ikut menentukan pergeseran, pergantian, dan perbaikan program televisi. Rating adalah bagian dari citra stasiun televisi

⁸ Wawan Kuswandi, 2008. *Komunikasi Massa*. Jakarta: Rineka Cipta

yang berhubungan langsung dengan iklan dan nilai pemirsa. Rating televisi menjadi alat kekuasaan untuk mengukur pertumbuhan stasiun televisi.

Berdasarkan fenomena terjadinya eksploitasi tubuh perempuan dalam media massa, dibuktikan dengan hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa banyaknya program tayangan televisi khususnya tayangan musik dangdut yang menggunakan perempuan hanya sebagai objek seks, mendorong peneliti untuk menganalisis tayangan televisi yang mengandung unsur eksploitasi tubuh perempuan. Eksploitasi ini kerap dilakukan dengan sensualitas dan mengatasnamakan keindahan, atau bisa juga disebut dengan eksploitasi terselubung. Padahal jika melihat betapa tubuh perempuan dijadikan sebagai suatu komoditi, maka kita bisa melihat adanya ketidakadilan *gender* menyusup didalamnya.

Penelitian ini ingin mengupas tentang bagaimana program tayangan televisi yang mengeksploitasi tubuh perempuan melalui gaya berpenampilan serta tanda – tanda yang digunakan untuk kepentingan tayangan tersebut. Dalam hal ini peneliti memilih program tayangan musik Dangdut Mania Dadakan Show (DMD Show) yang ditayangkan oleh televisi swasta MNC TV. Dalam tayangan tersebut penggunaan tubuh perempuan yang memakai pakaian terbuka sekitar dada dan paha sering terlihat sebagai *gesture* yang menawarkan sensualitas atau seksualitas.

Adanya bentuk kegelisahan terhadap citra perempuan dimasa depan inilah yang menarik peneliti untuk mengkritisi sudut pandang tentang kecenderungan penggunaan tubuh perempuan di media massa yang dapat dijadikan sebagai daya tarik dan daya jual tayangan televisi tersebut. Pengeksploitasian tubuh perempuan

di dalam televisi khususnya tayangan musik dangdut yang menyuguhkan keindahan wanita diyakini dapat menarik perhatian penonton dan menjadikan tayangan tersebut sebagai salah satu program unggulan sebuah stasiun televisi. Dengan demikian diharapkan penelitian ini dapat menjadi sebuah pengetahuan baru yang menjadi bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya dan menjadi informasi yang sangat penting bagi mahasiswa dan masyarakat secara luas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan fokus masalah dalam penelitian ini yaitu, “Bagaimana Eksploitasi Tubuh Perempuan dalam Program Tayangan DMD Show Dalam Analisis Semiotika Ronald Barthes?”

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana eksploitasi tubuh perempuan dalam program tayangan DMD Show dalam kode *heurmeneutik*?
2. Bagaimana eksploitasi tubuh perempuan dalam program tayangan DMD Show dalam kode semik?
3. Bagaimana eksploitasi tubuh perempuan dalam program tayangan DMD Show dalam kode simbolik?

4. Bagaimana eksploitasi tubuh perempuan dalam program tayangan DMD Show dalam kode *proairetik*?
5. Bagaimana eksploitasi tubuh perempuan dalam program tayangan DMD Show dalam kode *gnomik*?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk menggambarkan eksploitasi tubuh perempuan dalam program tayangan DMD Show dalam kode *heurmeneutik*?
2. Untuk menggambarkan eksploitasi tubuh perempuan dalam program tayangan DMD Show dalam kode *semik*?
3. Untuk menggambarkan eksploitasi tubuh perempuan dalam program tayangan DMD Show dalam kode *simbolik*?
4. Untuk menggambarkan eksploitasi tubuh perempuan dalam program tayangan DMD Show dalam kode *proairetik*?
5. Untuk menggambarkan eksploitasi tubuh perempuan dalam program tayangan DMD Show dalam kode *gnomik*?

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat berguna bagi semua pihak terutama bagi pihak yang memiliki kepentingan langsung terhadap permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini. Adapun hasilnya dapat bermanfaat dan berguna sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dalam program studi Ilmu Komunikasi. Dan dapat memberikan kontribusi dalam pengetahuan komunikasi sosial tentang eksploitasi tubuh perempuan di dalam program tayangan televisi.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat melatih kepekaan mahasiswa Ilmu Komunikasi Untirta terhadap masalah – masalah sosial yang berkembang di masyarakat, sehingga paradigma berpikir mahasiswa tentang pemanfaatan perempuan di dalam media massa semakin berkembang.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PENELITIAN

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 Komunikasi

Komunikasi adalah sesuatu yang tidak bisa dipisahkan dari aktivitas seorang manusia, yang mana masing – masing orang mempunyai cara sendiri, tujuan apa yang didapatkan, melalui apa atau kepada siapa. Komunikasi berasal dari kata “*communicare*” yang berarti berpartisipasi atau memberitahukan, sementara secara etimologi istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin yaitu “*communication*” yang berarti ‘pemberitahuan’ atau “pertukaran pikiran”.⁹ Istilah tersebut pada kata “*communis*” yang berarti “sama”, yang dimaksud dengan sama di sini adalah “sama makna”.

Carl L. Hovland, mendefinisikan komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas azas-azas penyampaian informasi serta pembentukan sikap dan pendapat.¹⁰ Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi itu meliputi proses penyampaian pesan, pembentukan kepercayaan, sikap, pendapat dan tingkah laku publik.

Derald A miller dalam karyanya berjudul “On Defening Communication Another Stab” di artikan sebagai berikut : Pada pokoknya komunikasi mengandung situasi keprilakukan sebagai minat sentral, dimana seseorang sebagai sumber menyampaikan suatu kesan kepada seseorang atau sejumlah penerima yang secara sadar bertujuan mempengaruhi perilakunya.

Wilbur Schramm, seorang ahli linguistik, mengatakan communication berasal dari kata Latin “communis” yang artinya common atau sama. Jadi, menurut Schramm jika mengadakan komunikasi dengan suatu pihak,

⁹ Onong Uchjana Effendy, 1993. *Human Relationship dan Public Relation*. Jakarta: Mandar Maju.

¹⁰ Onong Uchjana Effendy, 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

*maka kita menyatakan gagasan kita untuk memperoleh commoners dengan pihak lain mengenai objek tertentu.*¹¹

Secara paradigmatik, komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun tak langsung melalui media. Dalam penelitian ini membahas mengenai bagaimana tubuh perempuan dieksploitasi dan dijadikan sebagai objek untuk kepentingan dalam tayangan televisi melalui bahasa tubuh yang digunakan sebagai bentuk komunikasi non-verbal kepada *audience* atau penonton.

Berger dan Chaffe menerangkan bahwa ilmu komunikasi adalah ilmu untuk memahami mengenai produksi, pemrosesan dan efek dari simbol serta sistem signal, dengan mengembangkan pengujian teori – teori menurut hukum generalisasi guna menjelaskan fenomena yang berhubungan dengan produksi, pemrosesan dan efeknya. Sedangkan menurut Onong Uchana Effendy dalam bukunya mengatakan komunikasi pada hakekatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh komunikator kepada komunikan.

Dari pengertian diatas dapat dilihat bahwa komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan yang dapat berupa pesan informasi, ide, emosi, keterampilan dan sebagainya melalui simbol atau lambang yang dapat menimbulkan efek berupa tingkah laku yang dilakukan dengan media – media tertentu, selain itu komunikasi juga merupakan kegiatan interaktif yang dilakukan oleh manusia, baik secara perorangan maupun secara kelembagaan dalam suatu organisasi dalam rangka menyampaikan dan menerima pesan yang disampaikan sebagai wujud kegiatan berinteraksi antara pihak satu dengan lainnya.

¹¹ Amir Purba, dkk. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Medan: Pustaka Bangsa Press

2.1.2 Tujuan Komunikasi

Kegiatan komunikasi yang manusia lakukan sehari – hari memiliki suatu tujuan tertentu yang berbeda – beda yang nantinya diharapkan dapat terciptanya saling pengertian. Berikut ini adalah tujuan komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy¹² :

1. Mengubah sikap (*to change the attitude*), untuk memberikan informasi kepada masyarakat dengan tujuan agar masyarakat dapat merubah sikap perilakunya.
2. Mengubah opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*), untuk memberikan informasi kepada masyarakat dengan tujuan agar masyarakat merubah pendapat dan persepsinya terhadap tujuan informasi yang disampaikan.
3. Mengubah perilaku (*to change the behavior*), untuk memberikan informasi kepada masyarakat dengan tujuan agar masyarakat akan berubah perilakunya.
4. Mengubah masyarakat (*to change the society*), untuk memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan agar masyarakat mendukung dan ikut serta terhadap tujuan informasi yang disampaikan.

Dalam penelitian ini tujuan komunikasi yang disampaikan melalui tubuh perempuan yaitu sebagai bentuk komunikasi non verbal untuk memberikan sebuah tanda (*sign*) kepada kaum laki – laki melalui pakaian yang terbuka pada

¹² Onong Uchjana Effendy, 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

bagian dada, paha, dan punggung yang mengandung makna untuk diperhatikan dan menarik hasrat kaum laki – laki.

Dengan begitu dari keempat poin yang dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendy, dapat disimpulkan bahwa komunikasi bertujuan untuk merubah sikap, pendapat, perilaku, dan perubahan sosial di masyarakat. sedangkan fungsi dari komunikasi adalah sebagai penyampai informasi yang utama, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi orang lain atau komunikan dalam bersikap dan bertindak.

2.2 Komunikasi Massa

2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan proses penyampaian informasi, ide, dan sikap kepada banyak orang (biasanya dengan menggunakan mesin atau media yang diklasifikasikan ke dalam media massa, seperti radio siaran, televisi, surat kabar/ majalah dan film). Komunikasi massa merupakan suatu tipe komunikasi manusia (*human communication*). Ia lahir seiring dengan penggunaan alat – alat mekanik yang mampu melipatgandakan pesan – pesan komunikasi.¹³

Komunikasi massa diadopsi dari istilah bahasa Inggris, *mass communication*, sebagai kependekan dari *mass media communication* (komunikasi media massa). Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa atau komunikasi yang *mass media*. Istilah *mass communication* atau *communications* diartikan sebagai salurannya, yaitu media massa (*mass media*) sebagai

¹³ Wiriyanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.

kependekan dari *media of mass communication*.¹⁴ Massa di sini bukan sekadar orang banyak di suatu lokasi yang sama. Massa di sini di artikan sebagai “meliputi semua orang yang menjadi sasaran alat – alat komunikasi massa atau orang – orang pada ujung lain dari saluran”. Massa mengandung pengertian orang banyak. Mereka tidak harus berada di lokasi tertentu yang sama. Mereka dapat tersebar atau terpencar di berbagai lokasi, dalam waktu yang sama atau hampir bersamaan dapat memperoleh pesan – pesan komunikasi yang sama.

Menurut Mulyana, komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang tersebar yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen. Sedangkan menurut Gebner, komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang berkesinambungan serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.¹⁵

Jay Black dan Frederick C, disebutkan bahwa komunikasi massa adalah sebuah proses dimana pesan – pesan yang diproduksi secara massal atau tidak sedikit disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonim, dan heterogen. Luas di sini berarti lebih besar daripada sekadar kumpulan orang yang berdekatan secara fisik, sedangkan anonim berarti individu yang menerima pesan cenderung asing satu sama lain, dan heterogen berarti pesan dikirimkan kepada orang – orang dari berbagai macam status, pekerjaan, dan jabatan dengan

¹⁴ Astrid S Susanto, 1974. *Komunikasi Dalam Teori Dan Praktek*. Bandung: Binacipta

¹⁵ Elvinaro Ardianto, 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

karakteristik yang berbeda satu sama lain dan bukan penerima pesan yang homogen.

Berdasarkan pengertian tentang komunikasi massa yang sudah dikemukakan oleh para ahli komunikasi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa modern (media cetak dan elektronik) dalam penyampaian informasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak (komunikan) heterogen dan anonim sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak.

2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa awalnya dicetuskan oleh Harold D Laswell pada tahun 1984. Fungsi komunikasi massa secara umum adalah untuk pengawasan lingkungan hidup, pertalian dan penyebaran warisan sosial.¹⁶ Kemudian Sean MacBride berpendapat bahwa fungsi komunikasi massa yaitu informasi, sosialis, motivasi perdebatan, pendidikan, memajukan kebudayaan, hiburan dan integrasi. Sedangkan menurut Yoseph R Dominick, fungsi komunikasi massa bagi masyarakat yaitu :

- a. *Surveillance* (pengawasan) : Pengawasan mengacu kepada yang kita kenal sebagai peranan berita dan informasi dari media massa. Media mengambil tempat para pengawal yang mempekerjakan pengawasan.
- b. *Interpretation* (Penafsiran) : Media massa tidak hanya menyajikan fakta atau data, tetapi juga informasi beserta penafsiran mengenai

¹⁶ Onong Uchjana Effendy, 2003. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

suatu peristiwa tertentu. Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjut dalam komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok.

- c. *Linkage* (Pertalian) : Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk *linkage* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.
- d. *Transmission of Values* (Penyebaran nilai-nilai) : Fungsi ini juga disebut sosialisasi. Sosialisasi mengacu kepada cara, di mana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa menyajikan penggambaran masyarakat dan dengan membaca, mendengar, dan menonton maka seseorang mempelajari bagaimana khalayak berperilaku dan nilai – nilai apa yang penting.
- e. *Entertainment* (Hiburan) : Fungsi menghibur dari komunikasi massa tidak lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan melihat berita-berita ringan atau melihat tayangan-tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali.

Dalam komunikasi massa, efek digolongkan menjadi dua, yakni efek yang bersifat umum dan efek yang bersifat khusus. Efek yang bersifat umum menyangkut efek dasar terjadi akibat pesan – pesan yang disiarkan melalui media massa. Secara umum atau luas, komunikasi melalui media massa telah menciptakan suatu jaringan pengertian yang tanpa tidak mungkin tercipta

masyarakat yang modern. Komunikasi massa mempunyai pengaruh yang besar terhadap modernisasi. Sedangkan efek khusus terutama menyangkut ramalan tentang efek yang diperkirakan akan timbul pada individu – individu dalam suatu *mass audience* pada perilaku mereka dalam menerima pesan – pesan media massa.¹⁷

2.3 Televisi Sebagai Media Massa

2.3.1 Pengertian Televisi

Televisi merupakan media komunikasi yang menyediakan berbagai informasi yang *update*, dan menyebarkannya kepada khalayak umum. Baskin mendefinikan bahwa televisi merupakan hasil produk teknologi tinggi (*hi-tech*) yang menyampaikan isi pesan dalam bentuk audiovisual gerak. Isi pesan audiovisual gerak memiliki kekuatan yang sangat tinggi untuk mempengaruhi mental, pola pikir, dan tindak individu.

Kata televisi terdiri dari kata *tele* yang berarti “jarak” dalam bahasa Yunani dan kata *visi* yang berarti “citra atau gambar” dalam bahasa Latin. Jadi, kata televisi berarti suatu sistem penyajian gambar berikut suaranya dari suatu tempat yang berjarak jauh.¹⁸ Televisi memiliki keunggulan dalam hal menampilkan gambar yang bergerak (*motion picture*) sehingga khalayak pemirsa lebih terlibat secara emosional dibandingkan ketika mereka melihat gambar yang tidak bergerak.

Televisi memiliki daya tarik tersendiri, televisi menggabungkan unsur audio (pendengaran) dengan unsur visual (penglihatan) karena menampilkan

¹⁷ Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Grasindo.

¹⁸ Sutisno. 1993. *Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi dan Video*. Jakarta: Grasindo

gambar hidup dan warna. Kedua aspek ini membuat televisi menarik perhatian masyarakat dan menghabiskan sebagian besar waktunya untuk menonton. Menurut ensiklopedia Indonesia dalam Parwadi (2004: 28) lebih luas lagi dinyatakan bahwa, televisi adalah sistem pengambilan gambar, penyampaian, dan penyuguhan kembali gambar melalui tenaga listrik. Gambar tersebut ditangkap dengan kamera televisi, diubah menjadi sinyal listrik, dan dikirim langsung lewat kabel listrik kepada pesawat penerima.¹⁹

Berdasarkan pendapat di atas menjelaskan bahwa televisi sangat berperan dalam mempengaruhi mental, pola pikir khalayak umum. Sifat televisi yang audiovisual merupakan media yang dianggap paling efektif dalam menyebarkan nilai – nilai yang konsumtif dan permisif.

2.3.2 Karakteristik Televisi

Ardianto dan Erdinaya membahas tentang karakteristik televisi yaitu sebagai berikut²⁰ :

1. Audiovisual

Televisi memiliki kelebihan, yakni dapat didengar sekaligus dapat dilihat (audiovisual). Jadi, apabila khalayak radio siaran hanya mendengar kata – kata, musik dan efek suara, maka khalayak televisi dapat melihat gambar yang bergerak. Namun demikian tidak berarti gambar lebih penting daripada kata – kata. Keduanya ada kesesuaian secara harmonis.

¹⁹ Redatin Parwadi, 2004. *Televisi Daerah Diantara Himpitan Kapitalisme Televisi*. Pontianak: Untan Press.

²⁰ Elvinaro Ardianto dan Lukiati Komala Erdinaya, 2004. *Komunikasi Massa Suatu. Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

2. Berpikir Dalam Gambar

Ada dua tahap yang dilakukan dalam proses berpikir dalam gambar. Pertama, adalah visualisasi (*visualization*), yakni menerjemahkan kata-kata yang mengandung gagasan yang menjadi gambar secara individual. Dalam proses visualisasi, pengarah acara harus berusaha menunjukkan objek-objek tertentu menjadi gambar yang jelas dan menjadikannya sedemikian rupa, sehingga mengandung suatu makna. Kedua, penggambaran (*picturization*), yakni kegiatan merangkai gambar – gambar individual sedemikian rupa, sehingga kontinuitasnya mengandung makna tertentu.

3. Pengoperasian Lebih Kompleks

Dibandingkan dengan radio siaran, pengoperasian televisi siaran lebih kompleks, dan lebih banyak melibatkan orang. Untuk menayangkan acara siaran berita saja dapat melibatkan 10 orang. Mereka terdiri dari produser, pengarah acara, pengarah teknik, pengarah studio, pemandu gambar, dua atau tiga juru kamera, juru video, juru audio, juru rias, juru suara, dan lain – lain. Apalagi bila menyangkut acara drama musik yang lokasinya diluar studio, tentu lebih banyak lagi melibatkan orang atau sering juga disebut kerabat kerja televisi (*crew*). Peralatan yang digunakannya pun lebih banyak dan untuk mengoperasikannya lebih rumit dan harus dilakukan oleh orang-orang yang terampil dan terlatih. Dengan demikian media televisi lebih mahal daripada surat kabar, majalah dan radio siaran.

2.3.3 Fungsi Televisi

Secara umum, fungsi televisi sama dengan fungsi media. Pendapat mengenai fungsi televisi ini pun beragam. Akan tetapi secara umum fungsi televisi sama dengan fungsi media massa lainnya (surat kabar dan radio siaran), yakni memberi informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*) dan mempengaruhi (*to persuade*).²¹

1. Fungsi Informasi (*to inform*)

Fungsi memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya. Khalayak sebagai makhluk sosial akan selalu merasa haus akan informasi yang terjadi.

2. Fungsi Pendidikan (*to educate*)

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya (*mass education*). Karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika serta aturan – aturan yang berlaku pada pemirsa atau pembaca. Media massa melakukannya melalui drama, cerita, diskusi dan artikel.

3. Fungsi Hiburan (*to entertain*)

Televisi merupakan media entertainment yang sudah merakyat dan digandrungi berbagai kalangan. Fungsi media yang satu ini, hampir semua

²¹ S, Rema Karyanti. 2005. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

masyarakat tahu bahwa televisi berfungsi sebagai hiburan. Kenyataan ini dapat kita amat disetiap stasiun televisi tak ada yang meninggalkan sebuah program yang sifatnya hiburan. Bahkan sebuah acara berita sebagai fungsi informasi saja sekarang telah banyak media yang membuat konsep acara berita seperti komedi. Ini membuktikan bahwa masyarakat Indonesia lebih menikmati keberadaan media sebagai media hiburan dibandingkan dengan fungsi yang lain.

4. Fungsi Mempengaruhi (*to persuade*)

Fungsi mempengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk/editor, *features*, iklan, artikel, dan sebagainya. Khalayak dapat terpengaruhi oleh iklan-iklan yang ditayangkan televisi ataupun surat kabar.

2.4 Program Televisi

2.4.1 Pengertian Program Televisi

Program televisi adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan *audience*. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat *audience* tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran apakah itu radio atau televisi.

Menurut Naratama program televisi adalah sebuah perencanaan dasar dari suatu konsep acara televisi yang akan menjadi landasan kreatifitas dan desain produksi yang akan terbagi dalam berbagai kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa acara tersebut.²² Maka dari pengertian tersebut,

²² Sutisno, 1993. Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi dan Radio. Jakarta: Grasindo.

dapat disimpulkan bahwa program televisi sangat berpengaruh pada keberhasilan sebuah acara televisi yang akan diproduksi. Program acara televisi juga menentukan siapa target yang akan menonton acara televisi tersebut dan bagaimana cara menyajikannya agar dapat diterima dan dinikmati oleh penonton yang menjadi target acara tersebut.

2.4.2 Jenis - Jenis Program Televisi

Dari berbagai macam program yang disajikan stasiun penyiaran jenis-jenis program terbagi menjadi dua bagian yaitu :

- 1. Program informasi**, adalah segala jenis siaran yang bertujuan untuk memberitahuakan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak *audience*. Dalam hal ini program informasi terbagi menjadi dua bagian yaitu berita keras (hard news) dan berita lunak (soft news).
 - a. Berita keras (Hard News), adalah segala bentuk informasi yang penting dan menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya yang harus segera ditayangkan agar dapat diketahui oleh khalayak audience secepatnya.
 - b. Berita lunak (Soft news), adalah sebuah program berita yang menyajikan informasi penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam (*indepth*) namun tidak bersifat harus segera ditayangkan. Berita yang masuk kategori ini ditayangkan pada satu program tersendiri di luar program berita.

2. **Program Hiburan**, adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur *audience* dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, musik, dan permainan (*game*).

2.5 Eksploitasi Tubuh Perempuan

Eksploitasi perempuan merupakan fenomena yang fundamental dan tentu menarik untuk dicermati dan dikaji dalam perspektif ilmu sosial. Eksploitasi merupakan tindakan dengan atau tanpa persetujuan korban yang meliputi pelacuran, kerja atau pelayanan paksa, perbudakan atau praktik serupa perbudakan, penindakan, pemerasan, pemanfaatan fisik, seksual, organ reproduksi atau secara melawan hukum memindahkan atau mentransplantasi organ dan atau jaringan tubuh atau memanfaatkan tenaga atau kemampuan seseorang oleh pihak lain untuk mendapatkan keuntungan baik materil maupun immaterial.

Tubuh perempuan berpotensi untuk dieksploitasi karena tubuh perempuan memiliki nilai ekonomis yang tinggi dalam dunia industri media. Sebagian besar televisi menggunakan tubuh perempuan untuk menarik minat *audience*. Tampilan tubuh perempuan dalam dunia televisi diarahkan untuk kepentingan laki – laki, sehingga citra perempuan dikonstruksikan dari perspektif nilai dan hasrat laki – laki.

Penampilan perempuan di media massa dapat dilihat dari makna yang terkandung secara intrinsik dalam muatan informasi yang merendahkan perempuan, yaitu menjadikan perempuan sebagai objek dari pihak yang berkuasa,

khususnya ekonomi. Wacana yang merendahkan posisi perempuan ini ada yang bersifat terbuka (*overt*) dan *manifest*, sehingga mudah diidentifikasi, seperti eksploitasi bagian tubuh dalam konteks seksual dan tujuan sensualitas. Sementara ada pula yang tersembunyi (*latent*), seperti eksploitasi kualitas tubuh perempuan seperti kecantikan, kerampingan, kulit lebih putih dalam konteks komersialisme.²³ Kita masih dapat melihat bagaimana wanita diproyeksikan dalam media massa, dan banyaknya media yang menggunakan wajah serta tubuh wanita sebagai daya tariknya. “Wajah” wanita dalam media massa memperlihatkan *stereotype* yang merugikan. Perempuan dinilai pasif, bergantung pada pria, didominasi, menerima keputusan yang dibuat oleh pria, terutama melihat dirinya sebagai simbol seks.

Dalam penelitian ini membahas pengeksploitasian tubuh perempuan dalam media massa, yaitu dalam program tayangan musik dangdut. Dimana menurut Weintraub memberi pandangan bahwa dangdut menempatkan produksi dan sirkulasi makna tentang sebuah *genre* musik dalam kondisi sosial dan budaya (ideologis) tertentu.²⁴ Dapat dikatakan dalam musik dangdut juga terdapat nilai – nilai serta pandangan yang tertanam seiring penyebarannya ditengah masyarakatnya. Selain memiliki tujuan sebagai hiburan, musik dangdut pada awalnya juga digunakan untuk berdakwah karena musik dangdut ini identik dengan cirinya yang bersifat lokal atau kedaerahan.

Seperti yang dijelaskan Weintraub bahwa yang dimaksud bersifat “lokal”, yakni mengacu pada praktik musik suatu kelompok etnis atau regional, dalam

²³ Anita Widyaning Putri, 2009. “Eksplorasi Tubuh Perempuan Dalam Iklan (Studi Analisis Wacana Kritis Iklan Televisi AXE “Call Me” versi “Sauce”, “Mist”, “Special Need”, “Lost”)”. Jurnal Ilmu Komunikasi. Universitas Sebelas Maret

²⁴ Bagas Putra Adhitama, 2014. *Perempuan Dalam Lirik Lagu Dangdut Koplo Dimaknai Pekerja Keras Dan Curhat “Melas”*. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 3/No. 3

kaitannya dengan tingkat nasional (misalnya: Minang, Jawa, dan Aceh yang merepresentasikan kepentingan lokal daerah) di dalam ranah kebudayaan. Oleh karena kedekatannya dengan masyarakat, musik dangdut dapat menembus berbagai lapisan, khususnya masyarakat kelas bawah.²⁵

Sementara itu implementasi nyata pada tayangan musik dangdut tak terlepas dari pengeksploitasian tubuh perempuan sebagai objek dalam setiap penampilannya. Dimana penyanyi yang sebageian banyak kaum perempuan menggunakan pakaian yang cenderung terbuka pada bagian tertentu dan termasuk sebagai petanda dalam menarik daya tarik penonton. Pemanfaatan tubuh perempuan yang dijadikan sebagai kepentingan dalam program tayangan televisi menimbulkan perbedaan *gender* dalam media massa. Dengan demikian eksploitasi perempuan dapat diidentifikasi dari kecenderungan media dalam menampilkan perempuan, apakah menitikberatkan pada bagian tertentu atau keadaan fitur tubuh, bukan *figure* personal dan peran sosial perempuan.

2.6 Semiotika

Semotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda dan makna (Sobur, 2006: 15). Sebuah tanda menunjuk pada sesuatu selain dirinya sendiri yang mewakili barang atau sesuatu yang lain itu, dan sebuah makna merupakan penghubung antara suatu objek dengan suatu tanda. Kata “semotika” itu sendiri berasal dari bahasa Yunani “semeion” yang berarti “tanda” atau “same” yang berarti “penafsiran tanda”.

²⁵ Ibid hal. 447

Alex Sobur mendefinisikan semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisa untuk mengkaji tanda. Tanda – tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah – tengah manusia dan bersama – sama manusia. Semiotika hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) dalam memakai 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.²⁶

Latche berpendapat bahwa semiotika adalah teori tentang tanda dan penandaan. Lebih jelasnya, semiotika adalah suatu disiplin yang menyelidiki semua bentuk komunikasi yang terjadi dengan sarana sign “tanda – tanda” dan berdasarkan pada sign system (code) “sistem tanda”.

Charles Sanders Peirce mendefinisikan semiosis sebagai suatu hubungan di antara tanda, objek, dan makna. Artinya, tanda tersebut merepresentasikan benda atau yang ditunjuk di dalam pikiran si penafsir tersebut.

Konsep dasar yang menyatukan semiotika adalah tanda yang didefinisikan sebagai stimulus yang menunjukkan beberapa kondisi lain. Konsep dasar kedua adalah simbol yang biasanya menandakan tanda yang kompleks dengan banyak arti, termasuk arti yang sangat khusus.²⁷ Kebanyakan pemikiran semiotik melibatkan ide dasar *triad of meaning* yang menegaskan bahwa arti muncul dari hubungan diantara tiga hal yaitu, benda (atau yang dituju), manusia (penafsiran), dan tanda. Ferdinand de Saussure, melihat tanda sebagai pertemuan antara bentuk dan makna. Ia menggunakan istilah *signifiant* (penanda) untuk segi bentuk suatu tanda, dan *signifier* (petanda) untuk segi maknanya. Sesungguhnya perkara yang ditemukan dalam semua definisi tersebut adalah kata tanda.

²⁶ Alex Sobur, 2004. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

²⁷ Little John, Stephen W & Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi (theories of human communication)* edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.

2.6.1 Model Semiotika Roland Barthes

Roland Barthes adalah penerus pemikiran Saussure yang tertarik pada cara kompleks pembentukan kalimat dan cara bentuk – bentuk kalimat menentukan makna, tetapi kurang tertarik pada kenyataan bahwa kalimat yang sama bisa saja menyampaikan makna yang berbeda pada orang yang berbeda situasinya. Roland Barthes meneruskan pemikiran tersebut dengan menekankan interaksi antara teks dengan pengalaman personal dan *cultural* penggunaannya, interaksi antara konvensi dalam teks dengan konvensi yang dialami dan diharapkan oleh penggunaannya. Gagasan Barthes ini dikenal dengan “*order of signification*” mencakup denotasi (makna sebenarnya) dan konotasi (makna ganda). Di sinilah titik perbedaan Saussure dan Barthes meskipun Barthes tetap mempergunakan istilah *signifier* – *signified* yang diusung oleh Saussure.²⁸

Selain itu Roland Barthes menggunakan teori *signifiant* - *signifie* dan muncul dengan teori mengenai konotasi. Perbedaan pokoknya adalah Barthes menekankan teorinya pada mitos dan pada masyarakat budaya tertentu (bukan individual). Barthes mengemukakan bahwa semua hal yang dianggap wajar di dalam suatu masyarakat adalah hasil dari proses konotasi. Perbedaan lainnya adalah pada penekanan konteks pada penanda (*signifier*). Barthes menggunakan istilah *expression* (bentuk, ekspresi, untuk *significant*) dan *content* (isi, untuk *signifie*). Semiotik, atau dalam istilah Barthes semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal – hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan

²⁸ Rachmat Kriyantono, S.Sos, M.S.i, 2009. *Teknik Praktis Riset komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek – objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek – objek itu hendak dikomunikasikan, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda.

Roland Barthes menyebutkan bahwa semiotika mendalilkan sebuah hubungan yang terjadi di antara dua pola yaitu petanda dan penanda. Perhatian pada hubungan ini berpusat pada objek yang dimiliki oleh kategori – kategori berbeda dan inilah sebabnya semiotika tidak membahas persamaan tetapi kesamaan. Barthes mengatakan bahwa petanda juga mengekspresikan penanda, dan dalam sistem semiotika tidak hanya pada dua sisi tetapi tiga. Apa yang diambil bukan satu tanda setelah tanda yang lain tetapi korelasi yang menyatukan semuanya. Oleh sebab itu tidak hanya ada petanda dan penanda tetapi juga terdapat tanda itu sendiri.

Roland Barthes dalam bukunya *S/Z* seperti dikutip Yasraf A. Piliang juga mengelompokkan kode menjadi lima kisi – kisi kode, yakni kode *heurmeneutik* (kode teka – teki), kode *semik* (makna konotatif), kode simbolik, kode *proaretik* (logika tindakan), dan kode *gnomik* atau kode kultural. Uraian – uraian kode tersebut dijelaskan Lechte (2001:196) sebagai berikut²⁹ :

1. Kode *Heurmenutik* (Kode Teka – Teki)

Berkisar pada harapan pembaca untuk mendapatkan kebenaran bagi pertanyaan yang muncul dalam teks. Kode teka – teki merupakan unsur struktur yang utama dalam narasi tradisional. Di dalam narasi ada suatu

²⁹ Alex Sobur, 2004. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

kesinambungan antara pemunculan suatu peristiwa teka – teki dan penyelesaiannya di dalam cerita.

Pada tayangan DMD Show sangat jelas bagaimana wanita dieksploitasi dan dijadikan alat komodifikasi dari tayangan tersebut. Bagian tubuh yang ditonjolkan dalam acara tersebut dapat menarik hasrat kaum laki – laki yang dijadikan sebagai penarik jumlah *audience*. Sebagai contoh tayangan pada tanggal 24 November 2015 menampilkan penyanyi dangdut dengan *gesture* tubuh yang mencondongkan bokongnya ke arah belakang dan terdapat penonton pria yang memperhatikan pada bagian tersebut dari bawah panggung. Hal ini menunjukkan bahwa program tayangan televisi tersebut menggunakan visualisasi keindahan tubuh perempuan yang dibalut dengan pakaian terbuka sebagai bentuk daya tarik penonton.

2. Kode *Semik* (Kode Konotatif)

Barthes menganggap denotasi sebagai konotasi yang paling kuat dan paling “akhir”. Kode semik atau kode konotatif menawarkan banyak sisi dalam proses pembacaan. Konotasi atau kata tertentu dalam teks dapat dikelompokkan dengan konotasi kata atau frase yang sama. Jika kita melihat suatu kumpulan kesatuan konotasi, kita menemukan suatu tema di dalam cerita jika sejumlah konotasi melekat pada suatu nama tertentu, kita dapat mengenali suatu tokoh dengan atribut tertentu.

Dalam tayangan DMD Show terlihat cara berpakaian peserta maupun penyanyi dangdut yang memperlihatkan bagian dada serta paha yang terbuka. Sebagai contoh, makna konotatif yang terkandung didalamnya

yaitu penggunaan pakaian yang terbuka dan memperlihatkan bagian tubuhnya identik dengan rasa keindahan anggota tubuh, percaya diri, dan ingin diperhatikan. Selain itu dalam tayangan tersebut terdapat kalimat konotasi yang mengandung unsur seksualitas.

3. Kode Simbolik

Merupakan aspek pengkodean fiksi yang bersifat struktural atau pascastruktural. Hal ini didasarkan pada gagasan bahwa makna berasal dari beberapa oposisi biner atau pembedaan baik dalam taraf bunyi menjadi fonem dalam proses produksi wicara.

Simbol keindahan tubuh perempuan disimbolkan oleh lekuk tubuh yang terlihat menggoda dengan *gesture* tubuh yang menonjolkan bagian – bagian tertentu yang menarik perhatian kaum pria. Daya tarik wanita disimbolkan pula dengan penggunaan pakaian terbuka yang menimbulkan ketertarikan dan hasrat kaum pria. Simbol – simbol itulah yang menjadikan tubuh perempuan di eksploitasi dalam media massa untuk kepentingan media.

4. Kode *Proairetik* (Logika Tindakan)

Kode proairetik atau kode tindakan/lakuan dianggapnya sebagai perlengkapan utama teks yang dibaca orang, artinya, antara lain, semua teks yang bersifat naratif. Secara teoritis Barthes melihat semua kelakuan dapat dikomodifikasi. Pada praktiknya, ia menerapkan beberapa prinsip seleksi.

Dalam tayangan DMD Show terkadang fokus pengambilan gambar mengarah kepada keseksian tubuh perempuan tersebut yang menggunakan pakaian yang seksi. Hal itu tak terlepas dari pemikiran Engels yang memahami bahwa sesungguhnya tindakan kaum laki – laki terhadap perempuan hanya berdasarkan pada hubungan pertukaran.³⁰ Dengan demikian, maka jelaslah jika kemudian perempuan ingin menarik dan bertahan harus merelakan tubuhnya untuk di eksploitasi sebagai sebuah pertukaran.

5. Kode *Gnomik* (Kode Kultural)

Kode ini merupakan acuan teks ke benda – benda yang diketahui dan dikodifikasi oleh budaya. Menurut Barthes, realisme tradisional didefinisi oleh acuan pada apa yang telah diketahui. Rumusan suatu budaya atau sub-budaya adalah hal – hal kecil yang telah dikodifikasi yang di atasnya para penulis bertumpu.

Pada tayangan DMD Show terlihat jelas bahwa kebudayaan lokal telah terpengaruh oleh kebudayaan barat. Dimana terlihat dari gaya pakaian dan simbol – simbol yang digunakan cenderung memperlihatkan tubuh perempuan dan dijadikan sebagai alat tukar untuk sebuah komodifikasi. Dengan demikian kecenderungan menggunakan tubuh perempuan dalam media massa dijadikan sebagai objek kepentingan ekonomi dan hasrat kaum laki – laki.

³⁰ Ranga Galura Gumelar, 2014. Jurnal Riset Komunikasi: *Komodifikasi dan Seksualitas Tubuh Wanita Dalam Iklan (Studi Semiotika)*. Program Studi Ilmu Komunikasi dan Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia: Serang

Sementara itu Roland Barthes dalam bukunya *The Fashion System* (Sistem Mode) seperti dikutip Yasraf A. Piliang membicarakan panjang lebar mengenai dunia mode. Sebagaimana bukunya yang terdahulu, dalam buku ini Barthes juga membicarakan operasi struktur penanda (*signifier*) mode, struktur petanda (*signified*)-nya, dan struktur *sign* atau signifikansinya. Memang kajian mode atau *fashion* Barthes tidak terlepas dari bidang semiotika yang selama ini dikembangkannya. Dunia mode merupakan proyek model kaum aristokrat sebagai salah satu bentuk atau wujud pretise.

Pada perkembangan berikutnya, model pakaian seseorang juga harus disesuaikan dengan fungsinya sebagai tanda, yang membedakan antara pakaian untuk kantor, olah raga, liburan, berburu, upacara-upacara tertentu, bahkan untuk musim – musim tertentu seperti pakaian musim dingin, musim semi, musim panas ataupun musim gugur. Manusia pengguna pakaian yang mengikuti *trend* akan mengejar apa yang tengah menjadi simbol status kelas menengah atas. Yang tidak mengikuti arus dunia mode akan dikatakan manusia yang tidak *fashionable* alias ketinggalan mode.

Tata busana tidak lagi menjadi sekedar pakaian tetapi juga telah menjadi mode, menjadi peragaan busana, menjadi sebuah tontonan yang memiliki prestisenya tersendiri, menjadi simbol status kehidupan. Hal ini tidak hanya terjadi di dunia Barat saja, tetapi juga tengah melanda Indonesia. Barthes tidak salah membidik salah satu aspek ini, yakni mode, sebagai salah satu kajiannya, mengingat Paris merupakan kiblat mode dunia.

Begitulah, salah satu topik pembicaraan Barthes tentang aspek kebudayaan massa yakni tentang dunia mode. Dunia yang kini penuh dengan kemewahan para model yang memperagakannya di sejumlah *catwalk* pusat – pusat peragaan busana di berbagai kota metropolis. Status seseorang dalam masyarakat seringkali dicitrakan melalui *merk* dan rancangan siapa pakaian yang dikenakannya. Padahal kalau ditelusuri, dunia mode adalah salah satu pelegitimasi ideologi gender yang selama ini sering digunakan oleh para feminis.³¹

Dalam penelitian ini, program tayangan DMD Show dalam penampilannya peserta seringkali mengenakan pakaian seksi dengan bagian dada yang terbuka, rok yang pendek, serta bagian punggung yang terbuka. Gambaran tersebut merupakan bentuk tanda untuk terlihat menarik dan dijadikan daya tarik bagi pesertanya. Melihat kebudayaan barat yang telah memasuki budaya timur khususnya di Indonesia dimana perempuan dengan bangganya memperlihatkan bagian dari tubuhnya untuk konsumsi khalayak. Oleh karena itu peneliti menggunakan semiotika Roland Barthes untuk mengungkap tanda yang terdapat dalam program tayangan tersebut.

2.7 Ekonomi Politik Media

Pendekatan ekonomi politik media berpendapat bahwa isi media lebih ditentukan oleh kekuatan – kekuatan ekonomi dan politik di luar pengelolaan media. Faktor seperti pemilik media, modal, dan pendapatan media dianggap lebih menentukan bagaimana wujud isi media. Faktor – faktor inilah yang menentukan

³¹ Yasraf Amir Piliang, 2012, *Semiotika dan Hipersemiotika*. Yogyakarta: Kode, Gaya & Matinya Makna, Matahari:

peristiwa apa saja yang bisa atau tidak bisa ditampilkan dalam pemberitaan, serta kearah mana kecenderungan pemberitaan sebuah media hendak diarahkan. Dalam pendekatan politik ekonomi media, kepemilikan media (*media ownership*) mempunyai arti penting untuk melihat peran, ideologi, konten media dan efek yang ditimbulkan media kepada masyarakat.

Istilah ekonomi politik diartikan secara sempit oleh Mosco sebagai studi tentang hubungan – hubungan sosial, khususnya hubungan kekuasaan yang saling menguntungkan antara sumber – sumber produksi, distribusi, dan konsumsi, termasuk didalamnya yaitu sumber – sumber yang terkait dengan komunikasi. Boyd Barret secara lebih gamblang mengartikan ekonomi politik sebagai studi tentang kontrol dan pertahanan dalam kehidupan sosial.³²

Dari pendapat Mosco di atas dapat dipahami pengertian ekonomi politik secara lebih sederhana, yaitu hubungan kekuasaan (politik) dalam sumber ekonomi yang ada di masyarakat. Bila seseorang atau kelompok orang dapat mengontrol masyarakat berarti dia berkuasa secara *de facto*, walaupun *de jure* tidak memegang kekuasaan sebagai eksekutif, legislatif maupun yudikatif. Pandangan Mosco tentang pengusaha lebih ditekankan pada penguasa dalam arti *de facto* yaitu orang atau kelompok orang yang mengendalikan kehidupan masyarakat.

Dalam media massa, penerapan pendekatan ekonomi politik memiliki tiga konsep dasar, yaitu komodifikasi, spesialisasi, dan strukturasi.³³ Komodifikasi merupakan upaya mengubah apapun menjadi komoditas atau barang dagangan

³² Vincent Mosco, 1996. *The Political Economy of Communication*. London: Sage Publication

³³ Ibid

sebagai alat mendapatkan keuntungan. Dalam media massa terdapat tiga hal yang saling terkait, yaitu isi media, jumlah *audience*, dan iklan. Berita atau isi media adalah komoditas untuk menaikkan jumlah *audience* yang dapat dijual pada pengiklan.

Spasialisasi adalah cara untuk mengatasi hambatan jarak dan waktu dalam kehidupan sosial. Dengan kemajuan teknologi komunikasi, jarak dan waktu bukan lagi hambatan dalam praktek ekonomi politik. Spasialisasi berhubungan dengan proses transformasi batasan ruang dan waktu dalam kehidupan sosial. Dapat dikatakan bahwa spasialisasi merupakan proses perpanjangan institusional media melalui bentuk korporasi dan besarnya badan usaha media. Akhirnya, komodifikasi dan spasialisasi dalam media massa menghasilkan strukturasi atau menyeragamkan ideologi secara terstruktur.

Media massa dianggap sebagai salah satu sektor industri yang menjanjikan, karena media ini dipandang sebagai target yang sangat berpotensi untuk mempengaruhi audiens. Hal ini dapat dilihat dari munculnya berbagai macam program televisi yang menandakan bahwa industri ini menjadi hal yang menarik bagi pemilik modal. Tak hanya kemunculan – kemunculan ini yang menjadi penanda, namun beragam strategi dilakukan oleh pihak – pihak yang terkait didalamnya untuk mendapatkan keuntungan secara ekonomi melalui komoditi yang berupa pesan – pesan yang disampaikan melalui media massa. Kecenderungan ini juga diperkuat dengan adanya kerjasama yang terjadi antara pelaku industri media, munculnya Media Nusantara Citra (MNC) TV yaitu gabungan dari RCTI, TPI, dan Global TV. Begitu juga dengan Trans Corporation

(Transcorp) merupakan gabungan antara Trans Tv dan Trans 7.³⁴ Gabungan antara industri pertelevisian itulah yang menjadikan salah satu bentuk *factual* dari penerapan ekonomi politik media yang terjadi di Indonesia.

Keuntungan secara ekonomi sangatlah diharapkan oleh sebuah industri, namun tak hanya keuntungan saja yang seharusnya menjadi prioritas pelaku industri. Motif ekonomi telah mempengaruhi kebijakan penyiaran yang dikeluarkan oleh para pelaku media, hal ini tidak terlepas dari pengaruh para pemilik modal yang berwenang dalam mengambil kebijakan yang bertumpuh pada permintaan dan penawaran.

Sekarang ini program tayangan di beberapa televisi swasta cenderung menayangkan produk siaran yang mampu menarik perhatian khalayak dan menaikkan *rating* tayangan dan banyaknya pengiklan yang menanamkan modalnya saat program tayangan tersebut ditayangkan. Disisi lain pelaku industri media juga harus memperhatikan kepentingan khalayak, karena lembaga penyiaran swasta selain berfungsi dalam ekonomi politik berfungsi juga dalam bidang sosial, yaitu dengan memberikan informasi yang berkualitas, mendidik, mempengaruhi dan menghibur yang diawasi oleh lembaga penyiaran swasta.

Dari tiga konsep dasar penerapan pendekatan ekonomi politik media yang dipaparkan di atas, peneliti menggunakan konsep dasar komodifikasi dalam penelitian ini. Komodifikasi yang terdapat dalam penelitian ini yaitu dengan mengeksploitasi tubuh perempuan dalam program tayangan dangdut mania dadakan show yang dijadikan sebagai alat untuk menarik *audience* atau penonton

³⁴ Novafs. *Ekonomi Politik Media*. Melalui novafs.blogspot.com/ di akses tanggal 8 Maret 2015

agar dapat meningkatkan rating tayangan tersebut serta mendapatkan keuntungan dari para pengiklan. Berikut ini akan dijelaskan lebih lanjut mengenai komodifikasi dalam ekonomi politik media sebagai bentuk transformasi nilai guna menjadi nilai tukar.

2.7.1 Komodifikasi

Komodifikasi merupakan istilah yang mulai muncul dan dikenal oleh para ilmuwan sosial. Komodifikasi mendeskripsikan cara kapitalisme melancarkan tujuannya dengan mengakumulasi kapital, atau menyadari transformasi nilai guna menjadi nilai tukar. Komoditas dan komodifikasi adalah dua hal yang memiliki hubungan objek dan proses, dan menjadi salah satu indikator kapitalisme global yang kini tengah terjadi. Dalam ekonomi politik media komodifikasi merupakan bentuk pengasaan media selain strukturasi dan spasialisasi. Proses komodifikasi erat kaitannya dengan produk, sedangkan proses produksi erat dengan fungsi atau guna pekerjanya, yaitu dengan mengeksploitasi dalam pekerjaan. Hal ini hanya satu bagian saja dari proses sebuah produksi. Maka dari itu komodifikasi tak lain merupakan sebuah bentuk komersialisasi segala bentuk nilai dari buatan manusia.

Barker, mengungkapkan komodifikasi sebagai proses yang diasosiasikan dengan kapitalisme. Objek, kualitas dan tanda – tanda diubah menjadi komoditas, yaitu sesuatu yang tujuan utamanya adalah terjual dipasaran.

Fairclough, mendefinisikan komodifikasi dipahami sebagai proses dominan sosial dan institusi yang melakukan produksi komoditas untuk meraih keuntungan kapital atau ekonomi sebesar – besarnya dengan menciptakan suatu konsep produksi, distribusi, dan konsumsi.³⁵

³⁵ Usman. 2009. *Ekonomi Media: Pengantar Konsep dan Aplikasi*. Bandung: Ghalia Indonesia.

Theodor Adorno dan Max Horkheimer, mempunyai pandangan yang berbeda, bahwa munculnya konsep komodifikasi karena perkembangan suatu industri budaya dimana komodifikasi diartikan sebagai produksi benda budaya, misalnya musik, film, busana, seni dan tradisi yang diproduksi secara massal oleh industri budaya.

Sementara itu komodifikasi menurut Vincent Mosco merupakan pemanfaatan isi media dilihat dari kegunaannya sebagai komoditi yang dapat dipasarkan. Komodifikasi dapat diasumsikan sebagai proses transformasi barang dan jasa dari nilai gunanya menjadi komoditas yang berorientasi pada nilai tukarnya di pasar, karena nilai tukarnya berkaitan dengan pasar dan konsumen. Maka proses komodifikasi pada dasarnya adalah mengubah barang/jasa agar sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Pada proses transformasi dari nilai guna menjadi nilai tukar, dalam media massa selalu melibatkan para awak media, khalayak pembaca, pasar, dan negara apabila masing – masing diantaranya memiliki kepentingan. Dan sekarang ini telah banyak bentuk komodifikasi yang muncul dalam perkembangan kehidupan manusia, karena mulai banyak yang dijadikan komoditas oleh manusia.

Implikasi nyata dalam program tayangan dangdut mania dadakan show ini yaitu penonton disuguhkan dengan penampilan penyanyi dangdut yang menggunakan pakaian yang membuka bagian dada, punggung, dan paha yang dijadikan sebagai nilai tukar untuk kepentingan media. Dimana dengan menggunakan keseksian dari tubuh perempuan dapat menaikkan jumlah *audience* atau penonton sekaligus dapat menarik pemodal iklan yang akan menaikkan rating program tersebut. Tak dipungkiri di dalam dunia musik dangdut pemanfaatan tubuh perempuan sebagai objek untuk menarik perhatian kaum laki – laki telah

lama dilakukan. Terlebih disesuaikan dengan keinginan konsumen atau *audience* yang cenderung menikmati keindahan tubuh perempuan yang menggunakan pakaian yang membuka bagian dada, punggung, dan pahanya. Hal itulah yang menjadikan perempuan sebagai komoditi untuk kepentingan dalam ekonomi politik media.

Adapun bentuk – bentuk komodifikasi dalam ekonomi politik menurut Vincent Mosco antara lain :

1. *The Commodification of Content* (Komodifikasi Isi) merupakan proses perubahan pesan dari kumpulan informasi ke dalam sistem makna dalam wujud produk yang dapat dipasarkan. Dalam tayangan DMD Show peeneksploitasian perempuan tidak terlihat secara jelas dalam setiap tayangannya, dimana penggunaan pakaian yang seksi dan gerakan bahasa tubuh dijadikan sebagai penunjang penampilan ketika sedang bernyanyi. Maka dari itu konten media dibuat sedemikian rupa sehingga menjadi kesukaan *audience* yang dapat menarik pengiklan untuk membeli waktu jeda dalam program tersebut.
2. *Commodification of Audience* (Komodifikasi Khalayak) merupakan proses komodifikasi peran khalayak oleh perusahaan media dan pengiklan, dari fungsi awal sebagai konsumen media menjadi konsumen khalayak selain media. Pada proses ini perusahaan media memproduksi khalayak sesuatu program tayangan untuk selanjutnya dijual kepada pengiklan. Komodifikasi khalayak dibagi menjadi dua, yaitu :

- a. Komodifikasi Instrinsik : Proses media melakukan pertukaran dengan rating, komodifikasi ini melekat secara langsung dari program atau acara yang dibuat oleh media.
- b. Komodifikasi Ekstrinsik : Proses komodifikasi yang terjadi dan mengalami perluasan yang melibatkan institusi pendidikan, pemerintah, budaya dan telekomunikasi.

Dalam tayangan DMD Show *audience* merupakan komoditi penting untuk media massa dalam mendapatkan iklan dan pemasukan. Konkritnya media biasanya menjual *audience* dalam bentuk rating kepada pengiklan untuk menggunakan waktu jeda dalam tayangan tersebut. Dengan begitu *audience* sangat memengaruhi rating tayangan tersebut dan pemasukan secara ekonomi.

3. *Commodification of Labor* (Komodifikasi Pekerja) merupakan transformasi proses kerja dalam kapitalisme, dimana keahlian dan jam kerja para pekerja dijadikan komoditas dan dihargai dengan gaji.

Dari paparan di atas dapat dijelaskan secara garis besar komodifikasi berhubungan dengan bagaimana proses transformasi barang dan jasa beserta nilai gunanya menjadi suatu komoditas yang mempunyai nilai tukar dipasaran. Artinya, siapa yang memulai kapital dengan mendeskripsikan sebuah komoditi maka ia akan memperoleh keuntungan yang sangat besar. Dalam lingkup industri pertelevisian atau lembaga media, para pekerja media dilibatkan untuk memproduksi dan mendistribusikannya pada konsumen yang beragam. Konsumen dalam hal ini yaitu *audience* yang menentukan sejauh mana sebuah produksi media tersebut dapat memenuhi kebutuhan individual maupun sosial.

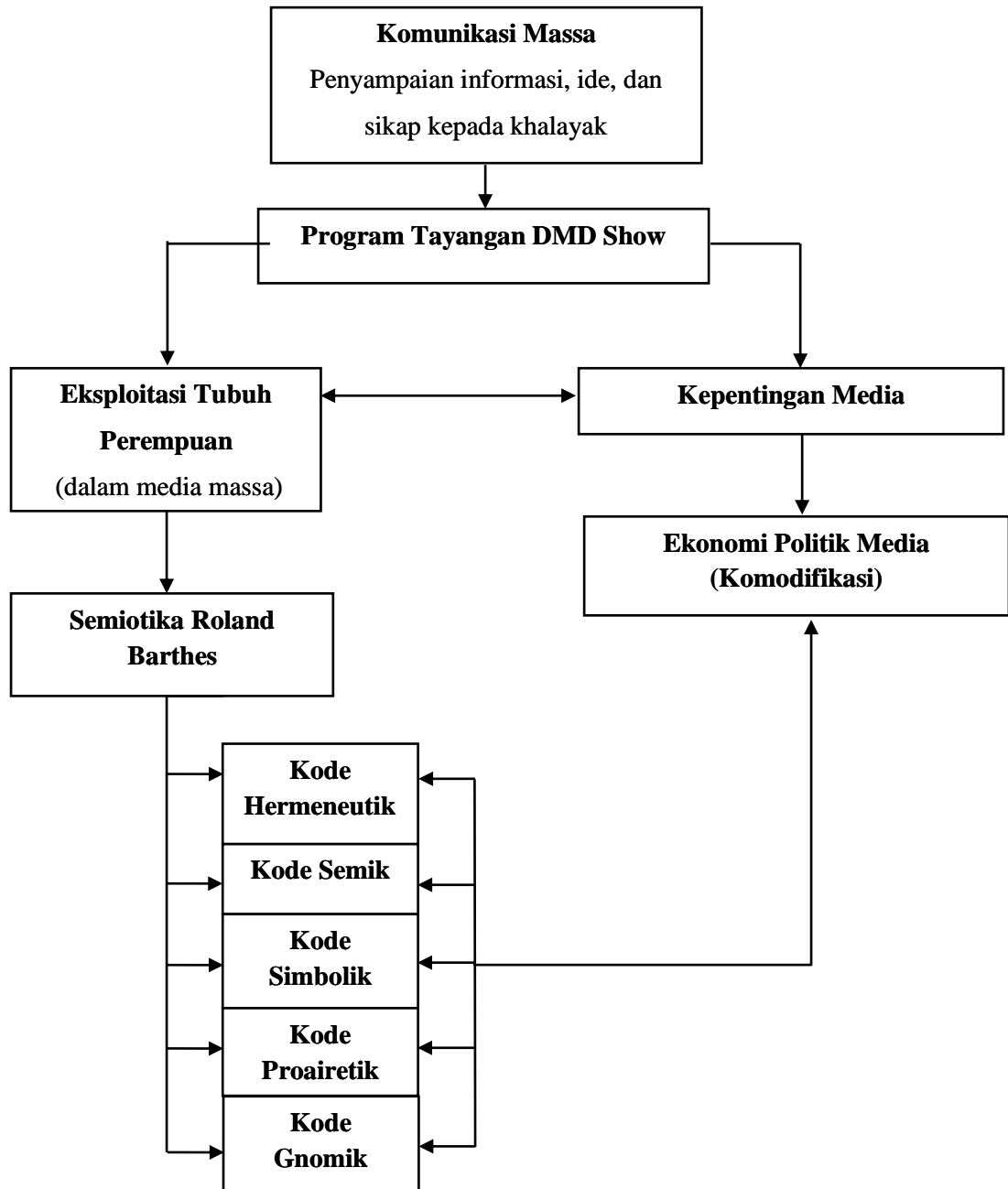
2.8 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir menggambarkan alur pikiran penelitian sebagai kelanjutan dari kajian teori untuk memberikan penjelasan kepada pembaca guna memperjelas maksud penelitian. Dalam hal ini, permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah “bagaimana eksploitasi tubuh perempuan dalam program tayangan dmd show dalam analisis semiotika ronald barthes?”

Dalam proses komunikasi massa, media massa dalam hal ini berperan dalam membangun citra perempuan dimata khalayak. Media massa khususnya televisi menggunakan tubuh perempuan sebagai suatu tanda untuk menarik *audience* dan sebagai daya tarik kaum laki – laki. Dalam proses tersebut penampilan perempuan di media massa dapat dilihat dari makna yang terkandung secara intrinsik dalam muatan informasi yang merendahkan perempuan, yaitu menjadikan perempuan sebagai objek dari pihak yang berkuasa, khususnya ekonomi.

Pendekatan ekonomi politik media yang menjadi kekuatan ekonomi serta politik diluar pengelolaan media. Faktor kepemilikan media, modal, dan media dianggap menentukan bagaimana wujud isi media. Dalam media massa, penerapan pendekatan ekonomi politik media memiliki tiga konsep, yaitu komodifikasi, spasialisasi, dan strukturasi. Namun dalam penelitian ini peneliti menggunakan komodifikasi sebagai konsep dasar untuk kepentingan media dalam ekonomi politik media. Maka penulis membuat kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



Sumber : Peneliti

2.9 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan tidak terlepas dari hasil penelitian – penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebagai bahan perbandingan, pelengkap dan kajian. Adapun hasil – hasil penelitian yang dijadikan perbandingan tidak terlepas dari topik penelitian yaitu mengenai eksploitasi tubuh perempuan dalam program tayangan televisi. Berikut ini peneliti temukan beberapa hasil penelitian terdahulu, sebagai berikut :

1. Ignatius Prasetyo Wicaksono (Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2012)³⁶

Ignatius Prasetyo Wicaksono mengangkat skripsi yang berjudul “Representasi Eksploitasi Perempuan Dalam Iklan (Analisis Semiotika Greimassian tentang Eksploitasi Perempuan dalam TVC Berrygood Versi “*Bikin Good Mood*”. Penelitian ini bertujuan untuk membongkar narasi salah satu TVC yang di dalamnya terdapat indikasi eksploitasi perempuan.

Representasi Eksploitasi adalah bagaimana makna diproduksi, dipertukarkan, diwakilkan dan dimanfaatkan demi kepentingan pengguna. Segala hal yang tereksploitasi berarti hal tersebut dimanfaatkan segala nilai yang melekatinya untuk kepentingan yang mengeksploitasinya. Eksploitasi pada perempuan berarti memanfaatkan segala hal yang melekat pada perempuan, baik citra maupun tanda yang melekat kepadanya.

Eksploitasi perempuan terjadi dalam berbagai hal. Salah satunya adalah dalam bidang ekonomi. Dalam bidang tersebut Perempuan dimanfaatkan baik

³⁶ Melalui <<http://e-journal.uajy.ac.id>>

citra maupun tandanya sebagai daya tarik untuk mendapatkan keuntungan. Salah satu tempat terjadinya eksploitasi perempuan dalam bidang ekonomi adalah di dalam iklan televisi barang konsumsi.

Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan metode analisis semiotika Greimassian. Semiotika Greimassian merupakan semiotika yang bermazhab struktural. Penulis memilih semiotika Greimassian sebagai metode analisisnya karena titik berat dari penelitian ini adalah struktur dasar narasi yang mendasari narasi objek penelitian. Penulis menggunakan dua tahap analisis, yaitu level narasi dan level mendalam. Pada level narasi penulis mencoba menjabarkan narasi dari TVC objek penelitian dengan menggunakan alat analisis Actantial Model. Pada level ini indikasi eksploitasi perempuan mulai terlihat, yaitu bagaimana citra dan tanda perempuan dimanfaatkan demi kepentingan produsen.

Temuan pada level mendalam adalah perempuan bukan hanya dimanfaatkan citra dan tandanya, tetapi lebih dari itu, yaitu bagaimana perempuan diletakkan sebagai *the second sex* yang lemah dan dianggap sebagai pemuas kebutuhan seks laki-laki semata sebagai bagian dari daya tarik pesan penjualan. Temuan tersebut berada dalam tataran subliminal, dan ini yang disebut oleh Reichert sebagai subliminal *sexuality*. Subliminal *sexuality* dapat dilihat setelah penulis memetakan kemungkinan-kemungkinan logis dengan menggunakan semiotik *square* karena sasaran dari pesan subliminal ini adalah bawah sadar *audience* sehingga disampaikan secara tersirat.

2. **Anita Widyaning Putri (Ilmu Komunikasi, Universitas Sebelas Maret, 2009)³⁷**

Anita Widyaning Putri mengangkat skripsi yang berjudul “Eksplorasi Tubuh Perempuan Dalam Iklan (Studi Analisis Wacana Kritis Iklan Televisi AXE “Call Me” versi “Sauce”, “Mist”, “Special Need”, “Lost”)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana iklan televisi membentuk wacana eksploitasi tubuh perempuan sebagai salah satu strategi pemasaran produk, bagaimana proses produksi iklan AXE dan konstruksi perempuan dalam iklan AXE menurut pembuat iklan, dan bagaimana penonton iklan memaknai iklan-iklan tersebut.

Iklan Axe “Call Me” versi “Sauce”, ”Mist”, “Special Need”, “Lost” peneliti angkat karena iklan-iklan tersebut merupakan iklan dengan target sasaran laki-laki, sehingga berpotensi adanya bias gender dalam hal bagaimana peran dan posisi sosial perempuan ditampilkan. Iklan ini menunjukkan adanya gejala eksploitasi terhadap tubuh perempuan, karena beberapa iklan tersebut menampilkan perempuan dalam balutan busana mini, *gesture* yang menawarkan sensualitas/seksualitas dan terdapat pengambilan gambar yang hanya menunjuk beberapa fragmen tubuh vitalnya secara ‘eksklusif’. Selain itu, iklan AXE versi “Sauce”, “Mist”, “Special Need”, dan “Lost”, merupakan iklan AXE versi Indonesia pertama, dengan setting dan pemeran dari Indonesia.

Penelitian ini termasuk studi analisis wacana kritis dengan menggunakan metodologi kualitatif dengan pendekatan paradigma kritis. Secara ontologis

³⁷ Melalui <<http://eprints.uns.ac.id>>

penelitian ini beranggapan bahwa realitas dalam iklan merupakan realitas semu, hasil konstruksi produser yang dipengaruhi faktor sosial, politik, budaya, ekonomi, dan nilai gender. Secara epistemologis, hubungan antara peneliti dengan realitas yang diteliti selalu dijembatani oleh nilai-nilai tertentu. Secara metodologis, penelitian ini menggunakan *multilevel-analysis*, yaitu teks, produser dan konsumen, dan sosiokultural. Data dalam penelitian ini berwujud sumber tertulis, yaitu data-data mengenai iklan, serta kutipan dari hasil wawancara dengan 13 informan yang diperoleh melalui wawancara menggunakan email dan teknik rekam.

Dalam hal menampilkan citra produk AXE, yang dapat membuat perempuan berubah menjadi agresif dan menggoda kepada pria-pria pemakai AXE, kreator iklan sebenarnya mengambil realitas sosial tentang hegemoni patriarki yang sudah ada dalam masyarakat sejak dahulu kala, lalu memformulasikannya dengan keinginan pemilik modal (kapitalisme), citra produk yang harus dibangun, lalu karakteristik dari target sasaran, yaitu pria-pria muda di Indonesia yang cenderung lebih pemalu dan menginginkan pihak wanita yang lebih agresif. Sehingga kemudian membentuk realitas kedua mengenai perempuan yang “agresif”.

3. Dio Pratama (Ilmu Komunikasi, Universitas Mulawarman, 2014)³⁸

Dio Pratama mengangkat skripsi yang berjudul “Eksplorasi Tubuh Perempuan Dalam Film” Air Terjun Pengantin” Karya Rizal Mantovani (Analisis

³⁸ Melalui <<http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id>>

Semiotika Roland Barthes)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan sensualitas tubuh perempuan yang dieksplorasi dalam industri perfilman. Eksploitasi tubuh perempuan merupakan pemanfaatan yang berlebihan terhadap sesuatu subyek eksploitasi hanya untuk kepentingan ekonomi tanpa mempertimbangan rasa kepatutan, keadilan serta kompensasi kesejahteraan.

Film merupakan produk dari komunikasi massa di tanah air yang sudah maju pesat, membuat film bukan lagi suatu hal yang hanya sekedar ditonton ataupun disaksikan Film “Air Terjun Pengantin” adalah film horor yang menggunakan sensualitas tubuh perempuan dan sarat dengan komedi berbau pornografi. Berdasarkan hasil penelitian dari data yang ada, bahwa eksploitasi tubuh perempuan dalam film “Air Terjun Pengantin” terlihat eksploitasi secara fisik dan non fisik, secara fisik ditunjukkan dengan adanya shot-shot yang mengeksplor beberapa bagian tubuh tertentu seperti bibir, dada, pundak, dan pinggul, serta bahkan menampilkan ciuman dengan bahasa tubuh dan ekspresi yang menunjang terbentuknya citra yang tidak pada film tersebut.

Sedangkan secara non fisik ditunjukkan dengan menampilkan perempuan dalam berbagai karakter (realitas kedua) seperti mudah tergoda laki-laki, seksi, dan agresif. Film ini menampilkan sebuah realitas kehidupan dengan berlibur tentang gambaran gaya hidup perempuan zaman sekarang dengan balutan pakaian model wanita yang cenderung terbuka yakni bikini, tatanan rambut, dan juga teknik pengambilan gambar yang cenderung eksplor (close up) terhadap beberapa bagian tubuh tertentu (bibir, dada, pundak, dan pinggul, serta adegan ciuman) dan

penggunaan sudut pengambilan gambar high angle yang menunjuk perempuan sebagai objek pandang dalam hal ini bagi laki – laki.

Penelitian dilakukan dengan pendekatan semiotika yang dikemukakan oleh Roland Barthes, yang memiliki signifikasi dua tahap, yaitu denotasi dan konotasi. Membahas tentang tanda denotasi dan konotasi menurut Barthes, jelas terdapat perbedaan antar keduanya. Bukan karena film ini sukses, sehingga penulis tertarik untuk mengangkatnya sebagai objek penelitian melainkan karena film tersebut memuat isi cerita yang berkaitan dengan studi komunikasi pemahaman mengenai film. Berbekal cerita yang sederhana tersebut penulis tertarik mengangkat judul eksploitasi tubuh perempuan dalam film “Air Terjun Pengantin”.

4. **Dinara SS, *lingga (Ilmu Komunikasi, Universitas Diponegoro, 2012)***³⁹

Dinara SS, Lingga melakukan penelitian yang berjudul “Representasi Sosok Perempuan Dalam Tayangan Kakek – Kakek Narsis (Analisis Semiotika)”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sosok perempuan dalam tayangan talk show komedi *Kakek-Kakek Narsis*.

Kemampuan media untuk menampilkan sosok perempuan sebagai objek dominasi laki – laki menyebabkan eksploitasi fisik perempuan sebagai daya tarik tayangan. Di tengah persaingan industri media, eksploitasi kemenarikan fisik perempuan menjadi hal yang wajar. Kemenarikan sosok perempuan menjadi komoditas yang dilekatkan dengan kualitas tayangan, atau justru melengkapi kekurangmenarikan isi program. Secara ekstrim, kemenarikan fisik perempuan

³⁹ Melalui <<http://eprints.undip.ac.id>>

dimanfaatkan oleh tayangan *talk show Kakek-Kakek Narsis* untuk membawa imajinasi khalayak ke tema seksualitas yang menjadi segmentasi program.

Dengan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes, representasi konstruksionis Stuart Hall, serta kacamata Fiske, penulis mencoba membedah simbol – simbol tayangan yang disajikan melalui tiga level analisis yaitu reality, representation dan ideology. Kemudian yang terakhir, penulis menggunakan teori humor milik Hobbes untuk menganalisis kategori humor yang terdapat pada tayangan *Kakek-Kakek Narsis*.

Hasil penelitian menunjukkan adanya tiga temuan mengenai representasi sosok perempuan dalam tayangan *Kakek-Kakek Narsis*. Pertama adalah mitos kepasifan perempuan sebagai objek kelucuan melalui superioritas laki-laki dan perempuan sebagai sosok penggoda. Seorang perempuan akan dianggap lucu jika melontarkan kata-kata tertentu adalah karena penonton memiliki mitos tentang gambaran perempuan secara ideal.

Kemudian temuan kedua adalah komodifikasi sosok perempuan melalui *physical attractiveness*. Komodifikasi tersebut menggunakan sosok perempuan sebagai nilai jual utama program. Penggunaan daya tarik fisik dalam tayangan *Kakek-Kakek Narsis* termasuk dalam komodifikasi buruh di mana pemilik modal (stasiun televisi) memaksimalkan nilai fungsi atau guna talent. Sedangkan temuan yang terakhir adalah adanya penokohan dan naturalisasi peran perempuan yang dikemas dalam bingkai humor. Perempuan “dipaksa” oleh tayangan untuk menampilkan diri sebagai sosok yang pasif sehingga dapat dimanfaatkan untuk menimbulkan kelucuan.

5. Slamet Haryono (Staff Pengajar Jurusan Sendratasik, Universitas Negeri Surabaya, 2002)⁴⁰

Slamet Haryono melakukan penelitian yang berjudul “Dangdut Dan Eksploitasi Seks Perempuan”. Penelitian ini bertujuan untuk mengupas beberapa hal yang dapat dijadikan sumber terjadinya pengeksploitasian seksualitas penyanyi dangdut.

Musik dangdut, perempuan, dan seks kiranya merupakan bayangan kesatuan yang sulit untuk dipisahkan saat ini, terutama bagi para penggemarnya. Gambaran demikian muncul karena hamper pada setel pertunjukan musik dangdut, para penyanyi dangdut perempuan tampil dengan pakaian seksi dan goyang erotis yang demikian menghanyutkan perasaan penikmatnya. Namun demikian, nampaknya penampilan yang demikian tidak terjadi dengan sendirinya, melainkan merupakan hal yang diusahakan oleh beberapa pihak. Permasalahan tersebut dibahas melalui pendekatan feminisme, yaitu gerakan yang berangkat dari asumsi dan kesadaran bahwa kaum perempuan pada dasarnya ditindas dan dieksploitasi, serta harus ada upaya mengakhiri penindasan dan pengeksploitasian tersebut.

⁴⁰ Melalui <<http://journal.unnes.ac.id>>

Tabel 2.1

Penelitian Sejenis

No.	Item	Peneliti 1	Peneliti 2	Peneliti 3	Peneliti 4	Peneliti 5
1.	Judul	Representasi Eksploitasi Perempuan Dalam Iklan (Analisis Semiotika Greimassian tentang Eksploitasi Perempuan dalam TVC Berrygood Versi “ <i>Bikin Good Mood.</i> ”	Eksploitasi Tubuh Perempuan Dalam Iklan (Studi Analisis Wacana Kritis Iklan Televisi AXE “ <i>Call Me</i> ” versi “ <i>Sauce</i> ”, “ <i>Mist</i> ”, “ <i>Special Need</i> ”, “ <i>Lost</i> ”).	Eksploitasi Tubuh Perempuan Dalam Film “Air Terjun Pengantin” Karya Rizal Mantovani (Analisis Semiotika Roland Bartes)”	Representasi Sosok Perempuan Dalam Tayangan Kakek – Kakek Narsis (Analisis Semiotika)	Dangdut Dan Eksploitasi Seks Perempuan
2.	Tahun	2012	2009	2014	2013	2012
3.	Tujuan Penelitian	Membongkar narasi salah satu TVC yang di dalamnya terdapat indikasi eksploitasi perempuan.	Mengetahui bagaimana iklan televisi membentuk wacana eksploitasi tubuh perempuan sebagai salah satu strategi pemasaran produk, bagaimana proses produksi iklan AXE dan	Mengetahui penggunaan sensualitas tubuh perempuan yang dieksplorasi dalam industri perfilman. Eksploitasi tubuh perempuan merupakan pemanfaatan yang berlebihan	Menganalisis sosok perempuan dalam tayangan talk show komedi Kakek – Kakek Narsis.	Mengupas beberapa hal yang dapat dijadikan sumber terjadinya pengeksploitasi seksualitas penyanyi dangdut.

			konstruksi perempuan dalam iklan AXE menurut pembuat iklan, dan bagaimana penonton iklan memaknai iklan-iklan tersebut.	terhadap sesuatu subyek eksploitasi hanya untuk kepentingan ekonomi tanpa pertimbangan rasa kepatutan, keadilan serta kompensasi kesejahteraan		
4.	Teori	Teori Analisis semiotika Greimassian	Teori Analisis Wacana Kritis	Teori Analisis Semiotika Roland Bartes	Teori Analisis Semiotika Roland Bartes	
5.	Metode/ Paradigma	Kualitatif/ Kritis	Kualitatif/ Kritis	Kualitatif/ Kritis	Kualitatif	Paradigma Konflik Feminism
6.	Hasil Penelitian/ Kesimpulan	Pada level mendalam adalah perempuan bukan hanya dimanfaatkan citra dan tandanya, tetapi lebih dari itu, yaitu bagaimana perempuan diletakkan sebagai <i>the second sex</i> yang lemah	Iklan ini menunjukkan adanya gejala eksploitasi terhadap tubuh perempuan, karena beberapa iklan tersebut menampilkan perempuan dalam balutan busana mini, gesture yang	Eksplorasi tubuh perempuan dalam film “Air Terjun Pengantin” terlihat eksploitasi secara fisik dengan adanya shot yang mengeksplor beberapa bagian tubuh tertentu.	Adanya mitos kepasifan perempuan sebagai objek kelucuan melalui superioritas laki-laki dan perempuan sebagai sosok penggoda. Kedua adalah komodifikasi sosok	Musik dangdut, perempuan, dan seks merupakan bayangan kesatuan yang sulit untuk dipisahkan.

		dan dianggap sebagai pemuas kebutuhan seks laki-laki semata sebagai bagian dari daya tarik pesan penjualan.	menawarkan sensualitas/seksualitas dan terdapat pengambilan gambar yang hanya menunjuk beberapa fragmen tubuh vitalnya secara 'eksklusif'.	Sedangkan secara non fisik ditunjukkan dengan menampilkan perempuan dalam berbagai karakter (realitas kedua) seperti mudah tergoda laki-laki, seksi, dan agresif.	perempuan melalui <i>physical attractiveness</i> . Sedangkan temuan yang terakhir adalah adanya penokohan dan naturalisasi peran perempuan yang dikemas dalam bingkai humor.	
7.	Persamaan	Meneliti tentang eksploitasi perempuan	Meneliti tentang eksploitasi tubuh perempuan	Teori analisis	Teori analisis	Objek penelitian melalui program tayangan dangdut
8.	Perbedaan	Objek penelitian melalui iklan televisi	Teori analisis	Objek penelitian pada Film Air Terjun Pengantin		Teori analisis
9.	Sumber	www.e-journal.uajy.ac.id	www.eprints.uns.ac.id	www.ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id	www.eprints.undip.ac.id	www.journal.unnes.ac.id

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Metode Penelitian

Metode penelitian adalah prosedur yang dilakukan oleh seseorang untuk mendapatkan data atau memperoleh jawaban atas permasalahan penelitian. Metode penelitian ini muncul karena terjadi perubahan paradigma dalam memandang suatu realitas, fenomena atau gejala. Dalam paradigma ini realitas sosial dipandang sebagai sesuatu yang utuh, kompleks, dinamis, dan penuh makna. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes dengan pendekatan kualitatif.

Sugiyono berpendapat metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.⁴¹

Menurut Moleong, penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain – lain, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata – kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.⁴²

Penelitian kualitatif tidak hanya sebagai upaya mendeskripsikan data tetapi deskripsi tersebut hasil dari pengumpulan data yang dipersyaratkan kualitatif, yaitu wawancara mendalam, observasi partisipasi, studi dokumen, dan dengan melakukan triangulasi.

⁴¹ Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta

⁴² Lexy J. Moleong, 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi cetakan ke duapuluh dua*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Metode analisis semiotika merupakan hakikat yang mempelajari tentang keberadaan suatu tanda yang hasil kontruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya.⁴³ Metode analisis yang mengkaji tanda yang disebut semiotika pada dasarnya mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal – hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat disatukan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Peneliti memaknai analisis semiotika Roland Barthes karena peneliti berusaha menginterpretasikan dan memaknai tanda – tanda untuk mempresentasikan pesan yang disampaikan dalam program tayangan dangdut mania dadakan show (DMD Show). Jadi, dengan menggunakan metode analisis semiotika, peneliti dapat mengetahui makna yang tersembunyi dalam sebuah program tayangan dangdut mania dadakan show di MNC TV.

3.2 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian dalam penelitian ini bertujuan untuk menghindari kesalahpahaman dalam menginterpretasikan dan memudahkan pembaca dalam memahami isi penelitian ini. Maka dari itu peneliti membuat batasan – batasan masalah sehingga tidak membuat penelitian lebih luas. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini yaitu peneliti memfokuskan eksploitasi tubuh perempuan dalam program tayangan DMD Show MNC TV dan peneliti menggunakan penyanyi dangdut untuk dijadikan objek mengenai makna dibalik penggunaan kostum yang terlihat seksi yang menjadi daya tarik *audience*.

⁴³ Elvinaro Ardianto, 2010. *Metode Penelitian Untuk Public Relation*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

3.3 Paradigma Penelitian

Harmon dalam Moleong⁴⁴ (2004:49) mengungkapkan paradigma adalah cara mendasar untuk mempersepsi, berpikir, menilai, dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu khusus tentang realitas. Sedangkan Bogdan & Biklen menyatakan bahwa paradigma merupakan kumpulan longgar dari sejumlah asumsi, konsep, atau proposisi yang berhubungan secara logis, yang mengarahkan cara berpikir dan penelitian. Paradigma seringkali disetarakan dengan “perspektif” atau “sudut pandang”. Paradigma juga dimaknai sebagai “ideologi dan praktik” suatu komunitas ilmunan yang menganut suatu pandangan yang sama atas realitas yang sama untuk menilai aktivitas penelitian dan menggunakan metode serupa.⁴⁵

Berdasarkan paparan di atas, maka paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma kritis. Paradigma kritis sering menjadi landasan berpikir dalam analisis semiotika yang berupaya menghubungkan media massa dan keberadaan struktur sosial. Ragam analisis kritis umumnya menguji makna ideologis media melalui pembongkaran terhadap isi media atau teks. Salah satu konsekuensi dalam paradigma kritikal adalah keharusan dipertimbangkannya aspek – aspek historis dan faktor – faktor sosial budaya, dan ekonomi politik yang mempengaruhi masalah sosial (*sosial problem*) yang menjadi masalah penelitian (*research question*).⁴⁶ Dengan demikian, menurut paradigma ini pesan yang disampaikan dalam program tayangan televisi adalah realitas yang teramati

⁴⁴ Lexy J. Moleong, 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi cetakan ke duapuluh dua*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya hal. 49

⁴⁵ Agus Salim, 2006. *Tori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta:Tiara Wacana

⁴⁶ Anita Widyaning Putri. 2009. “Eksplorasi Tubuh Perempuan Dalam Iklan (Studi Analisis Wacana Kritis Iklan Televisi AXE “Call Me” versi “Sauce”, “Mist”, “Special Need”, “Lost”)”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Universitas Sebelas Maret

sebagai konstruksi para pembuatnya yang dipengaruhi oleh faktor lain, diantaranya, permintaan pasar, dan sistem sosial yang ada di masyarakat.

Demikian pula dalam tayangan DMD Show terdapat kekuatan – kekuatan lain, seperti ekonomi, politik, maupun sosial tentu banyak mempengaruhi munculnya program tayangan ini. Terlebih lagi masyarakat di Indonesia cenderung menikmati suguhan tayangan televisi yang menampilkan tubuh perempuan sebagai objeknya. Dari banyaknya jumlah penonton yang menonton, maka akan mempengaruhi jumlah pengiklan yang akan membeli waktu jeda pada tayangan tersebut.

Secara ontologi paradigma kritis beranggapan bahwa realitas yang teramati merupakan realitas semu yang telah terbentuk oleh proses sejarah dan kekuatan – kekuatan sosial budaya, dan ekonomi politik. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan ideologi atau faktor – faktor apa saja yang terdapat dalam konstruksi realitas yang terdapat dalam sebuah program tayangan pada televisi. Dalam proses konstruksi realitas tersebut program tayangan khususnya dalam tayangan musik dangdut menjadikan perempuan sebagai objek seks semata.

Pada tataran epistemologis paradigma kritis melihat hubungan peneliti dengan yang diteliti selalu dijembatani nilai – nilai tertentu. Dalam rangka memahami suatu realitas peneliti harus menggunakan perspektif pelaku pembentuk realitas. Realitas harus dipahami sebagai kenyataan yang telah diperantai oleh nilai – nilai (*value mediated findings*).

Sedangkan pada level metodologis, paradigma kritis menggunakan metode *participative* yang mengutamakan analisis komprehensif, kontekstual, dan *multi-level analysis* yang dapat dilakukan melalui penempatan diri sebagai partisipan dalam proses penelitian. Teknik penelitian yang digunakan penelitian dilakukan untuk memperoleh pemahaman makna dibalik tanda – tanda yang diperhatikan dalam proses penelitian.

3.4 Unit Analisis

Unit of analysis adalah pesan yang akan di teliti melalui analisis isi pesan yang dimaksud berupa gambar, judul, kalimat, paragraf, adegan dalam isi sebuah tayangan atau keseluruhan isi pesan.⁴⁷

Unit analisis dalam penelitian ini, yakni makna dibalik tanda – tanda dari lima kode Roland Barthes dalam program tayangan DMD Show MNCTV. Sesuai dengan teori yang digunakan, maka program tayangan tersebut akan dianalisis melalui analisis semiotika Roland Barthes. Melalui analisis semotika makna dari program tayangan DMD Show MNCTV yang dibangun melalui lima kode Roland Barthes tersebut dapat terungkap.

Adapun makna lima kode Roland Barthes dalam program tayangan DMD Show MNCTV tersebut, yaitu kode heurmenetik, kode semik, kode simbolik, kode proarietik, dan kode gnomik.

⁴⁷ Dody M. Ghozali, 2005. *Comunication Measurement: Konsep Dan Aplikasi Pengukuran Kinerja Public Relatio*. Bandung: Simbiosis Ekatama Media.

3.5 Instrumen Penelitian

3.5.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan sebuah data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.⁴⁸ Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu terbagi dalam dua jenis sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode wawancara dan metode dokumentasi. Metode wawancara yang dilakukan dengan pakar semiotika Alex Sobur, Harsela Yuni Arianda selaku Associate Producer dalam Program Tayangan DMD Show, dan bertujuan untuk menggali lebih dalam bagaimana pandangan terhadap pengeksploitasian tubuh perempuan melalui media massa dan metode dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode wawancara dalam penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis data.

⁴⁸ Ibid hal 63

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan studi literature sebagai data sekunder. Studi literatur merupakan mencari referensi sumber – sumber tertulis dan dapat dilihat dari sebuah buku, jurnal ilmiah skripsi atau penelitian terdahulu. Peneliti juga menggunakan situs – situs internet yang berhubungan dengan masalah dalam penelitian.

3.6 Teknik Analisis Data

Menurut Patton yang dikutip Moleong (2000:13) mengatakan analisis data dalam penelitian kualitatif adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikan ke dalam suatu pola, kategori dari suatu uraian dasar. Analisis data dimaksudkan untuk menganalisis data dari hasil catatan lapangan, atau sumber informasi yang diperoleh. Setelah data terkumpul maka dilakukanlah proses pengorganisasian dan mengurutkan data ke dalam pola. Secara lebih rinci, uraian ringkas mengenai langkah – langkah analisis yang diolah dari analisis semiotika sebagai berikut :

- a. Inventarisasi data, yaitu dengan cara mengumpulkan data sebanyak – banyaknya baik melalui wawancara, dokumentasi maupun studi literature.
- b. Kategorisasi model semiotik, menentukan model semiotik yang digunakan, yakni model semiotika Roland Barthes.

- c. Klasifikasi data, identifikasi tanda, alasan tanda tersebut digunakan dengan mempertimbangkan elemen semiotika dalam *scene* yang dianggap mewakili pengeksploitasian tubuh perempuan.
- d. Penentuan *scene* tersebut berdasarkan lima kisi – kisi kode Roland Barthes dalam bukunya S/Z seperti dikutip oleh Yasraf A. Piliang.
- e. Analisis data untuk membahas makna menurut kode heurmeneutik, kode semik, kode simnolik, kode proaretik, dan kode gnomik.
- f. Analisis data kemudian dipaparkan secara objektif sehingga dapat menjaga keutuhan dan keorisinilan konsep objek penelitian.
- g. Penarikan kesimpulan, penilaian terhadap data – data yang ditemukan dibahas dan dianalisis selama penelitian.

3.7 Keabsahan Data

Dalam pengembangan validitas data dalam program tayangan DMD Show MNCTV, peneliti menggunakan metode triangulasi yang dapat memperkuat penafsiran validitas tersebut. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut.⁴⁹ Triangulasi dibedakan menjadi 4 macam sebagai pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, antar-peneliti, dan teori.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi metode yang dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data. Dalam penelitian

⁴⁹ Lexy J. Moleong. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi cetakan ke duapuluh dua*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Penelitian

4.1.1 Profile PT Media Nusantara Citra Tbk

PT Media Nusantara Citra Tbk merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang media yang berpusat di Jakarta, Indonesia, didirikan pada tahun 1997. Saat ini, mayoritas sahamnya dikuasai oleh Global Mediacom. Direktur Utamanya hingga saat ini adalah Hary Tanoesoedibjo. Pada 17 Oktober 2011, perusahaan investasi asal Amerika Serikat yang berbasis di Los Angeles, Saban Capital Group membeli 7.5% saham MNC Group. PT Media Nusantara Citra Tbk (MNC or “*the Company*”) adalah perusahaan media Asia Tenggara terbesar dan paling terintegrasi. Kegiatan operasional Perseroan membentuk sebuah platform media yang komprehensif mampu memberikan semua solusi iklan inklusif untuk portofolio klien. Bisnis inti MNC berada di nasional *Free-To-Air (FTA)* siaran televisi dan bisnis konten, sementara bisnis pendukungnya termasuk cetak & *media online* serta radio.

PT Media Nusantara Citra, Tbk. (MNC) terdiri dari berbagai unit bisnis yang terlindung dan dikelola di bawah payung holding company untuk membuat kelompok usaha media terpadu yang dinamis, inovatif dan memanfaatkan pada keunggulan kompetitif dalam sinergi untuk mengatasi tantangan dalam industri media yang sangat kompetitif. MNC melakukan IPO pada 22 Juni 2007 dengan menawarkan 4.125.000.000 saham yang mewakili 30% (20% adalah saham baru) dari saham yang diterbitkan pada Rp 900 per saham share.

MNC telah tercatat di Bursa Efek Indonesia, dengan kepemilikan mayoritas dan kontrol oleh PT Global Mediacom, Tbk (MNC Group). Saat ini, MNC adalah perusahaan multimedia terintegrasi yang terkemuka di Indonesia. MNC mencapai posisi ini dengan menerapkan strategi yang efektif dan dihitung yang menghasilkan nilai bagi Perseroan dan pemegang saham. MNC Group sendiri memiliki Visi Untuk menjadi media yang terintegrasi dan multimedia, dengan fokus pada siaran televisi dan kualitas konten yang disampaikan melalui teknologi tepat guna untuk memenuhi permintaan pasar. Dan Misi Untuk memberikan konsep hiburan keluarga yang paling komprehensif dan digunakan sebagai sumber terbesar di Indonesia berita dan informasi.

4.1.1.1 Sejarah MNC TV

MNCTV merupakan salah satu pelopor stasiun televisi swasta di Indonesia yang mulai mengudara sejak tanggal 20 Oktober 2010 dengan tagline atau slogan selalu di hati. Logo dan merek perseroan MNCTV ini diharapkan dapat memperluas pangsa pasar dan pemirsa dari stasiun ini. Bersamaan dengan kehadiran MNCTV, publik dapat menyaksikan peningkatan kualitas dan keragaman tayangan, sebagai hasil dari komitmen untuk memperbaiki kerja dan budaya perseroan.

MNCTV pada awalnya menggunakan nama dan slogan TPI, di mana TPI sendiri didirikan pada tahun 1990 di Jakarta, sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa penyiaran televisi di Indonesia. TPI merupakan perusahaan swasta ketiga yang mendapatkan izin penyiaran televisi pada tanggal 1 Agustus 1990, dan sebagai stasiun televisi pertama

yang mendapat izin penyiaran secara nasional. TPI mulai beroperasi secara komersial sejak tanggal 23 Januari 1991. Dan pada bulan Juli 2006, Media Nusantara Citra (MNC) mengakuisisi 75% saham TPI. Sejak saat itu secara resmi TPI bergabung menjadi salah satu televisi yang dikelola MNC yang juga merupakan induk dari RCTI dan Global TV.

Secara resmi TPI telah bergabung menjadi satu televisi yang dikelola MNCTV merupakan induk dari RCTI dan Global TV. MNCTV sejak awal juga telah membuktikan diri sebagai stasiun televisi yang paling jeli dalam menangkap selera dan kebutuhan masyarakat Indonesia, stasiun televisi yang benar – benar menampilkan citra Indonesia, mengedepankan tayangan – tayangan sopan dan bisa dinikmati seluruh keluarga. Program – program yang sangat Indonesia inilah yang mampu mengantarkan MNCTV sebagai stasiun televisi papan atas Indonesia. MNCTV sendiri senantiasa mengasah diri sebagai partner yang memberikan layanan terbaik bagi seluruh mitra usaha. Dengan dukungan SDM profesional, MNCTV siap menjadi televisi terdepan yang dapat diandalkan.

MNCTV (sebelumnya TPI) dengan izin Menteri Penerangan No.127/E/RTF/K/VIII/1990 telah menjangkau 158 juta pemirsa di seluruh Indonesia. Berdasarkan riset Nielsen, di tengah persaingan industri pertelevisian yang semakin ketat, MNCTV berhasil mencapai posisi 1 dengan 16,6% audience share pada April 2005.

4.1.1.2 Awal Perubahan TPI Menjadi MNCTV

Sejak 23 Januari 1991, TPI merupakan stasiun televisi swasta pertama yang mengudara secara nasional. Selain itu, TPI juga menjadi pelopor musik dangdut pertama di Indonesia. Akan tetapi, TPI pun akhirnya berganti nama dan logo karena TPI masih sangat kuat sebagai Televisi Pendidikan Indonesia yang sebenarnya sudah tidak sesuai dengan konsep perusahaan, dan juga alasan penggantian ini untuk meningkatkan target market dan kualitas program yang lebih baik. Berikut itu perubahan logo TPI dari tahun 1991 – 2005 :



Logo pada tahun
1991 – 1998



Logo pada tahun
1998 – 2001



Logo pada tahun
2001 – 2005



Logo pada tahun
2005 – 2010

4.1.1.3 Program – Program MNCTV

Televisi merupakan medium yang digunakan untuk memberikan informasi, hiburan, dan pendidikan. Televisi selalu berusaha memberikan program acara yang terbaik demi memberikan sesuatu yang dapat diambil oleh penontonnya. Untuk itu setiap stasiun televisi berlomba – lomba untuk menyajikan program acara yang bukan hanya memenuhi keinginan para penontonya, tetapi juga untuk menarik para pengiklan untuk memilih program yang telah mereka produksi. Untuk itu acara televise sangat bervariasi.

Mulai dari berita sampai drama fiksi dan non-fiksi. Untuk itu MNCTV berusaha memberikan program dengan kualitas terbaik, agar para

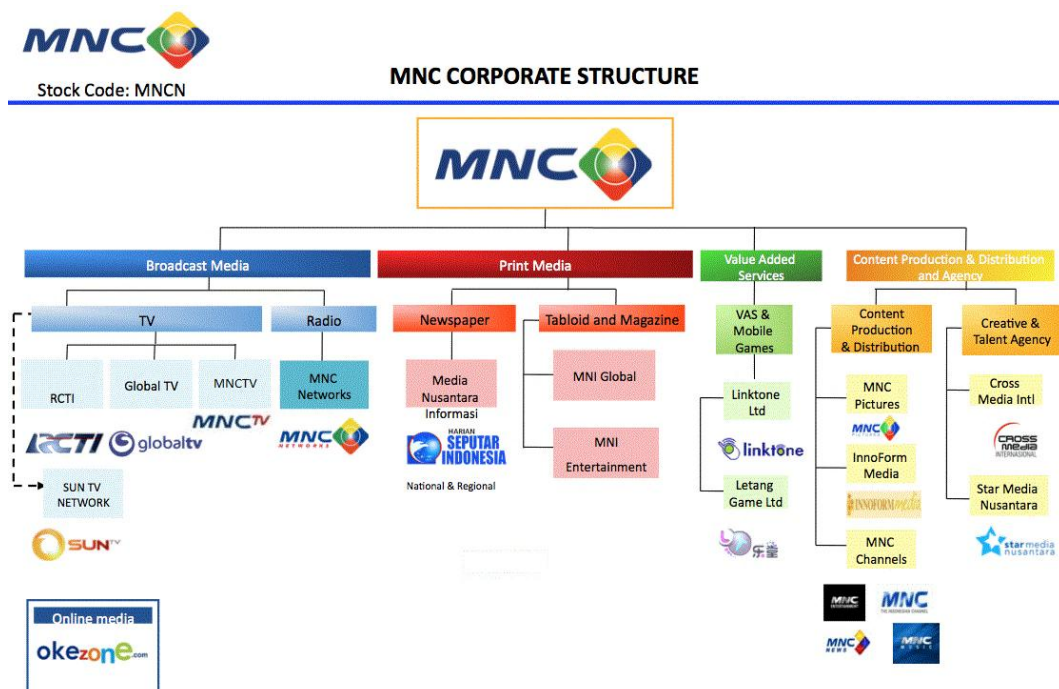
penonton merasa terhibur. Dan berikut ini adalah program – program andalan yang di produksi oleh MNCTV :

1. News Program : Program acara yang berisikan tentang berita baik dalam maupun luar negeri. Program berita yang berisi hardnews dan softnews. Misalnya, Lintas Pagi, Sidik, Lintas Siang, dan Lintas Malam.
2. Musik dan Variety Show : Program acara yang berisi tentang hiburan ringan yang dikemas dengan gaya bahasa yang lebih mudah dipahami dan program berisi gimik, dan mengandung unsur – unsur music didalamnya. Misalnya, Tarung dangdut, Dewi – Dewi Show, KDI, dan Dangdut Mania Dadakan Show.
3. Sport : Program yang berisi berita seputar pemain, dan pertandingan siaran langsung. Misalnya, Premier Highlights.
4. Animasi dan Kids : Program yang berisi cerita anak dibuat secara animasi dan kartun agar anak – anak menyukai acara animasi secara visualisasi. Misalnya, BoboBoy, Upin & Ipin, dan Pada Zaman Dahulu.
5. Drama : Program yang berisi cerita dan konflik yang tertuang dalam sinetron dan FTV. Misalnya, Tendangan Si Madun, Putri Pete, dan Putri Duyung.
6. Informasi : Program yang berisi informasi tentang suatu hal atau hobby. Misalnya, Jendela, Mata Pancing, dan Pelisir.

4.1.1.4 Visi dan Misi MNCTV

Sebagai perusahaan yang besar, MNC TV juga memiliki visi dan misi sebagai target dalam mengembangkan diri. Adapun visi MNC TV adalah Pilihan Utama Pemirsa Indonesia. Sedangkan misi dari MNC TV adalah Tayangan Bercerita Rasa Indonesia Menghibur dan Inspiratif. MNC TV juga memiliki slogan yaitu “Selalu di Hati”.

4.1.1.5 Struktur Organisasi



Gambar 4.1

MNC Corporate Structure

4.1.1.6 Logo 2010 – 2015 :

Gambar 4.2



4.2 Gambaran Umum Program DMD Show

Dangdut Mania Dadakan Show (DMD Show) merupakan sebuah acara reality show yang ditujukan kepada masyarakat yang gemar bernyanyi serta bergoyang dangdut dan dapat menjadi peserta audisi untuk memperebutkan hadiah jutaan rupiah serta berkesempatan menjadi bintang dangdut baru. Pada penelitian ini akan membahas program tayangan televisi DMD Show MNC TV pada beberapa episode yang mengandung unsur pengeksploitasi tubuh perempuan dalam media massa.

Program tayangan televisi DMD Show yang dipandu oleh artis – artis ibu kota yaitu Andika Pratama, Bianca Liza dan Narji ini menghadirkan 10 peserta untuk ditantang bernyanyi dan bergoyang dengan penilaian meliputi tes vokal, kostum, dan koreografi. Juri yang dihadirkan juga merupakan bintang dangdut nasional yang terkenal seperti, Dewi Persik, Julia Peres, Ayu Tingting, serta yang menjadi pembeda dalam program ini yaitu adanya Joe Kriwil yang bertugas untuk menyeleksi peserta lewat tes vokal yang unik dan menjadikan Joe Kriwil merupakan daya tarik bagi masyarakat yang menonton.

Selain itu adanya tuan takur yang menjadi *icon* dalam program ini, dimana tuan takur bertugas sebagai leader di tiap episodenya dan memilih peserta yang menarik untuk menjadi pemenang serta dapat berkesempatan menjadi penyanyi dangdut nasional.

Pada program tayangan dangdut mania diadakan show tubuh perempuan digunakan sebagai komoditi untuk menarik *audience* yang dikategorikan kedalam sensualitas dimana memiliki unsur pornografi dan seksualitas. Peserta yang mengikuti audisi tersebut pun berlomba – lomba menampilkan keindahan lekuk tubuhnya dengan berbagai gerakan demi menarik simpatisan juri dan penonton. Selain itu ekspresi yang ditampilkan oleh pelaku seni di atas panggung dalam program tersebut umumnya didorong oleh hasrat seksual yang digunakan melalui bahasa tubuh, dan pakaian yang dapat bermakna seksualitas sehingga menimbulkan rangsangan seksual atau hasrat untuk melakukan kegiatan seks.

Dalam kasus pertunjukan dangdut di DMD Show, goyang merupakan tanda penting sebagai ciri – ciri musik khas dangdut yakni berupa gerak tubuh atau gestur. Erotisme dan seksualitas digunakan pada figur – figur sensual sebagai daya tarik televisi untuk mendapatkan perhatian penonton dan rating program yang tinggi serta dapat menarik pemodal iklan untuk memasang produknya di setiap jeda tayangan tersebut. Seksualitas diartikan sebagai ciri – ciri, sifat, peranan seks, dorongan seks, kehidupan seks. Sedangkan sensualitas merupakan bagian dari seksualitas pada umumnya, artinya sensualitas dapat berbentuk suatu perilaku yang terkait dengan memberikan kesan yang menunjukkan keindahan, terutama secara fisik.

4.3 Hasil Penelitian

Dalam bab ini, peneliti akan membahas hasil data penelitian dengan objek “Eksplorasi Tubuh Perempuan Dalam Program Tayangan Televisi (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Tayangan DMD Show MNCTV)”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, yaitu pendekatan yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara faktual dan tepat.

Sedangkan paradigma penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma kritis. Paradigma kritis sering menjadi landasan berpikir dalam analisis semiotika yang berupaya menghubungkan media massa dengan keberadaan struktur sosial. Dengan demikian menurut paradigma ini, pesan yang disampaikan dalam program tayangan televisi adalah realitas yang teramati sebagai konstruksi para pembuatnya yang dipengaruhi oleh faktor lain, diantaranya permintaan pasar, dan sistem sosial yang ada di masyarakat.

Selain itu penelitian ini juga menggunakan pendekatan ekonomi politik media, dimana isi media lebih ditentukan oleh kekuatan – kekuatan ekonomi dan politik di luar pengelolaan media. Dalam pendekatan ekonomi politik media, kepemilikan media (*media ownership*) mempunyai arti penting untuk melihat peran, ideologi, konten media, dan efek yang ditimbulkan media kepada masyarakat. Dalam penerapan pendekatan ekonomi politik media, memiliki konsep komodifikasi yang merupakan upaya mengubah apapun menjadi komoditas atau barang dagangan sebagai alat untuk mendapatkan keuntungan. Dalam program tayangan dangdut seperti ini terlihat sekali penggunaan tubuh

perempuan yang dijadikan sebagai alat tukar atau komodifikasi dalam media massa untuk menarik minat penonton sehingga program tayangan tersebut digemari khalayak dan mendapatkan keuntungan dalam kepentingan media.

Selanjutnya peneliti akan menganalisis program tayangan *Dangdut Mania Dadakan Show* di MNCTV pada tayangan 24 November – 26 November 2014. Peneliti menganalisis potongan gambar – gambar berdasarkan lima kode model analisis Semiotika Roland Barthes dalam bukunya *S/Z* seperti yang dikutip oleh Yasraf A. Piliang. Lima kode tersebut yaitu, Kode Heurmeneutik (kode teka – teki), Kode Semik (makna konotatif), Kode Simbolik, Kode Proaretik (logika tindakan), dan Kode Gnomik atau Kode Kultural. Peneliti menggunakan lima kode model analisis semiotika tersebut dengan tujuan untuk mencari makna yang tersembunyi dalam program tayangan tersebut terkait dengan pengeksploitasian tubuh perempuan dalam televisi melalui gaya berpakaian, bahasa tubuh, pengambilan gambar, fokus kamera, dan latar belakang panggung.

Berikut ini adalah potongan gambar (scene) dari 3 (tiga) episode *DMD Show* MNCTV yang tayang pada tanggal 24 November 2014, 25 November 2014, dan 26 November 2014 yang dianggap peneliti mengandung unsur eksploitasi tubuh perempuan dalam program tayangan televisi, sebagai berikut :

4.3.1 Makna dan Tanda Pada Tayangan 24 November 2014

Scene 4.1



Wanita yang sedang bergoyang di atas panggung dengan mencondongkan bokongnya

Scene : Medium Shot

Audio : Laguku – Erie Suzan

Dialog : -

Scene 4.2



Pria yang sedang duduk dan memperhatikan perempuan didepannya dengan kaki kanan yang ditaruh pada kaki kirinya

Wanita yang sedang bergoyang di atas panggung dengan *gesture* tangan berada dipinggang

Scene : Medium Shot

Audio : Laguku – Erie Suzan

Dialog : -

Scene 4.3



Posisi pria dibelakang wanita dan memiringkan kepalanya

Posisi penonton laki – laki yang berada di bawah panggung

Scene : Medium Shot
Audio : Laguku – Erie Suzan
Dialog : -

Scene 4.4



Penggunaan *background* api yang berkobar pada layar di atas panggung

Wanita yang sedang bergoyang di atas panggung dengan mencondongkan bokongnya ke arah kamera

Scene : Long Shot
Audio : Laguku – Erie Suzan
Dialog : -

Scene 4.5



Ekspresi wajah pria yang mengerutkan dahi serta mulut yang terbuka

Scene : Medium Shot
Audio : Laguku – Erie Suzan
Dialog : -

4.3.2 Makna dan Tanda Pada Tayangan 25 November 2014

Scene 4.6



Wanita yang sedang bergoyang dengan ekspresi wajah menggoda dengan mulut yang terbuka

Scene : Medium Shot

Audio : Kereta Malam - Elvy Sukaesih

Dialog : "goyang dulu dong"

Scene 4.7



Wanita yang menggunakan pakaian terbuka dengan ekspresi wajah senang

Scene : Medium Shot

Audio : Kereta Malam - Elvy Sukaesih

Dialog : -

Scene 4.8



Pria berkacamata yang memperhatikan wanita didepannya yang sedang bergoyang

Wanita yang sedang bergoyang di atas panggung dengan pakaian terbuka

Scene : Medium Shot

Audio : Instrument musik dangdut

Dialog : "tuh...tuh...oke keluar ya"

Scene 4.9



Wanita yang menggunakan pakaian terbuka pada bagian dada

Scene : Medium Close Up

Audio : Liku liku – Camelia Malik

Dialog : -

Scene 4.10



Posisi tubuh wanita membelakangkan kamera dan terlihat lekuk tubuhnya

Scene : Medium Shot

Audio : Liku liku – Camelia Malik

Dialog : -

4.3.3 Makna dan Tanda Pada Tayangan 26 November 2014

Scene 4.11



Ekspresi wajah menggoda dari tatapan mata serta bibir yang sedikit terbuka

Scene : Medium Shot

Audio : ABG – Fitri Karlina

Dialog : -

Scene 4.12



Posisi pria yang dikelilingi tiga orang wanita di atas panggung dan mengarahkan kepalanya pada bagian bokong salah satu wanita

Scene : Medium Shot

Audio : ABG – Fitri Karlina

Dialog : -

Scene 4.13



Gesture tubuh pria yang dicondongkan kepada wanita didepannya

Scene : Medium Shot

Audio : Klepek Klepek - Hesty

Dialog : -

Scene 4.14



Pria yang memegang pinggul wanita dengan ekspresi wajah menikmati adegan tersebut

Scene : Medium Shot

Audio : Suka Sama Kamu – Trio Macan

Dialog : -

Scene 4.15



Pria yang sedang memberikan uang kepada wanita dengan ekspresi tersenyum senang serta tatapan menggoda

Scene : Medium Shot

Audio : Instrumen Musik Dangdut

Dialog : -

Berdasarkan lima kode model semiotika Roland Barthes pada potongan gambar pada tanggal 24 November 2014, 25 November 2014, dan 26 November 2014 maka peneliti memperoleh data sebagai berikut :

1. Kode Heurmeneutik

Dalam program tayangan televisi yang menyuguhkan acara musik dangdut tidak terlepas dari tubuh perempuan yang dapat dieksploitasi dan digunakan sebagai objek seksualitas. Hal ini terlihat dari penggunaan pakaian terbuka yang digunakan oleh penyanyi wanita tersebut serta menonjolkan bagian tubuhnya. Program tayangan televisi tersebut memvisualisasikan makna keindahan tubuh perempuan yang dapat diperlihatkan kepada khalayak dan menjadi imajinasi seksual bagi kaum pria. Adapun penjelasan Kode Heurmeneutik pada program tersebut adalah :

A. DMD Show Pada Tayangan 24 November 2014



gambar 4.2

Pada program tayangan ini, unsur pengeksplotasian tubuh perempuan sangat jelas terlihat di dalam setiap scenenya. Dimana program tersebut

menonjolkan bagian tubuh perempuan dengan pakaian yang terbuka serta lekuk tubuh yang menggoda. Hal ini terlihat pada wanita yang bergoyang di atas panggung mencondongkan bagian bokongnya ke arah belakang dengan *gesture* tangan berada dipinggang dan ekspresi wajah menggoda. Sementara itu seorang pria sedang duduk dibelakangnya dan memperhatikan lekuk tubuh wanita didepannya. (lihat gambar 4.2)

Kemudian pengkodean makna pengeksploitasian tubuh perempuan dalam program tayangan ini dilihat dalam adegan dimana wanita tersebut mencondongkan bokongnya ke arah belakang dan terdapat penonton pria yang sedang memperhatikan bagian bokongnya dari bawah panggung. Dari arah belakang wanita tersebut tampak seorang pria yang berdiri dengan menggunakan topeng pada mukanya terlihat memiringkan kepalanya ke arah bagian bokong wanita tersebut. (lihat gambar 4.3)



gambar 4.3

Adegan ini menunjukkan bahwa program tayangan televisi tersebut menggunakan visualisasi keindahan tubuh perempuan yang dibalut dengan pakaian terbuka sebagai daya tarik penonton serta memanjakan imajinasi seksual kaum pria.



gambar 4.4



gambar 4.5

Penggambaran penggunaan tubuh perempuan sebagai imajinasi kaum pria tergambar pada potongan gambar selanjutnya (lihat gambar 4.4), dimana pada *background* panggung digunakan ilustrasi api berkobar yang dapat diartikan ke dalam suasana bersemangat serta bergairah. Asumsi tersebut akan cepat terbangun melihat adegan seorang wanita yang bergoyang mencondongkan bokongnya dengan menggunakan pakaian terbuka pada bagian paha hingga kaki yang memperlihatkan lekuk tubuhnya di atas panggung. Pada scene 4.4 wanita yang bergoyang di atas panggung dan menggunakan pakaian terbuka pada bagian paha tersebut menimbulkan ketertarikan hasrat pada kaum pria. Terlihat dalam scene 4.5 menampilkan seorang pria yang menggunakan pakaian rapih dengan setelan jas berwarna coklat tua berdiri dengan ekspresi wajah mengerutkan dahi dan membuka bagian mulutnya. Hal tersebut menggambarkan bentuk ketertarikan dan keingintahuan seorang pria akan sesuatu yang dapat menimbulkan hasrat seksualnya.

Makna dari penggambaran pengeksploitasi tubuh perempuan yang diciptakan dalam program tayangan ini menunjukkan bahwa tubuh perempuan dalam media massa sering digunakan sebagai sebuah imajinasi seksual bagi kaum pria, dimana kebanyakan masyarakat yang menikmati tontonan seperti ini adalah

dari kalangan kaum pria yang tak dipungkiri bahawa pria lebih mudah terangsang libidonya oleh stimulus visual lewat pancaindra yang melahirkan pencitraan kecantikan dan seksualitas di media massa melalui tayangan televisi.

B. DMD Show Pada Tayangan 25 November 2014



gambar 4.6

Permainan ekspresi wajah wanita yang menggoda menjadi salah satu hal yang dijadikan untuk menarik perhatian kaum pria dalam program tayangan tersebut (lihat gambar 4.6). Pada potongan gambar tersebut terlihat wanita yang mencoba menggoda seorang pria yang berada didepannya dengan *gesture* badan yang bergoyang serta memperlihatkan ekspresi wajah yang menunjukkan daya pikat dengan tatapan mata yang diarahkan kebagian bawah dan bagian mulut yang terbuka. Hal ini membuktikan bahwa tubuh perempuan memiliki unsur seksualitas dalam merangsang libido kaum pria.



gambar 4.7



gambar 4.8

Pada potongan gambar selanjutnya terlihat dua wanita dengan *gesture* tangan yang diangkat ke arah bagian atas dan ekspresi wajah senang (lihat gambar 4.7) menggambarkan bentuk kebebasan serta kesenangan diri. Hal ini kemudian diperkuat dengan *setting* pencahayaan di atas panggung yang dibuat redup serta audio musik R&B yang digunakan di dalam sebuah *club* malam. Sementara itu pada scene 4.8 nampak berdiri seorang pria berkacamata hitam dengan *gesture* tangan yang dilipat dibagian dadanya dan memperhatikan perempuan yang bergoyang didepannya dengan menggunakan pakaian terbuka pada bagian dada, paha, dan kaki. Hal ini dapat menandakan ketertarikan pria akan keindahan tubuh perempuan sehingga kerap digunakan sebagai objek seksual bagi kaum pria. Seperti yang diungkapkan oleh Alex Sobur berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti melalui e-mail, beliau menyatakan bahwa :

“tubuh perempuan diasumsikan dapat membuat laki - laki berfantasi erotis terhadapnya dan membangkitkan gairah seksual laki - laki. Adanya pencitraan demikian melahirkan konstruksi yang lain, bahwa laki - laki hanya dapat terangsang oleh perempuan yang memiliki bentuk tubuh indah.”⁵⁰



gambar 4.9



gambar 4.10

Penggunaan warna merah pada pakaian yang digunakan oleh seorang wanita yang berada di atas panggung (lihat gambar 4.9) melambangkan kekuatan,

⁵⁰ Hasil Wawancara dengan Alex Sobur pada tanggal 5 Juli 2015

kehangatan, cinta, nafsu, agresif, bahaya, berpendirian, dinamis, dan percaya diri.⁵¹ Kemudian pada ekspresi wajah wanita tersebut terlihat tersenyum dengan *gesture* tangan kanan diangkat ke atas dan tangan kiri yang memegang *microphone* sehingga bagian belahan dadanya terlihat dengan jelas pada televisi. Bentuk pengeksplotasian tubuh perempuan dalam program tayangan ini diperkuat dengan potongan gambar pada scene 4.10, dimana lekuk tubuh perempuan tersebut diperlihatkan kepada khalayak sehingga tubuh perempuan diposisikan sebagai objek seksual oleh pria.

C. DMD Show Pada Tayangan 26 November 2014

Jika dilihat secara keseluruhan adegan – adegan dalam episode ini lebih cenderung menggunakan perempuan sebagai komodifikasi dalam media massa. Dimana perempuan digunakan sebagai penarik perhatian kaum pria, terlihat dalam scene 4.12 yang menggambarkan tiga wanita bergoyang dengan ekspresi wajah menggoda dan seolah mengelilingi seorang pria yang mengenakan pakaian setelan jas rapih dengan topi berwarna coklat. Pria tersebut mengarahkan perhatiannya pada bagian bokong salah satu wanita yang sedang bergoyang dengan menundukan bagian kepalanya. Hal tersebut menandakan adanya bentuk ketertarikan pria terhadap bagian tubuh perempuan.

⁵¹ Psikologi dan Arti Warna,
<http://nasional.kompas.com/read/2008/10/09/15551015/psikologi.dan.arti.warna>, diakses pada tanggal 15 Juni 2015



gambar 4.12



gambar 4.13

Dalam program tayangan ini sesungguhnya mengandung unsur pelecehan terhadap kaum perempuan secara terstruktur, dilihat dari adegan yang dilakukan oleh pria yang menggunakan jas berwarna coklat tua terhadap wanita didepannya (lihat gambar 4.13). Dimana bagian tubuh pria tersebut dicondongkan ke arah bagian depan dan tepat berada pada posisi yang disejajarkan dengan bokong wanita tersebut sehingga dapat mengasumsikan gerakan intim bagi penonton dewasa yang melihatnya. Asumsi tersebut akan cepat terbangun dikarenakan hal – hal yang mengandung unsur seksual pada saat ini telah melekat pada pemikiran masyarakat.

Keberadaan perempuan yang mendominasi program tayangan televisi membentuk persepsi khalayak bahwa perempuan terlihat lebih menarik dibandingkan pria karena memiliki sisi keindahan yang dapat dijadikan sebuah komodifikasi dalam media massa. Dimana komodifikasi merupakan proses transformasi suatu barang atau jasa dari nilai gunanya menjadi komoditas yang berorientasi pada nilai tukar. Terlihat dalam penggambaran seorang pria yang sedang memberikan sejumlah uang kepada wanita didepannya, dengan tatapan menggoda dan mimik wajah tersenyum (lihat gambar 4.15).



gambar 4.15

Sementara itu wanita tersebut menggunakan kecantikan wajahnya untuk menarik perhatian pria tersebut, dan penggunaan *lipstick* merah yang digunakannya identik dengan karakter seseorang yang kuat, sensual, percaya diri, berani, ambisi, dan penuh energi.⁵² Hal ini menunjukkan bahwa tubuh perempuan serta kenikmatan dari seorang perempuan dapat ditukar dengan sejumlah uang. Artinya, pada saat ini kecantikan serta tubuh perempuan sering digunakan sebagai alat tukar untuk kepentingan media dan ekonomi dalam media. Dimana pemanfaatan keduanya dapat diukur kedalam sebarang mata uang.

2. Kode Semik (Makna Konotatif)

Kode konotatif merupakan kode yang memanfaatkan isyarat, kumpulan petunjuk dari konsep atau “kilasan makna” yang ditimbulkan oleh penanda – penanda tertentu. Dalam program tayangan televisi ini terdapat tanda – tanda yang memiliki makna konotatif yang mengandung unsur eksploitasi tubuh perempuan untuk kepentingan media, apabila kita memperhatikannya secara lebih mendalam. Maka berikut ini merupakan penjelasan dari Kode Semik pada program tersebut adalah :

⁵² Membongkar Kepribadian Wanita dari Warna Lipstik, m-life.viva.co.id/news/read/548661-membongkar-kepribadian-wanita-dari-warna-lipstik, diakses pada tanggal 18 agustus 2015

A. DMD Show Pada Tayangan 24 November 2014

Makna konotatif dalam potongan gambar pada episode ini menunjukkan bagaimana lekuk tubuh perempuan dieksploitasi dalam media massa. Hal ini terlihat dalam *gesture* tubuh wanita (lihat gambar 4.1) yang mencondongkan bagian bokongnya dengan menggunakan pakaian terusan berwarna hitam yang dapat diartikan sebagai bentuk dari sisi elegan, sexy, kemandirian, dan kesan misterius. Sementara itu potongan pakaian yang terbuka pada bagian paha hingga kaki (lihat gambar 4.1, gambar 4.2, gambar 4.3, dan gambar 4.4) dapat menginterpretasikan makna kepercayaan diri, feminin, dan modern.



gambar 4.1



gambar 4.2

Penggunaan warna merah pada *setting background* panggung dengan ilustrasi gambar api yang berkobar menandakan bahwa panggung tersebut dalam suasana yang memiliki energi, kekuatan, hasrat, erotisme, keberanian, simbol dari api, cinta, panas, kekerasan (lihat gambar 4.4). Warna ini dapat menyampaikan kecenderungan untuk menampilkan gambar secara lebih besar dan dekat.



gambar 4.3



gambar 4.4

Adegan selanjutnya yaitu dimana seorang pria yang berdiri dengan menggunakan tuxedo lengkap dengan *bowtie* atau dasi kupu – kupu terlihat mengerutkan dahi dan membuka sedikit mulutnya (lihat gambar 4.5). Hal ini merupakan sebuah tanda yang dapat diartikan sebagai bentuk rasa keingintahuan akan sesuatu, dimana dalam potongan gambar sebelumnya (scene 4.4) memperlihatkan seorang wanita yang bergoyang dengan mencondongkan bagian bokongnya di atas panggung sehingga memperlihatkan lekuk tubuh wanita tersebut.



gambar 4.5

B. DMD Show Pada Tayangan 25 November 2014

Suasana gembira dan kebebasan terlihat dalam potongan gambar tersebut, dimana dua orang wanita yang berada di atas panggung mengarahkan salah satu tangannya ke atas dengan ekspresi wajah tersenyum senang (lihat gambar 4.7).

Salah satu wanita tersebut menggunakan pakaian terbuka yang memperlihatkan bagian daerah dada, paha, dan kaki dapat diartikan sebagai bentuk karakter seseorang yang memiliki kepercayaan diri tinggi dan rasa ingin menjadi pusat perhatian.



gambar 4.7

Penggunaan pakaian terbuka pada tubuh perempuan, menggambarkan gaya berpakaian atau *style* yang sedang berkembang pada saat ini. Dimana perempuan tidak lagi tabuh untuk memperlihatkan bagian tubuh mereka kepada khalayak (lihat gambar 4.8). Berdasarkan hasil wawancara dengan Ustadzah Ratni, beliau mengatakan bahwa :

“zaman sekarang banyak sekali perempuan – perempuan yang memamerkan tubuhnya di publik atau televisi. Jadi, sebuah stasiun televisi mengeksploitasi tubuh perempuan disebabkan adanya keinginan dari perempuan tersebut yang ingin mengumbar auratnya kepada yang bukan mahramnya dan Allah swt sangat melaknatnya.”

Artinya, sebuah program tayangan televisi memanfaatkan tubuh perempuan disebabkan adanya keinginan dari perempuan tersebut yang ingin memperlihatkan bagian tubuhnya kepada khalayak sebagai sebuah pekerjaan atau profesi.



gambar 4.8

Jika diperhatikan lebih mendalam, sesungguhnya pakaian yang terbuka pada bagian dada, punggung, paha, dan kaki merupakan simbol kekuatan dalam program tayangan dangdut yang dapat mempengaruhi rating dari program tersebut. Hal ini termasuk kedalam komodifikasi intrinsik, dimana proses media melakukan pertukaran dengan rating sehingga akan lebih banyak pemodal iklan yang menaruh produknya dalam setiap jeda program tersebut dan pihak media mendapatkan keuntungan yang besar.



gambar 4.9



gambar 4.10

Pada scene 4.9 dan scene 4.10 terlihat wanita yang menggunakan pakaian berwarna merah dengan postur tubuh padat berisi. Warna merah memiliki makna kekuatan, kehangatan, cinta, nafsu, agresif, bahaya, berpendirian, dinamis, dan

percaya diri.⁵³ Visualisasi wanita yang dapat menjadi imajinasi seksual kaum pria terdapat pada wanita tersebut, terlihat dari *gesture* tubuh yang memperlihatkan lekukan tubuhnya (lihat gambar 4.10) yang berbalut pakaian ketat, kulit yang putih dan bersih, penataan rambut yang rapih dengan riasan wajah yang membuat wanita tersebut tampak lebih memikat (lihat gambar 4.9).

C. DMD Show Pada Tayangan 26 November 2014



gambar 4.11

Penggambaran ekspresi wajah menggoda masih dominan pada program tayangan ini, terlihat dari ekspresi wajah wanita yang membuka sedikit bagian mulutnya dengan tatapan mata yang terkesan nakal dengan penggunaan riasan mata *smoky eye* (lihat gambar 4.11). Hal ini menggambarkan bahwa wanita tersebut sedang mencoba menarik perhatian kaum pria melalui ekspresi wajah yang ia gunakan.

⁵³ Psikologi dan Arti Warna,
<http://nasional.kompas.com/read/2008/10/09/15551015/psikologi.dan.arti.warna>, diakses pada tanggal 15 Juni 2015



gambar 4.12

Gesture tubuh wanita yang menggunakan pakaian bergaris – garis hitam dan putih tampak mencondongkan bagian bokongnya ke arah pria yang berdiri dibelakangnya dapat menimbulkan ketertarikan dan hasrat seksual pria (lihat gambar 4.12). Pria tersebut menggunakan pakaian yang memperlihatkan bagian atas kancing yang terlepas dengan menyelipkan kacamata hitam diantaranya yang menandakan bahwa adanya perasaan nyaman dan bentuk ketertarikan pada sesuatu yang dirasakannya. Pada *background* panggung didominasi menggunakan warna ungu yang melambangkan kemewahan, misteri, dan fantasi.⁵⁴ Sehingga program tayangan ini mengartikan bahwa adanya permainan imajinasi kaum pria akan keindahan tubuh perempuan yang dapat merangsang libido pria dengan stimulus – stimulus visual yang dilakukan oleh wanita yang bergoyang di atas panggung tersebut.

⁵⁴ Warna dan Efek Emosional Psikologis, <http://desainlogodesaign.com/arti-warna-pada-logo-perusahaan-dan-pengaruh-emosionalnya-pada-konsumen/warna-pada-logo-dan-efek-emosional-psikologisnya>, diakses pada tanggal 8 Agustus 2015



gambar 4.14



gambar 4.15

Pada scene 4.14 dan scene 4.15 petanda bahwa tubuh perempuan dieksploitasi dan sebagai komodifikasi dalam program tayangan televisi terlihat jelas. Dimana potongan gambar 4.14 mengartikan bahwa tubuh perempuan hanya digunakan untuk menyalurkan hasrat seksual pria, dilihat dari *gesture* tangan pria yang memegang pinggang wanita didepannya dengan mata terpejam dan ekspresi wajah yang dibuat seolah menikmati moment tersebut. Selanjutnya pada potongan gambar 4.15 terlihat jelas bahwa sesungguhnya wanita dalam media massa kerap digunakan sebagai komodifikasi dimana hal tersebut ditandai dengan wanita yang mudah ditukar dengan sejumlah uang. Hal ini menandakan bahwa kaum pria tetap memiliki kuasa dalam kedudukan sebagai pemimpin bagi kaum wanita.

3. Kode Simbolik

Simbol keindahan tubuh perempuan dalam balutan pakaian terbuka dengan *gesture* tubuh dan ekspresi wajah menggoda tergambar dalam ketiga program tayangan tersebut. Simbol – simbol tersebut menggambarkan posisi wanita dalam realitas sosial yang dieksploitasi dalam media massa.

A. DMD Show Pada Tayangan 24 November 2014



gambar 4.1

Kode ini muncul setelah melihat secara keseluruhan tampilan visual dalam program tayangan ini. Dari *gesture* tubuh yang cenderung dicondongkan, penggunaan pakian seksi maupun ekspresi wajah mengoda yang menggambarkan keindahan dan daya tarik wanita. Keindahan tubuh perempuan disimbolkan oleh lekuk tubuh yang terlihat dalam goyangan yang lebih menonjolkan bagian bokongnya (lihat gambar 4.1). Daya tarik wanita disimbolkan oleh penggunaan pakaian terbuka yang memperlihatkan bagian paha (lihat pada gambar 4.2) sehingga dapat menimbulkan ketertarikan kaum pria untuk melihatnya. Seperti pada scene 4.5 dimana seorang pria dengan ekspresi wajah yang memiliki rasa penasaran akan sesuatu yang dirasakannya.



gambar 4.2



gambar 4.5

Perempuan yang menggunakan pakaian terbuka pada bagian tertentu cenderung ingin diperhatikan dan diposisikan sebagai wanita yang seksi.

Akibatnya banyak wanita yang tidak segan untuk memperlihatkan bagian auratnya kepada khalayak. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ustdzah Ratni, ia mengatakan bahwa :

“seorang perempuan yang telah sampai haidh (baligh) tidak boleh dilihat (hendaklah bertutup) pada badannya melainkan ini dan ini. Jadi, seorang wanita diwajibkan untuk menutup auratnya dengan menggunakan pakaian yang tertutup dan longgar sehingga tidak memperlihatkan lekuk tubuhnya.”⁵⁵

Artinya, seorang wanita yang membuka auratnya dan memperlihatkan kepada khalayak yang bukan mahramnya hukumnya haram. Dimana seorang wanita harus menggunakan pakaian yang dapat menutupi seluruh anggota tubuhnya sehingga aurat seorang wanita itu menjadi hal yang sangat mahal dan tidak dapat dipertontonkan oleh siapa saja terkecuali mahramnya.

B. DMD Show Pada Tayangan 25 November 2014

Keberadaan wanita pada program tayangan ini lebih mendominasi dibandingkan kaum pria. Dimana keindahan tubuh perempuan dikomodifikasi dalam industri pertelevisian, melihat banyaknya wanita yang dijadikan sebagai alat tukar untuk mendapatkan keuntungan serta dalam kepentingan media itu sendiri. Pada scene 4.6 dan scene 4.10 terlihat bahwa simbol kekuatan dari tubuh perempuan dan ekspresi wajah yang menggoda (lihat gambar 4.6) mampu dimanfaatkan untuk menarik perhatian kaum pria sehingga dapat menimbulkan imajinasi seksual dan merangsang hasrat seksual kaum pria. Pada saat ini adegan tersebut sudah tidak dipermasalahkan lagi bahkan terasa lumrah pada program

⁵⁵ Hasil Wawancara dengan Ustadzah Ratni pada tanggl 1 Juli 2015

tayangan musik dangdut, karena pada dasarnya masyarakat di Indonesia memiliki ketertarikan yang lebih dalam hal – hal yang mengandung unsur seksualitas.



gambar 4.6



gambar 4.10

Konsep pakaian terbuka yang memperlihatkan belahan dada seorang wanita (lihat gambar 4.9) merupakan simbol dari gaya berpakaian yang cenderung digunakan pada wanita modern saat ini, dimana bukan hal yang tabu lagi bagi seorang wanita untuk memperlihatkan bagian dari tubuhnya kepada khalayak.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Alex Sobur ia mengatakan bahwa :

“pakaian terbuka dalam berbagai tayangan televisi itu pada dasarnya adalah stimulus-visual yang sebetulnya identik dengan tanda dalam semiotika. Semiotika sebagai ‘ilmu’ yang mengkaji tentang tanda dalam kehidupan manusia. Karena manusia memiliki kemampuan untuk memberikan makna pada berbagai gejala sosial budaya dan alamiah, maka ia pun berkesimpulan bahwa hal tersebut merupakan sebuah tanda dan bagian dari kebudayaan manusia.”⁵⁶



gambar 4.9

⁵⁶ Hasil Wawancara dengan Alex Sobur pada tanggal 5 Juli 2015

Maka dari itu, penggunaan pakaian yang terbuka dan memperlihatkan lekuk tubuh perempuan pada sebuah program tayangan televisi dipengaruhi oleh budaya asing yang berkembang dalam masyarakat. Sehingga banyaknya program tayangan televisi yang cenderung menyuguhkan lekuk tubuh wanita sebagai stimulus visual yang dapat menggairahkan hasrat seksual pada kaum pria dan berdampak pada peningkatan jumlah penonton atau rating pada program tersebut tanpa memfilter terlebih dahulu adegan – adegan dalam tayangan sebelum kemudian dipertontonkan kepada khalayak.

C. DMD Show Pada Tayangan 26 November 2014



gambar 4.11



gambar 4.12

Kode simbolik pada episode ini muncul dari simbolisasi wanita yang memiliki kecantikan (lihat gambar 4.11) dan tubuh yang menggoda (lihat gambar 4.12), dimana hal tersebut sesuai dengan konsep yang hendak ditampilkan dalam program tayangan ini yang mempunyai target penonton dari kaum pria khususnya kaum pria dewasa. Hal itu didukung oleh gerakan – gerakan yang dilakukan di atas panggung yang tak jarang mengandung unsur seksualitas, sehingga masyarakat perlu pintar memilih tayangan yang ingin disaksikan. Simbolisasi dari pemilihan warna pada latar belakang panggung (lihat gambar 4.11, gambar 4.12, gambar 4.13, dan gambar 4.14) dalam karya desain visual tersebut adalah ungu.

Seperti yang telah dijelaskan dalam kode semik, warna ungu merupakan lambang kemewahan, misteri, dan fantasi.



gambar 4.13



gambar 4.14

Simbolisasi dari penggunaan mata uang yang disodorkan seorang pria pada wanita didepannya (lihat gambar 4.15) menggambarkan bahwa wanita hanya dijadikan barang dagangan sebagai pemikat kaum pria.



gambar 4.15

Bentuk komodifikasi dalam media massa terlihat jelas dalam gambar di atas, dimana wanita sering dilecehkan secara terstruktur dalam media massa dan dijadikan sebagai alat tukar yang dilakukan oleh para pelaku bisnis di industri pertelevisian untuk kepentingan dan keuntungan media itu sendiri.

4. Kode Proaretik (Logika Tindakan)

Kode ini dapat disebut juga dengan kode naratif yang merupakan tindakan naratif dasar (*basic narrative action*) dan tindakan – tindakannya dapat terjadi

dalam berbagai sikap yang mungkin diindikasikan. Kode ini disebut pula sebagai suara empirik (*the voice of empirics*). Dalam ketiga episode yang dianalisis oleh peneliti, ketiganya memiliki simbol – simbol pemaknaan eksploitasi tubuh perempuan yang nampak dalam visualisasi program tayangan tersebut. Berikut ini merupakan penjelasan dari Kode *Proaretik* pada program tersebut adalah :



gambar 4.1

Dalam ketiga episode yang dianalisis oleh peneliti, ketiganya memiliki simbol – simbol pemaknaan eksploitasi tubuh perempuan yang nampak dalam visualisasi program tayangan tersebut. Terlihat dalam teknik pengambilan gambar pada potongan gambar 4.1 yang menggunakan teknik *medium shot*, dimana komposisi yang dihasilkan adalah objek yang ditangkap (*point of interest*) sudah terlihat lebih besar dibandingkan pada teknik *long shot*. Hal ini dikarenakan kamera sudah berada atau diletakkan lebih dekat jaraknya dengan objek yang ditangkap.

Pada detail penataan rambut yang dibuat bergelombang dengan penambahan aksesoris jam tangan berwarna emas mencerminkan karakter seorang perempuan yang elegant dan modern (lihat gambar 4.2). Sementara itu balutan *mini dress* yang digunakan oleh perempuan tersebut memberikan gambaran wanita feminin dan modern dengan model pakaian terbuka pada bagian paha, serta *gesture* tubuh yang memperlihatkan lekuk tubuhnya sehingga dapat menarik

perhatian kaum pria yang dapat menimbulkan hasrat seksual (lihat gambar 4.1, gambar 4.2, dan gambar 4.3).



gambar 4.2



gambar 4.3



gambar 4.8



gambar 4.9

Pada selanjutnya penggunaan pakaian yang memperlihatkan tubuh perempuan dalam program tayangan ini mencerminkan karakter wanita pada saat ini yang tidak lagi merasa malu untuk mempertontonkan bagian tubuhnya dan bahasa tubuh yang mengandung unsur erotis kepada khalayak. Terlihat jelas pada potongan gambar 4.8 dan 4.9 dimana wanita – wanita tersebut menggunakan pakaian yang memperlihatkan bagian pundak, dada, belahan dada, hingga paha dan kaki. Hal ini dapat diasumsikan sebagai suatu bentuk pengeksploitasian dan komodifikasi di dalam program tayangan tersebut.

Mengutip pemikiran Engels yang diterbitkan dalam bukunya yang berjudul *The Origin of Family, State and Privet Property*, maka dapat kita pahami bahwa sesungguhnya tindakan kaum laki – laki terhadap perempuan hanya

berdasarkan pada hubungan pertukaran.⁵⁷ Artinya, bahwa apabila wanita ingin mendapatkan pengakuan akan tubuh yang indah, wajah yang cantik, dan menggoda maka ia harus merelakan tubuhnya dieksploitasi sebagai pertukaran. Dalam hal ini media memiliki peran penting sebagai penyunting atau memfilter program – program yang mengandung unsur seksualitas atau porno dan tidak layak untuk ditampilkan, namun pada kenyataannya peran media bertransformasi menjadi fasilitator dalam mengkomodifikasikan tubuh perempuan di media massa (lihat pada gambar di setiap episode).

5. Kode Gnomik (Kode Kultural)

Kode kultural merupakan kode yang menyangkut dengan hal – hal yang bersifat umum yang telah diketahui masyarakat. Kode ini berhubungan dengan stereotip serta paradigma yang berkembang di masyarakat. Pada ketiga episode program tayangan ini tentunya dipengaruhi oleh perkembangan budaya di Indonesia pada saat ini, dimana budaya barat telah sangat mempengaruhi budaya lokal. Hal ini terlihat dalam simbol – simbol penggunaan pakaian terbuka, pemilihan warna pakaian, *gesture* tubuh dan ekspresi wajah menggoda pada wanita tersebut.

⁵⁷ Rangga Galura Gumelar, 2014. Jurnal Riset Komunikasi: Komodifikasi dan Seksualitas Tubuh Wanita Dalam Iklan (Studi Semiotika). Program Studi Ilmu Komunikasi dan Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia: Serang



gambar 4.1

Penggunaan *mini dress* (lihat gambar 4.1) dan tuxedo (lihat gambar 4.5) merupakan merupakan bagian dari subkultur bangsa Eropa, sebagai bentuk pandangan kesan kaum intelektualitas, dan kaum eksekutif. Namun, dalam program tayangan ini penggunaan pakaian – pakaian seperti itu memiliki perubahan makna, yaitu sebagai upaya pengaktualisasian diri akan keindahan tubuh yang dimilikinya serta untuk menarik perhatian kaum pria.



gambar 4.5

Kemudian budaya patriaki mempengaruhi media massa yang menggunakan tubuh perempuan sebagai komodifikasi dalam sebuah program tayangan televisi. Hal ini didukung dengan karakter wanita pada saat ini yang tidak merasa tubuhnya di eksploitasi dalam media massa, karena mereka merasa nyaman menggunakan pakaian yang memperlihatkan bagian tubuhnya. Terlihat dalam scene 4.7 yang menampilkan satu wanita menggunakan pakaian terbuka pada bagian pundak, dada, paha, dan kakinya nampak begitu menikmati suasana

senang tanpa merasa malu akan bagian tubuhnya yang terlihat. Hal tersebut membuktikan bahwa budaya barat sangat kental mempengaruhi perkembangan gaya berbusana pada wanita di Indonesia dan tidak mengindahkan budaya lokal serta ajaran islam, dimana perempuan di Indonesia cenderung menggunakan pakaian yang menutupi bagian kepala hingga ujung kakinya, yang artinya bahwa seorang perempuan tidak diperkenankan untuk mengumbar auratnya di depan yang bukan mahramnya.



gambar 4.7

Visualisasi wanita yang memperlihatkan bagian pundak, dada, belahan dada, paha, dan kaki dijadikan sebagai wujud komodifikasi nyata yang dapat berdampak pada ekonomi politik media. Ekonomi politik media merupakan media sebagai institusi politik dan institusi ekonomi yang mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi khalayak. Hal ini terlihat pada kecenderungan penggunaan tubuh perempuan sebagai daya tarik penonton yang lebih dominan dari kalangan pria.

Konsep pertukaran seperti ini memiliki tujuan untuk menarik jumlah penonton dan pengiklan. Jumlah penonton juga dipengaruhi oleh isi media yang dimana program tayangan ini memiliki konsep penggunaan keindahan tubuh perempuan sebagai hal yang dijual kepada khalayak. Dimana masyarakat di Indonesia cenderung menikmati program tayangan yang dapat menggairahkan

hasrat seksualnya. Sehingga menurut Piliang, ekonomi tidak lagi memiliki terminologi pada kegiatan perdistribusian barang dalam satu area pertukaran ekonomi, akan tetapi telah dikuasai oleh semacam libidonomiss, yaitu pendistribusian rangsangan, rayuan, godaan, kesenangan, kegairahan, hawa nafsu, dalam satu area ekonomi.⁵⁸

4.4 Pembahasan

4.4.1 Eksploitasi Tubuh Perempuan Sebagai Komoditas Media

Program tayangan DMD Show MNCTV merupakan program tayangan musik dangdut yang menyuguhkan konsep berbeda dari program tayangan dangdut lainnya. Program tayangan ini dengan jelas menggambarkan keindahan tubuh perempuan yang dapat di eksploitasi dalam media massa. Dimana penyanyi wanita dalam program tayangan ini kerap menggunakan pakaian yang memperlihatkan bagian tubuhnya.

Eksploitasi merupakan memanfaatkan tenaga atau kemampuan seseorang oleh pihak lain untuk mendapatkan keuntungan baik materil maupun immaterial. Dalam program tayangan ini dapat ditemukan simbol – simbol yang dapat menggambarkan bentuk eksplotasi tubuh perempuan di dalam media massa. Simbol – simbol tersebut terdapat pada penggunaan pakaian yang cenderung memperlihatkan bagian punggung, bahu, dada, hingga kaki serta ekspresi wajah dan gesture tubuh yang dapat merangsang hasrat kaum pria serta menciptakan imajinasi seksualnya.

⁵⁸ ibid hal 10

Gesture tubuh yang dilakukan oleh penyanyi wanita di atas panggung diiringi dengan cara berpakaian yang sering dieksploitasi merupakan simulasi dari gerakan sensual dan seringkali dijadikan daya tarik bagi program tayangan televisi. Dengan menampilkan lekukan tubuh perempuan serta ditunjang dengan pakaian yang cenderung memperlihatkan bagian tubuh dari seorang perempuan itulah dapat dikatakan sebagai bentuk pengeksploitasian tubuh perempuan dalam media massa.

Simbol keindahan tubuh perempuan dalam program tayangan DMD Show MNCTV cenderung mengandung unsur eksploitasi. Yakni dapat dilihat dari ekspresi wajah yang menggoda dan *gesture* tubuh ketika penyanyi tersebut bernyanyi di atas panggung. Selain itu pada penggunaan pakaian yang terbuka dan bentuk tubuh wanita yang dianggap mengandung sensualitas, sehingga menimbulkan kesan seperti: kulit yang putih dan mulus, bibir merah dengan riasan wajah yang mempertegas karakter wanita tersebut, bokong padat berisi, payudara yang berisi, postur kaki yang jenjang dan sebagainya.

Berdasarkan hasil scene yang telah dianalisis dengan menggunakan lima kode Roland Barthes, menyatakan bahwa pada kode hermeneutik terlihat jelas program tayangan DMD Show MNCTV menampilkan bagaimana wanita dieksploitasi serta dijadikan alat komodifikasi dalam media massa. Bagian tubuh yang ditonjolkan dalam acara tersebut dapat menarik hasrat kaum laki – laki yang dijadikan sebagai penarik jumlah penonton. Selain itu dalam kode semik terlihat pada *gesture* tubuh dan penggunaan kalimat – kalimat yang mengandung makna konotatif yang bermakna vulgar.

Kode simbolik pada program tayangan ini ditandai dengan simbol keindahan tubuh perempuan. Dimana terlihat dari lekuk tubuh perempuan yang menggoda dengan gesture tubuh yang menonjolkan bagian – bagian tertentu dari seorang perempuan yang dapat menarik perhatian kaum pria. Sedangkan kode proairetik terlihat dalam penggunaan tubuh perempuan sebagai objek dalam program tayangan tersebut. Dimana menurut pemikiran Engels, bahwa apabila seorang perempuan ingin menarik dan bertahan harus merelakan tubuhnya untuk di eksploitasi sebagai sebuah pertukaran.

Sementara itu kode gnomik pada program tayangan ini terlihat pada kebudayaan lokal yang telah dipengaruhi oleh kebudayaan barat. Dimana penggunaan gaya berpakaian dan simbol – simbol yang digunakan dalam sebuah program tayangan televisi cenderung memperlihatkan bagian tubuh perempuan yang tabu untuk diperlihatkan kepada khalayak atau penonton dan hal tersebut dijadikan sebagai alat tukar untuk sebuah komoditas dalam media massa.

Dimana komoditas merupakan sebuah proses perubahan sesuatu yang memiliki nilai fungsi atau guna menjadi produk marketing yang bernilai dan memberikan perubahan. Hakikat komodifikasi adalah sebuah cara yang dilakukan oleh media, menempatkan nilai fungsi sebuah program tayangan televisi pada media diubah menjadi nilai komoditas.

Dengan demikian kecenderungan pengeksploitasi tubuh perempuan dalam media massa dijadikan sebagai komoditas untuk menarik perhatian penonton. Dan akan mempengaruhi kepentingan ekonomi dalam media, sehingga perusahaan akan mendapat keuntungan dari program tayangan tersebut.

4.4.2 Komodifikasi Konten Dalam Kepentingan Ekonomi Politik Media

Penggunaan tubuh perempuan dalam program tayangan televisi memiliki pengaruh terhadap eksistensi sebuah stasiun televisi. Dimana dengan menyuguhkan keindahan tubuh perempuan di dalam suatu program tayangan televisi akan menaikkan rating program tersebut. Adanya peningkatan rating dalam program tayangan tersebut berkaitan dengan banyaknya pemodal iklan yang menaruh produknya untuk ditayangkan pada program tayangan tersebut.

Hal ini sangat mempengaruhi ekonomi politik di dalam media. Dimana ekonomi politik media menjelaskan perhatian lebih banyak pada struktur ekonomi daripada isi media komunikasi itu sendiri. Teori ini mengemukakan ketergantungan ideologi pada kekuatan ekonomi dan politik di luar pengelolaan media komunikasi massa.

Lembaga media komunikasi massa harus dinilai sebagai bagian dari sistem ekonomi yang berhubungan erat dengan sistem politik. Dimana keuntungan secara ekonomi sangatlah diharapkan oleh sebuah industri. Motif ekonomi sendiri telah mempengaruhi kualitas isi media atau konten yang diproduksi oleh media untuk khalayak, hal ini tidak terlepas dari pengaruh para pemilik modal yang berwenang dalam mengambil kebijakan yang bertumpuh pada permintaan dan penawaran.

Menurut Vincent Mosco terdapat tiga konsep dasar dalam penerapan teori ekonomi politik media, yaitu komodifikasi, spesialisasi, dan stukturasi. Namun berdasarkan ketiga konsep dasar tersebut, dalam penelitian ini menggunakan konsep dasar komodifikasi.

Dimana komodifikasi menurut Vincent Mosco digambarkan sebagai cara kapitalisme dengan membawa akumulasi tujuan kapitalnya atau mudahnya dapat digambarkan sebagai sebuah perubahan nilai fungsi atau guna menjadi sebuah nilai tukar. Dan sekarang ini banyak sekali bentuk komodifikasi yang menggunakan tubuh perempuan dalam perkembangan isi pesan program tayangan televisi sebagai daya tarik penonton.

Peran perempuan dengan unsur dekoratifnya dibidik secara berlebihan sehingga tanpa disadari rangsangan yang sudah tertanam pada memori membentuk dan memperkuat persepsi individu tentang peran perempuan. Simbol – simbol yang terdapat pada program tayangan tersebut semata – mata dilekatkan pada aktivitas erotisme sensual. Dalam masyarakat komoditas, konten kecantikan dan keindahan tubuh perempuan merupakan unsur yang utama. Karena hal tersebut merupakan sebuah pemuas libido kaum pria melalui panca indera.

Sensualitas seringkali ditampilkan dalam bentuk fragmen – fragmen tubuh sebagai penanda dengan berbagai *gesture* tubuh, serta dengan berbagai asumsi makna. Fitur tubuh perempuan ditempatkan ke dalam sebuah sistem tanda dalam komunikasi ekonomi kapitalisme. Misalnya, bibir, mata, rambut, paha, betis, pinggul, perut, buah dada, dan bahasa tubuh yang digunakan semuanya menjadi fragmen – fragmen tanda di dalam media patriarki, yang digunakan untuk menyampaikan makna kepada khalayak.

Maka dari itu eksistensi tubuh perempuan dalam ekonomi politik media telah mengangkat tiga persoalan, yakni tubuh, tanda, dan hasrat. Yang artinya, penggunaan tubuh perempuan dalam program tayangan televisi tidak hanya

menyangkut relasi ekonomi, namun juga pada relasi ideologi. Dimana tubuh perempuan dieksploitasi atau dimanfaatkan dalam berbagai aktivitas yang berhubungan dengan ekonomi politik dalam media massa.

Tubuh perempuan dijadikan sebagai tanda – tanda dalam sebuah sistem yang membentuk citra, makna, dan identitas diri, khususnya dalam masyarakat kapitalis. Dimana di Indonesia sendiri masyarakatnya cenderung menikmati program tayangan yang meyuguhkan keindahan tubuh perempuan dan dapat merangsang libido kaum pria. Dan ketika itu pula perempuan sebagai manusia sudah sedemikian jauh tereduksi harkatnya serta kerap kali menjadi termarginalkan keberadaanya.

Kondisi inilah yang menyebabkan masyarakat mengalami gejala *liibidonomic*. Dimana unsur *libidonomic* dalam masyarakat dapat dipahami sebagai sebuah kondisi dimana dalam benak masyarakat tidak hanya mementingkan transaksi ekonomi tetapi juga transaksi seksual. Transaksi seksual tidaklah secara sempit dipahami sebagai hubungan seksual antara laki – laki dan perempuan melainkan lebih luas sebagai mental seksual. Artinya, dalam pemikiran individu sudah secara otomatis dipengaruhi oleh hawa nafsu sehingga dalam berpikir mereka lebih berlandaskan kepada nafsu bukan akal yang realistis.

Maka, tidaklah heran jika masyarakat khususnya di Indonesia akan dengan senang hati menerima program – program tayangan televisi yang berkonten menyimpan simbol – simbol seks. Misalnya, dengan memperlihatkan keindahan tubuh perempuan yang dibalut dengan pakaian terbuka pada bagian punggung, dada, paha, hingga kaki dan mengandung unsur erotisme dalam *gesture* tubuh yang ditampilkan dalam media massa.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil data tentang eksploitasi tubuh perempuan dalam program tayangan televisi dangdut mania dadakan show dengan menggunakan lima kode analisis semiotik Roland Barthes, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Kode Heurmeneutik

Pada ketiga episode program tayangan DMD Show MNCTV penggambaran makna eksploitasi tubuh perempuan terlihat dalam visualisasi keindahan tubuh perempuan yang digunakan dalam media massa sebagai daya tarik penonton yang dikemas dalam penggunaan pakaian terbuka pada bagian dada yang memperlihatkan payudaranya, bagian paha, hingga kaki yang dapat digunakan sebagai sebuah imajinasi seksual kaum pria karena adanya stimulus visual lewat pancaindra, dimana kebanyakan yang menonton tayangan seperti ini adalah kaum pria yang memiliki tingkat seksualitas yang lebih tinggi dibandingkan wanita.

2. Kode Semik

Pada ketiga episode program tayangan DMD Show MNCTV menunjukkan bahwa pengeksploitasian tubuh perempuan dalam media massa digambarkan melalui penggunaan warna pakaian yang dapat dijadikan sebagai tanda dan memiliki makna. Misalnya, pada warna merah

memberikan kesan akan kekuatan, kehangatan, cinta, nafsu, agresif, dan percaya diri, ditambah *setting background* panggung dengan ilustrasi gambar api yang berkobar sebagai bentuk suasana yang memiliki kekuatan, hasrat, erotisme, keberanian, simbol dari api, cinta, dan panas, yang didukung dengan ekspresi wajah dan *gesture* tubuh yang menggoda. Sehingga program ini mengartikan bahwa adanya permainan imajinasi akan keindahan tubuh perempuan yang dapat merangsang libido kaum pria.

3. Kode Simbolik

Simbol eksploitasi tubuh perempuan dalam ketiga episode program tayangan DMD Show MNCTV terdapat pada keindahan tubuh perempuan sebagai sosok yang memiliki karakter seksi dan menggoda, didukung dengan pakaian terbuka yang memperlihatkan bagian – bagian tubuhnya yang tabu untuk diperlihatkan kepada khalayak, bahasa tubuh, dan ekspresi wajah yang dapat dikomodifikasikan sebagai pemikat penonton kaum pria.

4. Kode Proairetik

Pemaknaan eksploitasi tubuh perempuan dalam visualisasi dari ketiga episode program tayangan DMD Show MNCTV terdapat pada peran media massa yang telah menjadi fasilitator dalam mengkomodifikasikan tubuh perempuan di media massa dan didukung dengan teknik pengambilan gambar yang fokus kamera mengarah pada bagian – bagian vital perempuan yang dapat menimbulkan rangsangan terhadap kaum pria.

5. Kode Gnomik

Kode kultural pada ketiga episode ini dapat disimpulkan dari budaya luar yang mempengaruhi budaya lokal dan divisualisasi dengan penggunaan pakaian terbuka sebagai upaya pengaktualisasian diri akan keindahan tubuh yang dimilikinya serta sebagai bentuk untuk menarik perhatian kaum pria. Dimana pada saat ini hal semacam itu tidak sesuai dengan kebudayaan lokal di Indonesia.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai eksploitasi tubuh perempuan dalam program tayangan televisi Dangdut Mania Dadakan Show, maka peneliti menyarankan beberapa hal, sebagai berikut :

1. Penggunaan tubuh perempuan dalam media massa sebaiknya dihentikan agar tidak terjadi kesenjangan gender dalam sebuah program tayangan televisi. Dilihat dari banyaknya potongan gambar yang peneliti analisis, ternyata tubuh perempuan dimanfaatkan sebagai objek yang lebih kuat dibandingkan pria. Perempuan dalam media massa digambarkan sebagai pemuas nafsu atau hasrat pria yang menjadikan perempuan dapat dipandang rendah dan tidak berharga dalam realitas sosial.
2. Riset mengenai program tayangan televisi bertemakan pengeksploitasi tubuh perempuan yang menggunakan analisis semiotika perlu diperbanyak lagi. Dengan menggunakan metode analisis semiotika menurut beberapa para ahli, dan tentunya dapat mengungkap bahwa pengeksploitasian tubuh

perempuan tidak hanya dalam program tayangan dangdut saja melainkan dalam program tayangan lainnya.

3. Pembuat program tayangan dangdut di televisi memperhatikan konsep yang ditampilkan. Dengan pemanfaatan tubuh perempuan dalam sebuah program tayangan televisi akan berdampak negatif di masyarakat. Kemudian pembuat program tayangan dangdut perlu lebih menggali ide lain yang tidak hanya berfokus dari permasalahan seksualitas, khususnya seksualitas perempuan. Sedangkan dalam penayangannya sebaiknya dilakukan proses editing yang selektif untuk menghindari penampilan yang vulgar dan erotis dari pelaku seni musik dangdut agar tidak sampai dilihat oleh anak – anak di bawah usia dan para remaja yang akan berdampak negatif bagi perkembangannya.

Daftar Pustaka

- Agus Salim. 2006. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta:Tiara Wacana
- Ardianto, Elvinaro. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Barker, Chris. 2009. *Cultural Studies*. Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Baudrillard, Jean. 2009. *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Effendy, Onong. 1993. *Human Relationship dan Public Relation*. Jakarta: Mandar Maju.
- _____. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fajar Junaedi, dkk, 2009. *Komodifikasi Budaya dalam Media Massa*, Surakarta: Sebelas Maret University Press
- Kuswandi, Wawan. 2008. *Komunikasi Massa*. Jakarta: Rineka Cipta
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lexy J. Moleong. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi cetakan ke duapuluh dua*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Little john, Stephen W & Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi (theories of human communication)* edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mosco, Vincent. 1996. *The Political Economy of Communication*. London: Sage Publication
- Parwadi, Redatin. 2004. *Televisi Daerah Diantara Himpitan Kapitalisme Televisi*. Pontianak: Untan Press.
- Piliang, Yasraf Amir. 2010. *Post-realitas*. Yogyakarta: Jalasutra
- Purba, Amir, dkk. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Medan: Pustaka Bangsa Press
- Sobur. Alex. 2004. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta

- _____. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta
- Susanto, Astrid S. 1974. *Komunikasi Dalam Teori Dan Praktek*. Bandung: Binacipta
- Sutisno. 1993. *Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi dan Video*. Jakarta: Grasindo
- S, Rema Karyanti. 2005. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Usman. 2009. *Ekonomi Media: Pengantar Konsep dan Aplikasi*. Bandung: Ghalia Indonesia.
- Wiriyanto. 2004. *Pengantau Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.

Jurnal Komunikasi :

- Gumelar, Rangga Galura, 2014. *Jurnal Riset Komunikasi: Komodifikasi dan Seksualitas Tubuh Wanita Dalam Iklan (Studi Semiotika)*. Program Studi Ilmu Komunikasi dan Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia: Serang
- Haryono, Slamet, 2002. *Dangdut Dan Eksploitasi Seks Perempuan*.
<http://journal.unnes.ac.id>
- Lingga, Dinara, 2012. *Representasi Sosok Perempuan Dalam Tayangan Kakek – Kakek Narsis (Analisis Semiotika)* <http://eprints.undip.ac.id>
- Putri, Anita Widyaning, 2009. *Eksploitasi Tubuh Perempuan Dalam Iklan (Studi Analisis Wacana Kritis Iklan Televisi AXE “Call Me” versi “Sauce”, “Mist”, “Special Need”, “Lost”)* eprints.uns.ac.id/2310/1/99480209200909351.pdf
- Pratama, Dio, 2014. *Eksploitasi Tubuh Perempuan Dalam Film “Air Terjun Pengantin”* <http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/>
- Wicaksono, Ignatius Prasetyo, 2012. *Representasi Eksploitasi Perempuan Dalam Iklan (Analisis Semiotika Greimassian tentang Eksploitasi Perempuan dalam TVC Berrygood Versi “Bikin Good Mood*.
e-journal.uajy.ac.id/238/1/0KOM03090.pdf

Sumber Lain :*Makna Warna*

(<http://fitinline.com/article/read/unsur-desain-fashion-unsur-warna-makna-warna-2/>
diakses pada tanggal 11 agustus 2015)

Memaknai Warna dalam Sebuah Desain,

(http://abangadekadv.com/index.php?option=com_content&view=article&id=66&itemid=89//, diakses pada tanggal 12 agustus 2015)

Membongkar Kepribadian Wanita dari Warna Lipstik,

(m.life.viva.co.id/news/read/548661-membongkar-kepribadi-wanita-dari-wanita-lipstik/
diakses pada tanggal 18 agustus 2015)

Psikologi dan Arti Warna,

(<http://nasional.kompas.com/read/2008/10/09/15551015/psikologi.dan.arti.warna/>
diakses pada tanggal 15 Juni 2015)

Type Of Shot

(<http://www.kelasfotografi.com/2015/02/mengenal-macam-macam-teknik-pengambilan.html/>, diakses pada tanggal 11 agustus 2015)

Warna dan Efek Emosional Psikologis

(<http://desainlogodesign.com/arti-warna-pada-logo-perusahaan-dan-pengaruh-emosionalnya-pada-konsumen/warna-pada-logo-dan-efek-emosional-psikologisnya/>
diakses pada tanggal 8 agustus 2015)

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi: 1. Ilmu Administrasi Negara
2. Ilmu Komunikasi
3. Ilmu Pemerintahan

Jalan Raya Jakarta KM.4 Phone (0254) 280330 Ext. 228, Fax. 0254-281245 Pakupatan Serang
Banten url: <http://www.fisip-untirta.ac.id>, Email: kontak@fisip-untirta.ac.id

Nomor : /UN.43.6.2/PG/2015 11 Juni 2015
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Ijin Mencari Data

Kepada Yth.
Tim DMD Show MNCTV
di
Tempat

Dengan Hormat,
Sehubungan dengan diselenggarakannya kegiatan riset mahasiswa kami di Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, maka kami yang bertanda tangan di bawah ini memberikan tugas kepada mahasiswa berikut ini untuk mencari data yang dibutuhkan,

Nama : Dina Suci Novianti
NIM : 6662110035
Semester : 8
Mata Kuliah : Skripsi
Judul : Perempuan Dalam Tayangan Dangdut
(Analisis Semiotika Roland Barthes
Dalam Program Tayangan DMD Show MNCTV)
Data : Wawancara mengenai peran perempuan dalam program tayangan DMD Show diperlukan MNCTV

Untuk itu kami berharap dan memohon kepada Bapak/ Ibu untuk dapat **memberikan izin guna mencari data** yang dibutuhkan mahasiswa tersebut.

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasamanya, kami mengucapkan terima kasih.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Neka Fitriyah, S.Sos, M.Si
NIP. 197708112005012003

Lampiran 2 Scene DMD Show MNCTV

SCENE DMD SHOW MNCTV



SCENE DMD SHOW MNCTV



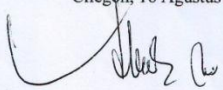
Lampiran 3 Surat Pernyataan Ketersediaan Informan

Surat Keterangan Ketersediaan Informan Untuk di Wawancarai

Dengan ini saya selaku informan menyatakan ketersediaan untuk wawancara sebagai kegiatan dalam skripsi data mahasiswa yang bernama :

Nama : Dina SuciNovianti
NIM : 6662110035
JudulSkripsi : **Eksplorasi Tubuh Perempuan Dalam Program Tayangan Televisi (AnalisisSemiotika Roland Barthes DalamProgram TayanganDMD Show MNCTV)**

Cilegon, 16 Agustus 2015


(Drs. Alex Sobur,M.Si.)

Lampiran 4 Surat Pernyataan Ketersediaan Informan

Surat Keterangan Ketersediaan Informan Untuk di Wawancarai

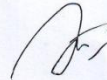
Dengan ini saya selaku informan menyatakan ketersediaan untuk wawancara sebagai kegiatan dalam skripsi data mahasiswa yang bernama :

Nama : Dina Suci Novianti

NIM : 6662110035

Judul Skripsi : **Eksplorasi Tubuh Perempuan Dalam Program Tayangan Televisi
(Studi Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Tayangan DMD
Show MNCTV)**

Serang, 01 Juli 2015



(RATNI)

Lampiran 5 Hasil Wawancara

Alex Sobur (Penulis Buku Semiotika Komunikasi)

Tanggal : 5 Juli 2015

Via Email

Q : Konsep dasar yang menyatukan semiotika adalah tanda yang didefinisikan sebagai stimulus yang menunjukkan beberapa kondisi. Menurut bapak, stimulus seperti apakah yang dapat diartikan sebagai tanda dalam analisis semiotika?

A : Dalam perspektif psikologi, istilah stimulus merujuk pada tiga hal, yakni sesuatu yang secara eksternal memengaruhi sesuatu/peristiwa; sebuah konsep dalam behaviorisme; dan perubahan terdeteksi dalam internal atau eksternal lingkungan. Sementara, dalam komunikasi, kita mengenal salah satu model komunikasi yang disebut model S-R (Stimulus-Respons). S-R pada dasarnya merupakan proses psikologis di mana subjek eksperimen belajar untuk menampilkan beberapa tindakan sebagai respons dari stimulus pesan yang telah dihubungkan dengan tindakan yang dipermasalahkan. Proses ini mendasari sejumlah besar teori pembelajaran yang diterapkan dalam penelitian awal mengenai efek komunikasi dan media. Belum terbukti menjadi panduan yang baik bagi realitas. Nah, dikaitkan dengan pertanyaan stimulus seperti apakah yang dapat diartikan sebagai tanda dalam analisis semiotika, secara singkat saya bisa menyebutnya sebagai stimulus visual.

Q : Bagaimana pandangan bapak terhadap media massa yang seringkali mengeksploitasi tubuh perempuan sebagai daya tarik dalam sebuah program tayangan dangdut di televisi?

A : Dari perspektif ekonomi media, jelas bahwa tubuh berkorelasi dengan keuntungan ekonomi. Para sosiolog dan antropologis telah mengkaji berbagai aspek tubuh dalam kaitannya dengan hal-hal mendasar pada kebudayaan dan masyarakat: (1) tubuh berperan dalam metafora sosial, misalnya pada istilah kepala gerja; (2) metafor itu bersifat normatif,

misalnya pada banyak masyarakat tangan kiri dan sisi nkiri dianggap jahat; (3) gagasan tentang polusi tubuh bersifat krusial dalam mendefinisikan normalitas sosial, misalnya aturan kehalalan makanan menjadi bagian keyakinan dan praktik tentang hal-hal sakral (sacred). Penyimpangan terhadap aturan ini dianggap berbahaya baik bagi individu maupun masyarakat secara keseluruhan.

Sejumlah perdebatan muncul dalam analisis atas tubuh. (1) Ada pandangan bahwa tubuh manusia bukanlah sekadar takdir biologis, melainkan konstruksi sosial. Tubuh diproduksi oleh wacana dan praktik sosial. (2) mengikuti gagasan Foucault, ada pendapat bahwa pada masyarakat modern tubuh telah menjadi target pengintaian, disiplin, dan pengendalian yang tak berakhir dan mendetail; (3) teori lain yang dipengaruhi oleh Elias telah menyelidiki perubahan jangka panjang dalam praktik tubuh seiring proses peradaban; (4) teori feminis mencoba memahami bagaimana patriarki (patriarchy) menentukan sikap sosial perempuan yang rapuh, irasional, dan tidak dapat diterka. Kaum feminis menyangkal gagasan bahwa perempuan ditentukan oleh anatominya; (5) secara umum, para sosiolog menaruh perhatian pada bagaimana secara historis pengaturan atas tubuh dianggap niscaya bagi pengaturan masyarakat.

Q : Apakah seorang perempuan yang menggunakan pakaian terbuka pada bagian lengan dan kaki dapat dikategorikan sebagai tanda dalam analisis semiotika?

A : Pakaian terbuka dalam berbagai tayangan TV itu pada dasarnya adalah stimulus-visual yang sebetulnya identik dengan tanda dalam semiotika. Semiotik sebagai 'ilmu' yang mengkaji tentang tanda dalam kehidupan manusia. Karena manusia memiliki kemampuan untuk memberikan makna pada berbagai gejala sosial budaya dan alamiah, maka ia pun berkesimpulan bahwa tanda adalah bagian dari kebudayaan manusia. Dengan demikian, semiotik adalah 'ilmu' yang dapat digunakan untuk mengkaji tanda dalam kehidupan manusia. Istilah tanda, sebagaimana yang dipergunakan Saussure, bersifat sangat umum, bisa berarti apa yang orang lain disebut kalimat,

klausa, frasa, kata, atau morfem. Bahkan, dalam studi semiotika, objek kajian semiotika bukan hanya tanda linguistik, melainkan juga meliputi semua objek yang secara sepintas bukan merupakan tanda. Untuk membedakan tanda yang dipelajari oleh semiotika dari tanda “sejati” sebagaimana dipelajari dalam linguistik, dipakailah istilah sign-function. Dalam praktiknya, dalam analisis semiotik tetap dipakai istilah tanda (sign) sehingga orang melupakan bahwa objek itu sebenarnya bukan tanda melainkan sebuah nilai guna atau fungsi. Mengapa kita bisa meloncat dari objek sebagai nilai guna ke objek sebagai tanda? Mengapa topi yang semula untuk melindungi kepala dari terik matahari berubah menjadi tanda gaya hidup (*lifestyle*)? Mengapa juga kaum muda kita harus repot-repot antri semalam suntuk untuk memperoleh buku seri Harry Potter terbaru berubah menjadi budaya-pop? Mengapa pula tubuh-tubuh perempuan yang semula dihadirkan untuk merepresentasikan sebuah keindahan kemudian dieksploitasi menjadi alat ekonomi-politik media? Serangkaian pertanyaan ini tentu sudah menyentuh persoalan antropologis-filosofis tentang status tanda dalam hidup

Q : Bagaimana menurut bapak citra perempuan dalam media massa dengan melihat adanya program tayangan dangdut di televisi yang menampilkan tubuh perempuan yang menggunakan pakaian terbuka dan lekukan tubuh?

A : Salah satu hal yang menarik di akhir abad ke-20 dan awal abad ke-21 ini adalah munculnya dua gejala ekstrem yang saling bertentangan tentang tubuh manusia. Di satu pihak, tubuh meledak berkembang biak dan dipuja dalam rupa citraan-citraannya, di pihak lain ia disiksa dalam praksis, dicincang dalam wacana filosofis, dan bahkan sosok realnya menghilang dalam dunia citraan siberetik. Eksposisi tubuh kini demikian ekstensif serentak intensif. Ekstensif, sebab tubuh kini menjadi lingkungan visual kita di mana pun kita berada. Di televisi, misalnya, juga pada billboard iklan, aneka video, di majalah, koran, dan tabloid; di segala tempat dan saat kita bertemu citraan tubuh, dikepung oleh tubuh, sepertinya tubuh adalah satu-

satunya bahasa komunikasi yang paling mudah dimengerti. Intensif, sebab belum pernah tubuh menjadi salah satu tema utama refleksi filosofis dan perenungan estetis sedemikian mendalam seperti pada beberapa dekade terakhir ini.

Q : Melihat adanya program tayangan dangdut di televisi yang menggunakan tubuh perempuan sebagai daya tarik. Apakah ada perbedaan antara realitas perempuan di dalam program tersebut dengan realitas dimasyarakat?

A : Penggunaan tubuh perempuan sebagai daya tarik dalam tayangan dangdut di tv mungkin agak kurang relevan jika dikaitkan dengan ungkapan konstruksi realitas. Akan lebih relevan jika dikatakan sebagai konstruksi seksualitas, yakni bahwa laki-laki lebih mudah terangsang libidonya oleh stimulus visual lewat pancaindra, melahirkan pencitraan kecantikan dan seksualitas di media massa, lewat tayangan tv, misalnya. Tubuh demikian diasumsikan dapat membuat laki-laki berfantasi erotis terhadapnya dan membangkitkan gairah seksual laki-laki. Adanya pencitraan demikian melahirkan konstruksi yang lain, bahwa laki-laki hanya dapat terangsang oleh perempuan yang bertubuh indah.

Q : Menurut bapak, Apakah sebuah pengeksploitasian tubuh perempuan dapat dijadikan sebagai alat dalam ekonomi politik media? Mengapa?

A : Pengeksplotasian tubuh perempuan kerap dijadikan alat ekonomi-politik media. Ketika lelaki mulai menggunakan “kecantikan” atau tubuh perempuan sebagai sebarang mata uang dalam sirkulasi antar-mereka, maka sejak revolusi industri, ide tentang “kecantikan” atau tubuh berkembang bersamaan dengan ide tentang uang, sehingga keduanya nyata-nyata menjadi paralel dalam ekonomi konsumen kita. Seorang perempuan, saat memamerkan lekak-liku tubuhnya, tampak sebagai sesuatu yang harganya berjuta-juta dolar; dia adalah kecantikan kelas satu, wajahnya adalah keberuntungannya. Sejak dulu kala, perempuan belajar memahami tubuh dan kecantikan mereka sebagai bagian dari perekonomian ini. Dan ini paralel dengan tuntutan ekonomi-politik media untuk menghadirkan mereka lewat stimulus-visual.

Lampiran 6 Hasil Wawancara

Wawancara Harsela (Associate Produser DMD Show MNCTV)

Tanggal : 20 Agustus 2015

Via Email

Q : DMD Show secara singkat

A : DMD merupakan program acara singing kontes yang tidak terlalu formal seperti acara kompetisi lainnya, program ini dikemas dengan lebih santai dan menyenangkan.

Q : Apakah tujuan dibuatnya acara DMD Show?

A : Tujuan DMD dibuat untuk memfasilitasi para penyanyi dangdut panggung ke panggung yang memiliki bakat menyanyi dan kelebihan lainnya agar bias tampil di layar kaca dan dapat disaksikan seluruh masyarakat Indonesia.

Q : Apakah perempuan memiliki peran penting dalam sebuah program tayangan dangdut?

A : Di dalam sebuah program tayangan tidak saja hanya perempuan sebagai pengisi acara, namun tidak dipungkiri banyaknya penyanyi dangdut wanita pada saat ini dibandingkan dengan penyanyi pria yang memiliki banyak sisi menarik dari wanita. Maka dari itu penyanyi wanita dalam televisi tidak dipungkiri memiliki keunggulan yang lebih dibandingkan penyanyi pria.

Q : Dalam pengambilan gambar peserta/ artis dangdut seringkali memfokuskan pada gerakan tubuh perempuan serta menampilkan keseksian tubuh perempuan. Apakah tubuh perempuan memiliki nilai yang lebih di media massa dibandingkan dengan laki – laki?

A : Dalam setiap episode team selalu menggunakan tehnik pengambilan gambar yang berbeda, karena hal tersebut berkaitan dengan treatment acara atau kebutuhan khusus ditiap episodanya (misal; tata cahaya, lagu, treatment dancer, LED, dll).

Q : Program tayangan dangdut tak terlepas dari pakaian yang terbuka pada bagian dada, kaki, dan punggung. Apakah perubahan budaya mempengaruhi penggunaan pakaian seksi dalam penampilan peserta/ artis dangdut?

A : Bisa jadi, karena tidak dapat dipungkiri bahwa pengaruh *trendfashion* yang berkembang tiap tahunnya mampu memberikan dampak yang cukup besar dibelahan dunia manapun.dan tidak hanya penyanyi dangdut yang mengaplikasikan perubahan gaya berbusana yang seperti itu.

Q : Menurut anda, bagaimanakah media massa menggambarkan citra perempuan dalam realitas sosial?

A : Media massa berusaha menggambarkan citra seorang perempuan sebagai seorang pribadi yang mandiri dan mampu bersaing dengan kaum adam dalam hal seni kreativitas dan membuat sosok wanita yang sempurna (missal; identik dengan kecantikan, berkulit putih, bertubuh langsing, rambut panjang, dll).

Q : Menurut anda, apakah ekonomi politik media memiliki peran penting dalam sebuah program tayangan televisi?

A : Sangat berperan penting, karena hal tersebut berkaitan dengan kesejahteraan perusahaan kedepannya (seperti : gaji karyawan, perputaran modal, maintenance alat, dll).

Q : Menurut anda, apakah faktor kepemilikan media, modal, dan media dianggap menentukan bagaimana wujud isi media?

A : Kepemilikan modal dalam media sangat berpengaruh untuk kelangsungan isi media sebagai acuan untuk memberikan informasi yang baik dan dibutuhkan oleh masyarakat dan sebuah tayangan harus memiliki beberapa kriteria seperti, informasi yang selalu update atau fenomena yang terjadi di masyarakat saat itu, mengandung unsur humoris, empati, drama, edukasi, dll

Lampiran 7 Hasil Wawancara

Wawancara Ustadzah Ranti

Tanggal : 1 Juli 2015

Lokasi : Komp. Ciceri, Serang.

Situasi : Pada sore hari sewaktu menunggu berbuka puasa.

Q : Dalil dan hadis apa yang menjelaskan bagaimana cara seorang wanita dalam berpakaian?

A: Sebelum membahas hadis, sebelumnya ayat yang menjelaskan tentang bagaimana wanita berpakaian sangatlah banyak sekali, seperti surat Al - Ahzab ayat 59. Dimana seorang wanita harus menutup auratnya dengan menggunakan jalbab. Jalbab itu merupakan kata jamak dari kata jilbab. Jilbab adalah pakaian longgar yang berbentuk panjang hingga menutup seluruh aurat wanita. Jalbab sendiri ditafsirkan oleh para musfir. Dalil tentang jilbab ada dalam surat An - Nur ayat 31. Disebutkan disitu yaitu khimar (kerudung) yang berfungsi untuk menutup kepala hingga bagian dada. Hadis yang menjelaskan tentang cara perempuan berpakaian salah satunya hadis riwayat dari HR Abu-Dawud., dimana berbunyi “seorang perempuan yang telah sampai haidh (baligh) tidak boleh dilihat (hendaklah bertutup) pada badannya melainkan ini dan ini”. Jadi, seorang wanita diwajibkan untuk menutup auratnya dengan menggunakan pakaian yang tertutup dan longgar sehingga tidak memperlihatkan lekuk tubuhnya.”

Q : Apakah hukuman bagi wanita yang menggunakan pakaian yang sempit dan terbuka hingga memperlihatkan bagian tubuhnya sesuai ajara islam?

A : Hukuman bagi seorang perempuan yang tidak menutup auratnya dan cenderung memperlihatkan dan merasa bangga dengan bagaian tubuhnya yang terlihat dalam agama islam adalah hukumnya haram. Karena mereka tidak dapat menjaga auratnya sehingga dapat terlihat orang seorang yang bukan mahramnya. Dimana telah dijelaskan sebelumnya (pertanyaan pertama) bahwa seorang wanita harus menggunakan jalbab yang dapat menutupi seluruh anggota tubuhnya sehingga aurat seorang wanita itu

menjadi hal yang sangat mahal dan tidak dapat dipertontonkan oleh siapa saja terkecuali mahramnya sesuai surat An – Nur ayat 39.

Q : Bagaimanakah seharusnya seorang wanita menjaga anggota tubuhnya/ aurat?

A : Cara seorang wanita menjaga auratnya yaitu, dalam kehidupan sehari – hari haruslah menggunakan pakaian yang tertutup sehingga tidak memperlihatkan lekuk tubuhnya. Apabila wanita tersebut berada di dalam rumah boleh menggunakan pakaian seperti kaos dan celana panjang (jeans), sedangkan apabila wanita itu hendak pergi keluar rumah maka ia diwajibkan untuk mengenakan pakaian tertutup yang sering juga disebut mantel, yaitu baju panjang yang menutupi anggota tubuh hingga mata kaki. Jika wanita tersebut sudah memiliki mahramnya atau suami maka wanita tersebut diperbolehkan memperlihatkan seluruh auratnya kepada mahramnya.

Q : Dalil dan hadis apakah yang menjelaskan perbedaan aurat laki – laki dan aurat wanita?

A : Dalil aurat wanita telah dijelaskan sebelumnya, yaitu bahwa wanita harus menutupi seluruh auratnya mulai dari kepala hingga mata kaki dengan cara menggunakan pakaian yang longgar dan panjang hingga kaki (mantel) dan menutup kepalanya dengan khimar (kerudung). Sedangkan aurat laki – laki disampaikan melalui hadis Ali bin Abi Thalib ra yang mengatakan bahwa “Janganlah kamu menampakkan pahamu dan jangan pula kamu melihat paha orang yang masih hidup maupun telah mati (HR Abu Dawud dan Ibn Majjah)”. Jadi, dalam islam terdapat seluruh penjelasan tentang menutup aurat wanita maupun laki – laki.

Q : Bagaimana pandangan anda, mengenai program tayangan dangdut yang memperlihatkan bagian dari tubuh perempuan?

A : Sebenarnya bukan tayangan dangdut saja yang memperlihatkan bagian tubuh perempuan, tetapi profesi artis dalam hal ini terdapat dalilnya dan orang yang menggunakan hal tersebut sebagai mata pencaharian adalah

hukumnya haram. Artis dangdut yang menggunakan jilbab rapih dan tertutup tetapi bernyanyi dan bergoyang didepan laki – laki itu haram, karena yang diperbolehkan itu adalah bernyanyi dihadapan perempuan atau anggota keluarga serta mahramnya. Maka hal semacam ini tentu saja kemudian menganggap aurat merupakan hal yang tidak penting lagi, dan ditambah banyaknya lagu – lagu yang mengajarkan hal – hal yang tidak mendidik. Contohnya lagu cinta satu malam. Itu sama saja mengajarkan untuk melakukan seks bebas. Padahal itu sudah terlaknat dan hal ini bukan hanya dari pakaiannya, penampilannya, penontonya, dan ini mengundang azab dari Allah swt.

Q : Bagaimana pandangan anda, mengenai media massa yang mengeksploitasi tubuh perempuan dalam sebuah program tayangan televisi?

A : Sama halnya jika melihat hal - hal yang tidak berguna. Zaman sekarang banyak sekali perempuan – perempuan yang memamerkan tubuhnya di public atau televisi. Jadi, sebuah stasiun televisi mengeksploitasi tubuh perempuan disebabkan adanya keinginan dari perempuan tersebut yang ingin mengumbar auratnya kepada yang bukan mahramnya dan Allah swt sangat melaknatnya.

Q : Apakah program tayangan dangdut di televisi yang menampilkan tubuh perempuan merusak moral perempuan?

A : Tayangan tersebut bukan hanya merusak moral saja, tetapi merusak akidah juga. Karena tayangan – tayangan itu cenderung bahkan memperlihatkan aurat sebagai hal yang biasa. Misalnya dengan menggunakan celana pendek dan kaos yang terlihat bagian lengan dan dadanya. Contoh seperti itu bukan saja merusak moral karna moral bangkit dari akidah berdasarkan pemahaman keimanan. Jadi, tayangan seperti itu membuat perempuan merasa mulia apabila terlihat bagian tubuh serta lekuk tubuhnya dan kulit yang putih mulus serta rambut yang indah. Maka dari itu, tayangan tidak berguna seperti itu harus dihentikan dan ditiadakan lagi acara seperti itu. Karena akan merusak akidah perempuan muslimin yang tadinya kecantikan

itu merupakan kecerdasan dan kepribadian menjadi kecantikan berdasarkan wajah yang indah serta kulit yang putih.

Q : Bagaimana pandangan anda terhadap citra perempuan dimasyarakat dengan adanya program tayangan dangdut di televisi?

A : Dengan adanya program seperti itu ditelvisi menjadikan perempuan itu murahan dan dapat dibeli dengan harga yang sangat murah. Sedangkan dalam islam sendiri perempuan itu seperti ratu yang harus dilindungi dan dimuliakan. Jadi, perempuan hendaklah tidak menjadi murahan dengan memperlihatkan bagian auratnya dengan pakaian yang terbuka dan seronok. Dan artis dangdut yang menggunakan pakaian seksi serta bergoyang didepan laki – laki diibatkan lebih murah dari harga daging sapi dan ayam. Maka jangan memurahkan wanita muslim dengan banyaknya status penyanyi dangdut yang beragama islam yang akan berakibat pelecehan seksual pada penyanyi dangdut tersebut.

Lampiran 8 Biodata Informan**BIODATA INFORMAN**

“Eksplorasi Tubuh Perempuan Dalam Program Tayangan Televisi (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Tayangan DMD Show MNCTV)”

Nama : Drs., Alex Sobur.M.Si.
NIP : D.89.0.101
Tempat/Tanggal/Lahir : Bandung, 28 Januari 1959
Jenis Kelamin : Laki – Laki
Agama : Islam
Jabatan / Profesi : Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas
Islam Bandung
Instansi Bertugas : Universitas Islam Bandung
Alamat Instansi : Jl. Taman Sari No. 1 Bandung 40116
Alamat Rumah : Komp. Perum Dosen Unisaba
Jl. Unisba VI No. 103 - Bandung
No. Telp / Hp : 085318946111
E-mail : alexsobur@rocketmail.com

Lampiran 9 Biodata Informan**BIODATA INFORMAN**

“Eksplorasi Tubuh Perempuan Dalam Program Tayangan Televisi (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Tayangan DMD Show MNCTV)”

Nama : Harsela Yuni Arinda

Tempat/Tanggal/Lahir : Watampone (sul-sel), 26 Juni 1990

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Jabatan / Profesi : Associate Producer

Instansi Bertugas : MNCTV

Alamat Instansi : Jl. Pintu II Taman Mini, Jakarta 13810

Alamat Rumah : Perum. Margahayu Jaya, Bekasi Timur 17113

No. Telp / Hp : 081288262581

E-mail : Harsela.arinda@mncgroup.com

Lampiran 10 Biodata Informan**BIODATA INFORMAN**

“Eksplorasi Tubuh Perempuan Dalam Program Tayangan Televisi (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Tayangan DMD Show MNCTV)”

Nama : Ratni

Tempat/Tanggal/Lahir : Bogor, 26 Juni 1978

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Jabatan / Profesi : Dosen Sejarah Peradaban Islam

Instansi Bertugas : IAIN Sultan Maulana Hasanudin

Alamat Instansi : Jl. Jend. Sudirman, Kec. Serang, Banten 42118

Alamat Rumah : Perum Cemplang Baru No.10B, 001/010
Cilendek Barat - Bogor

No. Telp / Hp : 081314652635

E-mail : ratniway@gmail.com

Lampiran 11 Catatan Bimbingan

CATATAN BIMBINGAN

Pembimbing I Dr. Achmad Winingsih, S.Pd, M. Si
 Pembimbing II Geangga Gede, S.Pd, S. Gumelar, Diklat, M. Si

NO	TANGGAL	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	PARAF DOSEN
1.	19/15	pengajaran Jurnal	J.
2.	18/15	pengajaran bab I - III	J.
3.	24/15	Supervisi, ulah Peningkat di. online	J.
4.	1/05	metode belajar pembelajaran	J.
5.	30/15	pengajaran paragraf dan kalimat tipe langsung dan tidak langsung	J.
6.	7/15	Ases Peningkat	J.

Catatan: Jumlah tatap muka mahasiswa dengan masing-masing pembimbing minimal 7 kali (total dengan 2 pembimbing sebanyak 14 kali tatap muka).



Pedoman Sertifikasi PISIP Unswa hal 58

NO	TANGGAL	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	PARAF DOSEN
1.	09/2		
2.	3/2 15	pelaku bab I dan II	U
3.	18/3 15	pelaku III	U
4.	23/3 15	outline ACE	U
5.	14/9 15	Kursus Bab IV	U
6.	1/10 15	Kursus Bab V	U
7.	16/10 15	ACE S. d. d. g.	U

Catatan: Jumlah tatap muka mahasiswa dengan masing-masing pembimbing minimal 7 kali (total dengan 2 pembimbing sebanyak 14 kali tatap muka).

Pedoman Sertifikasi PISIP Unswa hal 59




Lampiran 12 TOEFL

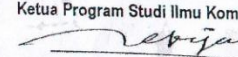
	KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA PUSAT BAHASA (LANGUAGE CENTRE) Jl. Raya Jakarta Km. 4 Pakupatan Serang	
	ENGLISH PROFICIENCY TEST (EPT) SCORE RECORD No.976/EPT.PB/2014	
NAME : DINA SUCI NOVIANTI SEX : FEMALE NATIVE COUNTRY : INDONESIA NATIVE LANGUAGE : INDONESIAN TEST DATE : 15/12/2014	SCORES : LISTENING : 41 STRUCTURE AND WRITTEN EXPRESSION : 40 READING : 45 TOTAL SCORE : 420	
This English Proficiency Test (EPT) is TOEFL-Based and administered by the Language Centre of Sultan Ageng Tirtayasa University (UNTIRTA). This score is not endorsed by ETS.		
		Serang, 16 December 2014 Authorized by The Head of Language Testing Division  Sri Widastuti, S.S., M.Pd. NIP. 198209182005012002

Lampiran 13 Daftar Menghadiri Sidang Skripsi

DAFTAR MENGHADIRI SIDANG SKRIPSI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SEMESTER GANJIL / GENAP 2014/2015

NAMA MAHASISWA : Dira Suci Noviani
 NIM : 6662110035
 KONSENTRASI : Humas.

NO	TANGGAL SIDANG	NAMA PESERTA	JUDUL	TTD KETUA SIDANG
1	14/1/2015	Nadia Putri Riyanti	Komunikasi Persuasif sales Promotor guru Pt. Darun din Pengkalan rakak dgam	
2	14/1/2015	Aden Pahala Kusuma Bardani	Super millid dikota Tangerang	
3	12/2/2015		Efektifitas komunikasi antar pribadi fasilitator terhadap PetaDesain dan perencana pembangunan kec. Pahlawan Bantar Bursari	
4	12/2/2015	Shenat Khafi Domyng	Prag mobile comm access Point dihubungkan keab serang sbg sumber edukasi telematika Gani.	
5				
6				
7				

Mengetahui,
 Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,

 Neka Fitriyah, S.Sos., M.Si
 NIP. 197708112005012003

Lampiran 14 Curriculum Vitae

BIODATA PENULIS



Nama : Dina Suci Novianti
 Tempat / Tanggal Lahir : Serang, 10 November 1992
 Alamat Domisili : Jl. Yasmin 1 No.8 Palm Hills
 Cilegon - Banten
 No. Tlp / Handphone : 081286626534
 Email : dinasucidinaa@yahoo.com
 Jenis Kelamin : Perempuan

Riwayat Pendidikan

1998 – 1999 : TK Pondok Indah. Cilegon
 1999 – 2005 : SD Negeri 2 Cilegon
 2005 – 2008 : SMP Negeri 1 Cilegon
 2008 – 2011 : SMA Negeri 2 Krakatau Steel Cilegon
 2011 – 2015 : Ilmu Komunikasi (Humas) FISIP
 Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang

Pengalaman Organisasi

2006 – 2007 : Ketua Koperasi Sekolah SMP Negeri 1 Cilegon
 2009 – 2010 : Anggota Teater SMA N 2 Krakatau Steel Cilegon