



Representasi Multikulturalisme dalam Brosur Pariwisata
Indonesia, Malaysia, dan Singapura :
Sebuah Tinjauan Analisis Wacana Kritis

SKRIPSI

FULVIA
0704090243



UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS ILMU PENGETAHUAN BUDAYA
PROGRAM INGGRIS
DEPOK
JULI 2008

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : FULVIA
NPM : 0704090243
Tanda Tangan :

Tanggal :

Skripsi ini telah diujikan pada hari Senin, tanggal 21 Juli 2008.

PANITIA UJIAN

Ketua Penguji/ Pembaca I

Pembimbing

Retno Sukardan Mamoto, Ph.D

Junaidi, S.S., M.A

Panitera/ Pembaca II

Diding Fahrudin, M.A

Disahkan pada hari....., tanggal oleh:

Koordinator Program Studi

Dekan

Dr. Susilastuti Sunarya

Dr. Bambang Wibawarta

KATA PENGANTAR

Puji syukur pada Tuhan yang Maha Esa karena hanya atas berkat dan anugerah-Nyalah maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Segala suka duka, kenangan, hambatan dan kesulitan yang dihadapi oleh penulis dalam menyelesaikan skripsi ini seolah terhapus sudah.

Asal mula penulisan skripsi inipun sebenarnya berawal dari rasa ketertarikan penulis akan sebuah iklan pariwisata Indonesia yang penulis jadikan tugas akhir mata kuliah Pengkajian Budaya. Selain itu, penulis juga tertarik akan salah satu mata kuliah yang dijadikan sebagai metode penelitian dalam skripsi ini yaitu analisis wacana kritis. Namun sayangnya, sampai dengan saat penulisan skripsi inipun, penulis belum sempat mengikuti mata kuliah tersebut. Ketertarikan yang cukup besar atas iklan untuk dianalisis dan dijadikan sebuah karya seperti skripsi ini kemudian penulis konsultasikan pada teman-teman di jurusan Inggris dan juga beberapa dosen. Dari obrolan singkat tersebut, maka penulis akhirnya mengetahui bahwa metode yang diperlukan untuk melakukan analisis yang dimaksud tersebut adalah analisis wacana kritis. Ketertarikan penulis untuk menganalisis iklan ini seolah membutuhkan mata penulis akan halangan besar di depan mata karena kekurangpahaman atas metode analisis tersebut. Namun jika pada akhirnya penulisan skripsi ini dapat terlaksana dengan baik, itu bukanlah hasil jerih lelah penulis sendiri namun juga dukungan yang

luar biasa dari orang-orang hebat yang penulis temui selama proses penulisan skripsi ini.

Dosen pertama yang penulis konsultasikan akan keinginan penulis ini adalah Pak Diding. Dosen jurusan Inggris yang paling murah senyum ini membukakan mata penulis bahwa niat penulis ini dapat terlaksana dengan menggunakan media analisis wacana kritis. Selama satu tahun proses penulisan skripsi ini yaitu dimulai pada saat Metode Penelitian Linguistik (MPL), Pak Diding lah yang menjadi tempat ‘curhat’ anak-anak MPL akan kesulitan yang dihadapi. Satu hal yang penulis kagumi dari beliau adalah keramahannya yang tidak pernah hilang selama empat tahun penulis menempuh pendidikan di jurusan Inggris. Beliau lah yang kemudian menyarankan penulis untuk berkonsultasi dengan ibu Melani terkait dengan topik pembahasan penulis mengenai multikulturalisme.

Dari sesi-sesi konsultasi yang penulis lakukan dengan ibu Mel, begitu biasanya beliau dipanggil, penulis semakin termotivasi untuk melakukan penelitian ini. Ketulusan beliau dan sikapnya yang selalu *welcome* atas kekurangpahaman dan pertanyaan-pertanyaan yang penulis ajukan baik melalui *sms*, ataupun saat di telpon membuat penulis merasa *comfy* untuk menanyakan apa saja yang menjadi ketidakpahaman penulis.

Dosen yang tak kalah hebatnya dalam memotivasi penulis melakukan penelitian ini adalah Pak Manneke Budiman, yang pada saat proses penulisan skripsi ini sedang berada di Kanada. *Contact* yang penulis bangun melalui *e-mail* dengan beliau benar-benar sangat amat membantu penulis dalam menemukan arahan dan

kejelasan dalam proses penulisan skripsi ini. Semua pertanyaan yang penulis ajukan melalui *e-mail* selalu dijawabnya dengan rinci dan jelas, bahkan beliau pernah sampai memberikan contoh kasus iklan dan pembahasannya.

Selain itu, dosen muda yang juga sangat memotivasi penulis adalah Kak Rianne, atau yang biasa dengan sebutan Kak Anne atau Miss Anne, yang saat proses penulisan skripsi ini berlangsung sedang menempuh pendidikan di Amerika. Pertanyaan yang penulis tanyakan melalui *e-mail* juga hampir selalu dijawabnya. Bahkan, ketika penulis membutuhkan sebuah buku acuan, Kak Anne tidak segan-segan langsung membelikannya walaupun sampai dengan berakhirnya proses penulisan skripsi ini buku itu belum sempat penulis lihat karena lupa dibawa saat ke Jakarta. Semoga saja, buku yang diniatkan untuk diberikan pada perpustakaan jurusan akan sangat membantu teman-teman lain yang membutuhkan informasi.

Selain itu, pada kesempatan ini penulis juga hendak menyampaikan rasa terima kasih pada pembimbing skripsi, Pak Junaidi yang seringkali penulis 'ganggu' baik dengan telepon maupun *sms* terlebih sekitar satu bulan menjelang akhir penulisan skripsi ini, Konsultasi singkatnya sangat membantu penulis dalam melakukan analisis skripsi ini.

Selain itu, pada kesempatan ini izinkanlah juga penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pengurus Prsekutuan Oikumene Fakultas Ilmu Budaya (PO FIB UI) 2007-2008 karena dukungan yang senantiasa mereka berikan tatkala penulis merasa lelah dan risau akan berhasil atau tidaknya penulisan skripsi ini. Lebih daripada itu, penulis juga mengucapkan terima kasih karena dukungan

teman-teman dari jurusan Inggris yang telah memberikan semangat baik disengaja atau tidak tapi itu semua telah membantu penulis melewati saat-saat terberat proses penulisan skripsi ini.

Pada akhirnya, yang paling spesial, penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya pada kedua orang tua penulis, mama, papa, dan adik penulis, Karlina atas dukungan yang mereka berikan baik secara moril maupun materil. Terutama Karlina yang telah membantu penulis dalam proses pengetikan, *scanning*, sama-sama *bergadang*, dan bahkan mencarikan bahan referensi dari internet. Tanpa dukungan mereka semua, penulis yakin betul proses penulisan skripsi ini tidak akan pernah dapat terlaksana.

Akhir kata, penulis mengembalikan lagi segala hormat, pujian, dan kemuliaan pada Tuhan karena sesungguhnya hanya Dialah sumber kekuatan dan inspirasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Walaupun masih banyak terdapat kekurangan di sana-sini, penulis sungguh berharap bahwa skripsi ini dapat memberikan masukan bagi para pembaca.

Depok, 14 Juli 2008

Fulvia

Gambar 41 . Gambar 8 pada teks brosur Singapura.....	124
Gambar 42 . Gambar 9 pada teks brosur Singapura.....	124
Gambar 43 . Gambar 10 pada teks brosur Singapura.....	126
Gambar 44 . Gambar 11 pada teks brosur Singapura.....	127
Gambar 45 . Gambar 12 pada teks brosur Singapura.....	127
Gambar 46 . Gambar 13 pada teks brosur Singapura.....	128
Gambar 47 . Gambar 14 pada teks brosur Singapura.....	130
Gambar 48 . Gambar 15 pada teks brosur Singapura.....	130
Gambar 49 . Gambar 16 pada teks brosur Singapura.....	130
Gambar 50 . Gambar 17 pada teks brosur Singapura.....	130
Gambar 51 . Gambar 18 pada teks brosur Singapura.....	132
Gambar 52 . Gambar 19 pada teks brosur Singapura.....	133
Gambar 53 . Gambar 20 pada teks brosur Singapura.....	134
Gambar 54 . Gambar 21 pada teks brosur Singapura.....	135
Gambar 55 . Gambar 22 pada teks brosur Singapura.....	135
Gambar 56 . Gambar 23 pada teks brosur Singapura.....	135
Gambar 57 . Gambar 24 pada teks brosur Singapura.....	136
Gambar 58 . Gambar 25 pada teks brosur Singapura.....	136
Gambar 59 . Gambar 26 pada teks brosur Singapura.....	138
Gambar 60 . Gambar 27 pada teks brosur Singapura.....	138
Gambar 61 . Gambar 28 pada teks brosur Singapura.....	138
Gambar 62 . Gambar 29 pada teks brosur Singapura.....	139

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xix
1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Hipotesis Penelitian	7
1.5 Kemaknawian Penelitian	7
1.6 Sumber Data dan Metodologi	8
1.7 Sistematika Penyajian	10
2. PENDAHULUAN	
2.1 Teori Representasi.....	11
2.2 Teori Wacana dan Ideologi.....	13
2.3 Teori Analisis Wacana Kritis.....	15
2.4 Teori Multikulturalisme.....	16
3. ANALISIS DATA	
3.1 Analisis Representasi Teks Brosur Pariwisata Indonesia	19
3.1.1 Analisis Teks Brosur Pariwisata Jakarta	20
3.1.1.1 Analisis Teks Tertulis	20
3.1.1.2 Analisis Gambar	41
3.1.1.3 Kesimpulan Analisis Teks Brosur Pariwisata Jakarta.....	52
3.2 Analisis Representasi Teks Brosur Pariwisata Malaysia	52
3.2.1 Analisis Teks Brosur <i>People & Customs : A Unique Ethnic & Cultural Experience</i>	53
3.2.1.1 Analisis Teks Tertulis	53
3.2.1.2 Analisis Gambar	72
3.2.1.3 Kesimpulan Analisis Teks Brosur Pariwisata Malaysia.....	87
3.3 Analisis Representasi Teks Brosur Pariwisata Singapura	87

3.3.1 Analisis Teks Brosur <i>One City Three Festivals</i>	88
3.3.1.1 Analisis Teks Tertulis	88
3.3.1.2 Analisis Gambar	121
3.3.1.3 Kesimpulan Analisis Teks Brosur Pariwisata Singapura....	140
4. TEMUAN DAN BAHASAN	
4.1 Temuan dan Bahasan.....	142
4.2 Temuan dan Keputusan Mengenai Hipotesis Penelitian.....	146
5. KESIMPULAN DAN SARAN	148
DAFTAR PUSTAKA	150



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tabel definisi wacana.....	13
Tabel 2, Kata-kata dalam teks brosur pariwisata Indonesia <i>Travel Planner: Jakarta</i>	21
Tabel 3. Tabel 1 <i>present tense</i>	34
Tabel 4. Tabel 2 <i>present tense</i>	36
Tabel 5. Tabel 3 <i>present tense</i>	36
Tabel 6. Tabel 1 bentuk pasif.....	38
Tabel 7. Tabel 2 bentuk pasif.....	40
Tabel 8. Tabel 3 bentuk pasif.....	41
Tabel 9. Tabel 1 analisis teks brosur Jakarta.....	43
Tabel 10. Tabel 2 analisis teks brosur Jakarta.....	44
Tabel 11. Tabel 3 analisis teks brosur Jakarta.....	46
Tabel 12. Tabel 4 analisis teks brosur Jakarta.....	47
Tabel 13. Tabel 5 analisis teks brosur Jakarta.....	48
Tabel 14. Tabel 6 analisis teks brosur Jakarta.....	49
Tabel 15. Tabel 7 analisis teks brosur Jakarta.....	51
Tabel 16. Kata-kata dalam teks brosur pariwisata Malaysia <i>Heritage&Crafts</i> ...	54
Tabel 17. Tabel 1 <i>present tense</i>	66
Tabel 18. Tabel 2 <i>present tense</i>	68
Tabel 19. Tabel 1 <i>future tense</i>	68

Tabel 20. Tabel 1 <i>present perfect tense</i>	69
Tabel 21. Tabel 1 bentuk pasif	70
Tabel 22. Tabel 2 bentuk pasif	71
Tabel 23. Tabel 3 bentuk pasif	72
Tabel 24. Tabel 1 analisis teks brosur Malaysia	73
Tabel 25. Tabel 2 analisis teks brosur Malaysia	77
Tabel 26. Tabel 3 analisis teks brosur Malaysia	79
Tabel 27. Tabel 4 analisis teks brosur Malaysia	81
Tabel 28. Tabel 5 analisis teks brosur Malaysia	83
Tabel 29. Tabel 6 analisis teks brosur Malaysia.	86
Tabel 30. Kata-kata dalam teks brosur pariwisata Singapura <i>One City Three Festivals</i>	89
Tabel 31. Tabel 1 <i>present tense</i>	106
Tabel 32. Tabel 2 <i>present tense</i>	108
Tabel 33. Tabel 1 <i>future tense</i>	109
Tabel 34. Tabel 1 <i>present perfect tense</i>	112
Tabel 35. Tabel 1 <i>past tense</i>	115
Tabel 36. Tabel 1 bentuk pasif	116
Tabel 37. Tabel 2 bentuk pasif	118
Tabel 38. Tabel 3 bentuk pasif	120
Tabel 39. Tabel 1 analisis teks brosur Singapura	122

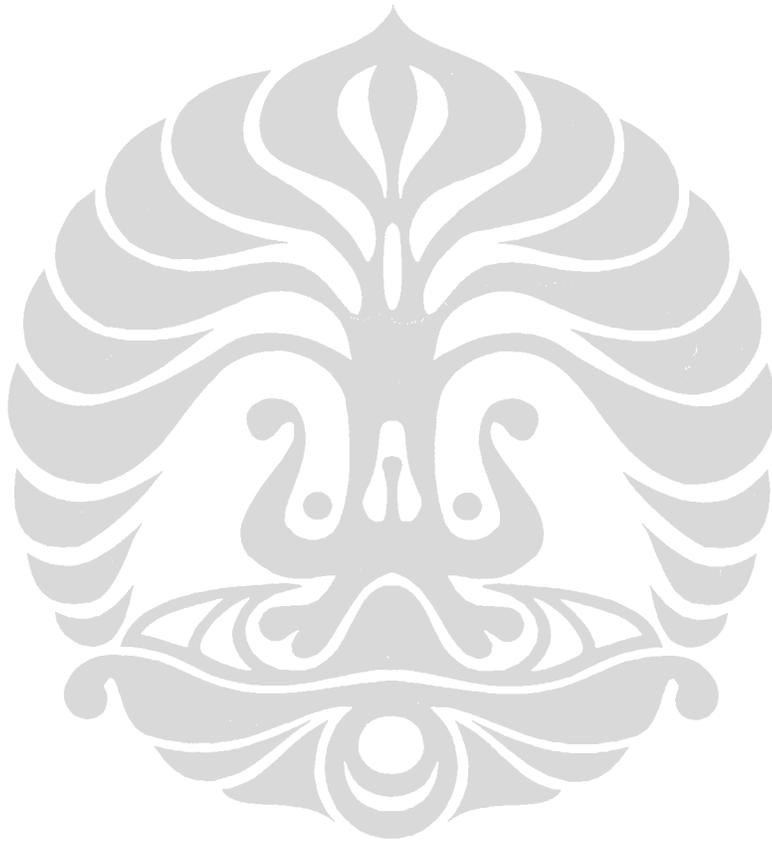
Tabel 40. Tabel 2 analisis teks brosur Singapura	123
Tabel 41. Tabel 3 analisis teks brosur Singapura	125
Tabel 42. Tabel 4 analisis teks brosur Singapura	126
Tabel 43. Tabel 5 analisis teks brosur Singapura	128
Tabel 44. Tabel 6 analisis teks brosur Singapura	131
Tabel 45. Tabel 7 analisis teks brosur Singapura	132
Tabel 46. Tabel 8 analisis teks brosur Singapura	133
Tabel 47. Tabel 9 analisis teks brosur Singapura	135
Tabel 48. Tabel 10 analisis teks brosur Singapura	136
Tabel 49. Tabel 11 analisis teks brosur Singapura	137
Tabel 50. Tabel 12 analisis teks brosur Singapura	139
Tabel 51. Tabel 13 analisis teks brosur Singapura	140

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Gambar 1 pada teks brosur Jakarta	42
Gambar 2. Gambar 2 pada teks brosur Jakarta	42
Gambar 3. Gambar 3 pada teks brosur Jakarta.....	44
Gambar 4. Gambar 4 pada teks brosur Jakarta.....	44
Gambar 5. Gambar 5 pada teks brosur Jakarta.....	45
Gambar 6. Gambar 6 pada teks brosur Jakarta.....	45
Gambar 7. Gambar 7 pada teks brosur Jakarta.....	45
Gambar 8. Gambar 8 pada teks brosur Jakarta.....	46
Gambar 9. Gambar 9 pada teks brosur Jakarta.....	47
Gambar 10. Gambar 10 pada teks brosur Jakarta.....	47
Gambar 11. Gambar 11 pada teks brosur Jakarta.....	47
Gambar 12. Gambar 12 pada teks brosur Jakarta.....	48
Gambar 13. Gambar 13 pada teks brosur Jakarta.....	48
Gambar 14. Gambar 14 pada teks brosur Jakarta.....	48
Gambar 15. Gambar 15 pada teks brosur Jakarta.....	49
Gambar 16. Gambar 16 pada teks brosur Jakarta.....	49
Gambar 17. Gambar 17 pada teks brosur Jakarta.....	50
Gambar 18. Gambar 18 pada teks brosur Jakarta.....	50
Gambar 19. Gambar 19 pada teks brosur Jakarta.....	50

Gambar 20. Gambar 1 pada teks brosur Malaysia.....	73
Gambar 21. Gambar 2 pada teks brosur Malaysia.....	73
Gambar 22. Gambar 3 pada teks brosur Malaysia.....	76
Gambar 23. Gambar 4 pada teks brosur Malaysia.....	76
Gambar 24. Gambar 5 pada teks brosur Malaysia.....	78
Gambar 25. Gambar 6 pada teks brosur Malaysia.....	78
Gambar 26. Gambar 7 pada teks brosur Malaysia.....	78
Gambar 27. Gambar 8 pada teks brosur Malaysia.....	78
Gambar 28. Gambar 9 pada teks brosur Malaysia.....	78
Gambar 29. Gambar 10 pada teks brosur Malaysia.....	78
Gambar 30. Gambar 11 pada teks brosur Malaysia.....	80
Gambar 31. Gambar 12 pada teks brosur Malaysia.....	83
Gambar 32. Gambar 13 pada teks brosur Malaysia.....	85
Gambar 33 . Gambar 14 pada teks brosur Malaysia.....	85
Gambar 34 . Gambar 1 pada teks brosur Singapura.....	121
Gambar 35 . Gambar 2 pada teks brosur Singapura.....	121
Gambar 36 . Gambar 3 pada teks brosur Singapura.....	121
Gambar 37 . Gambar 4 pada teks brosur Singapura.....	121
Gambar 38 . Gambar 5 pada teks brosur Singapura.....	122
Gambar 39 . Gambar 6 pada teks brosur Singapura.....	123
Gambar 40 . Gambar 7 pada teks brosur Singapura.....	124

Gambar 63 . Gambar 30 pada teks brosur Singapura.....139



Jakarta

TOURIST OFFICE
 Jl. Lapangan Balaok 2, Phone:
 (021) 529968, 5274207
 Fax: (021) 5229356,
 5232823 Website: <http://www.jakarta-tourism.go.id>

GETTING THERE
 Most flights arrive the
 J.P.Habibie and depart
 either to Sukarno-Hatta in
 Semarang or Angkor although
 flights from Bandung to
 Lampung via Halim Perdana
 Kusumah Airport. So many
 buses arrive to Jakarta from
 Surabaya and Bali, Salatiga,
 Riau, Riau, Nias, Manado, from
 the east, through Palembang,
 Kompong Ranong, and
 Kompong Bantei and
 many more. Other
 cities like Serang and
 Tasikmalaya. There is a special
 Bus to Lampung to serve
 many of the bus routes
 from Yogyakarta, Surabaya
 and Bali. Economic routes
 from Cirebon, Semarang
 and Jember, Sumatra and Bali
 arrive in Puloandari bus
 station. Due to rapid travel
 changes and fluctuations
 and to Orissa and Sumatra
 island.

The main gateway to Indonesia,
 it is a contrast of modern western
 architecture and traditional In-
 donesian culture. It has grown
 into a metropolitan city reflects
 the economic, political, social
 and cultural development of
 the nation. In recent years, Jac-
 karta has expanded its facilities
 for the visitor with luxury hotels,
 meeting facilities, world class
 golf course, fine restaurants, ex-
 citing nightlife and shopping
 centers. Jakarta is also a great
 destination for enjoying the
 Day of Jakarta and its extensive
 beach recreation complex.



PLACES OF INTEREST

Museum Gajah (National Museum) is located on the west side of Merdeka square. It offers historical, pre-historical, archeological and ethnographic aspects of Indonesia through its extensive collection of artifacts and relics which date as far back to the Han, Tan and Ming Dynasties.

Taman Ismail Marzuki is one of Indonesia's foremost modern composers. This art centre known popularly as TM stages regular performances of traditional and contemporary art, including western ballet, Javanese dances, dramas and exhibitions of handicrafts and fine arts. The art centre publishes a monthly calendar of events which can be obtained at the TM offices at Jalan Cikini Raya 73, Jakarta.



Taman Mini Indonesia Indah (Indonesian Miniature Park) is a cultural park which attempts to present the ethnic cultures and traditions in miniature exhibits of traditional architecture typical to the 30 provinces. Performances of drama and dances of the various provinces are regularly staged in the pavilions.

Sunda Kelapa (Fish Market), is located in the far north of the city at the mouth of the Ciliwung River. Dutch domination of Jakarta and the rest of Indonesia began from this area, and the remnants of Kastel Betawi, an old fort and trading post of Dutch East Indies Company, can still be seen. Tall masted Sugs Schooners from South Sulawesi anchoring there offer one of the finest sights Jakarta has to offer.



The National Monument

The National Monument (Tugu Pahlawan) is the 137-metre tall white marble obelisk topped with a flame, and represents the people's determination to achieve freedom. It is located in front of the president's palace and opens to the public. An elevator carries visitors to the top, offering a bird's eye view across the city to the sea.



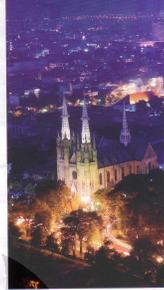
Ragunan Zoo is situated in the southern part of the city. Indigenous animal such as the Komodo dragon, Bawo, Jawa Tiger, Wild Ox and brightly coloured birds are given ample room in a lush tropical setting. Open daily from 8:00 am to 6:00 pm.



Pasar Burung (Bird Market) is located at Jalan Pramuka with its amazing array of colorful, tropical birds, including the unique "perkutut" song bird, the pride of the Javanese people. Open daily from 9:00 am.

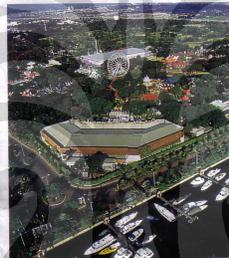


chartered boat. Bungalows, restaurants, diving and sailing facilities are available.



Maritime Museum. Two of the original ware houses from the first trading post of the Dutch East India Company in Java now house the Maritime Museum. Exhibits include large models of boats from various islands. The old harbourmaster's tower stands nearby. Open from 9:00 am till 2:00 pm on Tuesday, Wednesday

Pulau Seribu (Thousand Islands) is scattered across the Java Sea to the north of Jakarta offers a haven away from the bustle of city life. Golden beaches fringed with coconut palms line the sea, surrounding waters are a paradise for snorkelers and scuba divers. The islands can be reached from Tanjung Priok or Pasar Ikan (Sunda Kelapa) by ferry or by



Jakarta Bay City

Jakarta Bay City, Ancol is Jakarta's largest and most popular recreational park. Its extensive array of attractions includes sea and fresh-water aquariums, swimming pools, an artificial lagoon for fishing and boating, a bowling alley, as well as an assortment of nightclubs, restaurants, and massage parlors. The complex includes a Marina, Diana, Fantasi (Fantasy Land), a golf course, hotels and a 4 dimension theatre. The "Pasar Seni" or art market has a varied collection of Indonesian handicrafts, paintings and souvenirs on sale. An open-air theatre features live performances by local artists. Open daily from 2 pm to 9 pm, and on Sunday and holiday from 10 am to 9 pm.



The Wayang Museum
The Wayang Museum located on the western side of Taman Batastish in "The Old Town" area has the finest display of wayang puppets in Indonesia including puppets from all parts of Indonesia and other part of Southeast Asia as well. The wooden and leather puppets displayed here represent the finest craftsmanship in this particular form of traditional theatre. The museum also stages staged performances of the wayang kulit leather puppets every Sunday morning.

The Jakarta Hilton Convention Centre (JHCC) measures 6,120 sqm and can accommodate three conferences and three public simultaneously. The main hall has a seating capacity of 3,300, and is equipped with a giant video wall, and a hi-tech lighting and sound system. VIP lounge, board rooms, translation booths, multi-function meeting rooms which can seat 220 people each. The main lobby can utilized as pre-cocktail area or for a coffee break for 3,500 persons. The car park can accommodate 30,000 cars.

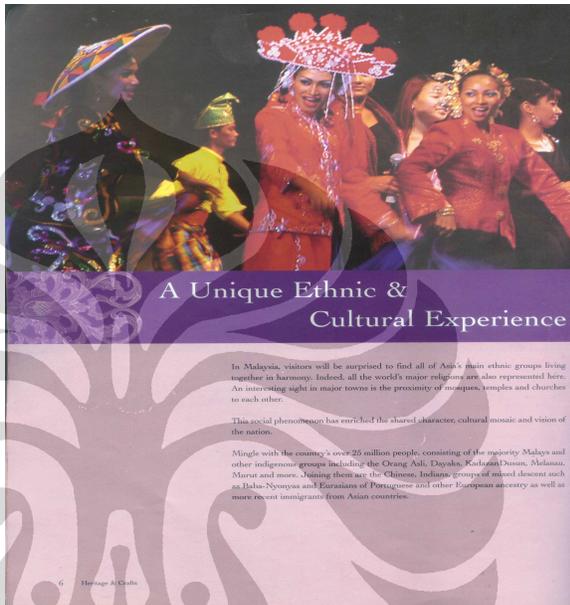
Antique Market, good quality antique souvenirs available along Jalan Surabaya, Cikini, Menteng

Performing Art & Festivals
Performances of traditional dances from the various regions are staged in Taman Mini Indonesia Indah (Indonesian Miniature Park) every Sunday morning.
International Film Festival every July includes creative site competition, stunt knee, photo exhibition and traditional film display.
Jakarta International Jazz Festival is an annual event held by over 1000 famous jazz musicians from Indonesia and abroad.

day, Thursday and Sunday. On Fridays closed at 11.00 am and on Saturday at 1.00 pm it closes on Monday.

37





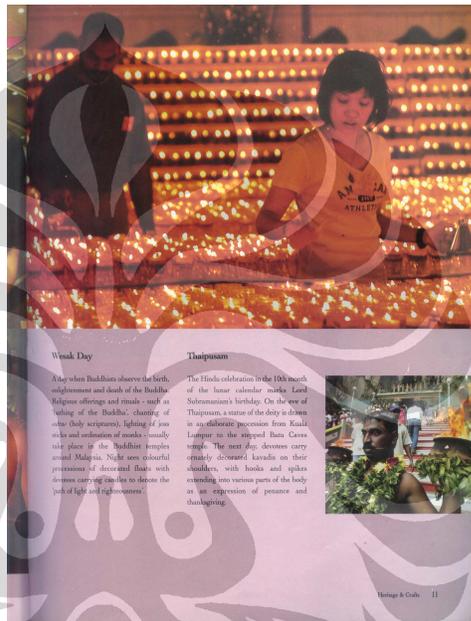


Malays form more than half of the population, profess Islam as their religion and speak Bahasa Malaysia, from which comes the national language. Formerly an agrarian society, Malays are known for their gentle manners and cultural refinement.

The Chinese are the second largest ethnic group in Malaysia, accounting for just over a quarter of the population. Comprising several dialect groups from mostly southern China (Hokkien, Hakka, Cantonese, Teochew, Hockchew and others), most are descendants of 19th century immigrants and are renowned for their industriousness and business acumen.

Indians originally came from the Indian subcontinent in the 19th century to work in plantations, mines and railroads. Today, they make up slightly less than a tenth of the population. The largest subgroup are Tamil speakers, followed by a sizeable Punjabi community, as well as groups speaking Malayalam and Hindi/Urdu.







Gawai

This semi-annual celebration in early June marks the end of the padi planting season and the start of the new season for the Dapak of Sarawak. Ancestral prayers are recited, and other rituals performed. Celebrations begin with a *rengas* dance for the entire family. *Zad* (rice wine) is served and there is much merrymaking with traditional costumes, dances and community games. Livestock is also sacrificed to ensure a good harvest the following season.

Kamatan

The Kadazan-Dusun and Murut groups of Sabah celebrate their harvest festival in May. The highlight is a ceremony performed by the *Adat* (ancestral) or high priests, saying homage to the rice spirit so that a good harvest can be expected. *Tuar* (rice wine) is commonly served against *betintan*, and a harvest feast comes to help boost the *harvest* market in honor of a legendary hero of the community.

Veekhi

The new year celebration for Sikhs, it also commemorates the birth of the Khanda on 14th 1699 AD, when Guru Gobind Singh (the 10th Sikh Guru) baptized the Sikhs, bestowing the name Singh - meaning lion - upon males, and Kaur - meaning princess - upon females. At home and in Sikh temples, prayers are chanted and hymns are sung.

ABSTRAK

Nama : FULVIA
Program Studi : Inggris
Judul : Representasi Multikulturalisme dalam Brosur Pariwisata Indonesia, Malaysia, dan Singapura : Sebuah Tinjauan Analisis Wacana Kritis

Skripsi ini membahas representasi multikulturalisme dalam brosur pariwisata Indonesia, Malaysia, dan Singapura. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif menggunakan metode penelitian analisis wacana kritis. Hasil penelitian ini adalah multikulturalisme Indonesia direpresentasikan melalui perpaduan berbagai simbol sejarah, kesenian, dan kebudayaan, sedangkan multikulturalisme Malaysia direpresentasikan melalui keterwakilan berbagai kelompok budaya dalam berbagai bidang, dan multikulturalisme Singapura direpresentasikan melalui keberadaan simbol-simbol kebudayaan dan agama yang berbeda-beda.

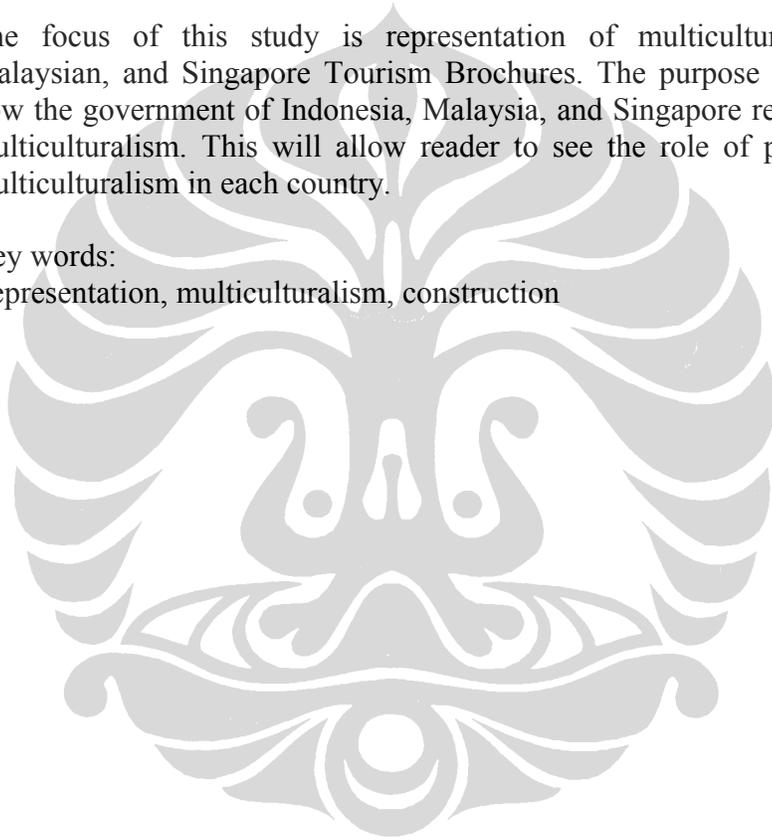
Kata kunci:
Representasi, multikulturalisme, konstruksi

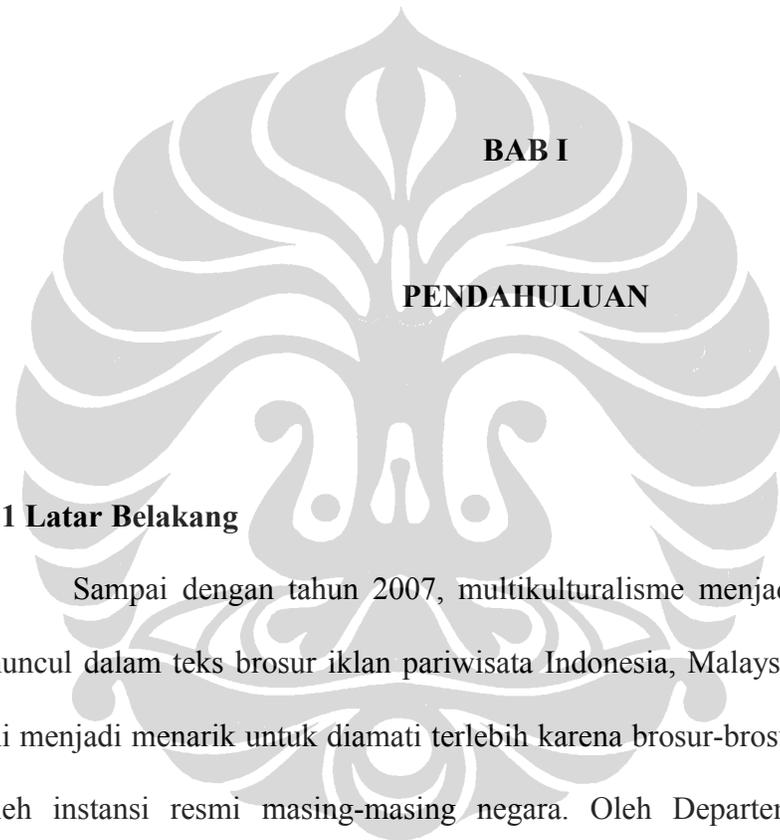
ABSTRACT

Name : FULVIA
Study Program: English
Title : Representation of Multiculturalism in Indonesian, Malaysian, and Singapore Tourism Brochures: A Critical Discourse Analysis

The focus of this study is representation of multiculturalism in Indonesian, Malaysian, and Singapore Tourism Brochures. The purpose of this study is to see how the government of Indonesia, Malaysia, and Singapore represent their country's multiculturalism. This will allow reader to see the role of power to represent the multiculturalism in each country.

Key words:
Representation, multiculturalism, construction





BABI

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sampai dengan tahun 2007, multikulturalisme menjadi wacana yang selalu muncul dalam teks brosur iklan pariwisata Indonesia, Malaysia, dan Singapura. Hal ini menjadi menarik untuk diamati terlebih karena brosur-brosur tersebut dikeluarkan oleh instansi resmi masing-masing negara. Oleh Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, Indonesia direpresentasikan sebagai negara yang kaya akan kelompok etnis, budaya dan kekayaan alam melalui penggambaran masing-masing provinsi. Melalui *Tourism Malaysia*, keragaman direpresentasikan sebagai mozaik yang memperindah Malaysia. Selain itu, *Singapore Tourism Board* pun melalui teknologi internet berusaha menampilkan Singapura sebagai negara yang merayakan keragaman tersebut melalui berbagai festival agama dan budaya.

Walaupun dikemas sebagai iklan, namun fungsi promosi bukanlah pesan tunggal yang terkandung dalam teks brosur iklan pariwisata ini. Dapat dibayangkan seseorang yang telah membaca sebuah brosur iklan pariwisata, namun tetap tidak berkeinginan untuk melakukan perjalanan wisata. Hal ini tidak langsung berarti bahwa brosur iklan pariwisata itu tidak ‘mengatakan sesuatu’ pada orang tersebut terlebih karena kehadiran wacana multikulturalisme ini turut didukung oleh logo instansi resmi masing-masing negara. Kehadiran logo tersebut dapat dilihat sebagai klaim ‘kebenaran’ atas setiap informasi yang ada dalam teks karena logo institusi resmi negara dipandang sebagai perwakilan pemerintah sendiri yang menjamin kebenaran informasi dalam teks brosur tersebut. Dalam kasus wacana multikulturalisme dalam teks brosur resmi Indonesia, Malaysia, dan Singapura, klaim kebenaran tersebut adalah bahwa pemerintah masing-masing negara menjunjung tinggi keberagaman, atau multikulturalisme di negaranya.

Dalam pandangan Foucault, wacana merupakan hasil konstruksi pihak yang memiliki kekuasaan (*power*). Wacana dibangun untuk menghasilkan suatu kebenaran yang dikonstruksi oleh pihak pemegang kekuasaan. Oleh karena itu tidak mengherankan jika satu wacana yang sama direpresentasikan secara berbeda oleh pemegang kekuasaan / rezim pemerintahan yang berbeda karena setiap rezim pasti memproduksi kebenarannya sendiri untuk memapankan kekuasaannya. Inilah yang oleh Foucault disebut sebagai *regime of truth*. Dalam memproduksi kebenarannya tersebut, tata alur sebuah wacana disusun sedemikian rupa sehingga dapat mengatur bagaimana sebuah wacana harus dibaca dan dimengerti. Karena sebuah wacana

sangat mungkin direpresentasikan secara berbeda, maka pendefinisian benar atau salah atas sebuah wacana yang samapun akan berbeda. Semua disesuaikan pada kepentingan pihak pemegang kuasa. Itu artinya, kebenaran yang terkandung dalam sebuah wacana bukanlah sesuatu yang alami. Sebaliknya, kebenaran tersebut merupakan hasil konstruksi yang diproduksi dengan cara sedemikian rupa sehingga masyarakat meyakini sebagai sebuah kebenaran dan bahkan hidup di dalamnya.

Contoh kasus yang terjadi di Indonesia adalah wacana mengenai Partai Komunis Indonesia (PKI) yang direpresentasikan secara berbeda dari satu rezim ke rezim pemerintahan yang lain (Eriyanto, 2001). Pada masa Orde Lama, PKI termasuk salah satu dari lima partai besar yang memperoleh suara terbanyak. Itu artinya pada masa pemerintahan Orde Lama, representasi PKI sebagai sebuah partai terbilang cukup baik. Sebaliknya, pada era Orde Baru, PKI dicap sebagai partai terlarang. PKI sendiri sebagai obyek pemberitaan tidak mengalami perubahan. Hal yang membuatnya berubah adalah struktur diskursif yang dibangun Orde Baru bahwa partai ini terlarang dan anti-Tuhan (Eriyanto, 2001: 75). Struktur diskursif inilah yang digunakan untuk mendukung kebenaran yang dibangun pemerintah Orde Baru tentang PKI. Karena disuarakan oleh pemerintah yang berkuasa, maka masyarakat meyakini sebagai kebenaran dan kemudian menganggap PKI sebagai partai berbahaya. Masyarakat pun kemudian melegitimasi segala tindakan yang dilakukan oleh pemerintah demi 'menjinakkan' partai 'berbahaya' ini. Setelah runtuhnya Orde Baru, wacana mengenai PKI kembali muncul. Kali ini PKI dimunculkan sebagai korban Orde Baru demi memapankan kekuasaannya. Masyarakat pun kemudian

beramai-ramai mengutuk segala tindakan Orde Baru dan berempati terhadap PKI. Dari sini terlihat bagaimana sebuah wacana yang sama dikonstruksikan secara berbeda oleh pemerintahan yang berbeda-beda untuk disesuaikan dengan ideologi dan kepentingan masing-masing pihak.

Pemerintah negara Indonesia yang dipimpin oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, Malaysia dibawah kepemimpinan Perdana Menteri Abdullah Ahmad Badawi, dan Singapura dibawah kepemimpinan Perdana Menteri Lie Shien Loong, melalui institusi-institusi resmi yang ditunjuk, memanfaatkan iklan sebagai sarana promosi pariwisata negaranya. Dalam kasus ini tidak menjadi masalah apakah pembaca merasa tertarik untuk berwisata ke negara-negara dimaksud atau tidak. Karena baik tertarik atau tidak, iklan ini telah sama-sama meninggalkan pesan serupa bagi para pembacanya melalui wacana multikulturalisme, yaitu bahwa ketiga negara ini menganggap positif keragaman yang dimiliki. Walaupun berada dalam kurun waktu yang relatif sama, yaitu 2006 – 2007, teks brosur resmi pariwisata Indonesia, Malaysia, dan Singapura tetap dapat dianggap mewakili tiga kepentingan pemerintahan berbeda yang sama-sama mengkonstruksi makna atas sebuah wacana yang sama yaitu multikulturalisme. Melihat potensi wacana sebagai sarana untuk melahirkan sebuah realitas dan/atau kebenaran yang telah dikonstruksi, maka menjadi menarik untuk dibahas adalah representasi multikulturalisme masing-masing negara dalam teks brosur pariwisatanya.

Dalam penelitian kali ini, objek penelitian yang digunakan adalah teks brosur pariwisata Indonesia, Malaysia, dan Singapura yang dikeluarkan oleh instansi resmi

yang ditunjuk oleh pemerintah masing-masing negara. Tujuannya adalah agar konstruksi makna atas wacana yang sama yaitu multikulturalisme dapat terlihat dengan jelas. Penelitian ini akan dilaksanakan dengan menggunakan metode penelitian analisis wacana kritis.

Harus diakui, penelitian ini dibatasi oleh beberapa hal. Pertama-tama, penelitian ini dibatasi pada jumlah dan waktu dikeluarkannya teks brosur tersebut. Dalam penelitian ini hanya akan digunakan tiga buah brosur yang dikeluarkan pada tahun 2006 – 2007. Dalam teks brosur Indonesia, *Travel Planner*, teks brosur yang dipilih adalah Jakarta karena dari tiga puluh teks brosur yang ada, teks brosur Jakarta lah yang paling seimbang dalam menggambarkan tiap-tiap unsur pembentuk representasi multikulturalisme yang terdapat dalam seluruh teks brosur Indonesia. Pada teks brosur Malaysia, *Heritage & Craft*, dari sekian banyak kategori teks yang ada, teks brosur yang digunakan adalah yang berjudul *A Unique Ethnic Cultural Experience* karena teks brosur inilah yang paling mewakili representasi multikulturalisme yang dibangun oleh Malaysia. Selanjutnya, dalam teks brosur Singapura, teks yang dipilih adalah teks brosur yang diambil dari salah satu situs resmi *Singapore Tourism Board*, yaitu www.visitsingapore.com/1city3fest, yang berjudul *ONE CITY THREE FESTIVALS* karena teks brosur itulah yang paling mewakili representasi multikulturalisme yang dibangun oleh Singapura. Kedua, penelitian ini hanya membahas representasi multikulturalisme yang tercermin dari isi teks brosur itu sendiri yang kemudian dihubungkan dengan konteks sosial budaya masyarakat masing-masing negara. Dalam proses analisis data, beberapa unsur

produksi dan konsumsi teks seperti teknik pengambilan gambar dan makna yang ditangkap oleh pembaca turut menjadi bahan pertimbangan.

1.2 Rumusan Masalah

Sebagai instansi resmi yang ditunjuk oleh pemerintah masing-masing negara untuk mempromosikan bidang pariwisata, Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, *Tourism Malaysia*, dan *Singapore Tourism Board* sama-sama menggunakan wacana multikulturalisme dalam teks iklan pariwisata mereka. Karena dibentuk oleh tiga negara yang mewakili tiga pemerintahan yang berbeda, maka pemaknaan atas wacana tersebut pun akan berbeda. Oleh karena itu, menjadi menarik untuk diteliti adalah Representasi Multikulturalisme dalam Brosur Pariwisata Indonesia, Malaysia, dan Singapura. Secara rinci, permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini dapat dijabarkan dalam tiga submasalah berikut ini:

1. Bagaimana pemerintah negara Indonesia, Malaysia, dan Singapura merepresentasikan multikulturalisme melalui brosur pariwisatanya?
2. Apa definisi multikulturalisme tiap-tiap pemerintah negara yang tercermin melalui teks brosur pariwisata?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui representasi multikulturalisme Indonesia, Malaysia, dan Singapura yang tercermin dalam brosur iklan pariwisatanya.

Adapun tujuan khusus dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui cara pemerintah tiap-tiap negara merepresentasikan multikulturalisme Indonesia, Malaysia, dan Singapura dalam teks brosur pariwisata.
2. Untuk mengetahui definisi multikulturalisme tiap-tiap pemerintah negara yang tercermin melalui teks brosur pariwisata.

1.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis-hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Keragaman Indonesia direpresentasikan melalui provinsi-provinsinya, Malaysia melalui kategori-kategori budaya yang dibuatnya, dan Singapura melalui hari-hari besar yang dirayakan oleh kelompok etnik / agama tertentu.
2. Definisi multikulturalisme yang dibangun oleh pemerintah negara Indonesia, Malaysia, dan Singapura adalah melalui keragaman budaya.

1.5 Kemaknawian Penelitian

Kemaknawian penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berharga bagi bidang periklanan Indonesia secara umum dan khususnya Departemen Kebudayaan dan Pariwisata dalam merepresentasikan multikulturalisme Indonesia dalam teks brosur.

2. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan yang berharga bagi studi analisis wacana kritis sendiri.
3. Bagi peneliti sendiri, penelitian ini diharapkan dapat membuka cakrawala pikiran untuk memahami segala sesuatu secara kritis sekaligus menggunakannya dalam pekerjaan berkenaan dengan periklanan.

1.6 Sumber Data dan Metodologi

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah tiga buah teks brosur iklan pariwisata Indonesia, Malaysia, dan Singapura yang dikeluarkan pada tahun 2006 – 2007 oleh instansi-instansi yang secara resmi telah ditunjuk oleh masing-masing negara: Departemen Kebudayaan dan Pariwisata (Indonesia), *Tourism Malaysia* (Malaysia), dan *Singapore Tourism Board* (Singapura).

Metode penelitian yang akan digunakan adalah metode analisis wacana kritis. Analisis wacana kritis adalah sebuah metode penelitian kualitatif atas teks. Ia adalah sebuah metode pemahaman kritis yang senantiasa mempertanyakan kembali keabsahan struktur alamiah teks yang hadir di tengah-tengah masyarakat. Sebagai sebuah metode pemahaman kritis, analisis wacana kritis bertugas untuk melihat hal-hal tersembunyi dibalik apa yang terlihat secara eksplisit.

Analisis wacana kritis berawal dari penafsiran subjektif peneliti atas teks. Ia akan memeriksa kebenaran penafsiran peneliti melalui perspektif kritis. Jika melalui penafsiran peneliti mampu menangkap makna tersembunyi dari suatu teks, maka analisis wacana kritis merupakan media yang membantu peneliti menyingkap hal-hal

yang implisit menjadi eksplisit melalui bukti-bukti linguistik. Dengan demikian, unsur subjektivitas peneliti tidak dapat dilepaskan. Namun hal ini dapat dikurangi melalui pembuktian linguistik atas teks dan juga mempertimbangkan konteks sosial budaya masyarakat.

Dalam penelitian kali ini, ada tiga proses yang akan dilakukan. Pertama-tama adalah proses pengumpulan data. Dalam penelitian kali ini, data yang digunakan adalah teks brosur masing-masing negara Indonesia, Malaysia, dan Singapura yang dikeluarkan oleh Departemen Pariwisata dan Kebudayaan (Indonesia), *Tourism Malaysia* (Malaysia) dan *Singapore Tourism Board* (Singapura) masing-masing sebanyak satu buah sehingga total teks yang dianalisis sebanyak tiga buah.

Proses selanjutnya adalah analisis data. dalam penelitian kali ini, peneliti menggunakan metode analisis wacana kritis. Ada dua tahap analisis yang akan dilakukan:

1. Analisis Teks Tertulis

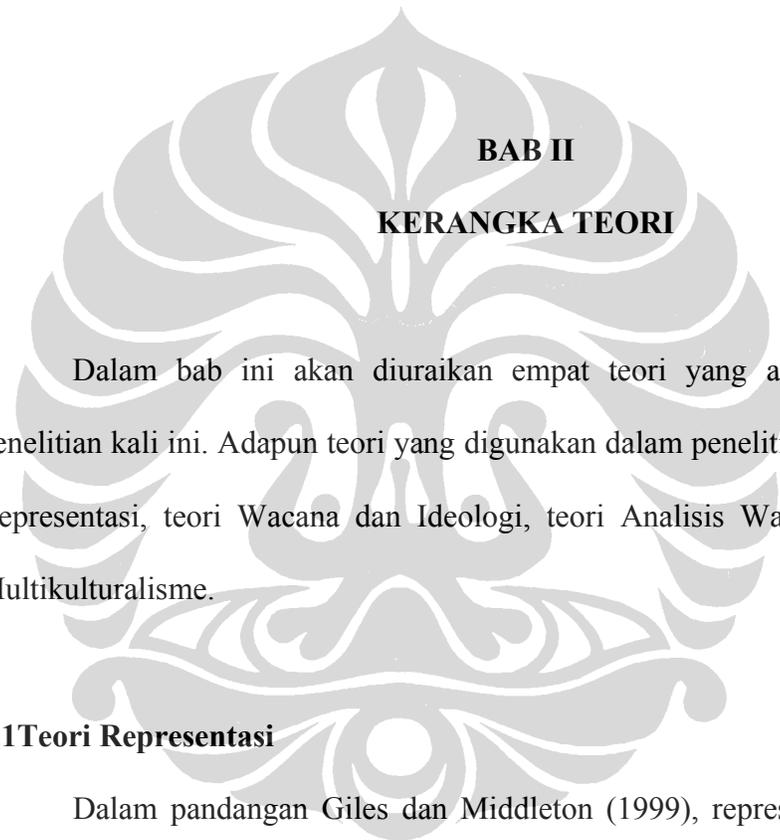
Pada tahap ini, makna teks akan dianalisis secara umum dengan menggunakan pendekatan linguistik. Pembahasan tidak dilakukan dengan membahas semua elemen linguistik secara detil seperti kata, frase, dan klausa namun dilakukan secara umum saja untuk memperoleh definisi dan makna yang dimaksud dalam teks.

2. Analisis Visual

Dalam analisis visual, foto dan gambar yang terdapat dalam teks juga akan dibahas dengan menggunakan analisis semiologi Roland Barthes.

1.7 Sistematika Penyajian

Skripsi ini terdiri dari lima bab. Bab I adalah Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang dilakukannya penelitian ini, rumusan permasalahan, tujuan dilakukannya penelitian ini, hipotesis penelitian, kemaknawian penelitian, sumber data dan metodologi, serta sistematika penyajian. Bab II merupakan penjabaran dari kerangka teori yang akan digunakan sebagai landasan dalam penelitian ini. Bab III merupakan analisis teks dengan menggunakan metode analisis wacana kritis. Selanjutnya pada Bab IV akan dipaparkan tentang temuan yang dihasilkan berdasarkan penelitian yang dilakukan pada Bab III beserta pembahasannya. Pada akhirnya, Bab V akan berisi kesimpulan dan saran-saran.



BAB II

KERANGKA TEORI

Dalam bab ini akan diuraikan empat teori yang akan digunakan dalam penelitian kali ini. Adapun teori yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah teori Representasi, teori Wacana dan Ideologi, teori Analisis Wacana Kritis, dan teori Multikulturalisme.

2.1 Teori Representasi

Dalam pandangan Giles dan Middleton (1999), representasi adalah praktik-praktik kunci yang olehnya makna diproduksi. Oleh karena itu, terdapat tiga makna yang relevan atas pengertian representasi tersebut, yaitu 1. menyimbolkan sesuatu, misalnya bendera merah putih menyimbolkan keterlibatan Indonesia dalam *event-event* kenegaraan, 2. berbicara atas nama, misalnya saja anggota DPR yang berbicara atas nama konstituennya, dan 3. menghadirkan kembali, misalnya foto masa kecil menghadirkan kembali kejadian di masa kecil.

Dalam prosesnya, ada dua sistem representasi yang bekerja (Hall, 1997: 16). Pertama-tama adalah sistem yang menghubungkan semua obyek, orang, dan kejadian di luar diri kita dengan seluruh kesatuan konsep atau representasi mental yang ada dalam pikiran kita¹. Dalam hal ini, konsep makna yang ada dalam pikiran kita berperan penting karena memungkinkan kita mengacu pada hal-hal baik yang ada di dalam maupun di luar pikiran kita. Sistem ke dua adalah bahasa. Bahasa diperlukan sebagai media untuk mengkomunikasikan seluruh konsep yang ada dalam pikiran kita pada orang lain. Dalam pengertian ini, bahasa mengacu pada segala bentuk suara, kata, imej, atau objek yang berfungsi sebagai tanda, yang bersama-sama dengan tanda yang lain membentuk sebuah sistem yang mengandung makna (Hall, 1997:16). Oleh Barthes, proses pemaknaan yang bersifat deskriptif disebut sebagai proses pemaknaan di tingkat denotasi, sedangkan proses pemaknaan yang melibatkan unsur sosial budaya berada pada tingkat konotasi. Makna dan konsep yang muncul dalam tingkat konotasi inilah yang disebut sebagai mitos/mitologi.

Cara kerja representasi memunculkan adanya identitas. Identitas dibentuk melalui penggunaan simbol-simbol tertentu dalam bahasa. Hal-hal tertentu diasosiasikan dan berfungsi sebagai simbol yang membuat pikiran orang mengarah pada obyek identitas tersebut. Misalnya, *sari* merupakan identitas orang India. Selain itu, muncul pula identitas yang sifatnya eksklusif. Maksudnya, identitas ini mengidentifikasikan kelompok tertentu yang memiliki simbol identitas yang sama

¹ Penulis menyarikannya dari skripsi Rianne K. Subijanto yang berjudul Representasi Islam dalam dua Artikel Majalah TIME.

sebagai 'we' atau bagian dari kami, sementara kelompok lain sebagai 'other', atau yang lain.

Lebih lanjut, cara kerja representasi pun memunculkan adanya stereotip. Stereotip adalah ciri-ciri fisik dan non fisik serta karakter-karakter tertentu yang dianggap sebagai identitas dari suatu kelompok atau individu. Walaupun tidak selalu sesuai dengan kenyataan, namun disadari atau tidak, kehadirannya telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Misalnya, kelompok etnis Cina di Indonesia selalu dianggap sebagai kelompok yang memiliki latar belakang sosial ekonomi menengah ke atas.

2.2 Teori Wacana dan Ideologi

Istilah wacana memiliki pengertian yang luas. Hal ini disebabkan karena banyaknya bidang ilmu yang menggunakan istilah tersebut seperti psikologi, sosiologi, linguistik, dan lain-lain. Dalam ruang lingkup psikologi sosial, wacana diartikan sebagai pembicaraan. Dalam bidang ilmu sosiologi, wacana mengacu pada relasi antara konteks sosial dalam penggunaan bahasa. Dari banyaknya definisi wacana, bidang ilmu linguistik sendiri memandang wacana sebagai unit yang lebih besar daripada kalimat. Luasnya pengertian wacana dapat dilihat dari pengertiannya pada Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Tabel definisi wacana

Wacana: 1. komunikasi verbal, ucapan percakapan; 2. sebuah perlakuan formal dari subjek dalam ucapan atau tulisan; 3. sebuah unit teks yang digunakan oleh linguist untuk menganalisis satuan lebih dari kalimat. (Collins Concise English Dictionary, 1988)

<p>Wacana: 1. sebuah percakapan khusus yang alamiah formal dan pengungkapannya diatur pada ide dalam ucapan dan tulisan; 2. pengungkapan dalam bentuk sebuah nasihat, risalah, dan sebagainya; sebuah unit yang dihubungkan ucapan atau tulisan. (<i>Longman Dictionary of the English Language</i>, 1984)</p>
<p>Wacana: 1. rentetan kalimat yang berkaitan, yang menghubungkan proposisi yang satu dengan proposisi yang lainnya, membentuk satu kesatuan, sehingga terbentuklah makna yang serasi di antara kalimat-kalimat itu; 2. kesatuan bahasa yang terlengkap dan tertinggi atau terbesar di atas kalimat atau klausa dengan koherensi dan kohesi yang tinggi yang berkesinambungan, yang mampu mempunyai awal dan akhir yang nyata, disampaikan secara lisan atau tertulis. (J. S. Badudu, 2000)</p>
<p>Analisis wacana memfokuskan pada struktur yang secara alamiah terdapat pada bahasa lisan, sebagaimana terdapat dalam wacana seperti percakapan, wawancara, komentar, dan ucapan-ucapan. (Crystal 1987)</p>
<p>Wacana adalah komunikasi kebahasaan yang terlihat sebagai sebuah pertukaran di antara pembicar dan pendengar, sebagai sebuah aktivitas personal di mana bentuknya ditentukan oleh tujuan sosialnya. (Hawthorn 1992)</p>
<p>Wacana adalah komunikasi lisan atau tulisan yang dilihat dari titik pandang kepercayaan, nilai, dan kategori yang masuk di dalamnya; kepercayaan di sini mewakili pandangan dunia; sebuah organisasi atau representasi dari pengalaman. (Roger Fowler 1977)</p>
<p>Wacana: kadang kala sebagai bidang dari semua pernyataan (<i>statement</i>), kadang kala sebagai sebuah individualisasi kelompok pernyataan, dan kadang kala sebagai praktik regulatif yang dilihat dari sejumlah pernyataan. (Foucault 1972)</p>

Sumber: Eriyanto, Analisis Wacana, Yogyakarta, LKiS, 2001, hal. 2 yang disarikan dari Sara Mills, *Discourse*, London and New York, Routledge, 1997, hlm. 1-8; J. S. Badudu, "Wacana", *Kompas*, 20 Maret 2000.

Dari luas dan beragamnya definisi wacana di atas, dapat ditarik benang merah penghubung yaitu bahwa wacana dapat dikatakan sebagai penggunaan bahasa untuk menyampaikan gagasan baik secara lisan maupun tulisan. Dengan demikian puisi dan pidato adalah contoh-contoh dari definisi wacana tersebut.

Dalam perspektif Foucault, wacana tidak hanya sebatas rangkaian kata atau kalimat yang memiliki makna. Wacana merupakan sebuah bangunan yang dikonstruksi oleh pihak pemegang kuasa dan pada akhirnya mampu memproduksi 'yang lain', seperti pengetahuan baru, wacana-wacana baru, definisi baru, identitas atau stereotip tertentu. Dalam wacana terkandung unsur kebenaran yang juga

dikonstruksi oleh karena itu tidak mengherankan jika wacana yang sama direpresentasikan secara berbeda oleh pemegang kuasa yang berbeda sehingga menghasilkan ‘kebenaran’ yang berbeda juga. Untuk itu diperlukan sebuah pemahaman kritis yang mempertanyakan kebenaran/struktur alamiah yang dikonstruksi tersebut.

2.3 Analisis Wacana Kritis

Analisis Wacana Kritis adalah sebuah metode pemahaman kritis yang senantiasa mempertanyakan kembali keabsahan struktur alamiah yang berlaku dalam masyarakat tertentu. Sebagai sebuah metode pemahaman kritis, analisis wacana kritis bertugas untuk melihat hal-hal tersembunyi dibalik apa yang terlihat secara eksplisit.

Dalam pandangan kritis, realitas adalah sebuah konstruksi yang dibangun oleh pihak yang memiliki kekuasaan (*power*) yang ada di semua jenjang (*level*). Ia ‘berada dalam suatu konflik, ketegangan, dan kontradiksi yang berjalan terus menerus’ (Eriyanto, 2001: 56). Dalam pengertian ini, analisis wacana kritis bertugas memeriksa kesesuaian antara hal-hal yang terlihat secara eksplisit dalam suatu wacana dengan hal-hal implisit yang terkandung di dalamnya. Penelitian kritis selalu mengaitkan analisis dengan konteks sosial karena realitas yang diamati oleh peneliti pada dasarnya adalah perpanjangan dari struktur sosial tersebut (Eriyanto, 2001: 56). Konteks sosial inilah yang pada akhirnya membantu peneliti menyingkapkan ketimpangan hubungan sosial yang tergambar dalam teks. Dalam analisis wacana kritis yang menjadi fokus pembahasan tidak hanya teks tertulis tapi juga meliputi

gambar yang dianalisis menggunakan analisis semiologi, misalnya metode semiologi Roland Barthes.

Metode semiologi Roland Barthes menggunakan bentuk yang sama dengan analisis linguistik Saussure, yaitu *signifier* (penanda) + *signified* (petanda) = *sign* (tanda). Lebih lanjut, proses pemaknaan tidak hanya berhenti sampai di sini namun pada tataran yang lebih tinggi, yaitu penandaan tingkat sekunder, yang disebut sebagai mitos/mitologi. Mitos/mitologi merupakan sistem penandaan tingkat kedua. Maksudnya, maknanya dibangun oleh rantai penandaan yang telah ada sebelumnya pada tingkatan primer (Sobur, 2003: 71). Dalam mitologi, tanda (*sign*) yang terbentuk pada penandaan tingkat primer berfungsi sebagai penanda (*signifier*) di tingkat sekunder. Dalam tataran ini, yang menjadi petandanya adalah konteks sosial budaya yang berlaku dalam sebuah masyarakat. Oleh karena itu, tanda yang muncul sebagai hasil dari sistem penandaan ini adalah makna yang didasarkan pada konteks sosial yang berlaku dalam masyarakat.

2.4 Multikulturalisme

Sama halnya dengan wacana, istilah multikulturalisme juga memiliki banyak definisi. Parsudi Suparlan dalam Simposium Internasional Jurnal Antropologi Indonesia ke-3 di Bali, melalui makalahnya yang berjudul ‘Menuju Masyarakat Indonesia yang Multikultural’ mengatakan bahwa masyarakat multikultural identik dengan kesederajatan dalam perbedaan baik secara individual maupun kebudayaan².

² Diambil dari internet

Lebih lanjut, dalam kesempatan yang sama Chua Beng Huat dari *National University of Singapore* mengkaji multikulturalisme dalam dua hal yang salah satunya adalah sebagai ‘wacana dari bawah’, dari masyarakat sipil. Dalam hal ini multikulturalisme diartikan sebagai wacana untuk perolehan hak-hak pemulihan dan pelestarian identitas diri dan kelompok yang selama ini tertekan³.

Selain itu, Bhikhu Parekh (2000) mendefinisikan multikulturalisme melalui tiga komponen utamanya yaitu *culture*, *multiculture*, dan *multiculturalism*, yang melahirkan definisi lain yaitu bahwa multikulturalisme adalah wacana yang dikembangkan sebagai respons dari keberagaman yang ada dalam masyarakat. Dengan kata lain, ia adalah sebuah jawaban terhadap kenyataan multikultural yang ada dalam masyarakat. Alih-alih menanggapi secara negatif, multikulturalisme menganggap keragaman yang ada dalam masyarakat sebagai hal yang positif.

Terlepas dari banyaknya definisi multikulturalisme yang berkembang, dalam penulisan skripsi ini, peneliti mendefinisikan multikulturalisme sebagai perpaduan dari berbagai kebudayaan. Dalam hal ini, kebudayaan yang dimaksud mengacu pada definisi yang dikembangkan oleh Koentjaraningrat yaitu bahwa *kebudayaan adalah keseluruhan sistem, gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan cara belajar*⁴. Secara lebih rinci, ia memaparkan tujuh unsur kebudayaan universal⁵, yaitu: sistem religi (sistem kepercayaan, sistem nilai dan pandangan hidup, komunikasi

³ *ibid*

⁴ <http://tutorial.mysimplebiz.info/isi/sejarah4.htm>. Diakses 13 Juli 2008

⁵ <http://tutorial.mysimplebiz.info/isi/sejarah4.htm>. Diakses 13 Juli 2008.

keagamaan, upacara keagamaan), sistem kemasyarakatan atau organisasi sosial (kekerabatan, asosiasi dan perkumpulan, sistem kenegaraan, sistem kesatuan hidup, perkumpulan), sistem pengetahuan (flora dan fauna, waktu, ruang dan bilangan, tubuh manusia dan perilaku antar sesama manusia), bahasa (lisan, tulisan), kesenian (seni patung/pahat, relief, lukis dan gambar, rias, vokal, musik, bangunan, kesusastraan, drama), sistem mata pencaharian hidup atau sistem ekonomi (berburu dan mengumpulkan makanan, bercocok tanam, peternakan, perikanan, perdagangan), dan sistem peralatan hidup atau teknologi (produksi, distribusi, transportasi, peralatan komunikasi, peralatan konsumsi dalam bentuk wadah, pakaian dan perhiasan, tempat berlindung dan perumahan, senjata). Oleh karena itu, definisi multikulturalisme yang digunakan dalam penulisan skripsi ini mengacu pada perpaduan berbagai hal di atas.



BAB 3

ANALISIS DATA

Bab ini akan membahas tiap-tiap teks brosur pariwisata Indonesia, Malaysia, dan Singapura. Pembahasan akan diawali dengan teks brosur Indonesia, diikuti dengan teks brosur Malaysia, dan terakhir teks brosur Singapura.

3.1 Analisis Representasi Teks Brosur Pariwisata Indonesia

Dalam teks brosur pariwisata *Travel Planner*, multikulturalisme Indonesia dibangun berdasarkan pendeskripsian tempat-tempat wisata di tiap-tiap provinsi. Pendeskripsian multikulturalisme Indonesia berdasarkan provinsi ini menunjukkan bahwa pemerintah menganggap bahwa multikulturalisme Indonesia adalah berdasarkan keterwakilan tiap-tiap provinsi di Indonesia. Berikut akan dibahas teks brosur pariwisata yang paling representatif yaitu teks brosur Jakarta.

3.1.1 Analisis Teks Brosur Pariwisata Jakarta

Pembahasan teks brosur Jakarta meliputi pembahasan teks tertulis dengan menggunakan metode analisis wacana kritis dilanjutkan dengan analisis gambar dengan menggunakan metode semiologi Roland Barthes. Pembahasan akan diawali dengan analisis teks tertulis.

3.1.1.1 Analisis Teks Tertulis

Dalam analisis teks tertulis, akan ada dua langkah yang akan dilakukan yaitu analisis kata-kata dan analisis gramatika bahasa yang meliputi analisis penggunaan *tenses* dan bentuk pasif. Analisis ini dilakukan untuk melihat kecenderungan linguistik yang digunakan dan peranannya dalam membentuk makna multikulturalisme dalam teks brosur. Pembahasan diawali dengan analisis kata-kata yang digunakan dalam merepresentasikan Jakarta dan dilanjutkan dengan analisis gramatika yang digunakan yaitu penggunaan *tenses* dan kalimat pasif dalam teks.

Dalam teks, pendeskripsian atas Jakarta terbagi menjadi tiga bagian besar, yaitu alamat kantor turisme di Jakarta lengkap dengan informasi menuju ke tempat tersebut, paragraf pembuka dan pendeskripsian atas *PLACES OF INTEREST*, atau tempat-tempat menarik di Jakarta. Dalam *PLACES OF INTEREST*, dideskripsikan tempat-tempat menarik di Jakarta yang dalam pendeskripsiannya ini terbagi lagi menjadi tiga kelompok yaitu Museum Gajah (*National Museum*), Taman Ismail Marzuki, Taman Mini Indonesia Indah (*Indonesian Miniature Park*), Sunda Kelapa (*Fish Market*), Ragunan Zoo, Pasar Burung (*Bird Market*), Pulau Seribu (*Thousand*

Islands), *Maritime Museum*, *The Jakarta Hilton Convention Centre (JHCC)*, dan *Antique Market* yang dideskripsikan menyatu dengan teks, *The National Monumen*, *Jakarta Bay City*, dan *The Wayang Museum* yang ditempatkan dalam bingkai hijau terpisah dengan teks, dan kolom hijau berjudul *Performing Art & Festival*. Berikut adalah daftar kata-kata yang digunakan untuk merepresentasikan masing-masing tempat/kegiatan:

Tabel 2, Kata-kata dalam teks brosur pariwisata Indonesia *Travel Planner: Jakarta*

<p>TOURIST OFFICE: Jl. Kuningan Barat 2, Phone (021) 5209869, 5272420, Fax (021) 5229136, 5263923, Website : http://www.jakarta-tourism.go.id</p> <p>GETTING THERE: Most flights al over the archipelago and aboard arrived in Soekarno-Hatta International Airport, although flights from Bandung and Lampung use Halim Perdana Kusumaairport. So many buses arrived in Jakarta from Sumatra and Java. Jakarta has four bus stations; from the west, there is Kalideres; Kampung Rambutan is primarily handle buses from Bogor, Bandung and Tasikmalaya, there is Lebak Bulus bus station to handle many of the deluxe buses from Yogyakarta, Surabaya and Bali. Economic class from Cirebon, Central and East Java, Sumatra and Bali arrived in Pulo Gadung bus station. Door to door travel minibuses are available to and from Java and Sumatra island.</p>		
<p>Paragraf pembuka: [Jakarta] is: the main gateway to Indonesia, a contrast of modern western architecture and traditional Indonesian culture, rapid growth, metropolitan city, the economic, political, social and idustrial development of the nation, [has] expanded its facilities for the visitor with luxury hotels, meeting facilities, world class golfcourse, fine rrestaurants, exciting night life, shopping centers, sea resorts in the Bay of Jakarta, and an extensive beach recreation complex.</p>		
<p>PLACES OF INTEREST</p>		
<p>Menyatu dengan teks:</p> <p>1. Museum Gajah (National Museum): located on the west side of Merdeka square, historical, pre-historical, archaeological and ethnographic aspects, artifacts and relics.</p>	<p>Dalam bingkai hijau</p> <p>1. The National Monumen (Monas): 137-metre tall table marble obelisk topped with a flame coated with 35 kgs of gold, represents the people’s determination to</p>	<p>Kolom berjudul Performing Art & Festivals:</p> <p>1. <i>Performances of traditional dances</i> from the various regions staged in Taman Mini Indonesia Indah (Indonesian</p>

<p>2. Taman Ismail Marzuki: foremost modern composers, art centre, regular performances of traditional and contemporary art, western ballet, Javanese dances, dramas and exhibitions of handicrafts and fine arts, a monthly calendar events, TIM offices at Jalan Cikini Raya 73, Jakarta.</p> <p>3. TMII (Indonesian Miniature Park): cultural park, present cultures and tradition, permanent exhibits of traditional architecture native to the 30 provinces, performances of drama and dances of the various provinces</p> <p>4. Sunda Kelapa (Fish Market): located in the far north of the city at the mouth of the Ciliwung River, Dutch domination of Jakarta and the rest of Indonesia, the remnants of Kasteel Batavia, an old fort and trading post of Dutch East Indies Company, tall masted Bugis schooners, the finest sights.</p>	<p>achieve freedom, located in front of the president's palace and opens to the public, an elevator carries visitor to the top, offering a bird's eye view across the city to the sea.</p> <p>2. Jakarta Bay City: Ancol, Jakarta's largest and most popular recreation park, extensive range of attractions, sea and fresh-water aquariums, swimming pools and artificial lagoons, fishing and boating, bowling alley, an assortment of nightlife restaurants, massage parlors, a Marina, Dufan (Fantasy Land), a golf course, hotels, 4 dimension theatre, 'Pasar Seni' or art market has a varied collection of Indonesia handicraft, paintings and souvenirs on sale, open air theatre features live performances by local artist, open daily from 2.00 pm to 9.00 pm, and on Sunday and holiday from 10.00 am to nine pm.</p> <p>3. The Wayang Museum: located on</p>	<p>Miniature Park) every Sunday morning.</p> <p>2. <i>International Kite Festival</i> every July, creative kite competition, stunt kites, photo exhibition and traditional kites display.</p> <p>3. <i>Jakarta International Java Jazz festival:</i> annual event held by offer 1000 jazz musicians from Indonesia and abroad.</p>
--	--	--

<p>5. Ragunan Zoo: situated in the southern part of the city, indigenous animal (Komodo dragon, Tapir, Java Tiger, Wild Ox, Brightly Coloured Birds), a lush tropical setting, open daily from 8.00 am to 6.00 pm</p>		<p>the western sides of Taman Fatahillah in “The Old Town, areas has the finest displays of wayang puppets in Indonesia, puppets of all parts of Indonesia and other part of Southeast Asia, the wooden and leather puppets displayed represent the finest craftsmanship in this particular form of traditional theatre, shows shortened performances of the wayang kulit leather every Sunday morning.</p>
<p>6. Pasar Burung (Bird Market): located at Jalan Pramuka, amazing area of colorful, tropical birds, unique Perkutut song bird, the pride of The Javannese People, open daily from 9.00 am.</p>		
<p>7. Pulau Seribu (Thousand Islands): scattered across the Java sea to the north of Jakarta, a haven away from the bustle of city life, Golden beaches fringed with coconut palms line the sea; surrounding waters are a paradise for snorkelers and scuba divers, reached from Tanjung Priok or Pasar Ikan (Sunda Kelapa) by ferry or by chartered boat, bungalows, restaurant, diving and sailing facilities are</p>		

available.

8. **Maritime Museum:** two of the original ware houses from the first trading post of the Dutch East Indies Company, large models of boats from various islands, the old harbourmaster's tower, open from 8.00 am till 2.00 pm on Tuesday, Wednesday, and Sunday, on Fridays closed at 11.00 am and on Saturday at 1.00 pm it closes on Monday.
9. **The Jakarta Hilton Convention Centre (JHCC):** measures 6,120 sqm, can accommodate three conferences, three public simultaneously, main hall has a seating capacity of 3,300 equipped with a giant video-wall, a hi-tech lighting, sound system VIP lounge, board rooms, translation booths, multi-function meeting rooms can seat 220 people each, main lobby can utilized as pre-cocktail area or for a coffee break for 3,500

<p>persons, car park can accommodate 10,000 cars</p> <p>10. Antique Market: good quality antique souvenirs available along Jalan Surabaya Cikini, Menteng.</p>		
---	--	--

Pembahasan teks brosur pariwisata diawali dengan bagian pertama yaitu *TOURIST OFFICE* dan *GETTING THERE*. Bagian *TOURIST OFFICE* memuat informasi lengkap seperti alamat, beberapa nomor telepon dan nomor *fax* yang dapat dihubungi serta alamat *web* yang dapat dikunjungi. Sama seperti teks brosur pariwisata pada umumnya, alamat kantor turis resmi selalu disertakan. Namun demikian, pada pendeskripsian tempat-tempat wisata dalam teks, tidak ditemukan adanya tempat wisata di Jakarta yang diberikan keterangan lengkap tersebut. Hanya ada satu tempat yaitu kantor Taman Ismail Marzuki (TIM) namun informasi alamat yang diberikanpun masih sangat umum dan tidak terperinci seperti halnya kantor turis.

Lebih lanjut, pada bagian *GETTING THERE*, dijelaskan mengenai sistem transportasi Jakarta, yaitu bahwa banyak bis yang singgah di Jakarta baik yang berasal dari Sumatra dan Jawa, bahwa Jakarta memiliki empat stasiun bis yang menyediakan beraneka macam bis dari berbagai macam kelas yaitu kelas ekonomi dan mewah, dan bahwa di Jakarta juga terdapat bis-bis lain. Informasi ini memberikan representasi Jakarta yang strategis karena dapat dicapai dengan berbagai cara dan bahwa dari Jakarta pun terdapat kemudahan untuk bepergian karena

berbagai macam bis dapat mengantar menuju berbagai daerah baik yang ada di satu pulau seperti Yogyakarta, Bandung, dan Cirebon, maupun luar pulau seperti Sumatra dan Bali. Deskripsi pada bagian *GETTING THERE* ini memang pada akhirnya memunculkan representasi bahwa Jakarta adalah kota yang strategis karena terdapat berbagai macam kendaraan untuk menuju dan mengantar ke tempat-tempat lain. Namun demikian, dalam konteks brosur iklan pariwisata, keberadaan informasi *GETTING THERE* yang hanya mendeskripsikan transportasi Jakarta secara umum dan hanya terdapat satu tempat saja yang diberikan informasi lengkap yaitu *TOURIST OFFICE* dapat dikatakan tidak cukup mengingat tidak ditemukannya informasi rinci mengenai *how to get there* dalam deskripsi tiap-tiap tempat wisata dalam teks seperti alamat lengkap, nomor telepon yang dapat dihubungi, jenis kendaraan yang dapat digunakan, dan informasi lain yang sejenis.

Dalam kapasitasnya sebagai wakil pemerintah dalam bidang kebudayaan dan pariwisata, Departemen Kebudayaan dan Pariwisata seharusnya mengerti benar akan pentingnya keberadaan informasi ini. Namun demikian, absennya informasi penting tersebut dalam teks brosur menunjukkan bahwa Departemen Kebudayaan dan Pariwisata belum memikirkan matang-matang informasi penting yang seharusnya ditampilkan dalam teks brosur guna memudahkan wisatawan berkunjung ke Jakarta, selain deskripsi tiap-tiap tempat wisata itu sendiri.

Selanjutnya, pembahasan dilanjutkan dengan deksripsi tempat-tempat wisata Jakarta yang dimulai dari paragraf pembuka. Pada paragraf pembuka, Jakarta digambarkan melalui lima hal yaitu sebagai gerbang utama untuk masuk ke

Indonesia, pertemuan kebudayaan barat yang moderen dan kebudayaan tradisional Indonesia, berkembang sebagai kota metropolitan, cermin dari perkembangan ekonomi, politik, sosial, dan industri Indonesia, dan juga fasilitasnya yang telah berkembang. Penggambaran Jakarta sebagai pintu masuk utama ke Indonesia dapat dipahami mengingat bandara internasional Soekarno Hatta, yaitu tempat masuknya para wisatawan maupun orang-orang dari luar Indonesia, terletak di Jakarta. Selanjutnya, penggambaran Jakarta sebagai pertemuan kebudayaan barat dan Indonesia juga sesuai dengan konteks kota Jakarta dimana di Jakarta terdapat pengaruh kebudayaan barat seperti misalnya bangunan bergaya *art deco*, gaya hidup sehat (*fitness*), pusat perbelanjaan, dan juga kebudayaan Indonesia seperti misalnya batik, tari-tarian daerah, dan lain sebagainya. Terakhir, penggambaran Jakarta sebagai kota metropolitan adalah cermin dari perkembangan Indonesia sendiri dan bahwa fasilitasnya telah berkembang merupakan representasi Jakarta yang sesuai dengan penggambaran kota Jakarta yang berlaku dalam masyarakat yaitu Jakarta sebagai pusat bisnis dan pemerintahan yang moderen, maju, dan fasilitasnya lengkap. Secara umum dapat dikatakan bahwa representasi kota Jakarta pada paragraf pembuka sesuai dengan pandangan yang berlaku dalam konteks sosial budaya masyarakat Jakarta. Untuk melihat penggambaran Jakarta yang lebih detil lagi maka pembahasan akan dilanjutkan dengan membahas bagian *PLACES OF INTEREST* dalam teks brosur yang terbagi menjadi tiga bagian yaitu bagian yang menyatu dengan teks, bagian yang diberi bingkai hijau, dan bagian yang berjudul *Performing Art & Festivals*.

1. Bagian yang menyatu dengan teks

Tempat-tempat wisata yang dideskripsikan pada bagian yang menyatu dengan teks diantaranya adalah Museum Gajah, Taman Mini Indonesia Indah (TMII), Sunda Kelapa, dan *Maritime Museum*. Tempat-tempat wisata ini adalah tempat-tempat yang menggambarkan aspek sejarah dan budaya Indonesia. Dalam teks brosur digambarkan bahwa aspek sejarah, seni, dan budaya yang dimiliki oleh tempat-tempat ini dapat dilihat dalam bentuk benda seperti artefak dan relik di Museum Gajah, sisa-sisa *Kasteel Batavia* dan tiang pancang pelaut Bugis di Sunda Kelapa, model kapal dari berbagai pulau dan menara pelabuhan di *Maritime Museum*, dan juga kebudayaan dan tradisi etnis melalui pameran arsitektur/rumah adat tradisional Indonesia. Penggambaran bahwa aspek sejarah, seni, dan budaya Indonesia melalui hal-hal yang bersifat kebendaan menunjukkan adanya paham materialis. Maksudnya, hal-hal yang sifatnya kebendaan digunakan dalam pendeskripsian yang pada akhirnya membentuk identitas tidak hanya bagi tempat wisata tersebut tapi juga Jakarta dan Indonesia, seperti misalnya seni, sejarah, dan kebudayaan.

Selanjutnya, dalam pendeskripsian atas tempat wisata Taman Mini Indonesia Indah (TMII) disebutkan bahwa ia adalah tempat wisata yang menampilkan tradisi budaya dan etnis dalam bentuk pameran arsitektur tradisional asli dari tiga puluh provinsi di Indonesia. Di TMII sendiri sebenarnya terdapat anjungan yang baru dibangun pada tahun 2006 yaitu Taman Budaya Tionghoa. Pada era Orde Baru, kelompok etnis Tionghoa disebut-sebut sebagai kelompok etnis/budaya tidak asli atau dikenal dengan nama non-pribumi dan pada saat itu, kelompok etnis ini dikenai

perlakuan diskriminasi seperti misalnya harus melengkapi diri dengan sejumlah surat keterangan (Budianta, 2000) dan juga pelarangan melakukan kegiatan kesenian. Namun demikian, dalam teks brosur ini, terlihat ada sebuah pergeseran yaitu bahwa etnis budaya Tionghoa mulai dimasukkan dalam kategori kelompok penduduk asli. Dalam konteks masyarakat Indonesia, pergeseran pun terlihat dari dihapuskannya peraturan yang mendiskriminasi etnis Tionghoa seperti pelarangan melakukan kegiatan kesenian dan lain sebagainya. Namun demikian, oleh karena dalam teks masih terdapat penyebutan kelompok budaya asli, maka itu artinya ada pandangan yang membedakan antara kelompok budaya asli dan tidak asli.

Dalam hal ini yang dikategorikan sebagai budaya yang tidak asli adalah orang-orang barat seperti Eropa, India, Arab, dan lain sebagainya karena TMII lah yang menjadi acuan penetapan kebudayaan asli dan tidak asli walaupun pada kenyataannya banyak juga warga negara Indonesia yang menikah dengan orang-orang barat tersebut. contoh yang paling kentara untuk dilihat adalah artis-artis Indonesia. Selain itu, ditampilkannya Taman Mini Indonesia Indah hanya sebagai tempat wisata yang menampilkan kebudayaan dan bukan fasilitas lain yang juga dimiliki seperti Pusat Peragaan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi, Istana Anak Anak Indonesia, Taman Burung, Taman Akuarium Air Tawar, Taman Bunga Keong Emas, Museum Minyak & Gas Bumi, seperti Teater Imax Keong Emas, Kereta Gantung, Aeromovel, Kereta Api Mini Selain TMII dan lain sebagainya menunjukkan bahwa representasi yang hendak dibentuk adalah tempat wisata budaya Indonesia.

Dalam bagian yang sama juga dideskripsikan tempat rekreasi lain yang terdapat di Jakarta, yaitu yang menampilkan hewan-hewan seperti *Ragunan Zoo* dan Pasar Burung. Salah satu hal menarik dari deskripsi Pasar Burung adalah keterangan “..., *the pride of the Javanese people.*” Salah satu film yang menggambarkan kehidupan masyarakat Betawi, atau Jakarta, adalah film *Si Doel Anak Sekolah*. Film ini sempat mendapatkan penghargaan dan juga sangat digemari karena dianggap merepresentasikan kehidupan masyarakat Jakarta, khususnya orang Betawi. Dalam film ini terdapat sosok *Mas Karyo* yang adalah orang Jawa dan sangat bangga akan suara burung peliharaannya. Walaupun dalam film tersebut burung peliharaannya bukan burung perkutut, namun bisa terlihat sosok orang Jawa yang bangga akan suara burung peliharaannya adalah yang seperti *Mas Karyo* ini yaitu orang kecil (masyarakat kelas bawah), pekerja, dan pendidikannya pas-pasan. Itu artinya, dalam teks brosur pariwisata Jakarta ini, sosok orang Jawa yang hendak ditampilkan melalui deskripsi Pasar Burung ini adalah orang Jawa sebagai masyarakat kelas bawah, pekerja, dan pendidikannya pas-pasan. Penyebutan Jawa menunjukkan adanya generalisasi karena Jawa terdiri dari berbagai suku, dan juga adanya stereotip karena sebenarnya banyak ‘orang Jawa’ berpendidikan tinggi dan menjadi pengusaha.

Tempat lain yang juga digambarkan adalah *Jakarta Hilton Convention Center* (JHCC). JHCC adalah tempat yang biasa digunakan sebagai tempat pertemuan rapat, urusan bisnis, dan juga acara-acara perusahaan. Dalam teks, representasi atas JHCC ini dibangun atas dasar kapasitas fisiknya seperti luas, daya akomodasi, kapasitas, perlengkapan/teknologi yang digunakan, fungsi ruangan, kapasitas tempat parkir, dan

sebagainya dan bukan penggambaran JHCC sebagai suatu tempat tertentu, dengan guna tertentu, memiliki reputasi tertentu (seperti misalnya telah digunakan dalam acara-acara besar oleh perusahaan-perusahaan besar), memiliki fungsi tertentu, dan kemudian informasi penting yang dapat dihubungi. Namun demikian, pembuat teks brosur ini, yaitu pemerintah Indonesia yang diwakili oleh Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, lebih memilih untuk mendeskripsikan identitas JHCC sebagai tempat bisnis melalui keterangan ciri/kapasitas fisiknya. Penggunaan ciri fisik untuk menghasilkan identitas tertentu ini menunjukkan paham materialis yang dianut oleh pembuat teks brosur ini.

Dalam deskripsi tempat-tempat wisata pada bagian yang menyatu dengan teks, terlihat bahwa Jakarta digambarkan dari sisi sejarah, seni/budaya, tempat rekreasi dan juga bisnis. Pembahasan akan dilanjutkan dengan analisis tempat wisata Indonesia dalam bagian yang diberi bingkai hijau.

2. Bagian yang diberi bingkai hijau

Dalam bagian yang diberi bingkai hijau, terdapat tiga tempat wisata yang dideskripsikan yaitu *The National Monument*, *Jakarta Bay City*, dan juga *The Wayang Museum*. Dalam pendeskripsian tentang Monas, terlihat bahwa pendeskripsian lagi-lagi berkisar pada ciri fisik Monas, yaitu tingginya 137 meter, dilapisi emas 35 kg, dan bahwa pengunjung dapat melihat pemandangan ke laut dari puncak Monas. Walaupun terdapat deskripsi makna Monas sebagai simbol kemerdekaan yang dicita-citakan oleh warga, namun fokus penjelasan ada pada fisik Monas dan bukan pada hal-hal yang ada di dalam Monas seperti misalnya di Monas

terdapat diorama yang menunjukkan kehidupan jaman purba dan juga rekaman suara Bung Karno saat proklamasi kemerdekaan. Pendeskripsian Monas yang berfokus pada fisik seperti ini lagi-lagi menunjukkan paham materialis.

Selain Monas, tempat wisata lain yang juga dideskripsikan pada bingkai hijau adalah *Jakarta Bay City*. Dalam teks brosur, *Jakarta Bay City* digambarkan sebagai tempat wisata hiburan yang paling populer. Dalam konteks Jakarta, identitas populer dapat dikatakan sudah tepat karena Jakarta Bay City yang dahulu dikenal dengan nama Ancol, memang sejak dahulu telah dikenal tidak hanya warga Jakarta tapi juga di luar Jakarta sebagai tempat hiburan. Dalam teks, penggambaran kepopuleran *Jakarta Bay City* ini tidak dibangun melalui beragamnya aktivitas yang dapat dilakukan di sana seperti menonton, berenang dengan fasilitas kolam renang yang dilengkapi dengan permainan, serunya bermain di Dufan dan lain sebagainya namun difokuskan pada keberadaan fasilitas fisik seperti adanya akuarium air tawar, kolam renang, kolam buatan untuk memancing, teater 4 dimensi, dan lain sebagainya. Dari sini terlihat bahwa penggambaran kepopuleran *Jakarta Bay City* adalah melalui keberadaan fasilitas fisiknya bukan berdasarkan nilai lebih/apa yang dapat dinikmati oleh pengunjung jika berkunjung ke tempat ini dibandingkan dengan tempat lain yang mungkin saja menawarkan fasilitas sejenis. Jika diandaikan bahwa *Jakarta Bay City* adalah seseorang yang digambarkan populer, maka mengikuti pendeskripsian teks brosur, kepopuleran tersebut dibangun karena ia punya mobil, ia punya apartemen, perhiasan, dan lain-lain, bukan karena nilai lebih seperti misalnya ia ramah dan sopan.

Terakhir, penggambaran tempat wisata Jakarta dalam bingkai hijau adalah *The Wayang Museum*. Di sini museum wayang dideskripsikan sebagai tempat wisata yang menampilkan wayang baik yang berasal dari seluruh wilayah Indonesia maupun negara-negara Asia Tenggara. Penggambaran museum wayang sebagai tempat wisata yang memiliki berbagai kebudayaan menunjukkan penggambaran Jakarta sebagai pertemuan berbagai kebudayaan.

Dalam pendeskripsian tempat-tempat wisata Jakarta dalam bingkai hijau terlihat bahwa penggambaran Jakarta sangat beragam, yaitu dalam hal seni/budaya dan juga tempat hiburan/rekreasi.

3. Bagian yang berjudul *Performing Art & Festivals*

Dalam bagian yang berjudul *Performing Art & Festivals*, digambarkan mengenai berbagai kegiatan kesenian yang dilakukan di Jakarta seperti seni tari oleh Taman Mini Indonesia Indah, festival layang-layang, dan juga seni musik yaitu *Jakarta International Java Jazz Festival*.

Secara keseluruhan terlihat bahwa bagian *PLACES OF INTEREST* mendeskripsikan Jakarta yang beragam yaitu sejarah, seni/budaya, rekreasi/wisata, dan juga tempat bisnis. Namun demikian, ditemukan bahwa representasi dominan Jakarta dalam teks adalah unsur sejarah, dan seni/budaya. Selain itu ditemukan juga bahwa terdapat perbedaan antara budaya asli dan tidak asli. Penggambaran ini sangat berbeda dengan yang terdapat pada bagian paragraf pembuka, yang artinya juga berbeda dengan pandangan yang berlaku pada umumnya tentang kota Jakarta yaitu sebagai kota moderen, fasilitas lengkap, pusat bisnis dan pemerintahan.

Pemilihan tempat-tempat wisata yang secara dominan menampilkan unsur sejarah, seni/budaya daripada rekreasi, hiburan, pusat perbelanjaan, dan hotel menunjukkan bahwa representasi multikulturalisme yang hendak dibentuk oleh pemerintah atas Jakarta adalah keragaman dalam hal sejarah, seni dan budaya.

Untuk dapat melihat representasi kota Jakarta yang lebih jelas lagi, maka pembahasan dilanjutkan dengan analisis gramatika yang meliputi penggunaan *tenses* dan juga bentuk pasif. Pembahasan akan diawali dengan penggunaan bentuk *tenses*. Dalam teks brosur pariwisata Jakarta, ditemukan dua *tenses* yang digunakan yaitu *present tense* dan *present perfect tense*. *Present tense* digunakan dalam hampir seluruh kalimat dalam teks brosur. Dengan mengacu pada empat fungsi penggunaan *present tense* (Larsen-Freeman, 2000: 14) yaitu untuk mengekspresikan kenyataan yang berlaku secara umum, hubungan atau relasi, dan kebenaran, untuk menunjukkan tindakan yang dilakukan secara berulang-ulang/kebiasaan, untuk menunjukkan kepemilikan akan suatu hal, dan untuk menunjukkan batasan/kurun waktu tertentu, maka dalam teks brosur pariwisata Jakarta ditemukan adanya tiga fungsi yaitu:

1. Untuk mengekspresikan kenyataan yang berlaku secara umum, hubungan atau relasi, dan kebenaran. Adapun fungsi ini ditemukan pada kalimat-kalimat berikut:

Tabel 3. Tabel 1 *present tense*

<p>Paragraf pembuka:</p> <ol style="list-style-type: none">1. The main gateway to Indonesia, it <i>is</i> a contrast of modern western architecture and traditional Indonesian culture. Its rapid growth into metropolitan city <i>reflects</i> the economic, political, social and industrial development of the nation. <p>PLACES OF INTEREST</p> <ol style="list-style-type: none">2. Taman Ismail Marzuki [TIM] <i>is</i> one of Indonesia's foremost modern composers.3. [TMII] <i>is</i> a cultural park which <i>attempts</i> to present the ethnic cultures and
--

- tradition in permanent exhibits of traditional architecture native to the 30 provinces.
4. [Pulau Seribu] Golden beaches fringed with ...; surrounding waters *are* a paradise for snorkelers and scuba divers.
 5. [Maritime Museum] Two of the original ware houses from the first trading post of the Dutch East Indies Company in Java now *house* the Maritime Museum.
 6. [Jakarta Bay City] Ancol *is* Jakarta's largest and most popular recreation park.
 7. [Wayang Museum] The wooden and leather puppets displayed here *represent* the finest craftsmanship in this particular form of traditional theatre.

Dalam kalimat di atas, bentuk *present tense* digunakan untuk menghasilkan representasi kota Jakarta yaitu sebagai kota yang perkembangannya menunjukkan perkembangan Indonesia sendiri. Selain itu, bentuk *present tense* juga digunakan untuk mendeskripsikan tempat-tempat wisata di Jakarta baik yang menampilkan unsur kesenian, budaya, rekreasi, sejarah, dan hiburan. Walaupun pada bagian paragraf pembuka teks brosur pariwisata Jakarta dideskripsikan sebagai kota yang moderen, fasilitas lengkap, dan lain sebagainya, namun penggambaran ini tidak didukung oleh penggambaran dominan tempat-tempat wisata dalam bagian *PLACES OF INTEREST*. Pada bagian tersebut, Jakarta yang dominan ditampilkan adalah unsur sejarah dan seni/budaya sehingga representasi yang muncul adalah bahwa keragaman Jakarta dibentuk atas unsur sejarah dan seni/budaya. Representasi ini semakin diperkuat dengan penggunaan *present tense* sebagai klaim kebenaran atas informasi yang disebutkan dalam teks. Penggunaan *present tense* sebagai klaim membenar sehingga pada akhirnya akan ditangkap oleh pembaca sebagai kebenaran menunjukkan adanya proses naturalisasi atas identitas Jakarta yang hendak dibangun oleh pembuat teks iklan yaitu beragam dalam hal sejarah dan seni/budaya.

2. Untuk menunjukkan tindakan yang dilakukan secara berulang-ulang/kebiasaan

Tabel 4. Tabel 2 *present tense*

<ol style="list-style-type: none">1. The art center <i>publishes</i> a monthly calendar of events which can be obtained at... .2. <i>Open</i> daily from 8.00 am to 6.00 pm.3. <i>Open</i> daily from 9 am4. <i>Open</i> from 8.00 am till 2.00 pm on Tuesday, Wednesday, Thursday and Sunday. It <i>closes</i> on Monday.5. <i>Open</i> daily from 2 pm to 9 pm, and on Sunday and holliday from 10 am to 9 pm.6. The museum also <i>shows</i> shortened performances of the wayang kulit leather puppets every Sunday morning.7. ... TIM <i>stages</i> regular performances of traditional and contemporary art

Dari kalimat-kalimat yang digambarkan di atas, terlihat bahwa bentuk *present tense* digunakan untuk menyatakan jadwal kunjungan dan juga aktivitas pertunjukan. Dalam konteks brosur pariwisata, hal ini sangat penting mengingat waktu inilah yang dijadikan acuan oleh para wisatawan untuk melakukan kunjungan.

3. Untuk menunjukkan kepemilikan akan suatu hal

Tabel 5. Tabel 3 *present tense*

<ol style="list-style-type: none">1. Tall masted Bugis Schooners from South Sulawesi anchoring there <i>offer</i> one of the finest sights Jakarta <i>has</i> to offer.2. The 'Pasar Seni' or art market <i>has</i> a varied collection of Indonesian handicraft, paintings and souvenirs on sale.3. The Wayang Museum ... <i>has</i> the finest displays of Wayang puppets in Indonesia4. [Museum Gajah] <i>offers</i> historical, pre-historical, archaeological and ethnographic aspect of Indonesia through its extensive collection of artifacts.5. Exhibits <i>include</i> large models of boats from various island.6. Pulau Seribu is scattered across the Java Sea to the north of Jakarta <i>offers</i> a haven away from the bustle of city life.7. The main hall <i>has</i> a seating capacity of 3,300, and8. Bungalows, restaurants, diving and sailing facilities <i>are available</i>.9. The complex <i>includes</i> a Marina, Dunia Fantasi, a golf course, hotels, and a 4 dimension theatre. An open air theatre <i>features</i> live performances by local artists.

Melalui penggunaan bentuk *present tense*, maka tempat-tempat wisata Jakarta sedang mengklaim kepemilikan atas fasilitas tertentu. Bentuk klaim tersebut tidak hanya berfungsi sebagai informasi bagi pengunjung, tapi juga kepemilikan fasilitas tertentu dapat menunjukkan identitas atas tempat wisata tersebut yaitu sebagai tempat wisata yang menampilkan unsur sejarah, seni, budaya, fasilitas pertemuan, rekreasi, atau hiburan. Namun demikian, dalam teks brosur terlihat bahwa tempat-tempat wisata dominan yang dipaparkan dalam *PLACES OF INTEREST* Jakarta adalah yang menonjolkan unsur sejarah dan seni/budaya daripada rekreasi/hiburan. Hal inipun tercermin dari tabel di atas dimana kalimat-kalimatnya kebanyakan berasal dari tempat wisata yang menonjolkan unsur seni/budayaan sejarah. Lebih lanjut, dalam menyatakan kepemilikan ini juga terlihat adanya paham materialis. Maksudnya, kepemilikan atas materi atau benda-benda tertentu dijadikan sebagai identitas tempat wisata tersebut seperti yang terlihat pada kalimat 1, 4, 5, 7, dan 9.

Bentuk *tenses* lain yang juga ditemukan dalam teks adalah *present perfect tense*, yaitu pada kalimat *Jakarta has expanded its facilities for the visitor with luxury hotels, meeting facilities, world class golf course, fine restaurants, exciting nightlife and shopping centres besides tourist attraction heritages, sea resorts in the Bay of Jakarta, and an extensive beach recreation complex*. Salah satu fungsi *present perfect tense*, adalah untuk menunjukkan kejadian yang terjadi di masa lalu dan masih berlangsung saat ini. Oleh karena itu makna kalimat ini adalah perluasan fasilitas yang dilakukan oleh Jakarta telah dimulai sejak dahulu sampai pada saat dikeluarkannya brosur. Disini, representasi yang muncul atas kota Jakarta yaitu

bahwa kota Jakarta selalu berusaha untuk menyediakan kebutuhan para pengunjungnya dengan cara terus memperluas fasilitasnya dari sejak dahulu sampai dengan waktu dikeluarkannya teks brosur tersebut. Melalui fasilitas yang dipaparkan menggunakan *tenses* ini, terlihat bahwa Jakarta digambarkan sangat beragam seperti memiliki fasilitas akomodasi, hiburan, olah raga, rekreasi, dan kebudayaan.

Setelah dari sisi *tenses*, pembahasan dilanjutkan dengan analisis bentuk pasif yang digunakan dalam teks brosur Jakarta. Bentuk pasif memiliki berbagai macam fungsi dalam penggunaannya. Dari sekian banyak fungsi bentuk pasif yang ada, ditemukan tiga fungsi bentuk pasif yang digunakan dalam representasi Jakarta/Indonesia. Adapun fungsi-fungsi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan lokasi atau posisi. Fungsi ini tampak dalam kalimat:

Tabel 6. Tabel 1 bentuk pasif

<ol style="list-style-type: none">1. Museum Gajah <i>is located</i> on the west side of Merdeka square;...2. Sunda Kelapa (Fish Market), <i>is located in</i> the far north of the city at the mouth of the Ciliwung River3. Ragunan Zoo <i>is situated in</i> the southern part of the city.4. Pasar Burung (Bird Market) <i>is located</i> at Jalan Pramuka with its amazing...5. The Wayang Museum <i>located</i> on the western side of Taman Fatahilah in the "The Old Town" areas has...6. Performances of traditional dances from the various regions <i>are staged</i> in Taman Mini Indonesia Indah ...7. Performances of drama and dances of the various provinces <i>are regularly staged</i> in the pavillions.

Dalam bidang pariwisata, letak atau posisi dari tempat-tempat wisata sangatlah penting. Hal ini disebabkan karena brosur pariwisatalah yang akan dijadikan acuan wisatawan tersebut untuk menuju ke tempat wisata. Hal ini

nampaknya disadari oleh pemerintah. Terbukti dari penempatan lokasi/posisi tempat wisata tersebut di bagian awal paragraf teks yang mendeskripsikan tempat wisata tersebut. Namun demikian, penunjukkan lokasi tempat wisata tersebut tidaklah lengkap seperti memberikan informasi atas titik tolak termudah untuk menjangkau tempat tersebut, alternatif kendaraan apa saja yang dapat digunakan untuk menjangkau tempat wisata tersebut, dan informasi lain yang sifatnya memudahkan wisatawan menuju tempat wisata tersebut termasuk di dalamnya harga tiket masuk dan juga informasi terkait lain. Dalam kapasitasnya yang bukan hanya pembuat teks brosur ini tapi juga wakil pemerintah yang menangani masalah kebudayaan dan pariwisata, Departemen Kebudayaan dan Pariwisata seharusnya dapat memberikan informasi yang selengkap dan sejelas mungkin akan tempat wisata yang dideskripsikan dalam teks. Hilangnya hal-hal penting dalam deskripsi tempat wisata Jakarta ini menunjukkan Departemen Kebudayaan dan Pariwisata tidak memikirkan matang-matang informasi apa yang harus ditampilkan dalam mendeskripsikan tempat-tempat wisata untuk memudahkan wisatawan yang hendak berkunjung, yang juga berarti mencapai tujuan pembuatan brosur pariwisata ini.

2. Untuk mendeskripsikan karakteristik/kualitas tertentu. Fungsi ini dapat ditemukan pada kalimat berikut ini:

Tabel 7. Tabel 2 bentuk pasif

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none">1. The National Monument (Monas) <i>is</i> the 137-metre tall table marble obelisk <i>is topped</i> with a flame coated with 35 kgs of gold,2. Pulau Seribu <i>is scattered</i> across the Java Sea to the north... .3. Golden beaches [which <i>are</i>] <i>fringed</i> with coconut palms line the sea;4. [JHCC] The main hall has a seating capacity of 3,300, and <i>is equipped</i> with giant video-wall, and a hi-tech, |
|---|

Pada kalimat di atas, bentuk pasif digunakan untuk menjelaskan ciri-ciri fisik/fasilitas masing-masing tempat wisata yang pada akhirnya menghasilkan representasi tempat wisata itu sendiri, yaitu tempat wisata yang ciri-cirinya a, b, c, dan lain sebagainya. Dalam kalimat di atas terlihat bahwa terdapat tiga tempat wisata yang digambarkan kualitas fisiknya yaitu Monas, Pulau Seribu, *Golden Beaches* yang merupakan bagian dari Pulau Seribu, dan satu tempat lain yang digambarkan fasilitas fisiknya yaitu *Jakarta Hilton Convention Center (JHCC)*. Dari penggambaran ketiga tempat tersebut terlihat bahwa ciri fisik selalu menjadi bagian dari deskripsi sebagai pembentuk representasi. Penggambaran tempat-tempat wisata melalui ciri-ciri fisik yang dilakukan oleh pembuat teks iklan ini menunjukkan bahwa pembuat teks iklan menganut paham materialis, yaitu penggunaan keberadaan fisik untuk menunjukkan identitas, yaitu bahwa identitas Pulau seribu sebagai tempat yang menawarkan lingkungan yang jauh dari keramaian, *Golden Beaches* dengan keberadaan fisiknya sebagai tempat ideal bagi para penyelam, JHCC adalah tempat bisnis dari fasilitas yang ditawarkannya, dan Monas yang memiliki ciri-ciri fisik demikian.

3. Untuk memfokuskan pada aktivitas atau kegiatan daripada pelaku aktivitas tersebut.

Tabel 8. Tabel 3 bentuk pasif

1. Jakarta International Java Jazz Festival <i>is an annual event held by over 1000 famous jazz musicians from Indonesia and abroad.</i>
--

Dalam kalimat di atas, bentuk pasif digunakan untuk memfokuskan pembacaan pada aktivitas kesenian yang dilakukan di Jakarta. Pemfokusan pada kegiatan ini dilakukan karena kegiatan seni ini diletakkan pada kolom *Performing Art & Festival* dimana fokus pada kolom tersebut adalah kegiatan/festival kesenian yang dilakukan di Jakarta sehingga pada akhirnya mendukung representasi Jakarta dalam hal unsur kesenian.

3.1.1.2 Analisis Gambar

Setelah menganalisis teks tertulis, maka pembahasan akan dilanjutkan dengan membahas gambar yang ada pada teks brosur pariwisata Jakarta ini. Pembahasan akan dilakukan dengan menggunakan metode analisis semiologi Roland Barthes. Analisis semiologi Roland Barthes mengambil bentuk yang sama dengan analisis linguistik Sausure yaitu $signifier + signified = sign$ ⁶. Pada tataran sekunder, *sign* yang telah terbentuk tadi berfungsi sebagai *signifier* atau penanda yang setelah dimaknai secara sosial budaya, yaitu petanda atau *signified* dalam tataran sekunder, akan menghasilkan tanda baru yang disebut oleh Barthes sebagai mitos/mitologi. Dalam pengertian Barthes, yang dimaksud dengan mitos/mitologi adalah makna yang

⁶ Peneliti mengambil kata-kata yang digunakan dalam skripsi yang ditulis oleh Rianne K. Subijanto karena menganggap bahwa kata-kata tersebut mewakili ungkapan yang hendak penulis sampaikan.

dihasilkan oleh imej tertentu dimana konteks sosial budaya masyarakat turut berperan dalam pembentukan makna.

Gambar 1.
Gambar 1 pada teks brosur Jakarta



Gambar 2.
Gambar 2 pada teks brosur Jakarta



Gambar 1 dan 2 merupakan gambar fasilitas moderen yang dimiliki oleh Jakarta. Dalam teks disebutkan bahwa Jakarta telah berkembang ke arah moderen. Hal ini ditunjukkan melalui perluasan fasilitas yang dilakukan oleh Jakarta seperti pengadaan hotel dan fasilitas penginapan lain. Oleh karena itu, dua gambar di atas dapat dikatakan sebagai fasilitas moderen Jakarta. Lebih lanjut, karena perkembangan Jakarta ditandai dengan pengadaan fasilitas moderen, maka pada sistem penandaan sekunder diperoleh tanda baru yaitu bahwa Jakarta adalah kota yang telah berkembang.

Pemetaan sederhana sistem penandaan dalam gambar adalah sebagai berikut:

Tabel 9. Tabel 1 analisis teks brosur Jakarta

Tingkat penandaan primer (tingkatan bahasa)	1. penanda Gambar	2. petanda 'fasilitas moderen'
Tingkat penandaan sekunder (tingkatan mitologi)	3. tanda fasilitas moderen Jakarta I. PENANDA	II. KEMUNGKINAN PETANDA YANG MUNCUL 'Jakarta adalah kota yang telah berkembang.'
	III. TANDA Jakarta adalah kota yang telah berkembang.	

Dari sistem penandaan gambar di atas terlihat bahwa identitas Jakarta yaitu sebagai kota yang berkembang ditandai oleh tampak depan hotel *Grand Hyatt* dan juga tampak dalam sebuah pusat perbelanjaan. Keduanya sama-sama menunjukkan identitas Jakarta yang moderen melalui bentuk fisik, yaitu tampak dalam sebuah pusat perbelanjaan dan juga tampak depan hotel *Grand Hyatt*. Pembentukan identitas Jakarta sebagai kota berkembang melalui bangunan/gedung menunjukkan paham materialis yang dianut oleh pembuat teks ini. Dalam gambar hotel *Grand Hyatt*, terlihat bahwa arsitektur yang digunakan adalah *art deco*, pengaruh barat sedangkan pada gambar tampak dalam pusat perbelanjaan gambar yang dipilih adalah lantai bertingkat-tingkat yang diberikan penerangan oleh lampu-lampu kecil dimana di kiri dan kanannya terdapat dinding-dinding kaca sama tinggi yang juga diberi dekorasi lampu-lampu penerang kecil-kecil. Pada salah satu bagian dinding tersebut, yaitu sebelah kiri gambar, terdapat iklan *show unit* apartemen *Summarecon*, yaitu *The Summit*. Dalam iklan terdapat gambar sepasang suami istri yang sedang menikmati fasilitas apartemen tersebut. Selain itu, pada bagian bawah, yaitu lantai pusat perbelanjaan, juga terdapat iklan pusat kebugaran yang diantaranya bertuliskan

Healthy Lifestyle, Fitness Station. Kesamaan dari gambar pusat perbelanjaan dan juga hotel di atas adalah keduanya menggunakan pengaruh arsitektur barat, bahasa Inggris, dan juga model bertingkat-tingkat. Disini terlihat bahwa kehidupan moderen yang dimaksud oleh pembuat teks adalah seperti yang ditunjukkan pada gambar yaitu bangunan bertingkat-tingkat, arsitektur barat, tinggal di apartemen, melakukan fitnes, dan menggunakan bahasa Inggris.

Gambar 3.
Gambar 3 pada teks brosur Jakarta



Gambar 4.
Gambar 4 pada teks brosur Jakarta



Ondel-ondel dan tarian adalah bagian dari kesenian khas Jakarta sehingga dalam tataran primer, tanda yang terbentuk adalah ondel-ondel dan tarian khas Jakarta. Dalam teks brosur, representasi kota Jakarta dibentuk salah satunya oleh kesenian Jakarta. Oleh karena itu, tanda yang muncul di tataran sekunder adalah kesenian kota Jakarta.

Adapun pemetaan sederhana sistem penandaan gambar adalah sebagai berikut:

Tabel 10. Tabel 2 analisis teks brosur Jakarta

Tingkat penandaan primer (tingkatan bahasa)	1. penanda Gambar	2. petanda 'Ondel-ondel dan tarian khas Jakarta'
Tingkat penandaan sekunder (tingkatan mitologi)	3. tanda Ondel-ondel dan tarian khas Jakarta I. PENANDA	II. KEMUNGKINAN PETANDA YANG MUNCUL 'Kesenian kota Jakarta.'
	III. TANDA Kesenian kota Jakarta	

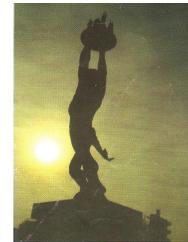
Gambar 5. Gambar 5 pada teks brosur Jakarta



Gambar 6. Gambar 6 pada teks brosur Jakarta



Gambar 7. Gambar 7 pada teks brosur Jakarta



Gambar 5 adalah gambar tugu Monas. Gambar 6 memperlihatkan puncak tugu Monas di belakang patung kereta kuda yang tersiram pancuran air di bawah sorotan lampu-lampu dan gambar 7 adalah gambar patung pemuda membangun. Biasanya, gambar patung dan tugu digunakan sebagai lambang/identitas sebuah kota atau negara. Misalnya, gambar patung *Liberty* melambangkan kota New York, menara *Eiffel* melambangkan kota Paris, patung *merlion* melambangkan negara Singapura, dan patung dua anak kembar Remus dan Romulus serta seekor serigala melambangkan kota Roma. Oleh karena itu, tiga gambar ini dapat dikatakan

melambangkan kota Jakarta sehingga tanda baru yang muncul bukanlah lagi patung atau tugu melainkan kota Jakarta.

Pemetaan sederhana sistem penandaan adalah sebagai berikut:

Tabel 11. Tabel 3 analisis teks brosur Jakarta

Tingkat penandaan primer (tingkatan bahasa)	1. penanda Gambar	2. petanda 'patung dan tugu di Jakarta'
Tingkat penandaan sekunder (tingkatan mitologi)	3. tanda patung dan tugu di Jakarta I. PENANDA	II. KEMUNGKINAN PETANDA YANG MUNCUL 'Kota Jakarta'
	III. TANDA Kota Jakarta	

Pada gambar di atas, terlihat bahwa tugu Monas, patung kereta kuda, dan patung pemuda membangun dijadikan simbol dari kota Jakarta.

Gambar 8. Gambar 8 pada teks brosur Jakarta



Gambar 8 memperlihatkan foto batuan sisa reruntuhan sebuah bangunan. Jika diamati, maka gambar di atas adalah gambar yang biasa ditemukan dalam buku-buku teks sejarah sekolah menengah yang memperlihatkan sisa-sisa bangunan peninggalan jaman purba seperti dolmen, sarkofagus, punden berundak-undak, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, pada tataran primer, gambar ini dapat dibaca sebagai

sisa-sisa reruntuhan bangunan bersejarah. Dalam teks disebutkan bahwa Jakarta memiliki berbagai tempat wisata yang menawarkan aspek sejarah. Hal ini sekaligus membentuk representasi Jakarta melalui sisi sejarah. Oleh karena itu, tanda yang muncul pada tingkat penandaan sekunder adalah sisi sejarah kota Jakarta.

Pemetaan sederhana sistem penandaan adalah sebagai berikut:

Tabel 12. Tabel 4 analisis teks brosur Jakarta

Tingkat penandaan primer (tingkatan bahasa)	1. penanda Gambar	2. petanda 'sisa-sisa reruntuhan bangunan bersejarah'
Tingkat penandaan sekunder (tingkatan mitologi)	3. tanda sisa-sisa reruntuhan bangunan bersejarah I. PENANDA	II. KEMUNGKINAN PETANDA YANG MUNCUL 'Jakarta menampilkan sisi sejarah'
	III. TANDA Jakarta menampilkan sisi sejarah.	

Dalam sistem penandaan gambar di atas, sisi sejarah Jakarta digambarkan melalui artefak peninggalan manusia purba. Penggambaran identitas sejarah Jakarta melalui bukti peninggalan manusia purba, yaitu bukti fisik dan bukan yang lain seperti misalnya diorama kehidupan manusia purba di Monas, menunjukkan paham materialis yang dianut oleh pembuat teks brosur ini, yaitu hal-hal yang bersifat materi kebendaan digunakan untuk membentuk identitas.

Gambar 9. Gambar 9 pada teks brosur Jakarta



Gambar 10. Gambar 10 pada teks brosur Jakarta



Gambar 11. Gambar 11 pada teks brosur Jakarta



Gambar 12. Gambar 12
pada teks brosur Jakarta



Gambar 13. Gambar 13
pada teks brosur Jakarta



Gamabr 14. Gambar 14
pada teks brosur Jakarta



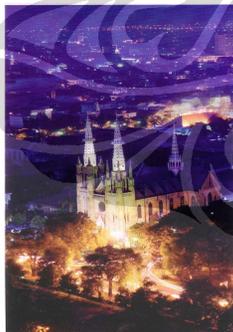
Dalam teks, representasi Jakarta dibangun berdasarkan tempat-tempat wisata yang mayoritas menonjolkan unsur sejarah dan seni seperti museum. Oleh karena itu, gambar-gambar gedung museum yang terlihat pada teks pun akan diinterpretasikan oleh pembaca sebagai gambar tempat wisata yang pada akhirnya membentuk identitas keragaman Jakarta yang dominan yaitu keragaman dalam hal sejarah dan seni/budaya. Selain itu, gambar perahu juga akan diinterpretasikan dengan cara yang sama karena walaupun tidak terdapat keterangan gambar, namun dalam teks brosur terdapat tempat wisata museum yang digambarkan menampilkan tiang kapal perahu Bugis sehingga iapun juga akan diinterpretasikan sebagai tempat wisata yang menonjolkan sejarah. Dengan demikian, tanda yang muncul pada tingkat penandaan sekunder adalah Jakarta yang beragam dalam bidang sejarah dan seni/budaya.

Tabel 13. Tabel 5 analisis teks brosur Jakarta

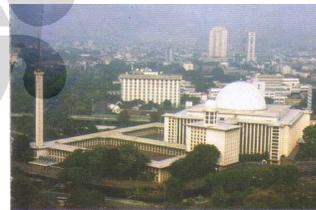
Tingkat penandaan primer (tingkatan bahasa)	1. penanda Gambar	2. petanda 'Tempat-tempat wisata sejarah dan seni/budaya Jakarta'
Tingkat penandaan sekunder (tingkatan mitologi)	3. tanda Tempat-tempat wisata sejarah dan seni/budaya Jakarta I. PENANDA	II. KEMUNGKINAN PETANDA YANG MUNCUL 'Keragaman Jakarta dalam sejarah dan seni/budaya'
	III. TANDA Keragaman Jakarta dalam sejarah dan seni/budaya.	

Dari sistem penandaan gambar di atas, terlihat bahwa identitas keragaman Jakarta dalam sejarah dan seni/budaya dibangun oleh keberadaan fisik gedung-gedung maupun benda yang merupakan bagian dari tempat wisata tersebut. pembentukan identitas Jakarta dalam bentuk fisik ini menunjukkan paham materialis yang dianut oleh pembuat teks brosur ini.

Gambar 15. Gambar 15 pada teks brosur Jakarta



Gambar 16. Gambar 16 pada teks brosur Jakarta



Gambar 15 menunjukkan gambar gereja Cathedral dan Mesjid Istiqlal. Pemilihan gambar gereja Cathedral dan mesjid Istiqlal disebabkan karena dalam konteks Jakarta, dua tempat ibadah inilah yang biasanya mengisi pemberitaan media atas aktivitas religius yang dilakukan oleh penduduk Jakarta. Oleh karena itu, dua

tempat ibadah ini dapat dikatakan sebagai simbol kota Jakarta dalam hal keagamaan.

Pemetaan sederhana sistem penandaan gambar tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 14. Tabel 6 analisis teks brosur Jakarta

Tingkat penandaan primer (tingkatan bahasa)	1. penanda Gambar	2. petanda 'Gereja Kathedral dan Mesjid Istiqlal'
Tingkat penandaan sekunder (tingkatan mitologi)	3. tanda Gereja Kathedral dan Mesjid Istiqlal I. PENANDA	II. KEMUNGKINAN PETANDA YANG MUNCUL 'Jakarta'
	III. TANDA Jakarta	

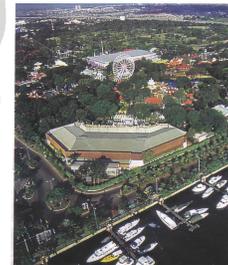
Gambar 17. Gambar 17 pada teks brosur Jakarta



Gambar 18. Gambar 18 pada teks brosur Jakarta



Gambar 19. Gambar 19 pada teks brosur Jakarta



Gambar di atas menunjukkan tempat-tempat wisata yang ada di kota Jakarta, yaitu Pulau Seribu (gambar 17) dan *Jakarta Bay City* (gambar 18 dan gambar 19). Dalam teks, Pulau Seribu direpresentasikan melalui ciri-ciri fisik yaitu *golden beaches fringed with coconut palms line the sea; surrounding waters are a paradise...*. Representasi fisik semacam ini mau tidak mau orang akan membuat orang merepresentasikan bahwa gambar 17 di atas adalah gambar Pulau Seribu. Lebih lanjut, gambar salah satu wahana permainan yang diletakkan dalam kerangka paragraf yang membahas tentang *Jakarta Bay City* akan langsung membuat orang

paham bahwa gambar tersebut mewakili tempat wisata *Jakarta Bay City*. Dalam teks keduanya direpresentasikan sebagai tempat wisata rekreasi dan hiburan. Oleh karena itu, tanda baru di tataran sekunder yaitu fasilitas rekreasi dan hiburan Jakarta.

Pemetaan sistem penandaan gambar adalah sebagai berikut:

Tabel 15. Tabel 7 analisis teks brosur Jakarta

Tingkat penandaan primer (tingkatan bahasa)	1. penanda Gambar	2. petanda 'Pulau Seribu dan <i>Jakarta Bay City</i> '
Tingkat penandaan sekunder (tingkatan mitologi)	3. tanda Pulau Seribu dan <i>Jakarta Bay City</i> , I. PENANDA	II. KEMUNGKINAN PETANDA YANG MUNCUL 'fasilitas rekreasi dan hiburan Jakarta'
	III. TANDA fasilitas rekreasi dan hiburan Jakarta	

Dari sistem penandaan gambar di atas terlihat bahwa fasilitas rekreasi hiburan Jakarta ditandai oleh ciri fisik tempat wisata tersebut yaitu ciri fisik Pulau Seribu (gambar 17), bukan fasilitas yang ditawarkan, salah satu wahana permainan di Jakarta Bay City (gambar 18) dan juga lokasi fisik *Jakarta Bay City* yang diambil dari kejauhan (gambar 19) untuk menunjukkan letaknya dekat pantai, bukan gambar lain seperti sekelompok orang yang sedang menikmati permainan di *Jakarta Bay City*. Gambar yang memfokuskan pada ciri fisik ini lagi-lagi menunjukkan paham materialis dari pembuat teks brosur ini. Selain itu, kemiripan gambar salah satu wahana permainan *Jakarta Bay City* yaitu bianglala yang ditampilkan dalam gambar dengan permainan yang sering ditampilkan *Disneyland* yang kemudian dikenal sebagai maskot, menunjukkan upaya identifikasi yang dibuat oleh teks brosur untuk menggambarkan tempat wisata *Jakarta Bay City* seperti *Disneyland*.

3.1.1.3 Kesimpulan Analisis Representasi Teks Brosur Pariwisata Jakarta

Dalam teks brosur pariwisata, terlihat bahwa pemerintah Indonesia menggambarkan multikulturalisme Indonesia melalui penggambaran tiap-tiap provinsi dimana didalamnya dideskripsikan tempat-tempat wisata. Di antara provinsi-provinsi yang dideskripsikan, Jakarta adalah yang paling seimbang dalam menggambarkan unsur-unsur pembentuk multikulturalisme dalam teks, yaitu unsur sejarah, seni/budaya, rekreasi/hiburan, dan juga tempat pertemuan/bisnis. Walaupun demikian, dalam pendeskripsian tetap ditemukan bahwa unsur sejarah dan seni/budaya adalah unsur yang dominan. Dalam pendeskripsianpun ditemukan adanya perbedaan antara kebudayaan asli dan tidak asli. Dalam visualisasi, ditemukan juga mayoritas gambar-gambar yang ditunjukkan untuk membentuk representasi atas identitas Jakarta adalah berupa fisiknya seperti gedung (museum, hotel, pusat perbelanjaan, teater), sisa-sisa peninggalan sejarah, dan salah satu permainan dalam *Jakarta Bay City*. Walaupun menekankan sejarah dan seni budaya, namun dalam teks hanya ditemukan dua gambar saja yang menunjukkan identitas seni/budaya Jakarta yaitu gambar ondel-ondel dan tarian khas Jakarta.

3.2 Analisis Representasi Teks Brosur Pariwisata Malaysia

Setelah Indonesia, analisis akan dilanjutkan dengan membahas representasi teks brosur pariwisata Malaysia. Dalam teks brosur yang menggambarkan multikulturalisme Malaysia yaitu *Heritage & Craft*, terdapat berbagai jenis kategori seperti *People & Customs*, *Traditional Attire*, *Traditional Music & Dance*, *Games &*

Pastimes, Traditional Cuisine, Architectural Heritage, dan Handicrafts. Dalam tiap kategori budaya dipaparkan tentang ciri khas tiap-tiap kelompok budaya yang ada di Malaysia.

Ini menunjukkan bahwa dalam pandangan pemerintah Malaysia, multikulturalisme di Malaysia terbentuk karena adanya keberagaman kategori-kategori budaya yang didalamnya terdapat perwakilan berbagai kelompok budaya atau kelompok etnis yang ada di Malaysia. Berikut akan dibahas teks brosur pariwisata Malaysia yang berjudul *A Unique Ethnic & Cultural Experience*.

3.2.1 Analisis Teks Brosur Pariwisata *People and Customs: A Unique Ethnic & Cultural Experience*

Dalam membahas teks brosur pariwisata Malaysia yang berjudul *A Unique Ethnic and Cultural Experience* ini akan dilakukan dua langkah analisis yaitu analisis teks tertulis menggunakan metode analisis wacana kritis dan juga analisis gambar dengan menggunakan metode semiologi Roland Barthes. Pembahasan akan didahului dengan analisis teks tertulis.

3.2.1.1 Analisis Teks Tertulis

Dalam membahas teks tertulis brosur Malaysia akan dilakukan proses yang sama yaitu, penggunaan kata-kata dan gramatika yang meliputi penggunaan *tenses* dan bentuk pasif. Analisis akan diawali dengan penggunaan kata-kata dalam teks

brosur Malaysia untuk merepresentasikan multikulturalisme di negara tersebut. Multikulturalisme Malaysia dideskripsikan melalui keberagaman kelompok etnik dan penyelenggaraan festival budaya dan hari besar keagamaan. Adapun kata-kata yang digunakan adalah seperti yang terlihat pada tabel berikut:

Tabel 16. Kata-kata dalam teks brosur pariwisata Malaysia *Heritage&Crafts*

Keragaman kelompok etnik	Penyelenggaraan festival budaya dan hari besar keagamaan
1. Indigenous groups (<i>bukan pendatang</i>): majority Malays, Orang asli, Dayaks, KadazanDusun, Melanau, Murut.	1. Hari Raya Puasa (<i>Aidil Fitri</i>) : Muslims, the end of the fasting month of Ramadhan. Special morning prayers are held mosques, family visi graves, family reunions, younger generation seek forgiveness.
2. Non-Indigenous groups (<i>pendatang</i>): Chinese, Indians, groups of mixed descent such as Baba-Nyonyas and Eurasians of Portuguese, other European ancestry and more recent immigrants from Asian countries.	2. Hari Raya Haji (Aidil Adha) : The completion of the Haji pilgrimage in Mecca. Hari Raya Kurban, sacrifice of cattle, goats or rams, meat distributed to the poor.
3. <i>Indigenous groups (tradisional)</i> : Orang asli, Dayaks, KadazanDusun, Melanau, Murut, a) Peninsula : Orang Asli (Aboriginal People) (largest group) b) Sarawak : Iban, Bidayuh, Orang Ulu / Dayaks (major group), Melanau, Penan. c) Sabah : KadazanDusun, Bajau, Murut (largest group), Bisayah, Iranun, Suluk, Bonggi.	3. Prophet Muhammad's Birthday : Muslim calendar, 570 AD, religious lectures, recitals of verses from the Holy Qur'an. 4. Chinese New Year : Start of the new year, Chinese lunar calendar, family reunions, feasting, ang pow (money pockets), firecrackers , lion dances.
4. Mixed races : in Malacca and Penang ; Baba-Nyonyas/ Peranakan / 'Straits Chinese', Eurasians.	5. Mooncake & Lantern Festival : Mid-Autumn Festival, 15 th day of the eighth month of the Chinese lunar calendar, successful rebellion Mongol rulers of the Yuan Dynasty 14 th century China, secret messages hidden inside mooncakes lanterns. mooncakes as gifts lantern processions.
5. Non-Indigenous groups (<i>tidak</i>	

tradisional):

- | | |
|--|---|
| <p>d) Malays : form more than half of the population, profess Islam, speak Bahasa Melayu, Formerly an agrarian society known for their gentle mannerisms and cultural refinement.</p> <p>e) Chinese : second largest ethnic group, just over a quarter of the population, several dialect groups from mostly southern China (Hokkien, Hakka, Cantonese, Teochew, and Hockchew), descendants of 19th century immigrants, industriousness and business acumen.</p> <p>f) Indians : came from Indian subcontinents in the 19th century, work in plantations, estates and railroads. Today, slightly less than a tenth of the population. Tamil speakers, followed Punjabi community, as well as groups speaking Malayalam and Hindi/Urdu.</p> | <p>6. Christmas : Christians (Chinese, Indians, and indigenous communities of Sabah and Sarawak) on 25 December, special service in churches all over Malaysia, carollers yuletide spirit, homes, shopping centres.</p> <p>7. Deepavali : Festival of Lights, Hindu celebration or Diwali, the seventh month of the Tamil lunar calendar. Lord Krishna's legendary victory adorning homes with oil lamps, taking ritual morning bath, offering ceremonial prayers in temples.</p> <p>8. Wesak Day : Buddhist the birth enlightenment and death of the Buddha. 'bathing of the Buddha', chanting of sutras (holy scriptures), lighting of joss sticks, ordination of monks take place Buddhist temples. Sees processions decorated floats, devotees carrying candles, 'path of light and righteousness'.</p> <p>9. Thaipusam : Hindu celebration in 10th month of the lunar calendar. Lord Subramaniam's birthday. A statue of the deity is drawn elaborate procession, stepped Batu Caves temple. Carry ornately decorated kavadis, hooks and spikes extending into parts of the body as expression of penance and thanksgiving.</p> <p>10. Gawai : centuries-old celebration in early June, the end of the padi planting season, start of the season for the Dayaks of Sarawak.</p> |
|--|---|

Ancestral graves are tended. Begin reunion dinner. Tuak (rice wine), traditional costumes, dances and community events. Livestocks sacrificed a good harvest.

11. Ka'amatan : Sabah ; The KadazanDusun and Murut harvest festival May. Bobobizan, high priestess, pay homage to the rice spirit so that a good harvest. Tapai (rice wine), harvest queen contest fairest maiden heroine.

12. Vesakhi : New year celebration, Sikhs, commemorates the birth of the Khalsa order in 1699 AD, Guru Gobind Singh (the 10th Sikh Guru baptized the Sikhs, bestowing the name Singh (lion males) and Kaur (princess females). Sikh temples, prayers, hymns.

Sebelum menganalisis kata-kata dalam tabel di atas lebih lanjut, pembahasan diawali dengan deskripsi paragraf pembuka teks brosur Malaysia yang menyatakan bahwa di Malaysia, tempat-tempat ibadah yaitu mesjid, gereja, dan kuil terletak berdekatan. Hal ini memunculkan representasi yaitu bahwa Malaysia adalah negara yang menjunjung tinggi multikulturalisme. Di Malaysia sendiri, memang terdapat berbagai agama seperti Islam, Kristen, Budha, dan Hindu. Namun demikian, dalam konteks rumah ibadah, di Malaysia terdapat kebijakan publik yang mengatur bahwa pembangunan tempat-tempat ibadah selain tempat ibadah Islam termasuk di dalamnya pengumuman kegiatan-kegiatan keagamaan selain Islam dibatasi⁷. Selain

⁷ <http://www.everyculture.com/Ja-Ma/Malaysia.html>. Diakses pada 13 Juli 2008.

itu, di Malaysia pun terjadi pembakaran dan pembongkaran tempat ibadah yang dilakukan oleh pemerintah seperti pembongkaran gereja yang terjadi di Johor, pembongkaran kuil yang berdiri dari abad 19 di Kuala Lumpur⁸. Dari sini terlihat adanya ketidaksesuaian penggambaran kehidupan multikulturalisme di Malaysia dengan apa yang digambarkan dalam teks brosur. Dalam konteks brosur pariwisata, perbedaan ini sengaja dibuat untuk memberikan representasi positif pada negara Malaysia yaitu bahwa Malaysia menghormati dan menjunjung tinggi multikulturalisme. Pembahasan akan dilanjutkan dengan pembahasan kata-kata dalam tabel.

Dalam tabel di atas terlihat adanya kategori-kategori tertentu yang membagi kelompok-kelompok etnis di Malaysia. Pengkategorian dimulai dengan kata *indigenous groups* sendiri yang memiliki dua makna yaitu seperti kelompok etnis bukan pendatang dan kelompok etnis yang gaya hidupnya tradisional. Dalam teks brosur, pengelompokkan *indigenous groups* (bukan pendatang) mengacu pada etnis Melayu, dan juga kelompok *indigenous groups* seperti *KadazanDusun, Bajau, Murut*, dan lain sebagainya. Itu artinya, makna *non-indigenous groups* dalam hal ini adalah kelompok etnis pendatang, yaitu etnis Cina dan India. Di Malaysia sendiri, pengkategorian ini digunakan untuk pemberlakuan kebijakan pemerintah misalnya saja kebijakan *New Economic Policy* yaitu kebijakan yang membuka peluang bagi

⁸<http://www.indonesia.faithfreedom.org/forum/viewtopic.php?t=3015&sid=dac9c60093b1694a26e7115e8f76bc2d>. Diakses pada 17 Juli 2008. Dari sumber dikatakan bahwa bangunan tersebut tidak memiliki ijin. Argumen lain yang muncul adalah bahwa pemerintah lokal enggan memberikan ijin dan pada akhirnya umat agama tersebut memutuskan untuk tetap membangunnya. Selain itu juga terdapat argumen bahwa mesjid lebih sedikit yang statusnya tidak sah karena mudah diperoleh ijin.

kelompok *bhumiputras* untuk beraktivitas dalam sektor publik kegiatan ekonomi yang sebelumnya dikuasai oleh kelompok etnis Cina. Di sini, yang dimaksud oleh *bhumiputras*⁹ adalah kelompok etnis Melayu dan juga *indigenous groups*, sama dengan definisi kelompok etnis *indigenous groups* (bukan pendatang). Dari sini terlihat bahwa pengkategorian dalam teks brosur berlaku dalam kehidupan masyarakat di Malaysia.

Pembahasan dilanjutkan dengan makna lain *indigenous groups* yaitu yang menunjuk pada kelompok etnis yang hidupnya tidak tradisional. Kelompok etnis yang masuk dalam kategori ini adalah etnis Melayu, Cina, dan India. Itu artinya, kelompok *indigenous groups* seperti KadazanDusun, Murut, dan lain sebagainya dimasukkan dalam kategori kelompok etnis yang tradisional. Di Malaysia sendiri, walaupun kebijakan *New Economic Policy* mengacu pada kelompok etnis Melayu dan juga *indigenous groups* seperti KadazanDusun, namun pada kenyataannya, kelompok etnis Melayulah yang diuntungkan. Salah satu kebijakan *New Economic Policy* adalah pemberlakuan sistem kuota dalam hal pendidikan. Maksudnya, setiap kelompok etnis diberi 'jatah' atau porsi tertentu untuk masuk ke sekolah atau universitas negeri, dimana etnis Melayu dan *indigenous groups* lah yang diberikan keistimewaan (mereka diutamakan untuk masuk dalam sekolah dan universitas negeri). Namun demikian, pada prakteknya, sistem pendidikan yang berlaku di Malaysia tidak mengakomodasi gaya hidup dan praktek kepercayaan dari kelompok *indigenous groups* ini. Bahkan, terdapat kecenderungan bahwa kelompok etnis

⁹ <http://www.frommers.com/destinations/malaysia/2430020043.html>. Diakses tanggal 13 Juli 2008.

indigenous groups ini dipaksa untuk berganti agama¹⁰. Dalam hal ini terlihat bahwa representasi negatif mencerminkan perlakuan diskriminasi yang diterima oleh kelompok etnis *indigenous groups*.

Kemudian, pada pendeskripsian etnis Melayu terlihat bahwa etnis ini didefinisikan sebagai kelompok etnis pemeluk agama Islam. Hal ini sebenarnya sama dengan apa yang didefinisikan dalam Undang-Undang Malaysia¹¹ yaitu bahwa kelompok etnis Melayu itu beragama Islam. Namun demikian, pada kenyataannya, etnis Melayu di Malaysia sendiri ada juga yang berganti agama menjadi Katolik, yaitu pada kasus Azlina Jailani yang berganti nama menjadi Lina Joy karena alasan ingin menikah dengan pasangannya yang adalah non-Muslim¹². Namun demikian, hal ini tidak tergambar dalam teks. Keputusan pemerintah untuk tetap mendefinisikan etnis Melayu sebagai etnis beragama Islam, yaitu sesuai dengan apa yang didefinisikan dalam Undang-Undang, dapat dilihat sebagai usaha pemerintah untuk tetap mempertahankan kebenaran identitas etnis Melayu seperti yang tergambar pada Undang-Undang, atau dengan kata lain untuk mempertahankan kekuasaannya. Lebih lanjut, dalam deskripsi etnis Melayu juga terlihat bahwa etnis Melayu digambarkan tidak terdiri dari berbagai subkelompok etnis seperti halnya etnis India dan Cina.

¹⁰ <http://www.iwgia.org/sw18355.asp>. Diakses pada 13 Juli 2008. Dalam sumber tidak disebutkan pergantian ke agama manakah mereka dipaksa. Namun melihat konteks Malaysia sebagai negara Islam dan bahwa kelompok *indigenous groups* ini ada juga yang memeluk agama Kristen maka dapat disimpulkan bahwa mereka dipaksa untuk berpindah ke agama Islam.

¹¹ <http://confinder.richmond.edu/admin/docs/malaysia.pdf>. Diakses pada 25 April 2008

¹² http://www.asiasentinel.com/index.php?option=com_content&task=view&id=600&Itemid=34. Diakses pada 13 Juli 2008

Dalam Undang-Undang Malaysia, terlihat bahwa yang disebut etnis Melayu didefinisikan sebagai ‘...was before Merdeka Day born in the Federation or in Singapore or born of parents one of whom was born in the Federation or in Singapore, or is on that day domiciled in the Federation or in Singapore; or is the issue of such a person¹³. Dari pendeskripsian ini terlihat bahwa sebenarnya, yang dimaksud dengan etnis Melayu bisa berasal dari etnis mana saja karena hanya mengacu pada tempat lahir, tempat tinggal, dan juga keturunan dari orang tua (yang salah satunya) berasal dari wilayah federasi atau Singapura. Berdasarkan pada sensus yang dilakukan oleh petugas sensus Inggris pada tahun 1921, ditemukan bahwa etnis Melayu berasal dari berbagai daerah seperti Jambi, Kampar, Minangkabau, semenanjung Malaya, dan lain sebagainya (Khan, 1997: 69-70). Itu artinya, etnis Melayu pun sebenarnya terdiri dari berbagai subkelompok etnis seperti halnya etnis Cina dan juga India. Namun demikian, dalam teks brosur, kelompok etnis Melayu tidak digambarkan demikian. Alih-alih menunjukkan ketidakterwakilan, peneliti cenderung untuk menginterpretasi hal ini sebagai upaya untuk merepresentasikan kelompok etnis Melayu sebagai kelompok etnis yang tunggal dalam rangka memudahkan pemberlakuan kebijakan yang melindungi kepentingan etnis Melayu.

Lebih lanjut, dalam pendeskripsian etnis Cina, terlihat penyebutan karakteristik yaitu bahwa etnis Cina terkenal akan ketekunannya dan juga insting bisnisnya. Penyebutan karakteristik ini menimbulkan representasi bahwa etnis Cina suka berbisnis. Di Malaysia sendiri, sejak diberlakukan kebijakan *New Economic*

¹³ <http://confinder.richmond.edu/admin/docs/malaysia.pdf>. Diakses pada 25 April 2008

Policy, pelaku ekonomi negara tersebut bukan saja kelompok etnis Cina tapi juga kelompok etnis Melayu karena kebijakan ini membukakan kesempatan bagi etnis Melayu untuk memiliki saham di sektor publik dan juga tersedianya lapangan pekerjaan bagi mereka¹⁴ (Brown, 1994). Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa etnis Melayu juga merupakan pelaku ekonomi di Malaysia. Namun demikian, dari penggambaran karakteristik maupun bagian lain dalam teks brosur ini, tidak ditemukan pernyataan yang mengindikasikan hal demikian. Penyebutan hal perekonomian hanya ditemukan pada deskripsi karakteristik etnis Cina. Tidak disebutkannya etnis Melayu sebagai pelaku kegiatan ekonomi di Malaysia dan hanya etnis Cina saja yang disebutkan sebagai pelaku ekonomi menunjukkan bahwa pemerintah Malaysia bermaksud mempertahankan stereotip etnis Cina sebagai satu-satunya penguasa ekonomi di Malaysia yang berlaku pada era setelah penjajahan Inggris sampai pada sebelum diberlakukannya kebijakan *New Economic Policy* ini.

Pembahasan dilanjutkan pada deskripsi etnis India. Dalam teks, etnis India dideskripsikan sebagai kelompok etnis yang berasal dari anak benua India, yaitu kelompok penutur Tamil, Punjabi, Malayalam, dan Hindi/Urdu. Kelompok-kelompok etnis ini dilihat dari sejarahnya memang berasal dari anak benua India. Namun demikian, pada masa sekarang, daerah ini telah terbagi secara politis menjadi negara-negara Banglades, Bhutan, Nepal, Sri Langka dan sebagian wilayah Pakistan. Penyebutan etnis India pada kelompok etnis yang tidak lagi berada dalam wilayah

¹⁴ <http://www.yale.edu/iform/Winter1997/Mahathir.html>. Diakses pada 13 Juli 2008. Termasuk dalam kebijakan tersebut adalah syarat yang ditetapkan oleh pemerintah Malaysia bagi perusahaan untuk merekrut pegawai yang berstatus *bhumiputra*.

politis negara India, sangat berpotensi memunculkan ketidakterwakilan identitas. Di Malaysia sendiri ketidakterwakilan etnis India terlihat dari aksi protes besar-besaran yang dilakukan oleh etnis India menuntut adanya kesetaraan kesempatan dalam bidang pendidikan pada tanggal 27 November 2007. Di Malaysia sendiri sebenarnya telah diberlakukan sistem kuota untuk menjamin keterwakilan kelompok etnis di sekolah dan universitas negeri¹⁵. Namun demikian, pemberlakuan sistem kuota ini didasarkan pada banyaknya jumlah penduduk. Dari sensus yang dilakukan pada tahun 2000, diketahui bahwa dari 23 juta penduduk Malaysia, etnis India hanya terdiri dari 8% saja¹⁶. Oleh karena etnis India adalah kelompok etnis paling sedikit di Malaysia, maka berarti kesempatan untuk memasuki sekolah dan universitas negeri di Malaysia pun paling kecil dibandingkan dengan etnis Cina dan Melayu¹⁷. Hal inilah yang membuat etnis India merasa tidak terwakili dan pada akhirnya melancarkan protes tersebut. Hal ini juga terlihat pada stereotip agama Hindu dan anggapan keterikatan pada agama berikut. Pada deskripsi hari raya *Deepavali*, terlihat bahwa hari raya ini didasarkan pada penanggalan Tamil. Oleh karena dalam teks brosur Tamil dideskripsikan sebagai kelompok etnis India terbesar di Malaysia, maka secara tidak langsung, etnis India di Malaysia digambarkan sebagai umat Hindu. Di Malaysia sendiri, etnis memang berkaitan erat dengan agama, sehingga pandangan yang muncul adalah bahwa etnis Melayu beragama Islam, etnis Cina beragama Budha, dan

¹⁵ <http://asiacalling.kbr68h.com/index.php/archives/291>. Diakses pada 13 Juli 2008.

¹⁶ *ibid.* Diakses pada 13 Juli 2008.

¹⁷ *ibid.* Diakses pada 13 Juli 2008.

etnis India beragama Hindu walaupun pada kenyataannya hal ini tidak selalu terjadi¹⁸. Oleh karena etnis India digambarkan memeluk agama Hindu, maka itu artinya mereka merayakan perayaan *Thaipusam*, yang adalah perayaan umat Hindu. Dalam teks, dideksripsikan bahwa pada hari raya ini, umat Hindu membawa hiasan *decorated kavadis* dan juga menusukkan tubuhnya dengan benda-benda tajam seperti *hooks* dan *spikes*. Deskripsi teks yang seperti ini ditunjang oleh bentuk visual. Dalam gambar terlihat sosok umat Hindu yang sesuai dengan penggambaran dalam teks. Pada saat yang bersamaan, terlihat juga umat Hindu lain yang berpenampilan seperti layaknya orang kebanyakan yaitu berpakaian dan tidak menusukkan diri dengan benda-benda tajam. Namun, fokus gambar dan juga penjelasan dalam teks diarahkan pada umat Hindu yang bertelanjang dada dan bertusukkan benda tajam, bukan pada umat Hindu yang berpakaian. Fokus pada umat Hindu seperti yang dideskripsikan dalam gambar dan juga teks dapat memunculkan representasi bermacam-macam namun cenderung negatif seperti misalnya umat Hindu itu tradisional dalam arti masih terikat pada praktik agama. Oleh karena dalam teks brosur etnis India secara tidak langsung digambarkan sebagai umat Hindu, maka penggambaran tradisional dalam arti masih terikat pada praktik agama pada umat Hindu ini juga akan berlaku pada etnis India.

¹⁸ <http://www.everyculture.com/Ja-Ma/Malaysia.html>. Diakses pada 13 Juli 2008. Dalam sumber memang tidak disebutkan jelas bahwa ada etnis India yang menganut agama Hindu namun hal ini tersirat dari penyebutan *most HIndians are Hindu*, yang artinya ada juga kelompok etnis India yang tidak beragama Hindu.

Pembahasan dilanjutkan pada kategori *mixed races*. Dalam teks, yang digambarkan dalam kategori *mixed races* adalah *Malay-Chinese ancestry*, dan *Eurasians* yang merupakan keturunan langsung dari bangsa Portugis. Pada kenyataannya, etnis campur, atau kawin campur yang terjadi di Malaysia tidak hanya di antara kelompok etnis yang disebutkan di atas saja tapi juga dengan kelompok lain seperti dalam kasus pernikahan Sultan Iskandar, yaitu sultan negara bagian Selangor, dengan Josephine Trevorrow, seorang wanita Inggris, pernikahan Sultan negara bagian Penang, Ahmad Shah, yang istri pertamanya adalah keturunan Pakistan¹⁹. Perdana Menteri Malaysia sendiri yaitu Abdullah Ahmad Badawi melakukan perkawinan campur dengan seorang wanita keturunan Eurasian. Saat diberitakan di media Malaysia, pernyataan menarik yang ditemukan adalah ujaran PM Badawi sendiri yang mengatakan bahwa “*do as I say, not do as I do’ when it comes to marriage*”.²⁰ Jika dihubungkan dengan teks brosur dimana terdapat ketidakterwakilan kelompok etnis campur *mixed races*, maka diperoleh makna tersirat yaitu bahwa pemerintah Malaysia sendiri tidak menyetujui banyak terjadinya kasus kawin campur. Ketidaksetujuan inilah yang diwujudkan dalam teks brosur melalui penyembunyian identitas kawin campur tertentu. Dengan demikian dapat dikatakan juga bahwa pemerintah Malaysia mempraktikkan kekuasaannya dalam teks brosur pariwisata.

Lebih lanjut, secara umum dari pembahasan di atas, ditemukan hal lain yaitu bahwa kelompok etnis Cina secara tidak langsung digambarkan secara negatif. Dalam

¹⁹ http://www.asiasentinel.com/index.php?option=com_content&task=view&id=600&Itemid=34.

Diakses pada 13 Juli 2008.

²⁰ *Ibid.* Diakses 13 Juli 2008

pendeskripsian hari raya *Mooncake and Lantern Festival*, terlihat bahwa penggambaran atas makna atau latar belakang perayaan ini menggunakan kata-kata *successful rebellion*. Jika dibandingkan dengan penggambaran hari raya serupa di Singapura, yaitu *Mid-Autumn Festival*, maka akan diperoleh penggambaran berbeda yaitu bahwa perayaan ini merupakan peringatan atas “...*the patriot Zhu Yuan Zhang, who plotted to overthrow the tyrannical rule of the Yuan dynasty...*”. Penggambaran yang berbeda tersebut adalah bahwa di Malaysia, ia dimaknai sebagai sebuah kisah pemberontakan yang sukses sedangkan di Singapura ia dimaknai sebagai kisah kepahlawanan karena menumbangkan dinasti yang tirani. Dalam teks brosur Malaysia sendiri, representasi negatif atas etnis Melayu tidaklah ditemukan. Namun pemaknaan negatif ini tergambar pada konteks sosial masyarakat Malaysia, yaitu diskriminasi atas kelompok etnis Cina misalnya saja dalam hal kebijakan *New Economic Policy* sendiri dimana kelompok etnis Cina hanya diijinkan untuk mengelola sektor privat (swasta) saja.

Secara umum dalam penggambaran teks brosur ditemukan bahwa etnis Melayu direpresentasikan paling positif, etnis Cina tidak direpresentasikan sepositif etnis Melayu tapi juga tidak seburuk etnis India, etnis India direpresentasikan sebagai etnis yang tidak terwakili dan juga ‘tradisional’, dan kelompok *indigenous groups* direpresentasikan sebagai kelompok etnis tradisional. Seluruh representasi ini mewakili posisi etnis-etnis tersebut di Malaysia sendiri.

Untuk mendapatkan penggambaran yang lebih jelas tentang multikulturalisme Malaysia, pembahasan dilanjutkan dengan analisis gramatika yang

meliputi penggunaan *tenses* dan bentuk pasif. Dalam teks ditemukan adanya tiga *tenses* yang digunakan yaitu *present tense*, *present perfect tense*, dan *future tense*. Pembahasan akan dimulai dengan membahas fungsi *present tense* yang ditemukan dalam teks yaitu:

1. Untuk mengekspresikan kenyataan yang berlaku secara umum, hubungan atau relasi, dan kebenaran. Adapun fungsi ini ditemukan pada kalimat-kalimat berikut:

Tabel 17. Tabel 1 *present tense*

<ol style="list-style-type: none"> 1. An interesting sight in major towns <i>is</i> the proximity of mosques, temples and churches to each other. 2. Malays <i>form</i> more than half of the population, profess Islam as their religion and speak Bahasa Melayu,... 3. The Chinese <i>are</i> the second largest ethnic group in Malaysia,... 4. ..., most <i>are</i> descendants of 19th century immigrants and are renowned for their industriousness and business acumen. 5. Malaysia <i>is</i> home to a remarkable number of indigenous groups. 6. [Indigenous groups] still <i>lead</i> semi-nomadic lives,.... 7. On the Peninsula, the many tribes of Orang Asli (aboriginal People) <i>form</i> the largest group, numbering just over 100,000. 8. Sarawak <i>are</i> the Iban, Bidayuh and Orang Ulu, sometimes collectively called Dayaks. 9. There <i>are</i> also the Melanau and Penan. 10. They traditionally <i>live</i> in long houses along the state's many rivers. 11. Finally, there are the mixed races, who <i>hail</i> mainly from Mallaca and Penang,.... 12. Celebrate life in multi-racial, multi-religious Malaysia, where there <i>is</i> an astonishing array of cultural observances. 13. More than just rituals and traditions, they <i>are</i> a way of life mutually respected by all 14. Indeed Malaysia <i>celebrates</i> numerous festivals of different origins. 15. Most <i>are</i> public holidays, either nationwide or specific to some states. 16. This is best reflected in the practice of 'Open House' or <i>Ramah Terbuka</i>, where celebrants <i>invite</i> friends of different races to their homes to join in the festivities.

17. Muslims *celebrate* Hari Raya or *Aidil Fitri* to mark the end of the fasting month of Ramadhan.
18. In Malaysia, special morning prayers are held in all mosques and families visit graves of departed loved ones to recite prayers.
19. This *is* also the time for family reunions where the younger generation will seek forgiveness from their elders for any wrongs committed.
20. Aidil Adha *marks* the completion of the Hajj pilgrimage in Mecca.
21. The highlight of the festival *is* the sacrifice of cattle, goats or rams, following which the meat is distributed to the poor.
22. This festival *marks* the start of the new year according to the Chinese lunar calendar and is a time for joyous family reunions and feasting.
23. Gifts of ang pow (money packets), firecrackers and lion dances *are* some of the Chinese New Year highlights.
24. It *marks* a successful rebellion against the Mongol rulers of the Yuan Dynasty in 14th century China, ...
25. It *marks* Lord Krishna's legendary victory of light over darkness, the triumph of good over evil.
26. Hindu *celebrate* by adorning their homes with oil lamps, taking a ritual morning bath, and offering ceremonial prayers in temples, amidst the chimes of bells.
27. Buddhist *observe* the birth, enlightenment and death of the Buddha.
28. Night *sees* colorful processions of decorated floats with devotees carrying candles to denote the 'path of light and righteousness'.
29. The next day devotees *carry* ornately decorated kavadis, on their shoulders, with hooks and spikes extending into various parts of the body as expression of penance and thanksgiving.
30. The centuries-old celebration in early June *marks* the end of the padi planting season and the start of the season for the Dayaks of Sarawak.
31. The KadazanDusun and Murut groups of Sabah *celebrate* their harvest festival in May.
32. The highlight *is* a ceremony performed by the Bobobizan, or high priestess, to pay homage to the rice spirit so that a good harvest can be expected.
33. The new year celebration for Sikhs, it also *commemorates* the birth of the Khalsa order in 1699 AD,

Dalam kalimat di atas terlihat bahwa *present tense* digunakan dalam kalimat-kalimat yang merepresetasikan kelompok etnis, baik melalui hari raya agama, budaya, maupun karakteristik tiap-tiap kelompok etnis. Melalui bentuk *present tense*, pembuat teks iklan ini seolah hendak mengklaim bahwa deskripsi kelompok-

kelompok etnis dan juga perayaan agama yang dituliskan dalam teks brosur termasuk representasi yang muncul akibat dari pendeskripsian tersebut adalah sebagai kebenaran atau kenyataan. Dengan kata lain, melalui penggunaan bentuk *present tense* terjadi proses naturalisasi, maksudnya informasi yang ada dalam teks langsung dianggap sebagai kebenaran, termasuk multikulturalisme Malaysia yang dibangun atas dasar representasi negatif atas kelompok etnis lain selain Melayu tersebut.

2. Untuk menunjukkan kepemilikan akan suatu hal

Tabel 18. Tabel 2 *present tense*

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none">1. ..., while smaller communities <i>include</i> the Bisayah, Iranun, Suluk and Bonggi.2. [Mixed races] <i>include</i> Baba-Nyonyas/ Peranakan / 'Straits Chinese', who are of Chinese Malay ancestry, |
|---|

Dalam kalimat di atas, *present tense* digunakan untuk menyatakan kepemilikan atau lebih tepatnya status. Maksudnya, kelompok etnis yang disebutkan dalam kalimat di atas dimasukkan dalam kelompok-kelompok yang menunjukkan identitas mereka yaitu sebagai kelompok komunitas kecil, dan juga kelompok etnis campuran. Penggunaan bentuk *present tense* untuk menyatakan status populasi berfungsi sebagai salah satu alat untuk menunjukkan bahwa kelompok etnis tersebut bukanlah etnis dominan di Malaysia.

Selain *present tense*, *tenses* lain yang juga digunakan dalam teks brosur pariwisata Malaysia adalah *future tense*. Satu-satunya fungsi *future tense* yang ditemukan penggunaannya dalam teks brosur adalah sebagai berikut:

1. Untuk menunjukkan perkiraan tentang situasi yang terjadi di masa yang akan datang.

Tabel 19. Tabel 1 *future tense*

- | |
|--|
| 1. In Malaysia, visitors <i>will be surprised</i> to find all of Asia's main ethnic groups living together in harmony. |
|--|

Dalam kalimat di atas berfungsi sebagai informasi atas sikap, yang dalam pandangan pembuat teks brosur, yang seharusnya diambil oleh pengunjung Malaysia, atau setidaknya pembaca brosur ini saat melihat keragaman di Malaysia yaitu terkejut karena kelompok etnis yang satu dan yang lain dapat hidup berdampingan dengan rukun. Penggunaan bentuk *future tense* pada bagian awal paragraf berfungsi sebagai alat untuk semakin mendukung representasi Malaysia yang menjunjung tinggi multikulturalisme yaitu bahwa semua kelompok etnis dapat hidup berdampingan dengan rukun dengan segala keberadaan representasi yang dilakukan oleh pemerintah Malaysia, yang diwakili oleh badan *Tourism Malaysia*.

Tenses lain yang fungsinya juga hanya ditemukan satu dalam teks brosur adalah *present perfect tense*. Berikut pembahasannya:

1. Untuk mendeskripsikan kejadian yang telah dimulai pada waktu lampau dan terus berlanjut pada masa sekarang.

Tabel 20. Tabel 1 *present perfect tense*

- | |
|---|
| 1. This social phenomenon <i>has enriched</i> the shared character, cultural mozaic and vision of the nation. |
| 2. Some still lead semi-nomadic lives, but many <i>have settled</i> in villages and live increasingly modern lives. |

Dalam kalimat di atas bentuk *present perfect tense* digunakan untuk merepresentasikan bahwa keharmonisan antar kelompok etnis itu benar ada dan telah berlangsung sejak dari waktu yang lalu dan terus berlanjut terus setidaknya sampai

dengan teks brosur ini dibuat. Hal ini berfungsi untuk memperkuat representasi Malaysia sebagai negara yang menghargai keragaman atau menjunjung tinggi multikulturalisme. Selain itu, pada kalimat ke dua, ia juga digunakan untuk semakin memperkuat identitas tradisional pada kelompok *indigenous groups* karena mereka sejak dari waktu yang lalu sampai dengan dibuatnya teks brosur masih menjalankan praktek hidup tradisional, yaitu tinggal berpindah-pindah dan juga tinggal di desa. Dari kedua kalimat di atas, terlihat bahwa *present perfect tense* sama-sama digunakan untuk memperkuat identitas multikulturalisme atas Malaysia dan juga tradisional pada kelompok *indigenous groups*, yaitu bahwa identitas tersebut tidak hanya saat ini saja tapi juga sejak dari dahulu sampai sekarang, maksudnya sampai saat dibuatnya teks brosur²¹.

Pembahasan mengenai *tenses* di atas akan dilanjutkan dengan pembahasan mengenai bentuk pasif. Dalam teks, ditemukan dua fungsi bentuk pasif yang digunakan yaitu untuk memberikan definisi atau penamaan dan juga mendeksripsikan kualitas/karakteristik tertentu. Berikut pembahasannya secara rinci:

1. Untuk memberikan definisi atau penamaan:

Tabel 21. Tabel 1 bentuk pasif

<ol style="list-style-type: none">1. The major groups in Sarawak <i>are</i> the Iban, Bidayuh and Orang Ulu, sometimes collectively <i>called</i> Dayaks.2. In Malaysia, it <i>is</i> more commonly <i>known</i> as Hari Raya Haji or Hari Raya Kurban.3. Also <i>known</i> as the Mid-Autumn Festival, this event is celebrated on the 15th day of the eighth month of the Chinese lunar calendar.
--

²¹ Oleh beberapa orang, makna *present perfect tense* ini juga diartikan sebagai proses yang berlangsung sejak dari dahulu, terus berlanjut pada saat sekarang dan belum diketahui kapan proses tersebut akan berhenti. Oleh karena itu, penguatan identitas tersebut bisa saja diartikan sebagai proses yang terus berlanjut sampai pada masa yang akan datang.

4. Also known as the Festival of Lights, the Hindu celebration of Deepavali (or Diwali) *is observed* in the seventh month of the Tamil lunar calendar.

Dalam kalimat di atas bentuk pasif digunakan untuk memberikan penamaan pada kelompok-kelompok etnis di Malaysia baik melalui nama lain penyebutan kelompok etnis, maupun melalui hari rayanya. Dalam deskripsi di atas terlihat bahwa penamaan tersebut disebut secara rinci satu per satu. Perincian ini menunjukkan bahwa pemerintah sangat memperhatikan detail yang membedakan satu kelompok dengan kelompok lain. Perincian detail sebagai pembeda satu kelompok dengan kelompok lain ini menunjukkan bahwa terjadinya pengkotak-kotakkan antar etnis tersebut. Hal ini sesuai dengan penjelasan sebelumnya yaitu bahwa di Malaysia terdapat pengkotakkan kelompok etnis yang memang sengaja dilakukan untuk dapat mengacu pada (pengistimewaan) kebijakan pemerintah yang dikenakan pada kelompok etnis tertentu saja dan tidak pada etnis lain.

2. Untuk memfokuskan pada aktivitas atau kegiatan daripada pelaku aktivitas tersebut.

Tabel 22. Tabel 2 bentuk pasif

1. On 25 December, special services are held in churches all over Malaysia while carollers mark the yuletide spirit in homes and shopping centres,
2. In Malaysia, special morning prayers are held in all mosques and families visit graves of departed loved ones to recite prayers.

Dalam kalimat di atas, bentuk pasif digunakan untuk memfokuskan pembacaan pada aktivitas daripada pelaku aktivitas tersebut. Pemfokusan pada aktivitas agama pada akhirnya mendukung representasi Malaysia sebagai negara yang menjunjung tinggi multikulturalisme yang dilakukan melalui penyelenggaraan

kegiatan agama. Disini, fokusnya adalah aktivitas, dan bukan pada pelaku aktivitas tersebut yaitu umat beragama. Dalam konteks negara Malaysia, pemerintah memang memberikan peraturan atas praktek keagamaan yang berlangsung seperti misalnya para pekabar injil, atau *evangelist*, diberikan kebebasan untuk melakukan penginjilan pada penganut umat beragama di luar Islam saja²².

3. Untuk mendeskripsikan karakteristik/kualitas tertentu.

Tabel 23. Tabel 3 bentuk pasif

- | |
|--|
| 1. Malays are known for their gentle mannerisms and cultural refinement. |
| 2. [The Chinese] are renowned for their industriousness and business acumen. |

Dalam kalimat di atas bentuk pasif digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik kelompok etnis Melayu dan juga etnis Cina dimana etnis Melayu dideskripsikan sebagai etnis yang santun dan budayanya yang masih asli sedangkan etnis Cina sebagai kelompok etnis yang terkenal akan ketekunan dan insting bisnisnya. Jika dilihat, maka kalimat yang menggambarkan etnis Melayu di atas digunakan untuk membentuk representasi positif sedangkan etnis Cina sebagai pembentuk stereotip yaitu bahwa etnis Cina adalah satu-satunya kelompok etnis pelaku kegiatan ekonomi di Malaysia.

3.2.1.2 Analisis Gambar

²² <http://www.everyculture.com/Ja-Ma/Malaysia.html>. Diakses pada 13 Juli 2008.

Pembahasan selanjutnya adalah analisis gambar yang akan menggunakan metode analisis semiologi Roland Barthes untuk menyingkap hal-hal implisit yang turut serta membentuk pemaknaan gambar.

Gambar 20. Gambar 1 pada teks brosur Malaysia



Gambar 21. Gambar 2 pada teks brosur Malaysia

Gambar 20 menunjukkan foto pertunjukkan budaya berbagai kelompok etnis di Malaysia, sedangkan gambar 21 merupakan foto pertunjukkan budaya etnis Cina. Dalam teks, Malaysia direpresentasikan sebagai negara yang menjunjung tinggi multikulturalisme melalui penyelenggaraan berbagai festival budaya kelompok etnik. Oleh karena itu, dalam tataran primer, tanda yang muncul atas kedua gambar di atas adalah penyelenggaraan festival budaya kelompok etnik, sedangkan pada sistem penandaan sekunder, tanda yang muncul adalah Malaysia menjunjung tinggi multikulturalisme karena menyelenggarakan festival budaya. Pemetaan sederhana sistem penandaan gambar di atas adalah sebagai berikut :

Tabel 24. Tabel 1 analisis teks brosur Malaysia

Tingkat penandaan primer (tingkatan bahasa)	1. penanda Gambar	2. petanda 'Penyelenggaraan festival budaya'
Tingkat penandaan sekunder (tingkatan mitologi)	3. tanda Penyelenggaraan festival budaya I. PENANDA	II. KEMUNGKINAN PETANDA YANG MUNCUL 'Malaysia menjunjung tinggi multikulturalisme.'
	III. TANDA Malaysia menjunjung tinggi multikulturalisme.	

Dari diagram sistem penandaan gambar di atas terlihat bahwa aktivitas budaya kelompok etnik digunakan sebagai tanda identitas negara Malaysia yang menjunjung tinggi multikulturalisme. Dalam gambar digunakan gambar orang, bukan benda, untuk menunjukkan multikulturalisme Malaysia. Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah menganggap multikulturalisme Malaysia itu ada karena keberadaan orang-orang dari kelompok etnis yang berbeda-beda.

Dilihat dari cara pengambilan gambar pada gambar 20, terlihat bahwa fokus gambar diarahkan pada foto dua orang perempuan di bagian depan terutama perempuan etnis Melayu di tengah. Hal ini dapat dilihat dari tatapan mata tiap-tiap orang yang dalam gambar mewakili etnis masing-masing yang memandang ke arah yang berbeda. Tatapan mata mayoritas orang dalam gambar, yaitu perempuan etnis *indigenous groups* berbaju hitam dan bertopi warna-warni, laki-laki berbaju kuning bertutup kepala hijau, perempuan etnis Cina berbaju merah muda dengan rambut dilepas dan sedang tersenyum, dan perempuan etnis Cina di sebelahnya berbaju hitam, menggunakan anting-anting dengan rambut disanggul, sedang memegang *microphone*, semua mengarah ke sebelah kanan gambar. Sebaliknya, hanya ada tiga

orang saja yang tatapannya mengarah ke sebelah kiri gambar yaitu, perempuan etnis Melayu berpakaian dan tutup kepala merah, dan perempuan etnis Melayu di sebelahnya yang juga berpakaian merah, menggunakan aksesoris gelang dan hiasan kepala, dan seorang perempuan di barisan belakang yang mata dan dahinya tertutup oleh tutup kepala perempuan etnis Melayu di depannya. Walaupun demikian pengambilan gambar tetap ‘mengikuti’ arah pandang tiga orang ini, sehingga hasilnya adalah 3 orang perempuan penduduk asli Melayu di bagian depan menjadi fokus. Dengan mempertimbangkan gambar ini sebagai pertunjukkan festival budaya, maka dapat dikatakan bahwa gambar yang digunakan oleh pembuat teks brosur, yaitu pemerintah yang diwakili oleh *Tourism Malaysia*, sebagai bentuk visual untuk mendukung identitas Malaysia sebagai negara yang menjunjung tinggi multikulturalisme.

Dalam gambar 21, diperlihatkan gambar etnis Cina yang sedang melakukan aktivitas budayanya. Dalam gambar terlihat bahwa fokus gambar ini ada pada sosok anak perempuan yang menghadap ke samping kiri gambar, karena sosoknyalah yang paling terlihat jelas tanpa bayangan/kabur dalam gambar, dan bukan pada anak perempuan di sebelah kiri gambar yang tatapan matanya ‘hampir’ melihat ke arah kamera. Jika dibandingkan dengan gambar wanita etnis Melayu yang terletak di tengah pada gambar 20, sebenarnya tatapan mata mereka sama-sama ‘hampir’ melihat ke kamera. Bedanya, dalam gambar 20, fokus kamera mengikuti arah pandang etnis Melayu sedangkan dalam gambar 21, fokus kamera tidak diarahkan pada tatapan anak yang ‘hampir’ menghadap ke kamera tersebut tapi pada anak yang

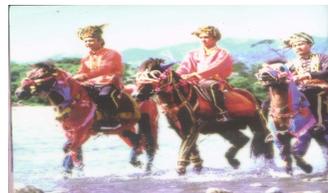
arahnya jelas-jelas tidak menghadap ke kamera sehingga posisi anak perempuan yang ‘hampir’ menghadap ke kamera ini menjadi tersudut, yaitu di pojok kiri gambar dan fokus pembacaan gambar menjadi tersebar. Maksudnya, tidak terfokus pada satu orang seperti pada gambar 20.

Dari segi pengambilan gambar, yaitu gambar 20, terlihat bahwa pengutamaan/fokus diarahkan pada kelompok etnis Melayu. Oleh karena itu, penggunaan gambar ini untuk mendukung representasi multikulturalisme Malaysia dapat dikatakan sebagai sebuah bentuk naturalisasi atas dominansi etnis Melayu. Maksudnya, pembaca teks iklan ini secara *take it for granted* akan menganggap wajar multikulturalisme Malaysia yang ‘selalu mengutamakan’ kelompok etnis Melayu ini. Lebih lanjut, dalam hal gambar aktivitas budaya etnis Cina, terlihat bahwa walaupun ia digunakan sebagai gambar pendukung multikulturalisme Malaysia, namun dari pengambilan/fokus gambar terlihat adanya ‘diskriminasi’ karena akibat pengambilan gambar yang seperti ini, fokus pembacaan gambar menjadi tersebar. Lagi-lagi dalam gambar 21 juga terlihat adanya bentuk naturalisasi dalam diskriminasi etnis Cina.

Gambar 22. Gambar 3 pada teks brosur Malaysia



Gambar 23. Gambar 4 pada teks brosur Malaysia



Gambar di atas menunjukkan gambar empat kelompok etnis sesuai dengan kategori yang disebutkan dalam teks yaitu: etnis Melayu, Cina, India, dan kelompok *indigenous groups*. Dalam teks, kehadiran kelompok-kelompok etnis ini dijadikan sebagai salah satu pendukung representasi negara Malaysia sebagai negara multikulturalisme. Oleh karena itu pada tataran primer, tanda yang muncul adalah kelompok etnis yang ada di Malaysia, sedangkan tanda pada tataran sekundernya Malaysia adalah negara multikulturalisme karena memiliki berbagai kelompok etnis.

Diagram sistem penandaan gambar di atas adalah sebagai berikut:

Tabel 25. Tabel 2 analisis teks brosur Malaysia

Tingkat penandaan primer (tingkatan bahasa)	1. penanda Gambar	2. petanda 'Kelompok etnis yang ada di Malaysia'
Tingkat penandaan sekunder (tingkatan mitologi)	3. tanda Kelompok etnis yang ada di Malaysia I. PENANDA	II. KEMUNGKINAN PETANDA YANG MUNCUL 'Malaysia adalah negara multikulturalisme.'
	III. TANDA Malaysia adalah negara multikulturalisme.	

Dari sistem penandaan gambar di atas terlihat bahwa keberadaan kelompok etnik lengkap dengan pakaian khas dan atribut seperti hiasan tutup kepala, anting-anting, kalung, bindhi, dan dekorasi pada kuda dianggap penting karena menunjukkan identitas multikulturalisme Malaysia. Lebih lanjut, penyusunan kelompok etnis berjajar saling berdampingan, kecuali gambar kelompok *indigenous groups* lengkap dengan pakaian dan atribut khasnya sebenarnya semakin memperlihatkan perbedaan di antara mereka, terutama dalam ciri fisik dan atribut budaya yang dikenakannya

terlebih karena gambar ini digunakan sebagai penunjang deskripsi teks brosur atas tiap-tiap kelompok etnis. Penggunaan gambar di atas sebagai penunjang deskripsi teks brosur atas karakteristik masing-masing etnis berfungsi untuk semakin memperkuat stereotip atas deskripsi teks karena secara tidak langsung, gambar di atas memberitahu pembaca mana yang dimaksud dengan kelompok etnis Melayu, Cina, India, dan *indigenous groups*, yaitu yang ciri-ciri fisiknya tampak dalam gambar. Ciri-ciri fisik inilah yang nantinya akan langsung digunakan sebagai alat identifikasi kelompok etnis dengan karakter yang dideskripsikan dalam teks.

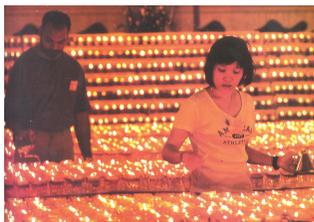
Gambar 24. Gambar 5 pada teks brosur Malaysia



Gambar 25. Gambar 6 pada teks brosur Malaysia



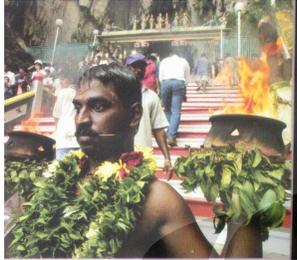
Gambar 26. Gambar 7 pada teks brosur Malaysia



Gambar 27. Gambar 8 pada teks brosur Malaysia



Gambar 28. Gambar 9 pada teks brosur Malaysia



Gambar 29. Gambar 10 pada teks brosur Malaysia



Gambar 24-29 adalah gambar-gambar yang digunakan untuk menunjukkan multikulturalisme Malaysia melalui penyelenggaraan hari besar agama dan budaya. Oleh karena itu, pada tingkat sekunder, tanda yang muncul adalah bahwa Malaysia menjunjung tinggi multikulturalisme.

Pemetaan sederhana sistem penandaan gambar tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 26. Tabel 3 analisis teks brosur Malaysia

Tingkat penandaan primer (tingkatan bahasa)	1. penanda Gambar	2. petanda 'Perayaan hari besar agama dan kebudayaan.'
Tingkat penandaan sekunder (tingkatan mitologi)	3. tanda Perayaan hari besar agama dan kebudayaan. I. PENANDA	II. KEMUNGKINAN PETANDA YANG MUNCUL Malaysia menjunjung tinggi multikulturalisme.
	III. TANDA Malaysia menjunjung tinggi multikulturalisme.	

Penggunaan gambar penyelenggaraan hari besar agama dan budaya dalam gambar untuk mewakili multikulturalisme Malaysia menunjukkan bahwa pemerintah Malaysia memberi perhatian besar pada aktivitas agama dan budaya kelompok etnis.

Hal ini ditunjukkan oleh pemberlakuan kebijakan yang mengatur aktivitas keagamaan di Malaysia seperti misalnya pembatasan pembangunan tempat ibadah selain mesjid dan pelarangan bagi para pekabir injil untuk melakukan penginjilan bagi umat Muslim.

Salah satu hal menarik yang ditemukan pada gambar adalah pada gambar 29. Gambar tersebut digunakan sebagai penunjang deskripsi teks atas perayaan hari raya agama Islam. Tidak seperti gambar lainnya yang menunjukkan kegiatan yang dilakukan saat aktivitas berlangsung, gambar 29 menunjukkan persiapan untuk menunjang aktivitas perayaan yang akan berlangsung, yaitu memasak makanan. Aktivitas memasak makanan yang ditunjukkan dalam gambar adalah memasak makanan rendang yang di Indonesia sendiri dikenal sebagai makanan yang selalu tersedia saat perayaan *Idul Fitri*, dalam jumlah yang banyak karena menggunakan kuali yang besar dan bahkan untuk mengadukpun harus menggunakan sendok khusus yang sangat panjang dan dilakukan oleh dua orang. Rumpuk-rumpuk yang terlihat pada gambar menunjukkan bahwa kegiatan memasak ini dilakukan di luar rumah karena memang untuk memasak *rendang* diperlukan energi pembakaran yang sangat besar sehingga tidak heran jika aktivitas ini dilakukan di luar rumah terlebih karena masakan dalam jumlah besar. Gambar yang menunjukkan aktivitas memasak dalam jumlah besar sebagai persiapan hari raya umat Islam menunjukkan bahwa umat Islam di Malaysia menganggap penting hari raya ini. Pemilihan gambar yang menunjukkan persiapan hari raya dan bukan aktivitas pada saat perayaan hanya pada gambar perayaan umat Islam menunjukkan bahwa representasi yang hendak dibentuk

adalah bahwa umat Islam memnganggap penting perayaan hari raya keagamaannya. Disini terlihat posisi istimewa agama Islam dibandingkan dengan agama-agama lainnya di Malaysia. Hal ini dapat dipahami karena agama Islam dijadikan sebagai agama negara di Malaysia.

Gambar 30. Gambar 11 pada teks brosur Malaysia



Dalam gambar diperlihatkan tampak depan sebuah rumah dengan keadaan jendela dan pintu yang terbuka. Dalam teks disebutkan bahwa masyarakat Malaysia mempraktekkan budaya *Open House* atau *Rumah Terbuka*. Melalui praktek budaya ini kelompok masyarakat yang sedang merayakan hari raya tertentu dapat mengundang teman-temannya yang berasal dari kelompok etnis lain untuk turut serta dalam perayaan tersebut. Oleh karena itu, tanda yang muncul pada tataran sekunder adalah Malaysia mempraktekkan budaya *Rumah Terbuka*.

Pemetaan sistem penandaan dalam gambar dapat dilihat pada diagram berikut,

Tabel 27. Tabel 4 analisis teks brosur Malaysia

Tingkat penandaan primer (tingkatan bahasa)	1. penanda Gambar	2. petanda 'Rumah terbuka'
Tingkat penandaan sekunder (tingkatan mitologi)	3. tanda Rumah terbuka I. PENANDA	II. KEMUNGKINAN PETANDA YANG MUNCUL 'Kelompok etnis di Malaysia mempraktekkan <i>Rumah Terbuka</i> dimana mereka mengundang teman dan sahabat dari etnis lain untuk turut serta dalam perayaan.'
	III. TANDA Kelompok etnis di Malaysia mempraktekkan <i>Rumah Terbuka</i> dimana mereka mengundang teman dan sahabat dari etnis lain untuk turut serta dalam perayaan.	

Jika dilihat pada teks brosur pariwisata Malaysia yang menggambarkan rumah khas tiap kelompok etnis, maka akan diketahui bahwa rumah yang dimaksud dalam gambar ini adalah rumah khas Melayu. Dalam pandangan peneliti, penggunaan gambar etnis Melayu dalam hal ini dapat memunculkan tiga interpretasi. Pertama-tama adalah menunjukkan keistimewaan etnis Melayu di mata pemerintah Malaysia. dalam teks digambarkan secara tersirat bahwa yang melakukan budaya *Rumah Terbuka* ini adalah seluruh kelompok etnis di Malaysia. Dipilihnya gambar rumah etnis Melayu unuk mewakili kelompok-kelompok etnis yang ada di Malaysia menunjukkan posisi istimewa etnis Melayu di mata pemerintah Malaysia karena ia dianggap layak untuk mewakili seluruh kelompok etnis yang ada di Malaysia. Selain itu, hal ini juga dapat dilihat sebagai wujud lain dominansi etnis Melayu yaitu bahwa hanya bagian dari budaya Melayu saja yang digunakan untuk mewakili seluruh kelompok etnis di Malaysia. Terakhir, penggunaan gambar etnis Melayu sebagai

penunjang keterangan teks tentang praktek *Rumah Terbuka* di Malaysia menunjukkan ‘suara’ pemerintah Malaysia yang hendak mengungkapkan bahwa hanya etnis Melayu saja yang melakukan praktik budaya *Rumah Terbuka* ini. Dengan mempertimbangkan penjelasan dan juga analisis teks dan gambar yang telah dilakukan, peneliti lebih cenderung untuk menganggap bahwa gambar rumah etnis Melayu digunakan sebagai naturalisasi dominansi etnis Melayu di Malaysia karena dengan sendirinya kedua interpretasi lainnya pun turut termasuk di dalamnya. Namun demikian, ketiga interpretasi tersebut sebenarnya sama-sama mengandung unsur naturalisasi atas pengutamaan etnis Melayu dalam kehidupan multikulturalisme Malaysia.

Gambar 31. Gambar 12 pada teks brosur Malaysia



Gambar 30 diletakkan dalam deskripsi teks tentang perayaan hari besar. Dalam teks brosur pariwisata Malaysia, gambar-gambar diletakkan teratur sesuai dengan deskripsi dalam teks. Oleh karena itu, walaupun tidak terlalu jelas apa bentuk perayaannya maka tetap dapat dikatakan bahwa gambar di atas adalah gambar perayaan hari besar. Dalam teks, multikulturalisme Malaysia didukung oleh

perayaan hari besar agama dan budaya. Oleh karena itu, tanda baru yang muncul pada tataran sekundernya adalah bahwa Malaysia menjunjung tinggi multikulturalisme.

Tabel 28. Tabel 5 analisis teks brosur Malaysia

Tingkat penandaan primer (tingkatan bahasa)	1. penanda Gambar	2. petanda 'Perayaan hari besar'
Tingkat penandaan sekunder (tingkatan mitologi)	3. tanda Perayaan hari besar I. PENANDA	II. KEMUNGKINAN PETANDA YANG MUNCUL 'Malaysia menjunjung tinggi multikulturalisme.'
	III. TANDA Malaysia menjunjung tinggi multikulturalisme	

Dari sistem penandaan gambar di atas, terlihat adanya gambar *escalator* turun naik. Biasanya, *escalator* menunjukkan *setting* tempat yaitu di pusat perbelanjaan. Gambar hiasan Dewi Kwan Im dan juga teratai yang juga tampak dalam gambar adalah elemen yang biasa digunakan untuk menunjuk pada etnis Cina sekaligus umat beragama Budha. Gambar ini sendiri diletakkan di antara gambar-gambar perayaan hari besar agama dan budaya. Dalam teks, salah satu hari raya yang dideskripsikan paling mendekati gambar adalah hari raya Natal karena dalam deskripsi tersebut disebutkan bahwa etnis Cina ikut merayakan dan bahwa semangat Natal sampai di pusat perbelanjaan. Namun demikian, jika memang digunakan untuk menunjang perayaan Natal, maka ditemukan keanehan karena pada gambar tidak terlihat unsur-unsur yang biasanya digunakan untuk menunjukkan perayaan Natal, seperti misalnya pohon cemara. Sebaliknya, dalam gambar ditemukan unsur-unsur yang biasanya diasosiasikan dengan umat Budha seperti hiasan teratai dan gambar Dewi Kwan Im.

Dari film-film yang dimainkan etnis Cina, yang di Indonesia sendiri dikenal sebagai film mandarin, memang sering ditemukan bahwa etnis Cina diasosiasikan sebagai pemeluk umat agama Budha. Selain itu, *setting* pusat perbelanjaanpun sering digunakan sebagai simbol kehidupan mapan. Oleh karena penghubung satu-satunya teks deskripsi Natal dengan gambar adalah etnis Cina dan *setting* pusat perbelanjaan, maka dapat disimpulkan bahwa alih-alih sebagai penunjang deskripsi teks tentang hari raya Natal, gambar memperkuat stereotip etnis Cina di Malaysia sendiri yaitu sebagai penganut agama Budha²³ dan juga yang kehidupannya sudah mapan, karena menguasai kegiatan ekonomi di Malaysia.

Gambar 32. Gambar 13 pada teks brosur Malaysia



Gambar 33. Gambar 14 pada teks brosur Malaysia



²³ Di Malaysia, etnisitas dan agama sangat memiliki hubungan yang erat (<http://www.statistics.gov.my/english/census/pressdemo.htm>. Diakses pada 11 Juli 2008). Maksudnya, etnis seseorang dapat digunakan sebagai acuan untuk mengidentifikasi agama yang dianutnya. Di Malaysia, mayoritas umat Islam adalah etnis Melayu, mayoritas umat Hindu adalah India, dan mayoritas umat Budha adalah etnis Cina (<http://www.everyculture.com/Ja-Ma/Malaysia.html>. Diakses pada 12 Juli 2008).

Dalam gambar 31 dan 32 terlihat foto dua orang perempuan *indigenous groups* lengkap dengan pakaian dan aksesoris khas seperti penutup/hiasan kepala, anting-anting, kalung, gelang, selendang dan tas tangan. Dalam teks, gambar ini digunakan sebagai penunjang deskripsi teks tentang perayaan budaya *indigenous groups*. Oleh karena itu, pada tataran sekunder, tanda yang dihasilkan adalah perayaan budaya kelompok *indigenous groups*. Pemetaan sederhana sistem penandaan gambar adalah sebagai berikut:

Tabel 29. Tabel 6 analisis teks brosur Malaysia.

Tingkat penandaan primer (tingkatan bahasa)	1. penanda Gambar	2. petanda 'Kelompok etnis <i>indigenous groups</i> '
Tingkat penandaan sekunder (tingkatan mitologi)	3. tanda Kelompok etnis <i>indigenous groups</i> I. PENANDA	II. KEMUNGKINAN PETANDA YANG MUNCUL 'perayaan kelompok etnis <i>indigenous groups</i> .'
	III. TANDA Perayaan kelompok etnis <i>indigenous groups</i> .	

Berbeda dengan perayaan etnis/umat agama lain yang ditandai dengan aktivitas religius /budaya, perayaan budaya etnis *indigenous groups* hanya ditandai oleh foto dua orang perempuan yang mengenakan pakaian dan aksesoris lengkap. Jika dikaitkan dengan deskripsi teks yang menggambarkan bahwa etnis *indigenous groups* itu tradisional, maka dapat dikatakan bahwa gambar itu memang sengaja dipilih, bukan yang lain seperti aktivitas yang dilakukan oleh *indigenous groups* selama perayaan, untuk menguatkan identitas tradisional yang telah diseskripsikan dalam teks. Oleh karena itu, pakaian serta aksesoris khas yang dikenakan oleh dua orang perempuan ini

dapat dianggap sebagai gaya hidup tradisional kelompok *indigenous groups* tersebut. Lebih lanjut, foto dua orang perempuan ini tidak hanya digunakan untuk menunjukkan bahwa *indigenous groups* itu tradisional tetapi juga menjadi acuan bagi pembaca untuk mengidentifikasikan ciri-ciri fisik orang-orang kelompok *indigenous groups* tersebut sehingga representasi yang muncul adalah bahwa kelompok *indigenous groups* adalah penduduk Malaysia yang ciri-ciri fisiknya seperti ditunjukkan dalam gambar yang gaya hidupnya masih tradisional.

3.2.1.3 Kesimpulan Analisis Teks Brosur Pariwisata Malaysia.

Multikulturalisme Malaysia digambarkan melalui perwakilan tiap-tiap kelompok budaya dalam berbagai kategori dan salah satunya adalah dalam kategori *People & Customs* dalam teks berjudul *A Unique Ethnic and Cultural Experience*. Dalam teks ini ditemukan bahwa multikulturalisme Malaysia dibangun atas dasar keterwakilan berbagai kelompok etnis dan agama. Dalam teks ditemukan adanya penggambaran yang sangat positif terhadap kelompok etnis Melayu. Selain itu, ditemukan juga pengkotakkan kelompok etnis seperti pendatang/imigran, tradisional/tidak tradisional, dan mayoritas/minoritas. Poin selanjutnya adalah ditemukan adanya pengaitan antara kelompok etnis dengan agama seperti etnis Melayu itu Islam, etnis India itu Hindu, dan etnis Cina dan *indigenous groups* itu Kristen. Dalam teks terlihat juga adanya stereotip atas kelompok etnis seperti misalnya etnis Cina pelaku ekonomi, etnis India masih terikat pada agamanya, dan etnis *indigenous groups* tradisional. Dalam visualisasi ditemukan terdapat naturalisasi

atas dominansi etnis Melayu dan juga naturalisasi atas praktik diskriminasi etnis Cina. Selain itu, juga ditemukan bahwa hampir semua gambar yang digunakan dalam teks menampilkan orang/kelompok etnis yang melakukan aktivitas bukan benda atau hal yang bersifat fisik.

3.3 Analisis Representasi Teks Brosur Pariwisata Singapura

Setelah menganalisis brosur pariwisata Indonesia dan Malaysia, kini tiba saatnya melakukan analisis brosur pariwisata yang terakhir yaitu teks brosur pariwisata Singapura. Dari seluruh brosur yang menunjukkan multikulturalisme Singapura, terlihat bahwa multikulturalisme Singapura dibangun atas dasar perayaan hari besar agama dan budaya tertentu yang diselenggarakan oleh pemerintah Singapura melalui institusi resmi yang ditunjuk pemerintah yaitu *Singapore Tourism Board*. Hal ini sesuai dengan kebijakan pemerintah Singapura yang menjadikan keberagaman kebudayaan dan hari raya di negaranya sebagai salah satu modal pendukung perekonomian Singapura yang bermula dari kebijakan budaya Singapura pada tahun 1992 dimana badan *Economic Development Board* Singapura menetapkan konsep “*Global City of the Arts*” (Chong, 2005). Inilah yang menjadi titik tolak dari digunakannya unsur seni dan kebudayaan untuk menunjang perekonomian Singapura.

3.3.1 Analisis Teks Brosur Pariwisata *One City Three Festivals*

Seperti halnya teks brosur Indonesia dan juga Malaysia, teks brosur Singapura juga akan dianalisis dengan menggunakan dua tahapan analisis, yaitu

analisis teks tertulis dan juga analisis gambar. Pembahasan akan dimulai dengan analisis teks tertulis.

3.3.1.1 Analisis Teks Tertulis

Analisis teks tertulis teks brosur pariwisata Singapura akan dilakukan dalam dua tahap yaitu analisis kata-kata yang digunakan dan analisis gramatika yang meliputi bentuk *tenses* dan juga penggunaan bentuk pasif. Pembahasan akan dimulai dengan analisis kata-kata yang digunakan.

Multikulturalisme dalam teks brosur Singapura ditunjukkan melalui deskripsi perayaan hari besar yaitu : *Mid-Autumn Festival*, *Hari Raya Aidil Fitri*, dan *Deepavali*. Deskripsi dari tiga perayaan tersebut dapat dilihat dari kata-kata yang digunakan untuk merepresentasikan masing-masing perayaan tersebut seperti yang terlihat dari tabel berikut:

Tabel 30 Kata-kata dalam teks brosur pariwisata Singapura *One City Three Festivals*

<i>Mid-Autumn Festival</i>	<i>Hari Raya Aidil Fitri</i>	<i>Deepavali</i>
<p>Paragraf Pembuka : mooncake festival, many wondrous stories, legendary stories of Chang Er, elixir of immortality, moon, brightest, fifteenth day of the eight month, lunar calendar, Zhu Yuan Zhang, plotted to overthrow the tyrannical rule of the Yuan dynasty, plans, mooncakes, moon-shaped pastries, exchanged as gifts, the</p>	<p>Paragraf Pembuka : one of the most significant celebrations, muslims, the end of the fasting month of Ramadhan, Bulan Puasa in Malay, time of abstinence, contemplation, worship, Kampung Glam, <i>Geylang Serai</i>, a treat with colorful festive bazaars, traditional handicrafts, clothes, accessories, food stalls,</p>	<p>Paragraf Pembuka : Festival of Lights, most important date, Hindu calendar, celebrates the triumph of light over darkness, of good over evil, a new beginning for Hindu devotees, time for rejoicing and renewal, spectacular lights, street decorations, Little India, montage of colours and lights, tantalizing taste of Indian culture, vibrant, colorful arches, festive</p>

<p>carrying of lanterns, walks during Mid-Autumn, tradition, <i>Chinatown</i>, inaugural <i>Mid-Autumn Festival</i> celebration, Singapore river, modern twist, traditional festival celebration.</p>	<p>traditional Malay fare, cultural performances, cultural insights, tradition of important malay - Muslim celebration.</p>	<p>street stalls, stunning sari fragrant spices, traditional sweetmeats, delightful exotic ethnic performances.</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Chinatown Mid-Autumn Festival Street Light-Up</i> : festive cheer, spectacular array of lights and lanterns, stunning ethnic performances, relish tasty mooncakes, shop at the wide variety of stalls, ethnic lanterns, traditional handicrafts, cheongsams and paintings. 2. <i>Chinatown Mid-Autumn Lantern Carnival</i> : giant lanterns, 10 famous Heritage Buildings of the world, interesting and educational experience for the entire family. 3. <i>Chinatown Mid-Autumn Festival Celebrations Festive Bazaar</i> : Exuberant festivities, important occasion celebrated by Chinese communities worldwide, time to enjoy full-moon, 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Hari Raya Light Up Official Launch at Geylang Serai</i> : bustling market, dazzling lights, illuminated arches, traditional gamelan music, Malay traditional songs, dances by artistes from Singapore, Malaysia and Indonesia. 2. <i>Hari Raya Light-Up at Geylang Serai</i> 3. <i>Hari Raya Light Up Official Launch at Kampong Glam</i> : <i>Geylang Serai</i>, traditional precinct, local Muslims, Hari Raya, 1000-stalls strong, Malay delicacies, festive food, traditional clothing, textiles, antiques, decorative items, Muslims and non-Muslims two of Singapore's favourite pastimes - shopping and eating. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Deepavali Trade Fair</i> : festive foods, ethnic wear, Indian artifacts, bargains. 2. <i>Navarathin (Nine Nights Festival)</i> : ‘nine nights’ in Tamil, Mother Goddess, display of colorful idols of Hindu deities, mythological characters, Srinivasa Perumal Temple, Sri Veeramakaliamman Temple and Sri Mariamman Temple, an assortment of captivating classical music, dance performances. 3. <i>Switch On Ceremony 2007 : Deepavali Light Up Switch On Ceremony</i>, spectacular decorative street lights at Little India, <i>Deepavali</i> festive season, fusion cultural performances, appearance of finalist from MediaCorpTV 12’s Vasantham Star.

<p>auspicious symbol of abundance, harmony and luck, 284 street stalls, festive goodies, mooncakes, pomelos, melon seeds and yams, Smith Street, scrumptious savouries and local delights, titillate, the most fussy of palates.</p> <p>4. Chinatown Mid-Autumn Festival Celebrations Nightly Stage Show : amazing sights, sounds and tastes, rich and multi-faceted Chinese culture, Kreta Ayer Square, nightly stage shows, traditional Chinese song, dance performances, best cultural performances.</p> <p>5. Chinatown Mid-Autumn Festival Celebrations Official Opening Ceremony : razzle-dazzle, performances the renowned Japanese Kanto troupe from Akita, a street procession down Eu Tong Sen, New Bridge Road, spectacular fireworks display, fascinating experience.</p> <p>6. Chinatown Mass Lantern Walk and</p>	<p>4. Hari Raya Light-Up at Kampong Glam : an array of colours, entertaining performances, tantalising treats, historic seat of the Malay royalty in Singapore, dazzling streets aglow with thousands of shimmering fairy lights and decorations, food, shopping bazaars, Kandahar Street, Malay Heritage Centre in local festive Malay cuisine, food for breaking fast, nasi briyani, katira, dates and kuehs (pastries), delightful shops Arab Street, Bussorah Mall, a wide range of fabrics, embroidery, traditional remedies and crafts, Hari Raya cultural performances Malay Heritage Centre, exotic fashion, F&B establishments Baghdad Street, Haji Lane, Bali Lane, relaxing stroll down North Bridge Road, enchanting blanket of lights, decorations.</p> <p>5. Prominent Malay Leaders Exhibition :</p>	<p>4. Deepavali Heritage & Craft Exhibition : traditional craftsmen, India, costume jewellery making, personalized jewellery designs, origins and traditions behind <i>Deepavali</i>, heritage corner.</p> <p>5. Deepavali Bazaar : best place, <i>Deepavali</i> atmosphere, National Library Board's informative exhibition.</p> <p>6. Deepavali Street Light-Up : Rangoli (intricate Indian floor art) colourful set pieces, vibrant arches, Little India.</p> <p>7. Theemith (Fire Walking Festival) : Hindu fire-walking ceremony, the Goddess Draupadi walking bare-footed on burning coals, breathtaking devotion and faith, a four-metre bed of burning hot coals, pinnacle of faith, courage, endurance, participants miraculously unhurt, Sri Srinivasa Perumal Temple, Sri Veeramakaliamman Temple, Sri Mariamman Temple, Temple etiquette,</p>
--	---	---

<p>Celebration : the moon in its full glory, tradition of the popular lantern walks, a mass lantern walk down <i>Chinatown's</i> main thoroughfare, performances dragon and lion dance.</p> <p>7. Chinatown Night of Lantern Riddles : traditional Mid-Autumn activity, Chinese riddles are displayed, fascinating activity, test the wisdom of the individual, bring forth festival joy.</p> <p>8. Mid-Autumn Festival by The River : Singapore River. indoor and outdoor pavilions (Tea Pavilion, Wine Pavilion, Fruit Pavilion, Floral Pavilion, Mooncake Pavilion, Delicacies Pavilion and Desserts Pavilion), heritage of Chinese culture, its traditions infused with a touch of a modern spirit, variety of treats, special lantern displays, the dragon lantern pillar, Lanterns of the 100 surnames, offer special promotional rates for Bumboat</p>	<p>rich tapestry of culture, the Malay society, the spirit of service excellence towards the community and the nation, six extraordinary leaders, Late Sheikh Muhd Fadhlullah Suhaimi, Hj Abu Bakar Hashim, NongChik Ghani, Harun Mohd Amin, Dr Masuri SN and Syed Ahmad Muhd Semait.</p> <p>6. Weekend Cultural Shows at Malay Heritage Centre : traditional cultural performances, Malay dance, kompang (Malay drum), contemporary dance fusion percussions, Malay calligraphy, various types of dates from the Middle East.</p> <p>7. The Iftar-Breaking The Fast : Ramadan, obligatory fasting period, the true meaning of Ramadan traditional 'Breaking of Fast', free admission (Limited capacity), first-come-first-served basis, dress code to enter mosques, men and women fully covered, including the arms</p>	<p>visitors dressed appropriately, shoes, removed at the door.</p> <p>8. UTSAV – Deepavali Street Parade : Unique, native performance artforms, India cultural performances, various ethnic groups, winning schools, Singapore Youth Festival performing contingents, UTSAV 2007.</p> <p>9. Vassartham Central – DBS Deepavali Countdown Concert : the first countdown concert, local and international celebrities, Little India, MediaCorp TV 12's Vasantham Central, <i>Deepavali</i> festival.</p>
--	---	--

<p>Tours and <i>Chinatown</i> Trishaw Tours, Trishaw Tour Ride from <i>Chinatown</i> to Clarke Quay.</p> <p>9. Mid-Autumn Festival Celebrations in Singapore River – Official Opening Ceremony : Chinese bakeries, streets, adorned with lights, every family member returns home.</p> <p>10. Mid-Autumn Festival Celebrations Singapore River – Nightly stage Performances : traditional gathering, visions of mooncakes, the clear moonlight, everyone - boys and girls, young or old - all celebrating the festival in unison, children, friends and families gathering, loving couples spend a romantic moment together, displays of animal world, flower pavilion, performances by Chongqing School of Arts, Hong Lim Park, cultural singing, dancing, acrobatics.</p> <p>11. 13th Ngee Ann City Nation Lion Dance Championship 2007 : great athletes perform,</p>	<p>and legs, mosques.</p>	
---	---------------------------	--

breathtaking and gravity-defying moves as Singapore's top lion dance troupes, win Championship title, display of acrobatic stunts, deft dance steps, fringe performances, 24 Style Jie Lin Drum, Dragon Dance & Northern Lion Dance, www.ngeeanncity.com.sg.

12. Mid- Autumn

Festival at

Takashimaya

Square : mouth-watering delights, mooncakes, intricate Chinese delicacies, tea appreciation, Takashimaya Department Store, foodies's haven, tantalising creations, fine fare of exotic mooncakes from Hong Kong, notable hotels, restaurants in Singapore.

13. Mid-Autumn

Festival at Buddha Tooth Relic Temple & Museum

(BTRTM) : festival of hope and harvest, reunites family and friends, time of sharing and togetherness, Buddha Tooth Relic Temple &

Museum, celebration recalling traditions started in the Tang Dynasty, write down dearest wishes on wishing cards hung around 12 giant lanterns of Chinese zodiac animals, lantern art by Primary School students, light candles in union with friends, a few boxes of BTRTM Mooncakes, special souvenirs from the happy occasion.

14. **Albert Mall-Mid-Autumn Festival**

Celebrations :

glitter, glow, beautiful lights, lanterns, a wide array of delectable local delights and street market fare, traditional push carts, many ethnic performances, A Festival Fair as bazaar.

15. **Esplanade Presents**

Moonfest 2007 :

Theatres on the Bay presents Moonfest - A Mid-Autumn Celebration, beautiful September moon, light of Chinese folk arts, traditional Chinese arts performances, moonfest lantern

making workshops, www.esplanade.com,		
---	--	--

Dari tabel kata-kata di atas terlihat bahwa teks brosur Singapura tidak hanya mendeskripsikan penyelenggaraan hari besar agama dan kebudayaan tapi juga turut mendeskripsikan kelompok etnis yang ‘dianggap’ merayakannya. Dari kata-kata yang digunakan di atas terlihat bahwa *Mid-Autumn Festival* digambarkan sebagai perayaan etnis Cina dan secara tidak langsung digambarkan juga sebagai perayaan umat Budha, karena satu-satunya tempat ibadah yang dalam teks disebut merayakan perayaan ini adalah kuil BTRTM yaitu kuil umat Budha; *Aidil Fitri* digambarkan sebagai perayaan umat Islam dan juga etnis Melayu; dan *Deepavali* sebagai perayaan umat Hindu dan dirayakan oleh etnis Hindia. Di sini terlihat adanya pengaitan antara etnisitas dengan agama, dimana etnis Cina di Singapura beragama Budha, etnis Melayu beragama Islam, dan etnis India beragama Hindu. Dalam konteks masyarakat Singapura sendiri hal ini tidak selalu terjadi. Maksudnya, ada kelompok etnis selain Melayu yang memeluk agama Islam seperti kelompok etnis Cina²⁴ dan juga kelompok etnis India yang diperkirakan sekitar 46.000 orang²⁵. Selain itu, di Singapura sendiri juga terdapat etnis Cina dan India yang memeluk agama Kristen²⁶

²⁴ <http://islaminchina.wordpress.com/2008/01/28/chinese-muslims-in-singapore/>. Diakses pada 13 Juli 2008. Sumber ini merupakan kesaksian dari seorang wanita etnis Cina bernama Ms. Mah dimana dia sekeluarga telah memeluk agama Islam dari generasi ke generasi.

²⁵ <http://www.30-days.net/muslims/muslims-in/asia-east/singapore/>. Diakses pada 13 Juli 2008.

²⁶ *ibid.* Diakses pada 13 Juli 2008

dan juga etnis Melayu yang memeluk agama Kristen²⁷. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, teks brosur Singapura yang menunjukkan multikulturalisme dibangun atas dasar penyelenggaraan hari raya budaya/keagamaan yang diselenggarakan oleh pemerintah Singapura melalui *Singapore Tourism Board* dan digunakan sebagai pendukung perekonomian Singapura. Oleh karena itu, ketidakhadiran identitas etnis India dan etnis Cina yang beragama Kristen dalam teks brosur ini mungkin saja dapat dikatakan karena perayaan Natal dipaparkan dalam brosur pariwisata lain yang tidak dibahas dalam brosur pariwisata ini. Namun demikian, dalam teks brosur ini tetap terlihat adanya ketidakterwakilan yaitu etnis Cina dan India yang beragama Islam dalam teks brosur hari raya *Aidil Fitri*. Saat proses penelitian berlangsung, peneliti sendiri tidak menemukan informasi yang menyatakan atau setidaknya menyiratkan terjadinya praktik diskriminasi pada etnis Cina dan India yang beragama Islam tersebut. Informasi yang ditemukan hanya menyatakan bahwa kelompok penduduk ini hanyalah sebagian kecil saja. Oleh karena itu, ketidakterwakilan etnis Cina dan India yang beragama Islam dalam teks brosur ini tidak dapat dikatakan sebagai cerminan diskriminasi tapi karena jumlah mereka yang terlalu sedikit sehingga tidak termasuk kelompok dominan. Hal ini menunjukkan pandangan ‘keterwakilan’ pemerintah Singapura berdasarkan pada ciri mayoritas.

Selanjutnya, dari pendeskripsian di atas, teks brosur hanya mendeskripsikan tiga kelompok etnis saja yaitu etnis Cina, Melayu, dan India. Padahal, sama dengan

²⁷ http://www.geocities.com/freedom_malaysia/marginalized.html. Diakses pada 13 Juli 2008

Malaysia, kelompok etnis tersebut terdiri dari berbagai subkelompok etnis walaupun pemerintah Singapura menetapkan adanya empat kelompok etnis resmi yang dikenal dengan nama CMIO atau *Chinese/Malay/Indian/Other*. Hal ini menunjukkan praktik kekuasaan pemerintah yang diwujudkan melalui teks brosur pariwisata. Lebih lanjut, yang dimaksud dengan kelompok *other* di Singapura adalah mereka yang tidak termasuk dalam tiga kelompok etnis yang dideskripsikan sebelumnya seperti misalnya orang Inggris, Amerika, keturunan Eurasia, Arab dan lain sebagainya. Mengikuti pandangan yang berlaku secara umum yaitu bahwa orang-orang Arab biasanya beragama Islam, dalam teks brosur, tidak ditemukan hal yang menyiratkan bahwa orang Arab turut merayakan perayaan *Aidil Fitri*. Lebih lanjut, dalam teks brosur yang menunjukkan perayaan Natal, yang berjudul *Christmas in the Tropics*²⁸, ditemukan bahwa etnis yang ‘terwakili’, walaupun dalam hal pengisi acara dan bahkan penggunaan nama untuk tempat makan di Singapura, adalah etnis India dan Cina sementara selebihnya adalah ‘perwakilan barat’ seperti tokoh kartun *Tweety*, *Bugs Bunny*, *Christmas fairy tale ‘The Nutcracker’ from Moscow*, *Greek Masterpieces from Louvre*, *Disney Live! Mickey’s Magic Show*, *Ebenezer Scrooge by Charles Dickens*, dan *X’mas Eve with Jonathan Ulysses*. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok etnis Cina dan India yang beragama Kristen dan juga kelompok ‘*other*’ terwakili dalam teks brosur yang lain, walaupun perlu dilakukan penelitian lanjutan

²⁸ Karena keterbatasan waktu, teks brosur ini tidak dijadikan obyek penelitian dalam penulisan skripsi ini. Namun demikian, pada bagian ini peneliti merasa perlu menyinggungnya sekedar untuk menggambarkan keterwakilan kelompok etnis.

untuk melihat seberapa besar keterwakilan tersebut. maksudnya hanya bersifat simbolik saja atau pengakuan keberadaan kelompok etnis tersebut di Singapura.

Lebih lanjut, dalam teks brosur *ONE CITY THREE FESTIVALS* inipun ditemukan hal lain yaitu penggambaran karakteristik tiga kelompok etnis Cina, Melayu, dan India. Dari penjelasan di atas terlihat bahwa dalam teks tidak hanya dideskripsikan perayaan hari besar saja tapi juga dikaitkan dengan kelompok etnis yang merayakannya. Itu artinya, pendeskripsian tersebut juga berlaku bagi kelompok etnis yang merayakan. Deskripsi teks brosur atas hari raya terbagi atas dua bagian yaitu paragraf pembuka dan juga acara-acara yang diselenggarakan.

Mid-Autumn Festival adalah perayaan etnis Cina. Dalam teks brosur yang mendeskripsikan perayaan ini, khususnya pada bagian paragraf pembuka, tidak digambarkan bahwa perayaan ini adalah perayaan etnis Cina. Satu-satunya *clue* yang menunjukkan bahwa perayaan ini adalah perayaan etnis Cina adalah dari nama-nama yang digunakan seperti Zhu Yuan Zhang, Chang Er, Yuan *dynasty*, *Chinatown*, dan mungkin *lantern* dan juga *mooncake*. Pernyataan eksplisit bahwa perayaan ini adalah perayaan etnis Cina baru dapat ditemukan pada paragraf yang mendeskripsikan salah satu acara perayaan yaitu *Chinatown Mid-Autumn Festival Celebrations Festive Bazaar* tepatnya pada anak kalimat ‘*An important occasion celebrated by Chinese communities worldwide, ...*’. Absennya penyebutan secara eksplisit bahwa perayaan ini adalah perayaan etnis Cina menimbulkan representasi yaitu bahwa perayaan ini dapat dirayakan oleh semua orang, atau dengan kata lain menimbulkan representasi inklusif.

Hal sebaliknya ditemukan pada deskripsi perayaan *Aidil Fitri*. Jika pada perayaan *Mid-Autumn Festival* penyebutan secara eksplisit perayaan etnis Cina baru ditemukan pada pendeskripsian acara ketiga, maka dalam perayaan *Aidil Fitri*, penyebutan eksplisit tersebut dapat langsung ditemukan pada paragraf pembuka kalimat pertama. Jika pada perayaan *Mid-Autumn Festival* absennya penyebutan pada paragraf pembuka memunculkan representasi inklusif, maka dapat disimpulkan bahwa penyebutan eksplisit perayaan *Aidil Fitri* pada bagian pembuka menimbulkan representasi sebaliknya yaitu eksklusif.

Lebih lanjut, dalam perayaan terakhir yaitu *Deepavali*, penyebutan secara eksplisit ini dilakukan secara bertahap. Maksudnya, dalam paragraf pembuka kalimat pertama, disebutkan bahwa perayaan tersebut berdasarkan penanggalan Hindu. Itu artinya, sebenarnya pembaca dapat langsung mengetahui bahwa perayaan ini adalah perayaan umat Hindu. Lebih lanjut, pendeskripsian ini dilanjutkan dengan menyebutkan bahwa perayaan ini menandai awal yang baru bagi umat Hindu. Dari cara pendeskripsian tersebut terlihat bahwa penyebutan bahwa perayaan ini dirayakan oleh umat Hindu sebenarnya juga dilakukan pada paragraf pembuka, sama seperti perayaan *Aidil Fitri*. Bedanya, pada perayaan *Deepavali*, penyebutan identitas etnis yang merayakannya dilakukan secara ‘halus’. Maksudnya, pembaca tetap dapat menemui kata-kata Hindu dalam bacaan namun disampaikan secara tidak langsung seperti misalnya penanggalan Hindu. Penggambaran ‘di tengah-tengah’ antara perayaan *Mid-Autumn Festival* dan *Aidil Fitri* pada akhirnya memunculkan

representasi yang juga di tengah-tengah yaitu tidak terlalu implisit dan juga tidak terlalu eksplisit.

Selanjutnya, dalam penggambaran tiap-tiap perayaan dalam teks juga terlihat bahwa perayaan *Mid-Autumn Festival* digambarkan sebagai perayaan yang paling meriah dibandingkan dengan kedua perayaan lainnya yaitu *Deepavali* dan juga *Aidil Fitri*. Dalam penggambaran *Mid-Autumn Festival*, ditemukan banyak digunakan kata-kata sifat yang menunjukkan kemeriahan pesta seperti misalnya *spectacular*, *exuberant*, *amazing*, *glitter*, dan *glow*. Dalam perayaan *Aidil Fitri* sendiri, jenis kata-kata tersebut memang ditemukan lebih sedikit yaitu kata *dazzling* dan ditemukan kata lain yang hampir selalu hadir dalam pendeskripsian acara perayaan *Aidil Fitri* yaitu kata *traditional*. Dalam perayaan *Deepavali*, ditemukan jenis kata-kata baik yang digunakan pada perayaan *Mid-Autumn Festival* maupun pada perayaan *Aidil Fitri* sendiri seperti misalnya *spectacular* dan juga *traditional*.

Poin lainnya adalah dalam hal penggambaran tempat perayaan yaitu *Chinatown*, *Little India*, dan juga *Geylang Serai* dan *Kampong Glam*. Dalam teks, baik dalam paragraf pembuka maupun deskripsi hari raya, terlihat bahwa *Chinatown* digambarkan sangat positif yaitu sebagai tempat perayaan yang meriah melalui penggunaan kata-kata, “*This year, the streets will be filled with a spectacular array of lights and lanterns accentuating the festive atmosphere.*” Dari kalimat ini dapat diartikan bahwa *Chinatown* adalah tempat perayaan yang meriah. Hal sebaliknya ditemukan pada penggambaran *Kampong Glam* dan *Geylang Serai*, pada paragraf pembuka yaitu, “*This year, the streets of Kampong Glam and Geylang Serai will be*

lit from...”, pada deskripsi acara yaitu, “*See Geylang Serai will be transformed into a bustling market of dazzling lights...*”, dan “*This Hari Raya, Kampong Glam will come alive in an array of colours, ...*” dimana makna implisitnya adalah *Kampong Glam* dan *Geylang Serai* adalah daerah yang tidak hidup dan gelap; sedangkan penggambaran pada *Little India* sendiri adalah, “*The spectacular lights and street decorations along Little India enliven the district into a montage of colours and lights*” dimana makna implisitnya adalah *Little India* adalah daerah yang tidak hidup.

Di Singapura sendiri, pandangan yang muncul atas tempat-tempat tersebut tidaklah berbeda dengan yang ditampilkan dalam teks. Dalam informasi yang diperoleh oleh peneliti, terdapat komentar negatif atas *Geylang Serai* yaitu,

“Geylang [an area famous for late night food stalls, nightclubs and a red light district] can be said to be fraught with danger too right? But no one seems to make a big deal out of it - - most Singaporeans have no qualms about heading there for durians and supper”

(Velayutham, 2007 in

http://crsi.mq.edu.au/news_and_events/documents/Selvarajvelayutham.

Diakses pada 29 November 2007)

dan komentar atas *Little India* yaitu, “*eeee, all the Bangla and Indian workers hang out there. It’s not just about the workers (I mean if they were Chinese workers, these people won’t kick up such a big fuss)...*”. Dalam artikel yang sama, penulis artikel ini, Selvaraj Velayutham, mengungkapkan hal lain seperti pengalaman temannya yang tidak mau pergi ke *Little India* pada hari Minggu karena takut dilukai “*fear being harassed*” oleh pekerja India; cerita yang didengarnya mengenai supir taksi yang cepat-cepat meninggalkan *Little India* saat harus melintasinya, dan juga pengamatannya bahwa dalam perjalanan kereta, terutama ke *Little India*, orang-orang

cenderung untuk menghindari duduk, khususnya, di sebelah laki-laki etnis India. Sementara itu, dalam proses penulisan skripsi ini, peneliti tidak memperoleh informasi negatif yang berhubungan dengan *Chinatown*. Namun demikian, dari pernyataan di atas terlihat adanya pandangan positif pada pekerja etnis Cina yang dapat digunakan sebagai acuan yang menggambarkan bahwa *Chinatown* adalah tempat yang di Singapura sendiri dianggap sebagai tempat yang tidak berbahaya, karena anggapan negatifnya atas *Little India* bersumber dari orangnya yaitu pekerja India. Dari sini terlihat bahwa representasi, katakanlah, tempat-tempat etnis Cina digambarkan secara positif, tempat etnis Melayu digambarkan sangat negatif bahkan sangat berbahaya, dan tempat etnis India walaupun digambarkan berbahaya, itupun salah satunya hanya pada hari Minggu, tapi tidak seperti etnis Melayu dengan pelacuran dan kehidupan malamnya.

Terakhir, dalam hal kuantitas acara perayaan *Mid-Autumn Festival*, *Deepavali* dan juga *Aidil Fitri*, terlihat bahwa perayaan etnis Cina yaitu *Mid-Autumn Festival* adalah perayaan yang paling banyak diselenggarakan acara yaitu sebanyak 15 acara, *Deepavali* sebanyak 9 acara dan *Aidil Fitri* sendiri paling sedikit yaitu 7 acara.

Dalam hal kuantitas acara, argumen yang mungkin diajukan adalah berhubungan dengan pertimbangan ekonomis yaitu bahwa perayaan *Mid-Autumn Festival* adalah perayaan yang paling banyak mendatangkan wisatawan ke Singapura. Namun, dengan menghubungkan pada konteks yaitu bahwa Singapura menggunakan perayaan budaya ini sebagai pendukung ekonominya, maka seharusnya penggambaran ketiga perayaan ini setara. Maksudnya, ketiga perayaan ini seharusnya digambarkan

memiliki kualitas kemeriahan yang sama sehingga wisatawan tidak hanya membanjiri satu perayaan saja tapi juga dua perayaan lainnya dan karenanya akan memberikan pemasukan yang lebih besar lagi bagi Singapura. Akan tetapi, pada kenyataannya, dari penggambaran teks brosur ditemukan bahwa penggambaran yang paling meriah hanya pada perayaan *Mid-Autumn Festival* saja. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa argumen tersebut tidaklah *valid*.

Dari seluruh pendeskripsian di atas, yaitu dalam hal representasi inklusif/eksklusif, kualitas kemeriahan, penggambaran tempat-tempat perayaan, dan juga banyaknya acara yang diadakan dalam tiap-tiap perayaan, terlihat bahwa perayaan etnis Cina *Mid-Autumn Festival* dan juga tempat perayaan *Chinatown* selalu ditempatkan pada posisi deskripsi paling baik yaitu paling inklusif, paling meriah, tempat perayaan yang tidak berbahaya, dan paling banyak acaranya; perayaan *Deepavali* dan juga tempat perayaan *Little India* selalu ditempatkan pada posisi deskripsi pertengahan yaitu tidak terlalu inklusif tidak terlalu eksklusif, tidak semeriah *Mid-Autumn Festival* namun tidak se-tradisional *Aidil Fitri*, tidak berbahaya layaknya *Geylang Serai* walaupun tidak seaman *Chinatown*, dan acaranya lebih sedikit dari *Mid-Autumn Festival* tapi lebih banyak dari *Aidil Fitri*; sedangkan perayaan *Aidil Fitri* dan juga tempat perayaan *Geylang Serai* selalu ditempatkan pada posisi deskripsi terbawah yaitu paling eksklusif, tidak terlalu meriah, tempatnya paling berbahaya, paling tradisional, dan acaranya paling sedikit.

Dalam konteks masyarakat Singapura sendiri, etnis Cina adalah kelompok etnis yang mendominasi dan dapat dikatakan sebagai kelompok etnis kelas satu

karena mereka menguasai hampir dalam semua bidang, yaitu ekonomi, pemerintahan, dan juga pertahanan dan keamanan negara (Brown: 1994). Lebih lanjut, kelompok etnis India di Malaysia adalah kelompok etnis yang menempati posisi kedua karena secara sosial ekonomi, etnis India dapat dikatakan sebagai kelompok etnis yang berhasil di Singapura (Velayutham & Wise ed.: 2007 dalam <http://crsi.mq.edu.au>, diakses pada 29 November 2007). Oleh karena itu, walaupun pada kenyataannya etnis India tetap menerima perlakuan diskriminasi seperti misalnya penyebutan *black, smelly, dan dirty* (Velayutham, 2007)²⁹, namun hal ini tidak berkembang dan mendapatkan perhatian serius. Sebaliknya, di Singapura, etnis Melayu dapat dikatakan sebagai kelompok etnis yang menempati posisi paling rendah. Hal ini terlihat dari penyebutan “*socially and economically underachieving*” pada etnis Melayu (*ibid*, diakses pada 29 November 2007). Oleh karena itu, pengikutsertaan deskripsi tempat penyelenggaraan tiga perayaan tersebut yang sesuai dengan konteks masyarakat di Singapura sendiri, tidak dikonstruksi menjadi tempat yang sama-sama bagus, meriah, dan aman untuk kepentingan industri pariwisatanya, dapat dikatakan sebagai alat yang digunakan pemerintah untuk terus mengekalkan kelas sosial etnis tersebut. Pemerintah sendiri menetapkan kebijakan yang melarang pengungkitan masalah sensitif seperti etnis di ruang public sehingga praktis mengekalkan diskriminasi ini (Brown, 1994).

²⁹ Dalam sumber tidak disebutkan secara eksplisit siapa yang melakukan penyebutan tersebut atas etnis India namun karena dalam konteks masyarakat Singapura etnis Cina adalah kelompok etnis dominant, maka peneliti menyimpulkan bahwa etnis Cina lah yang melakukan penyebutan tersebut.

Untuk melihat representasi multikulturalisme Singapura secara lebih jelas, maka pembahasan akan dilanjutkan dengan membahas sisi gramatika dari pendeskripsian tiga hari raya *Mid-Autumn Festival*, *Aidil Fitri*, dan *Deepavali*. Pembahasan dari sisi gramatika meliputi penggunaan *tenses* dan bentuk pasif. Analisis akan diawali dengan pembahasan penggunaan *tenses* yang lalu diikuti dengan penggunaan bentuk pasif. Dalam teks brosur pariwisata Singapura, ditemukan empat *tenses*, yaitu: *present tenses*, *future tense*, *present perfect tense*, dan *past tense*. Pembahasan akan dimulai dengan *present tense*. Dalam teks brosur ditemukan dua fungsi *present tense* yang digunakan yaitu:

1. Untuk mengekspresikan kenyataan yang berlaku secara umum, hubungan atau relasi, dan kebenaran. Adapun fungsi ini ditemukan pada kalimat-kalimat berikut:

Tabel 31. Tabel 1 *present tense*

<p><i>Mid-Autumn Festival</i> Paragraf Pembuka :</p> <ul style="list-style-type: none"> • One version <i>tells</i> the legendary story of Chang Er, who took an elixir of immortality and flew to the moon, Another popular version <i>commemorates</i> the patriot Zhu Yuan Zhang, who plotted to overthrow the tyrannical rule of the Yuan dynasty in the 14th century, and is said to have passed his plans in strips of papers hidden in mooncakes to his fellow rebels <p>Perayaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Chinatown Mid-autumn Lantern Carnival</i> A celebration of the Mid-Autumn Festival is never complete without giant lanterns to awe the entire family. <i>Chinatown's</i> Mid-Autumn Lantern Carnival which features the 10 famous Heritage Buildings of the world is plum in the heart of the festivities and promises to be an interesting and educational experience for the entire family. 2. <i>Chinatown Mid-Autumn Festival Celebrations Festive Bazaar</i>

Exuberant festivities abound at this year's Mid-Autumn Festival. An important occasion celebrated by Chinese communities worldwide, it's a time for all to enjoy full-moon – an auspicious symbol of abundance, harmony and luck... .

3. **Chinatown Mid-Autumn Festival Celebrations Nightly Stage Show**

This Mid-Autumn Festival, amazing sights, sounds and tastes await visitors at *Chinatown* where they can immerse themselves in the rich and multi-faceted Chinese culture... .

4. **Chinatown Mass Lantern Walk and Celebration**

There is no better to see the moon in its full glory than by taking a stroll down *Chinatown*... . Performances such as dragon and lion dance bring the celebration to a colourful culmination.

5. **Mid-Autumn Festival Celebrations Singapore River – Nightly stage Performances**

When thinking about this traditional gathering, one conjures up visions of mooncakes and the clear moonlight... . Children lighting up colourful lanterns and around the street in perfect bliss; friends and families gathering around and catching up on old times; and also loving couples spend a romantic moment together, gazing at the moonlight.

6. **Mid-Autumn Festival at Buddha Tooth Relic Temple & Museum (BTRTM)**

A festival of hope and harvest, Mid-Autumn reunites family and friends in a time of sharing and togetherness

Aidil Fitri

Paragraf Pembuka :

- [*Aidil Fitri*] marks the end of the fasting month of Ramadan (or 'Bulan Puasa' in Malay) and is a time of abstinence, contemplation and worship for Muslims For over one billion Muslims throughout the world, Ramadan is a special month of obligatory fasting period.....

Perayaan :

1. **Hari Raya Light Up Official Launch at Kampong Glam**

Geylang Serai, the traditional precinct where local Muslims congregate especially during Hari Raya

2. **Prominent Malay Leaders Exhibition**

... This exhibition offers visitors insight into the Malay society and aims to commemorate the spirit of service excellence towards the community and the nation.

Deepavali

Paragraf Pembuka :

- *Deepavali*, or the Festival of Lights, is the most important date in the Hindu

calendar and *celebrates* the triumph of light over darkness and of good over evil It *marks* a new beginning for Hindu devotees and a time for rejoicing and renewal.

Perayaan :

1. **Deepavali Heritage & Craft Exhibition**
Traditional craftsman from India showcase costume jewellery making...
2. **Deepavali Street Light-Up**
This year the street lights are in Rangoli (intricate Indian floor art) themed designs
3. **Theemith (Fire Walking Festival)**
This famous Hindu fire-walking ceremony commemorates the Goddess Draupadi, who proved her innocence by walking bare - footed on burning coals... .

Dalam kalimat di atas, *present tense* digunakan oleh pembuat teks iklan untuk mengklaim bahwa informasi yang ia nyatakan adalah sebuah kebenaran. Dari tabel di atas terlihat bahwa *present tense* digunakan untuk menggambarkan baik latar belakang atau maka perayaan dalam paragraf pembuka tapi juga rincian atas perayaan yang dilakukan. Itu artinya, dalam hal ini, *present tense* digunakan sebagai klaim kebenaran atas penggambaran perayaan *Mid-Autumn Festival* yang meriah dan inklusif, *Deepavali* yang cukup meriah, dan tidak terlalu inklusif dan tidak terlalu eksklusif sedangkan perayaan *Aidil Fitri* meriah namun tradisional dan eksklusif. Klaim kebenaran melalui bentuk *present tense* ini menunjukkan telah terjadi proses naturalisasi yaitu bahwa semua informasi yang terdapat dalam teks ini pada akhirnya akan langsung diterima sebagai kebenaran.

2. Untuk menyatakan kepemilikan

Tabel 32. Tabel 2 *present tense*

1. The *Mid-Autumn Festival* or moon cake festival *has* many wondrous stories surrounding its beginnings.
2. Singapore Explorer Pte Ltd will also *offer* special promotional rates for

- Bumboat Tours and *Chinatown* Trishaw Tours during the Mid-Autumn Festival period from 13 and 30 Sep.
3. During this time, the 284 street stalls *showcase* a tantalising array of traditional festive goodies such as mooncakes, pomelos, melon seeds and yams.
 4. This foodies's haven will *feature* tantalising creations and a fine fare of exotic mooncakes from Hong Kong, as well as notable hotels and restaurants in Singapore.
 5. Buddha Tooth Relic Temple & Museum *presents* a Mid-Autumn celebration recalling traditions started in the Tang Dynasty.
 6. Esplanade - Theatres on the Bay *presents* Moonfest - A Mid-Autumn Celebration, from 21 - 25 Sep '07.
 7. Chinese bakeries *sell* huge volumes of moon cakes, the streets are adorned with lights and every family member returns home.
 8. Exuberant festivities *abound* at this year's Mid-Autumn Festival.
 9. This Mid-Autumn Festival, amazing sights, sounds and tastes *await* visitors at *Chinatown* where they can immerse themselves in the rich and multi-faceted Chinese culture.
 10. *Chinatown's* Mid-Autumn Lantern Carnival which *features* the 10 famous Heritage Buildings of the world is plum in the heart of the festivities and promises to be an interesting and educational experience for the entire family.
 11. Be spoilt for choice as you explore the 1000-stalls strong festive street bazaars *offering* a wide variety of Malay delicacies, festive food, traditional clothing, textiles, antiques and decorative items.
 12. You may borrow robes which *are available* at the entrances at most mosques.

Dalam kalimat di atas, bentuk *present tense* digunakan sebagai identitas dari perayaan yang dijelaskan dalam kalimat. Dari penjelasan kata-kata telah diketahui yaitu bahwa penggambaran perayaan *Mid-Autumn Festival* adalah yang paling meriah. Hal ini terbukti dari lebih banyaknya kalimat-kalimat yang digunakan untuk menyatakan kepemilikan baik suasana atau apapun yang ada dalam perayaan tersebut terdapat pada perayaan *Mid-Autumn Festival*. Hal ini memperkuat penggambaran *Mid-Autumn Festival* sebagai acara yang paling meriah.

Tenses lain yang akan dibahas adalah *future tense*, di mana fungsi yang ditemukan dalam teks adalah sebagai berikut:

1. Untuk menunjukkan kebenaran di waktu mendatang

Tabel 33. Tabel 1 *future tense*

<p>Mid-Autumn Festival</p> <p>Paragraf Pembuka :</p> <ul style="list-style-type: none">• This year, apart from Chinatown which has always been the traditional venue, visitors <i>will also see the inaugural Mid-Autumn Festival Celebrations at the Singapore River, infusing a modern twist to the traditional festival celebrations.</i> <p>Perayaan :</p> <ol style="list-style-type: none">1. <i>Chinatown</i> Mass Lantern Walk and Celebration Continuing the tradition of the popular lantern walks, the <i>Chinatown</i> Mid-Autumn Festival celebrations <i>will incorporate</i> a mass lantern walk down <i>Chinatown's</i> main thoroughfare... .2. Mid-Autumn Festival by The River A new Mid-Autumn Festival celebration event <i>will be incorporated</i> this year at the Singapore River. Within its distinctive indoor and outdoor pavilions (Tea Pavilion, Wine Pavilion, Fruit Pavilion, Floral Pavilion, Mooncake Pavilion, Delicacies Pavilion and Desserts Pavilion), you <i>will see</i> the beautiful heritage of Chinese culture and its traditions infused with a touch of a modern spirit in addition to the variety of treats provided. There will be also be special lantern displays such the dragon lantern pillar along Singapore River as well as ‘Lanterns of the 100 surnames’ lining the way from around The Central.3. Mid-Autumn Festival Celebrations Singapore River – Nightly stage Performances And under that moonlight, you <i>will find</i> everyone - boys and girls, young or old – all celebrating the festival in unison... . In keeping with this nightly celebration, performances by Chongqing School of Arts, will be staged nightly at Hong Lim Park, featuring cultural singing and dancing as well as acrobatics.4. 13th Ngee Ann City Nation Lion Dance Championship 2007 What’s more, you <i>will be entertained</i> by fringed performances such as 24 Style Jie Lin Drum, Dragon Dance & Northern Lion Dance... .5. Mid- Autumn Festival at Takashimaya Square This foodies's haven <i>will feature</i> tantalising creations, and a fine fare of exotic mooncakes from Hong Kong, as well as notable hotels and restaurants in Singapore. <p>Aidil Fitri</p> <p>Paragraf Pembuka :</p> <ul style="list-style-type: none">• <i>Hari Raya Aidil Fitri</i> is one of the most signifikan celebrations for
--

Muslims... . This Year, the streets of Kampong Glam and Geylang Serai *will be lit* from 8 September to 21 October... .

Perayaan :

1. Hari Raya Light Up Official Launch at Geylang Serai
Get your cameras ready for this is the one event you'll be talking about for months after! See *Geylang Serai* [will be] transformed into a bustling market of dazzling lights overlooked by illuminated arches... .
2. Hari Raya Light-Up at Kampong Glam
This Hari Raya, Kampong Glam will come alive in an array of colours, entertaining performances and tantalising treats... .

Deepavali

Perayaan :

1. Navarathiri
... . Be fascinated by the display of colorful idols of Hindu deities and mythological characters which will be showcased during this period. Throughout the festival, Sri Srinivasa Perumal Temple, Sri Veeramakaliamman Temple and Sri Mariamman Temple will showcase an assortment of captivating classical music and dance performances in the evenings between 7 and 9 pm.
2. UTSAV – Deepavali Streer Parade
Unique, native performance artforms from India will be featured alongside cultural performances by various ethnic groups... .

Dalam kalimat di atas, *future tense* mengandung makna janji. Maksudnya, pembaca yang juga adalah calon pengunjung dijanjikan untuk menikmati fasilitas dan suasana yang disebutkan dalam kalimat. Dari penjelasan sebelumnya telah diketahui bahwa *Mid-Autumn Festival* digambarkan sebagai acara yang paling meriah, *Aidil Fitri* yang tradisional, dan *Deepavali* berada di tengah-tengah. Melalui penggunaan bentuk *future tense* yang berfungsi untuk menunjukkan kebenaran di masa yang akan datang, penggambaran ini semakin diperkuat dan hal inilah yang akan membuat pembaca akan tertarik untuk berkunjung ke Singapura, khususnya pada perayaan *Mid-Autumn Festival*. Lebih lanjut, penggambaran *Chinatown* sebagai tempat

perayaan yang meriah, *Little India* sebagai tempat perayaan yang akan meriah pada saat perayaan dan bahwa *Geylang Serai* dan *Kampong Glam* juga demikian, akan memperkuat penggambaran tersirat masing-masing tempat seperti yang telah dijelaskan pada penjeasan sebelumnya, yaitu bahwa diluar periode perayaan ini, *Little India* adalah daerah yang tidak hidup, dan juga *Kampong Glam* dan *Geylang Serai* adalah daerah yang tidak hidup dan gelap.

Tenses selanjutnya yang juga akan dibahas adalah *present perfect tense* dengan fungsinya adalah sebagai berikut:

1. Untuk menunjukkan kejadian yang dimulai dari masa lalu dan terus berlangsung sampai sekarang.

Tabel 34. Tabel 1 *present perfect tense*

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none">1. This year, apart from <i>Chinatown</i> which <i>has always been</i> the traditional venue, visitors will also see the inaugural <i>Mid-Autumn Festival Celebrations</i> at the Singapore River, infusing a modern twist to the traditional festival celebrations.2. Six extraordinary leaders who <i>have contributed</i> significantly towards Singapore's nation building will be added to the existing gallery collection. |
|---|

Dari kalimat di atas, makna yang muncul tidak hanya sebatas bahwa *Chinatown* telah, dari sejak dahulu sampai sekarang, atau lebih tepatnya sampai perayaan tersebut berlangsung, menjadi tempat perayaan *Mid-Autumn Festival*. Lebih jauh, kalimat ini memberikan identitas *Chinatown*, sebagai tempat penyelenggaraan perayaan kebudayaan etnis Cina (saja), seperti *Mid-Autumn Festival*. Lebih jauh, hal ini turut menunjukkan adanya 'pemisahan' atau lebih tepatnya pengkotakkan etnis satu dengan etnis lain, karena suatu perayaan agama atau budaya hanya

diselenggarakan di tempat yang 'dalam pandangan' pemerintah merayakannya. Namun karena dalam teks brosur penggambaran yang dilakukan menimbulkan makna inklusif, maka hal pengkotak-kotakkan ini dianggap sebagai kewajaran terlebih karena dua perayaan lainpun dilakukan di tempat sejenis.

Pemisahan lain juga terlihat pada kalimat 2, makna telah berkontribusi sejak dari waktu yang lalu sampai dengan pembuatan brosur ini tidak hanya merepresentasikan kontribusi signifikan enam pemimpin etnis Melayu dalam membangun Singapura, tetapi juga memunculkan representasi lain terlebih jika dihubungkan dengan konteks perayaannya yaitu *Prominent Malay Leaders Exhibition*. Kalimat sebelumnya yang menginformasikan tujuan dari acara pameran adalah untuk mengenang semangat pengabdian luar biasa pemimpin-pemimpin Melayu atas masyarakat dan bangsa pada akhirnya menunjukkan adanya pandangan yang menganggap etnis Melayu bukan bagian dari masyarakat Singapura. Dengan melihat konteks kalimat yaitu, pengabdian pada masyarakat dan bangsa, maka dapat dipastikan bahwa yang mengabdikan bukan hanya pemimpin-pemimpin etnis Melayu saja, tetapi juga etnis lain yaitu Cina dan India. Lebih lanjut, penyebutan identitas etnis Melayu dalam acara *Prominent Malay Leaders Exhibition*, bukan hanya karena dalam perayaan *Hari Raya Aidil Fitri*, yang dalam teks dianggap sebagai hari raya etnis Melayu. Akan tetapi, hal ini lebih merupakan anggapan bahwa etnis Melayu bukanlah bagian dari kelompok kami (*we*), dan karena itu sebenarnya tidak berkewajiban melakukan pengabdian luar biasa pada masyarakat dan bangsa kami. Akan tetapi, karena mereka memberikan pengabdian tersebut, maka kami

memberikan penghargaan pada mereka (enam pemimpin etnis Melayu). Lebih jauh, tindakan memberikan pemberian penghargaan pada enam pemimpin etnis Melayu yang mewakili etnis Melayu secara keseluruhan, dapat dilihat sebagai tindakan yang mengandung unsur kekuasaan (*power*) dalam dua hal. Pertama-tama bahwa, kelompok yang memberikan penghargaan adalah kelompok yang memiliki kedudukan dan kekuasaan yang lebih tinggi daripada yang diberikan penghargaan. Kedua, kelompok yang memberikan pengabdian luar biasa pada kelompok lain biasanya disebabkan karena kelompok tersebut mengakui kekuasaan kelompok lain dan pada saat yang bersamaan mengakui keinferioritasan kelompok sendiri. Di sini terlihat bahwa benang merah penghubung keduanya adalah kekuasaan (*power*). Dalam teks hal ini diwujudkan dalam bentuk *present perfect tense* yang pada akhirnya memunculkan representasi etnis Melayu dari sejak dahulu sampai dengan saat dituliskannya teks brosur bukan bagian dari masyarakat Singapura dan bahwa kekuasaan kelompok kami sejak dari dahulu sampai dengan waktu dituliskannya teks brosur, lebih besar dari pada etnis Melayu.

Dalam konteks Singapura sendiri, masalah ini berhubungan erat dengan *origin* dan *contribution*. Maksudnya, siapa yang tidak termasuk dalam kelompok *origin*, yaitu penduduk asli atau 'we', adalah yang harus melakukan kontribusi. Jika berbicara tentang siapa yang berhak disebut sebagai kelompok *origin* tersebut, maka jawabannya adalah kelompok etnis Melayu karena merekalah yang lebih dulu mendiami wilayah daratan Malaya, termasuk didalamnya Singapura. Namun demikian, di Singapura sendiri, dari sejak lama telah dilakukan berbagai usaha untuk

membentuk pandangan bahwa etnis Melayu di Singapura adalah imigran dan kelompok etnis Cina yang telah lebih lama menempati Singapura. Salah satu usaha yang dilakukan tersebut adalah penulisan ulang sejarah Singapura yaitu bahwa Raffles menemukan tanah kosong (Purushotam dalam Khan ed., 1997: 85-86). Oleh karena itu, penggambaran etnis Melayu sebagai kelompok etnis yang berkontribusi dalam teks brosur ini dapat dikatakan sebagai salah satu cara yang digunakan pemerintah untuk memperkuat/mengekalkan kekuasaannya di Singapura sekaligus atas kelompok etnis Melayu dan juga mempertahankan status etnis Melayu tersebut sebagai ‘imigran’.

Tenses lain yang juga dijelaskan adalah *past tense*.

1. Untuk menunjukkan kebenaran yang terjadi pada waktu lalu

Tabel 35. Tabel 1 *past tense*

<ol style="list-style-type: none">1. One version tells the legendary story of Chang Er, who <i>took</i> an elixir of immortality and flew to the moon.2. Another popular version commemorates the patriot Zhu Yuan Zhang, who <i>plotted</i> to overthrow the tyrannical rule of the Yuan dynasty in the 14th century, and is said to have passed his plans in strips of papers hidden in mooncakes to his fellow rebels.3. The famous Hindu fire-walking ceremony commemorates the Goddess Draupadi, who <i>proved</i> her innocence by walking bare-footed on burning coals.
--

Kalimat di atas menggunakan bentuk *past tense* untuk menceritakan latar belakang *Mid-Autumn Festival* dan upacara umat Hindu, yaitu berjalan di atas api. Jika melihat dari konteks kalimat, cerita ini digunakan sebagai pengantar dari perayaan hari raya yang diadakan oleh Singapura, sehingga memunculkan representasi bahwa

merayakan perayaan tersebut di Singapura sama dengan merayakan awal mula perayaan. Dengan kata lain, Singapura merayakan perayaan sesuai dengan versi aslinya.

Analisis bentuk *tenses* akan dilanjutkan dengan penggunaan bentuk pasif seperti yang ditunjukkan di bawah ini:

1. Untuk menghindari penyebutan *agent*

Tabel 36. Tabel 1 bentuk pasif

<ol style="list-style-type: none">1. It <i>was thought</i> that one could glimpse Chang Er on the moon when it is at its brightest on the fifteenth day of the eighth month in the lunar calendar.2. Today, these moon-shaped pastries <i>made</i> with sweet fillings of lotus seed paste and salted egg yolks <i>are still being consumed</i> and <i>exchanged</i> as gifts.3. The carrying of lanterns, of all shapes and sizes on walks during Mid-Autumn <i>is also tradition enjoyed</i> by children and adults alike.4. Another popular version commemorates the patriot Zhu Yuan Zhang, who plotted to overthrow the tyrannical rule of the Yuan dynasty in the 14th century, and <i>is said</i> to have passed his plans in strips of papers hidden in mooncakes to his fellow rebels.5. This year, the streets of Kampong Glam and <i>Geylang Serai will be lit</i> from 8 September to 21 October.6. ... you will see the beautiful heritage of Chinese culture and its traditions <i>infused</i> with a touch of a modern spirit in addition to the variety of treats provided.
--

Dalam kalimat di atas, bentuk pasif sengaja digunakan untuk menghindari penyebutan *agent* oleh karena enam tujuan. Pertama-tama adalah untuk menghasilkan representasi inklusif, yaitu pada kalimat 1-3, untuk memberikan representasi positif pada suatu tindakan, yaitu pada kalimat 4, agar tidak menghasilkan representasi negatif pada *agent* dalam tataran implisit, yaitu pada kalimat 5, dan untuk memberikan representasi alamiah pada suatu proses, yaitu pada kalimat 6.

Dalam kalimat 1-3 representasi inklusif akan terlihat jelas terlebih jika dihubungkan dengan konteks perayaan *Mid-Autumn Festival*. Dari penjelasan sebelumnya telah dijelaskan bahwa pada absennya penyebutan etnis Cina sebagai kelompok yang merayakan *Mid-Autumn Festival* memunculkan representasi inklusif. Hal inipun dijumpai dalam bentuk pasif kalimat-kalimat di atas. Dalam kalimat-kalimat pasif tersebut tidak ada keterangan siapa yang mengatakan hal tersebut yaitu dalam kalimat *...is said to*, siapa yang membuat pastri yaitu dalam kalimat *... made*, siapa yang menukar dan mengkonsumsi yaitu dalam kalimat *...exchanged and consumed*, siapa yang menikmati tradisi tersebut yaitu dalam kalimat *...is enjoyed*. Ketidakhadiran *agent* secara eksplisit sebagai keterangan dalam bentuk pasif jika dikaitkan dengan representasi inklusif atas perayaan ini, memunculkan representasi yang sama yaitu bahwa hari raya ini dapat dirayakan oleh semua. Jika pada analisis kata-kata tidak ditemukan penyebutan kelompok etnis Cina, maka dalam hal analisis gramatika ini representasi inklusif tersebut diperkuat melalui penghilangan *agent* dalam bentuk pasif.

Lebih lanjut, bentuk pasif juga digunakan untuk memberikan representasi positif pada suatu tindakan seperti dalam kalimat 4. Jika dihubungkan dengan konteks paragraf bahwa tindakan pemberontakan Zhang direpresentasikan secara positif baik melalui peletakkan kata sifat patriot untuk menerangkan Zhang maupun keterangan *tyrannical rule* pada Dinasti Yuan. Dari sisi gramatika, penggunaan bentuk pasif dalam kalimat 4 pun mempunyai tujuan yang sama tetapi dilakukan dengan cara menghilangkan *agent*, sehingga makna kalimat tersebut menjadi pesan rahasia yang

tersimpan dalam kue bulan. Selanjutnya, penggunaan bentuk pasif pada kalimat 5 menghasilkan representasi yang berbeda lagi yaitu, agar tidak menghasilkan representasi negatif pada *agent* dalam tataran makna implisit.

Dalam kalimat 5, makna implisit dalam penggunaan bentuk pasif *will be lit*, telah dengan sendirinya, seperti telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, negatif, yaitu bahwa di luar periode yang disebutkan dalam teks, *Kampong Glam* dan *Geylang Serai will not be lit*, atau daerah yang gelap. Disini, penggunaan bentuk pasif yang tidak memunculkan *agent* digunakan untuk menghindari representasi negatif pada *agent* yaitu pemerintah Singapura itu sendiri, yang dalam teks brosur pariwisata diwakili oleh *Singapore Tourism Board*.

Penghilangan juga digunakan untuk memberikan representasi alamiah pada suatu proses, seperti pada kalimat 6 dalam kalimat tersebut representasi yang muncul atas budaya Cina adalah kebudayaan tradisional yang telah tercampur dengan unsur moderen, atau dengan kata lain kebudayaan Cina tidak lagi dapat dikatakan kebudayaan tradisional walaupun belum cukup mapan untuk dikatakan sebagai kebudayaan moderen. Di sini proses persentuhan kebudayaan Cina yang tradisional dengan kemoderenan dianggap sebagai proses alamiah melalui penghilangan *agent* tersebut sehingga representasi yang muncul adalah bahwa kebudayaan Cina tidak lagi bersifat tradisional karena telah mendapat sentuhan kemoderenan. Keempat fungsi ini semuanya digunakan untuk membentuk representasi positif atas perayaan *Mid-Autumn Festival*, identitas pemerintah Singapura, dan juga kebudayaan etnis Cina.

2. Digunakan saat *recipient* dianggap lebih penting dari *agent*

Tabel 37. Tabel 2 bentuk pasif

1. This year, the streets of Kampong Glam and *Geylang Serai will be lit* from 8 September to 21 October.
2. If you wish to enter the mosques, please note that both men and women *are required* to be fully covered, including the arms and legs.
3. Meaning 'nine nights' in Tamil, The Navarathiri Festival *is celebrated* in honour of the Mother Goddess in her various avatars and forms.
4. Visitors *are spoilt* for choice with personalized jewellery designs.
5. ... Chinese bakeries sell huge volumes of moon cakes, the streets *are adorned* with lights and every family member returns home.
6. During this festive period, Albert Mall *is all decked* out to glitter and glow with beautiful lights and lanterns.
7. ... enjoy the many ethnic performances and activities that *have been* specially lined up just for Mid-Autumn.
8. An important occasion celebrated by Chinese communities worldwide, it's a time for all to enjoy the full-moon - an auspicious symbol of abundance, harmony and luck.

Dalam kalimat di atas bentuk pasif digunakan agar *recipient* menjadi fokus pembacaan. Adapun *recipient* pada kalimat-kalimat diatas adalah *Kampong Glam and Geylang Serai, men and women, The Navarathiri Festival, the streets, Albert Mall, many ethnic performances and activities, dan visitors*. Fokus pembacaan diarahkan pada tempat (kalimat 1, 5, 6) karena pembuat teks iklan mengharapkan pembaca membentuk gambaran sendiri atas suasana tempat yang dideskripsikan dalam teks, seperti *Kampong Glam* dan *Geylang Serai* yang terang, *Geylang Serai* yang diubah menjadi tempat yang hidup, jalan-jalan dihias dengan lampu-lampu, *Albert Mall* ditata sehingga menyala dengan lampu dan lampion, dan juga penggambaran aktivitas pertunjukkan seperti dalam kalimat 7. Dalam hal *recipient* orang yaitu *visitors* (kalimat 4) dan juga *men and women* (kalimat 2), fokus diarahkan pada pengunjung agar pengunjungpun dapat membuat penggambaran sendiri tentang

apa saja yang dapat ia nikmati dan lakukan ketika mengunjungi acara *Deepavali*, yaitu acara *Heritage and Crafts Exhibiton*, yang dalam teks digambarkan terdapat pilihan disain atau model perhiasan. Terakhir, penggambaran yang difokuskan pada festival khususnya makna perayaan *Navarathiri* tersebut yaitu sebagai penghormatan atas Dewi Ibu. Jika dihubungkan dengan konteks pada paragraf *Navarathiri* yang pada kalimat selanjutnya menjelaskan bahwa pengunjung dapat menikmati pameran dewa-dewa Hindu maka fungsi bentuk pasif yang mengutamakan *recipient* ini dapat dikatakan sebagai alat untuk memperkenalkan cerita di balik perayaan yang akan diwujudkan melalui penyelenggaraan festival. Di sini, penempatan *recipient* di bagian depan melalui bentuk pasif digunakan sebagai pengantar untuk memperkenalkan fasilitasnya dalam perayaan *Navarathiri* yaitu, pameran dewa-dewa Hindu, sekaligus memberikan identitas pada acara tersebut yaitu mewujudkan makna yang terkandung dalam *Navarathiri Festival*. Baik penggambaran, apa yang dapat dinikmati dan dilakukan pengunjung maupun sebagai pemberi identitas atas fasilitasnya, jika dihubungkan dengan konteks brosur maka semuanya ini digunakan untuk menuju sasaran pembuat iklan yakni *Singapore Tourism Board*, yaitu menarik kunjungan wisatawan yang sesuai dengan kebijakan pemerintah untuk menjadikan seni/budayanya sebagai pendukung perekonomian Singapura.

Kasus agak lain terdapat pada kalimat 8. Disitu, bentuk pasif terdapat pada bagian anak kalimat. Penggunaannya pada anak kalimat dengan fokus pada *recipient* perayaan *Mid-Autumn Festival* berfungsi sebagai pendefinisian akan kelompok etnis yang merayakan perayaan tersebut. Disinilah pertama kalinya ditemukan

penggambaran secara eksplisit yang menyatakan perayaan ini adalah perayaan etnis Cina.

3. Untuk menunjukkan tujuan

Tabel 38. Tabel 3 bentuk pasif

1. It is a fascinating activity designed to test the wisdom of the individual and also to bring forth festival joy.

Dalam kalimat di atas bentuk pasif digunakan untuk menunjukkan tujuan dari perayaan ini yaitu mengetes kebijaksanaan tiap-tiap orang dan juga membawa serta keceriaan festival. Oleh karena salah satu tujuan perayaan ini adalah untuk memberi keceriaan pada festival, maka penggunaan bentuk pasif untuk mengungkapkan tujuan ini pada akhirnya semakin memantapkan penggambaran perayaan *Mid-Autumn Festival* sebagai perayaan yang sangat meriah.

3.3.1.2 Analisis Gambar

Dalam teks brosur Singapura, analisis gambar juga akan dianalisis menggunakan metode semiologi Roland Barthes.

Gambar 34 . Gambar 1 pada teks brosur Singapura



Gambar 35 . Gambar 2 pada teks brosur Singapura



Gambar 36. Gambar 3 pada teks brosur Singapura



Gambar 37. Gambar 4 pada teks brosur Singapura



Gambar 38. Gambar 5 pada teks brosur Singapura



Gambar di atas adalah gambar-gambar pertunjukkan pada perayaan *Mid-Autumn Festival*. Oleh karena itu, tanda yang muncul pada tataran primer adalah perayaan etnis Cina. Oleh karena perayaan ini dipertunjukkan pada acara *Mid-Autumn Festival*, maka tanda sekundernya adalah perayaan *Mid-Autumn Festival*. Pemetaan sederhana sistem penandaan gambar adalah sebagai berikut:

Tabel 39. Tabel 1 analisis teks brosur Singapura.

Tingkat penandaan bahasa (tingkatan primer)	1. penanda Gambar	2. petanda 'Perayaan etnis Cina'
Tingkat penandaan sekunder (tingkatan mitologi)	3. tanda Perayaan budaya etnis Cina I. PENANDA	II. KEMUNGKINAN PETANDA YANG MUNCUL 'Perayaan <i>Mid-Autumn Festival</i> .'
	III. TANDA 'Perayaan <i>Mid-Autumn Festival</i> '	

Dalam gambar di atas, perayaan *Mid-Autumn Festival* digambarkan oleh perayaan etnis Cina. Dalam konteks teks brosur, perayaan *Mid-Autumn Festival* digambarkan sebagai perayaan yang sangat meriah dibandingkan dengan dua perayaan lain yaitu *Aidil Fitri* dan *Deepavali*. Dari segi kuantitas, gambar acara perayaan *Mid-Autumn Festival* ini lebih banyak daripada *Deepavali*, yaitu dua buah gambar, dan juga *Aidil Fitri*, yaitu satu buah gambar. Selain memperkuat penggambaran yang meriah, peletakan jumlah gambar yang lebih banyak pada perayaan etnis Cina daripada etnis lain juga dapat dilihat sebagai praktik naturalisasi dominansi etnis Cina atas etnis India dan Melayu.

Gambar 39. Gambar 6 pada teks brosur Singapura



Dalam teks diketahui bahwa perayaan *Mid-Autumn Festival* memiliki latar belakang mitos, yang salah satunya adalah Chang Er di bulan. Oleh karena itu, tanda pada tataran primernya adalah Chang-Er di bulan, sedangkan tanda sekundernya adalah perayaan *Mid-Autumn Festival*. Pemetaan sederhana sistem penandaan gambar adalah sebagai berikut:

Tabel 40. Tabel 2 analisis teks brosur Singapura

Tingkat penandaan bahasa (tingkatan primer)	1. penanda Gambar	2. petanda 'Chang-Er di bulan'
Tingkat penandaan sekunder (tingkatan mitologi)	3. tanda Chang-Er di bulan I. PENANDA	II. KEMUNGKINAN PETANDA YANG MUNCUL 'Perayaan <i>Mid-Autumn Festival</i> .'
	III. TANDA 'Perayaan <i>Mid-Autumn Festival</i> '	

Dari sistem penandaan gambar di atas, terlihat bahwa perayaan *Mid-Autumn Festival* ditandai oleh cerita latar belakang yaitu mitos Chang-Er. Penggunaan gambar mitos Chang-Er ini berfungsi dalam dua hal. Pertama-tama adalah untuk membangun suasana perayaan festival yang banyak menggunakan *setting* suasana perayaan di malam hari di bawah sinar bulan. Kedua, gambar ini digunakan untuk memberikan identitas pada perayaan *Mid-Autumn Festival* di Singapura yaitu bahwa perayaannya ini mengambil versi asli perayaan *Mid-Autumn Festival*. Pada akhirnya, kedua hal ini memperkuat penggambaran identitas Singapura yang telah dideskripsikan dalam teks yaitu merayakan perayaan sesuai dengan versi aslinya.

Gambar 40. Gambar 7 pada teks brosur Singapura



Gambar 41. Gambar 8 pada teks brosur Singapura



Gambar 42. Gambar 9 pada teks brosur Singapura



Gambar di atas menunjukkan dekorasi yang digunakan saat perayaan *Mid-Autumn Festival*. Oleh karena itu, pada tataran primer, tanda yang muncul adalah dekorasi *Mid-Autumn Festival*, sedangkan tanda pada tataran sekundernya adalah perayaan *Mid-Autumn Festival*. Pemetaan sederhana sistem penandaan gambar adalah sebagai berikut:

Tabel 41. Tabel 3 analisis teks brosur Singapura

Tingkat penandaan bahasa (tingkatan primer)	1. penanda Gambar	2. petanda 'Dekorasi perayaan <i>Mid-Autumn Festival</i> '
Tingkat penandaan sekunder (tingkatan mitologi)	3. tanda Dekorasi perayaan <i>Mid-Autumn Festival</i> I. PENANDA	II. KEMUNGKINAN PETANDA YANG MUNCUL 'Perayaan <i>Mid-Autumn Festival</i> .'
	III. TANDA 'Perayaan <i>Mid-Autumn Festival</i> '	

Dari sistem penandaan gambar di atas, terlihat bahwa benda, yaitu dekorasi, digunakan sebagai tanda dari perayaan *Mid-Autumn Festival* sendiri. Digunakannya benda-benda perayaan sebagai tanda untuk menunjukkan perayaan itu sendiri menunjukkan adanya paham materialis yang dianut oleh pembuat teks brosur. Dari segi kuantitas, penggunaan benda untuk menunjukkan perayaan dalam *Mid-Autumn Festival* ini paling sedikit dibandingkan dengan perayaan *Aidil Fitri*, yaitu sebanyak empat buah, dan juga *Deepavali*, yang juga sebanyak empat buah. Lebih sedikitnya penggunaan benda dalam perayaan *Mid-Autumn Festival* yang ditujukan untuk menunjang perekonomian Singapura menunjukkan pandangan pembuat teks yaitu bahwa etnis Cina hanya memiliki sedikit hal yang dapat dimanfaatkan untuk menunjang perekonomian. Dengan kata lain, pemerintah Singapura melihat bahwa etnis Cina bukanlah kelompok etnis yang dapat dijadikan obyek untuk mendatangkan keuntungan negara.

Gambar 43. Gambar 10 pada teks brosur Singapura



Gambar di atas menunjukkan gambar kue bulan. Dalam teks, gambar digunakan sebagai salah satu bagian dari perayaan *Mid-Autumn Festival*. Oleh karena itu, tanda yang muncul pada tataran primer adalah kue bulan sedangkan pada tataran sekunder adalah perayaan *Mid-Autumn Festival*. pemetaan sistem penandaan gambar adalah sebagai berikut:

Tabel 42. Tabel 4 analisis teks brosur Singapura

Tingkat penandaan bahasa (tingkatan primer)	1. penanda Gambar	2. petanda 'Kue bulan'
Tingkat penandaan sekunder (tingkatan mitologi)	3. tanda Kue bulan I. PENANDA	II. KEMUNGKINAN PETANDA YANG MUNCUL 'Perayaan <i>Mid-Autumn Festival</i> .'
	III. TANDA 'Perayaan <i>Mid-Autumn Festival</i> '	

Dari sistem penandaan gambar di atas, perayaan *Mid-Autumn Festival* ditandai oleh makanan yaitu kue bulan. Dalam teks diketahui bahwa kue bulan adalah bagian dari perayaan yang diperjualbelikan. Penggunaan gambar makanan yaitu hal yang diperjualbelikan sebagai tanda untuk menunjukkan perayaan *Mid-Autumn*

Festival yang digunakan sebagai penunjang perekonomian Singapura menunjukkan paham konsumerisme yaitu paham dimana seseorang atau sekelompok orang melakukan kegiatan pengkonsumsian yang berlebihan. Hal ini dapat dipahami karena oleh pemerintah Singapura perayaan budaya ini digunakan sebagai penunjang kegiatan ekonominya. Paham konsumerisme sengaja dimasukkan karena pada akhirnya hal ini turut mendukung perekonomian Singapura. Dari segi kuantitas, penggunaan gambar makanan atau hal lain yang berhubungan dengan proses jual beli dalam perayaan *Mid-Autumn Festival* ini dapat dikatakan sedikit dibandingkan dengan perayaan lain dalam brosur yaitu *Aidil Fitri*, sebanyak tiga buah, sedangkan *Deepavali* sendiri sama dengan *Mid-Autumn Festival*, sebanyak satu buah. Penggunaan gambar ‘konsumerisme’ yang sedikit pada perayaan etnis Cina ini menunjukkan pandangan pemerintah Singapura yaitu bahwa etnis Cina hanya memiliki sedikit unsur konsumerisme yang dapat digunakan dalam perayaan sebagai penunjang ekonomi Singapura.

Gambar 44. Gambar 11 pada teks brosur Singapura



Gambar 45. Gambar 12 pada teks brosur Singapura



Gambar 46. Gambar 13 pada teks brosur Singapura



Dalam gambar diperlihatkan makanan-makanan khas dan kios perayaan *Aidil Fitri*. Oleh karena mereka diletakkan dalam teks brosur *Aidil Fitri*, maka mereka berfungsi sebagai perlambang *Aidil Fitri* tersebut. Oleh karena itu, tanda yang muncul pada tataran primer adalah makanan khas dan kios perayaan *Aidil Fitri*, sedangkan pada tataran primer adalah *Hari Raya Aidil Fitri*. Pemetaan sederhana sistem penandaan gambar adalah sebagai berikut:

Tabel 43. Tabel 5 analisis teks brosur Singapura

Tingkat penandaan bahasa (tingkatan primer)	1. penanda Gambar	2. petanda 'makanan khas dan kios <i>Aidil Fitri</i> '
Tingkat penandaan sekunder (tingkatan mitologi)	3. tanda Makanan khas dan kios <i>Aidil Fitri</i> I. PENANDA	II. KEMUNGKINAN PETANDA YANG MUNCUL 'Perayaan <i>Aidil Fitri</i> .'
	III. TANDA 'Perayaan <i>Aidil Fitri</i> '	

Dari sistem penandaan gambar di atas, terlihat bahwa perayaan *Aidil Fitri* ditandai oleh makanan dan kios yang merupakan hal yang melibatkan transaksi jual beli saat perayaan. Seperti pada penjelasan gambar sebelumnya, penandaan dengan menggunakan barang yang diperjualbelikan atau kegiatan jual beli selama perayaan

menunjukkan adanya paham konsumerisme. Di antara perayaan lainnya, penggunaan gambar yang menunjukkan konsumerisme paling banyak ditemukan pada hari raya *Aidil Fitri* ini. Ini menunjukkan pandangan pemerintah Singapura yaitu bahwa kelompok etnis Melayu memiliki banyak elemen konsumerisme yang dapat digunakan dalam perayaan sebagai penunjang perekonomian negara.

Lebih lanjut, dalam gambar juga terlihat terdapat dua jenis makanan yaitu ketupat dan juga sejenis *hot dog*. Ketupat adalah makanan khas perayaan *Aidil Fitri* sedangkan *hot dog* adalah makanan yang berasal dari barat. Dalam teks brosur sendiri, ditemukan adanya perbedaan antara *Malay delicacies* dan juga *festive food*. Itu artinya, makanan Melayu tidak dianggap sebagai bagian dari makanan perayaan. Jika dihubungkan dengan teks brosur yang menganggap perayaan *Aidil Fitri* adalah perayaan tradisional, maka dapat dikatakan bahwa makanan ketupat pada gambar di atas juga turut dianggap sebagai makanan tradisional. Lebih lanjut, dipadukannya gambar ketupat dengan gambar *hot dog*, yang adalah makanan barat, memberikan perbandingan tidak langsung yang akan membuat, atau lebih tepatnya membiarkan, pembaca menyimpulkan sendiri mana makanan yang tradisional dan mana makanan yang moderen; padahal, dalam deskripsi teks brosur, kebudayaan Melayu selalu dideskripsikan sebagai kebudayaan tradisional. Maka secara tidak langsung, pembuat teks brosur ‘mengarahkan’ pembaca untuk memutuskan bahwa makanan ketupat lah, yaitu makanan etnis Melayu, yang tradisional sedangkan makanan *hot dog*, yang adalah makanan barat, adalah makanan moderen.

Dalam teks brosur, perbandingan ini hanya ditemukan pada makanan perayaan etnis Melayu yaitu *Aidil Fitri*. Kebudayaan etnis Cina yang juga digambarkan tradisional, walaupun telah mendapatkan sentuhan kemoderenan, dan juga kebudayaan etnis India yang digambarkan tidak sepositif etnis Cina tapi tidak seburuk etnis Melayu pun tidak diberikan perbandingan ini. Hal ini menunjukkan adanya diskriminasi terhadap etnis Melayu di Singapura. Praktik diskriminasi dengan menggunakan gambar makanan dalam perayaan multikulturalisme ini tidak mungkin akan disadari oleh pembaca kecuali mungkin yang sedang melakukan penelitian seperti peneliti sendiri atau memiliki dasar pengetahuan yang berhubungan. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa dalam hal ini terjadi praktek naturalisasi praktik diskriminasi etnis Melayu di Singapura.

Gambar 47. Gambar 14 pada teks brosur Singapura



Gambar 48. Gambar 15 pada teks brosur Singapura



Gambar 49. Gambar 16 pada teks brosur Singapura



Gambar 50. Gambar 17 pada teks brosur Singapura



Gambar di atas memperlihatkan dekorasi jalan saat *Aidil Fitri*. Oleh karena itu, tanda yang muncul pada tataran primer adalah dekorasi perayaan *Aidil Fitri*, sedangkan pada tingkat sekunder adalah perayaan *Aidil Fitri*. Pemetaan sederhana sistem penandaan gambar di atas adalah sebagai berikut:

Tabel 44. Tabel 6 analisis teks brosur Singapura

Tingkat penandaan bahasa (tingkatan primer)	1. penanda Gambar	2. petanda 'dekorasi perayaan <i>Aidil Fitri</i> '
Tingkat penandaan sekunder (tingkatan mitologi)	3. tanda Dekorasi perayaan <i>Aidil Fitri</i> I. PENANDA	II. KEMUNGKINAN PETANDA YANG MUNCUL 'Perayaan <i>Aidil Fitri</i> .'
	III. TANDA 'Perayaan <i>Aidil Fitri</i> '	

Dari sistem penandaan gambar di atas, terlihat bahwa perayaan *Aidil Fitri* ditandai oleh materi/kebendaan yaitu berupa dekorasi. Penggunaan benda-benda dekorasi untuk menunjukkan perayaan *Aidil Fitri* sendiri menunjukkan adanya paham materialis yang dianut oleh pembuat teks brosur. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, dari segi kuantitas, penggunaan gambar-gambar benda perayaan paling banyak ditemukan pada perayaan ini. Hal ini menunjukkan pandangan pembuat teks brosur yaitu pemerintah Singapura bahwa etnis Melayu memiliki banyak hal yang dapat dijadikan obyek sebagai pendukung perekonomian negara, atau memberikan keuntungan bagi negara.

Gambar 51. Gambar 18 pada teks brosur Singapura



Dalam gambar, terlihat bangunan mesjid. Dalam tataran primer, maka tanda yang muncul adalah mesjid. Namun oleh karena ia diletakkan pada perayaan *Aidil Fitri*, maka tanda yang muncul pada tataran sekunder adalah perayaan *Aidil Fitri*. Pemetaan sederhana sistem penandaan gambar adalah sebagai berikut:

Tabel 45. Tabel 7 analisis teks brosur Singapura

Tingkat penandaan bahasa (tingkatan primer)	1. penanda Gambar	2. petanda 'mesjid'
Tingkat penandaan sekunder (tingkatan mitologi)	3. tanda mesjid I. PENANDA	II. KEMUNGKINAN PETANDA YANG MUNCUL 'Perayaan <i>Aidil Fitri</i> .'
	III. TANDA 'Perayaan <i>Aidil Fitri</i> '	

Dalam penandaan gambar di atas, mesjid digunakan sebagai lambang dari perayaan *Aidil Fitri* menunjukkan bahwa perayaan ini adalah perayaan umat Islam. Jika dilihat dari tiga teks perayaan, terlihat bahwa sebenarnya tiga perayaan tersebut dikaitkan dengan agama tertentu. Namun demikian, dari gambar-gambar yang digunakan pada tiga teks brosur ini, hanya ditemukan satu gambar tempat ibadah yaitu mesjid yang ditempatkan pada perayaan *Aidil Fitri*. Selain itu, jika dilihat lebih

lanjut, gambar mesjid yang dimaksud mirip dengan gambar mesjid yang ada di Malaysia, dimana etnis Melayu didefinisikan sebagai umat Islam. Adanya gambar ini menunjukkan bahwa pemerintah Singapura mengidentifikasikan etnis Melayu yang ada di Singapura dengan etnis Melayu yang ada di Malaysia.

Gambar 52. Gambar 19 pada teks brosur Singapura



Dari gambar di atas, diperlihatkan pertunjukkan budaya saat perayaan *Aidil Fitri*. Oleh karena itu, pada tataran primer, tanda yang dihasilkan adalah pertunjukan budaya saat *Aidil Fitri*. Oleh karena gambar ini diletakkan pada teks brosur *Aidil Fitri*, maka tanda baru yang dihasilkan adalah perayaan *Aidil Fitri*. Pemetaan sederhana sistem penandaan gambar adalah sebagai berikut:

Tabel 46. Tabel 8 analisis teks brosur Singapura

Tingkat penandaan bahasa (tingkatan primer)	1. penanda Gambar	2. petanda 'pertunjukkan saat <i>Aidil Fitri</i> '
Tingkat penandaan sekunder (tingkatan mitologi)	3. tanda pertunjukkan saat <i>Aidil Fitri</i> I. PENANDA	II. KEMUNGKINAN PETANDA YANG MUNCUL 'Perayaan <i>Aidil Fitri</i> .'
	III. TANDA 'Perayaan <i>Aidil Fitri</i> '	

Dari sistem penandaan gambar di atas, terlihat bahwa perayaan *Aidil Fitri* ditandai oleh pertunjukkan budaya. Jika dibandingkan dengan gambar pertunjukan budaya etnis Cina dan India, maka secara kuantitas dapat dikatakan bahwa gambar pertunjukan budaya *Aidil Fitri* lebih sedikit dari pada etnis Cina dan India. Perbedaan kuantitas gambar yang menunjukkan acara perayaan menunjukkan praktik diskriminasi atas etnis Melayu. Karena diwujudkan dalam bentuk gambar, maka tidak semua orang akan dapat langsung memahami maksud tersembunyi ini, kecuali orang-orang tertentu yang melakukan penelitian atau memiliki dasar pengetahuan yang berkaitan. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa dalam hal ini terjadi praktik naturalisasi diskriminasi atas etnis Melayu.

Gambar 53. Gambar 20 pada teks brosur Singapura



Dalam gambar diperlihatkan rumah kecil dengan pemandangan kembang api. Dalam teks brosur, dijelaskan tentang kemeriahan suasana perayaan *Aidil Fitri*. Oleh karena itu, tanda yang dihasilkan pada tataran primer adalah suasana perayaan *Aidil Fitri* sedangkan yang dihasilkan pada tataran sekunder adalah perayaan *Aidil Fitri*. Pemetaan sederhana sistem penandaan gambar adalah sebagai berikut:

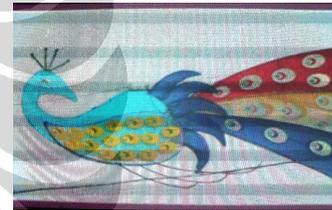
Tabel 47. Tabel 9 analisis teks brosur Singapura

Tingkat penandaan bahasa (tingkatan primer)	1. penanda Gambar	2. petanda 'suasana meriah saat <i>Aidil Fitri</i> '
Tingkat penandaan sekunder (tingkatan mitologi)	3. tanda suasana meriah saat <i>Aidil Fitri</i> I. PENANDA	II. KEMUNGKINAN PETANDA YANG MUNCUL 'Perayaan <i>Aidil Fitri</i> .'
	III. TANDA 'Perayaan <i>Aidil Fitri</i> '	

Gambar 54. Gambar 21 pada teks brosur Singapura



Gambar 55. Gambar 22 pada teks brosur Singapura



Gambar 56. Gambar 23 pada teks brosur Singapura



Pada gambar di atas (gambar 54-56), terlihat dekorasi perayaan saat *Deepavali* yang berbentuk model *rangoli*. Selain itu, pada gambar 55 diperlihatkan gambar *jothi*. Oleh karena diletakkan dalam teks perayaan *Deepavali* maka tanda

yang muncul pada tataran sekunder adalah perayaan *Deepavali*. Pemetaan sederhana sistem penandaan gambar adalah sebagai berikut:

Tabel 48. Tabel 10 analisis teks brosur Singapura

Tingkat penandaan bahasa (tingkatan primer)	1. penanda Gambar	2. petanda 'dekorasi <i>rangoli</i> saat perayaan <i>Deepavali</i> '
Tingkat penandaan sekunder (tingkatan mitologi)	3. tanda dekorasi <i>rangoli</i> saat perayaan <i>Deepavali</i> I. PENANDA	II. KEMUNGKINAN PETANDA YANG MUNCUL 'Perayaan <i>Deepavali</i> .'
	III. TANDA 'Perayaan <i>Deepavali</i> '	

Dekorasi *rangoli* adalah dekorasi yang berasal dari India yang digunakan pada saat perayaan *Deepavali*. Selanjutnya, *jothi* merupakan hiasan kepala yang biasa digunakan oleh wanita etnis India. Peletakan gambar *rangoli* dan juga *jothi* dalam perayaan Hindu *Deepavali* memperkuat deskripsi teks yaitu bahwa perayaan ini dirayakan oleh etnis India. Dengan kata lain, gambar ini juga turut memperkuat definisi bahwa etnis India beragama Hindu.

Gambar 57. Gambar 24 pada teks brosur Singapura



Gambar 58. Gambar 25 pada teks brosur Singapura



Dalam gambar di atas diperlihatkan *jothi*, yaitu hiasan kepala yang digunakan oleh wanita etnis India dan juga makanan perayaan *Deepavali*. Oleh karena gambar ini diletakkan dalam teks brosur perayaan *Deepavali*, maka artinya *jothi* dan makanan

tersebut adalah tanda yang menunjukkan perayaan *Deepavali* sendiri sehingga tanda yang muncul pada tataran sekunder adalah perayaan *Deepavali*. Pemetaan sederhana sistem penandaan gambar di atas adalah sebagai berikut:

Tabel 49. Tabel 11 analisis teks brosur Singapura

Tingkat penandaan bahasa (tingkatan primer)	1. penanda Gambar	2. petanda ' <i>jothi</i> dan makanan perayaan <i>Deepavali</i> '
Tingkat penandaan sekunder (tingkatan mitologi)	3. tanda <i>Jothi</i> dan makanan perayaan <i>Deepavali</i> I. PENANDA	II. KEMUNGKINAN PETANDA YANG MUNCUL 'Perayaan <i>Deepavali</i> .'
	III. TANDA 'Perayaan <i>Deepavali</i> '	

Dalam sistem penandaan gambar di atas, terlihat bahwa makanan perayaan *Deepavali* dan aktivitas belanja *jothi* digunakan sebagai lambang perayaan *Deepavali* sendiri. Aktivitas belanja adalah aktivitas yang biasanya menggambarkan paham konsumerisme. Selain itu, peletakkan gambar makanan yang dijadikan sebagai barang yang diperjualbelikan dalam perayaan untuk menggambarkan perayaan *Deepavali* sendiri turut menunjukkan paham konsumerisme. Dengan demikian, dua gambar di atas sama-sama menunjukkan paham konsumerisme pembuat teks brosur. Jika dibandingkan dengan perayaan Aidil Fitri dimana paham konsumerisme ditunjukkan melalui tiga buah gambar dan perayaan Mid-Autumn yang ditunjukkan oleh satu gambar saja, maka dapat dikatakan bahwa penggambaran konsumerisme pada perayaan etnis India ini berada di tengah-tengah. Maksudnya, pembuat teks brosur ini menganggap bahwa etnis India mempunyai tidak terlalu sedikit tapi juga tidak terlalu banyak hal yang dapat dijadikan pendukung perayaan sebagai pendukung ekonomi

Singapura. Disini terlihat bahwa dalam penggambaran konsumerisme pun etnis India digambarkan di tengah-tengah.

Gambar 59. Gambar 26 pada teks brosur Singapura



Gambar 60. Gambar 27 pada teks brosur Singapura



Gambar 61. Gambar 28 pada teks brosur Singapura



Dari gambar di atas terlihat dekorasi dan hiasan saat perayaan *Deepavali*. Oleh karena itu, pada sistem penandaan sekunder, tanda yang dihasilkan adalah perayaan *Deepavali* sendiri. Pemetaan sederhana sistem penandaan gambar dapat dilihat pada bagian berikut ini:

Tabel 50. Tabel 12 analisis teks brosur Singapura

Tingkat penandaan bahasa (tingkatan primer)	1. penanda Gambar	2. petanda 'dekorasi perayaan <i>Deepavali</i> '
Tingkat penandaan sekunder (tingkatan mitologi)	3. tanda dekorasi perayaan <i>Deepavali</i> I. PENANDA	II. KEMUNGKINAN PETANDA YANG MUNCUL 'Perayaan <i>Deepavali</i> .'
	III. TANDA 'Perayaan <i>Deepavali</i> '	

Dari sistem penandaan gambar di atas terlihat bahwa perayaan *Deepavali* ditandai oleh dekorasi atau benda-benda hias. Penggunaan benda untuk menunjukkan identitas perayaan ini mencerminkan paham materialis yang dianut oleh pembuat teks brosur ini yaitu pemerintah Singapura. Dilihat dari segi kuantitas yaitu banyaknya gambar benda yang digunakan untuk menunjukkan perayaan *Deepavali* ini, maka penggunaan gambar dalam perayaan ini termasuk sama dengan perayaan *Mid-Autumn Festival*. Itu artinya, pemerintah Singapura menganggap perayaan etnis India ini memiliki tidak banyak hal untuk dijadikan penunjang kegiatan ekonomi Singapura, atau pemberi keuntungan bagi negara.

Gambar 62. Gambar 29 pada teks brosur Singapura



Gambar 63. Gambar 30 pada teks brosur Singapura



Kedua gambar di atas menggambarkan pertunjukan etnis India. Oleh karena ia adalah acara perayaan yang dalam teks digambarkan sebagai bagian dari perayaan *Deepavali*, maka kehadirannya ini dapat dikatakan menyimbolkan perayaan *Deepavali* sendiri. Pemetaan sederhana sistem penandaan gambar di atas dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 51. Tabel 13 analisis teks brosur Singapura

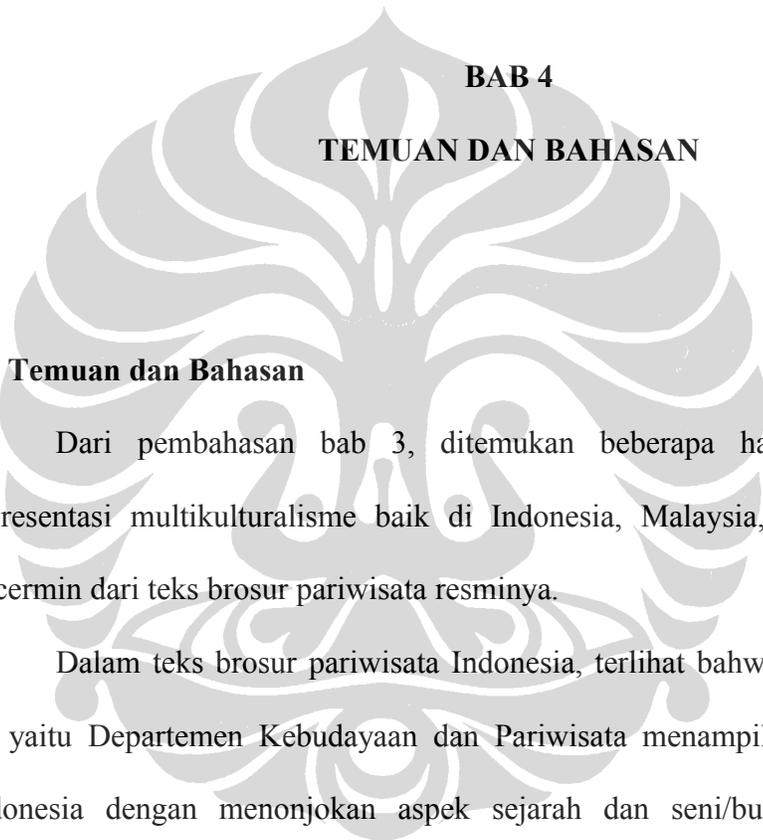
Tingkat penandaan bahasa (tingkatan primer)	1. penanda Gambar	2. petanda 'pertunjukkan etnis India dalam perayaan <i>Deepavali</i> '
Tingkat penandaan sekunder (tingkatan mitologi)	3. tanda Pertunjukan etnis India dalam perayaan <i>Deepavali</i> I. PENANDA	II. KEMUNGKINAN PETANDA YANG MUNCUL 'Perayaan <i>Deepavali</i> .'
	III. TANDA 'Perayaan <i>Deepavali</i> '	

Dalam sistem penandaan gambar di atas, terlihat bahwa pertunjukan budaya etnis India digunakan sebagai tanda dari perayaan *Deepavali* sendiri. Penggunaan gambar ini oleh pembuat teks iklan digunakan sebagai bukti visual yang memperkuat deksripsi teks yang mengatakan bahwa etnis India merayakan perayaan *Deepavali*, atau dengan kata lain beragama Hindu. Selain itu, penggunaan gambar perayaan yang lebih sedikit daripada perayaan *Mid-Autmn Festival* namun lebih banyak dari perayaan *Aidil Fitri*, kembali menempatkan etnis India dalam posisi tengah-tengah.

3.3.1.3 Kesimpulan Analisis Teks Brosur Pariwisata Singapura

Dalam teks brosur, pemerintah Singapura menggambarkan multikulturalisme negaranya melalui perayaan hari raya agama dan budaya yang diselenggarakan oleh

pemerintah Singapura dan salah satunya tergambar dalam teks brosur *ONE CITY THREE FESTIVALS*. Dalam teks brosur ditemukan adanya pengaitan antara kelompok etnis yang merayakan dan hari raya agama tertentu, yaitu etnis Cina = *Mid-Autumn Festival* = Budha, etnis Melayu = *Aidil Fitri* = Islam, dan etnis India = *Deepavali* = Hindu. Lebih lanjut, ditemukan juga penggambaran pada etnis Cina baik pada kualitas kemeriahan perayaan *Mid-Autumn Festival* yang digambarkan sangat meriah, tempat perayaan *Chinatown* yang ‘tidak berbahaya’, kebudayaannya yang mendapat sentuhan moderen, maupun acara perayaan yang lebih banyak; penggambaran pada etnis Melayu baik melalui perayaan *Aidil Fitri* yang digambarkan tidak terlalu meriah tapi tradisional, tempat perayaan *Geylang Serai* dan *Kampong Glam* yang terang dan hidup hanya saat perayaan, kebudayaannya yang tradisional, anggapan bahwa ia bukanlah bagian dari masyarakat Singapura, maupun acara perayaan yang paling sedikit. Terakhir, penggambaran pada etnis India yaitu perayaan *Deepavali* yang tidak terlalu meriah tapi tidak terlalu tradisional, tempat perayaan *Little India* yang hidup saat perayaan, kebudayaannya yang tidak terlalu tradisional, dan acara perayaan yang tidak sebanyak *Mid-Autumn Festival* tapi tidak sedikit seperti *Aidil Fitri*. Lebih lanjut, dalam hal visualisasi gambar, terlihat bahwa baik gambar orang maupun benda sama-sama digunakan dalam gambar. Selain itu, ditemukan adanya paham materialis dan juga konsumerisme dalam visualisasi gambar.



BAB 4

TEMUAN DAN BAHASAN

4.1 Temuan dan Bahasan

Dari pembahasan bab 3, ditemukan beberapa hal menarik mengenai representasi multikulturalisme baik di Indonesia, Malaysia, dan Singapura yang tercermin dari teks brosur pariwisata resminya.

Dalam teks brosur pariwisata Indonesia, terlihat bahwa pembuat teks brosur ini yaitu Departemen Kebudayaan dan Pariwisata menampilkan multikulturalisme Indonesia dengan menonjokan aspek sejarah dan seni/budaya melalui ciri-ciri fisiknya seperti misalnya bangunan. Hal ini terlihat jelas tidak hanya melalui deskripsi dalam teks tertulis tapi juga dalam hal visualisasi gambar terlebih jika dibandingkan dengan teks brosur Malaysia dimana multikulturalisme Malaysia yang dibangun dalam teks tersebut adalah melalui gambar-gambar wajah-wajah orang/kelompok etnis seperti Melayu, Cina, India, dan juga kelompok etnis *indigenous groups*. Pada kenyataannya, Indonesia sendiri memiliki berbagai

kelompok etnis/suku bangsa yang tersebar di seluruh wilayah bersamaan dengan bahasanya yang berbeda-beda. Namun demikian, kekayaan keragaman Indonesia ini hanya ditampilkan dalam teks brosur berupa gambar-gambar fisik seperti gedung-gedung saja yang pada akhirnya menimbulkan representasi Indonesia yang materialis. Departemen Kebudayaan dan Pariwisata yang tidak menampilkan kenyataan keragaman kelompok etnis/suku-suku di Indonesia dan merepresentasikan multikulturalisme Indonesia dalam hal ciri fisik berupa gedung/bangunan menunjukkan bahwa Departemen Kebudayaan dan Pariwisata tidak memperhatikan konteks multikulturalisme Indonesia dan menggunakan konsep/pikirannya sendiri dalam ‘menunjukkan’ multikulturalisme Indonesia. Lebih lanjut, dalam teks brosur juga tidak ditemui informasi seperti alamat jelas, nomor telepon yang dapat dihubungi dan juga informasi penting lain seperti harga tiket dan lain sebagainya. Hal ini menunjukkan bahwa Departemen Kebudayaan dan Pariwisata belum memikirkan masak-masak mengenai informasi penting yang seharusnya ditampilkan dalam teks brosur. Jika dihubungkan dengan tiga makna representasi, teks brosur ini dapat dilihat memiliki tiga makna. Pertama-tama, ia menghadirkan kembali (*re-present*) multikulturalisme Indonesia dalam bentuk teks brosur. Kedua, kehadirannya mewakili pariwisata Indonesia karena ia merupakan wakil resmi yang berbicara atas nama pariwisata negara RI. Ketiga, ia merupakan simbol dari bidang pariwisata Indonesia sendiri dan juga yang menunjukkan multikulturalisme Indonesia sendiri. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa definisi multikulturalisme dalam pandangan pemerintah, yang diwakili oleh Departemen Kebudayaan dan Pariwisata,

adalah keterwakilan segala keberadaan fisik tempat-tempat wisata tiga puluh provinsi yang ada di seluruh Indonesia yang utamanya menampilkan aspek sejarah dan seni/budaya.

Berbeda halnya dengan Indonesia, *Tourism Malaysia* merepresentasikan multikulturalisme Indonesia melalui keterwakilan kelompok-kelompok etnis dalam berbagai kategori budaya. Dalam visualisasi gambar terlihat bahwa multikulturalisme Malaysia terbentuk karena keberadaan berbagai kelompok etnis bersamaan dengan kebudayaannya. Dalam teks brosur ditemukan banyak kesesuaian antara representasi yang ditampilkan dengan konteks sosial budaya masyarakat Malaysia sendiri termasuk dalam hal diskriminasi dan pengkotakkan antar etnis yang ada walaupun ditemukan juga adanya berbagai ketidakcocokkan seperti misalnya dalam hal tempat peribadatan dan juga stereotip atas kelompok etnis Cina dan juga kedudukan etnis Cina sendiri di Malaysia jika dibandingkan dengan di Singapura. Jika dihubungkan dengan tiga makna representasi, maka seperti halnya teks brosur pariwisata Indonesia, teks brosur Malaysia ini juga memiliki tiga makna. Pertama-tama adalah bahwa teks brosur pariwisata ini merupakan suatu bentuk kehadiran kembali dari multikulturalisme di Malaysia. Kedua, teks brosur ini merupakan perwakilan resmi pariwisata negara Malaysia karena ia dikeluarkan oleh instansi resmi yang ditunjuk oleh negara. Ketiga, di mata para pembaca, ia merupakan simbol dari pariwisata dan multikulturalisme Malaysia itu sendiri. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa definisi multikulturalisme pemerintah Malaysia yang tercermin dalam teks brosur

pariwisatanya adalah keterwakilan seluruh kelompok etnis di Malaysia dengan seluruh karakter, identitas, dan stereotip kelompok etnis dalam segala bidang.

Terakhir, dalam teks brosur, *Singapore Tourism Board* menampilkan multikulturalisme Singapura dalam berbagai hal yaitu perpaduan berbagai kelompok etnis dan hari raya keagamaan yang direpresentasikan dalam hal materi dan juga konsumerisme. Dalam teks, paham materialis yang tercermin dari dekorasi yang digunakan dalam tiap perayaan dan juga konsumerisme yang tercermin dari visualisasi gambar makanan dan aktivitas belanja digunakan sebagai elemen penunjang dari industri pariwisata Singapura sendiri. Terakhir, ditemukan juga banyak kesesuaian dalam hal representasi pada teks brosur dengan konteks sosial budaya masyarakat di Singapura sendiri. Jika dihubungkan dengan tiga makna representasi, maka seperti halnya teks brosur Indonesia dan juga Malaysia, teks brosur Singapura pun memiliki tiga makna representasi. Pertama-tama, ia adalah bentuk kehadiran kembali multikulturalisme Singapura. Kedua, ia adalah perwakilan resmi dari pariwisata Singapura sendiri karena ia dikeluarkan oleh instansi resmi yang ditunjuk oleh pemerintah. Terakhir, ia adalah simbol dari pariwisata dan juga multikulturalisme di Singapura sendiri. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa definisi multikulturalisme Singapura yang tercermin dalam teks brosur adalah perpaduan segala unsur agama dan budaya kelompok etnis resmi yang ada di Singapura.

4.2 Temuan dan Keputusan Mengenai Hipotesis Penelitian

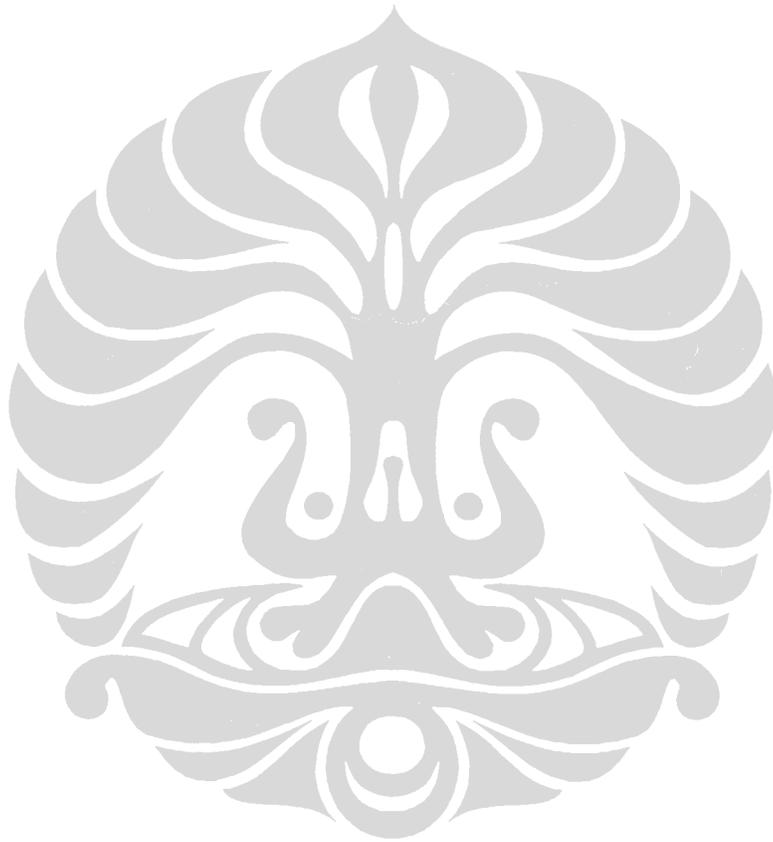
Berdasarkan pembahasan hasil penelitian, ditemukan bahwa Indonesia, Malaysia, dan Singapura merepresentasikan multikulturalisme dengan cara yang berbeda-beda dan mendefinisikan multikulturalisme secara berbeda-beda pula.

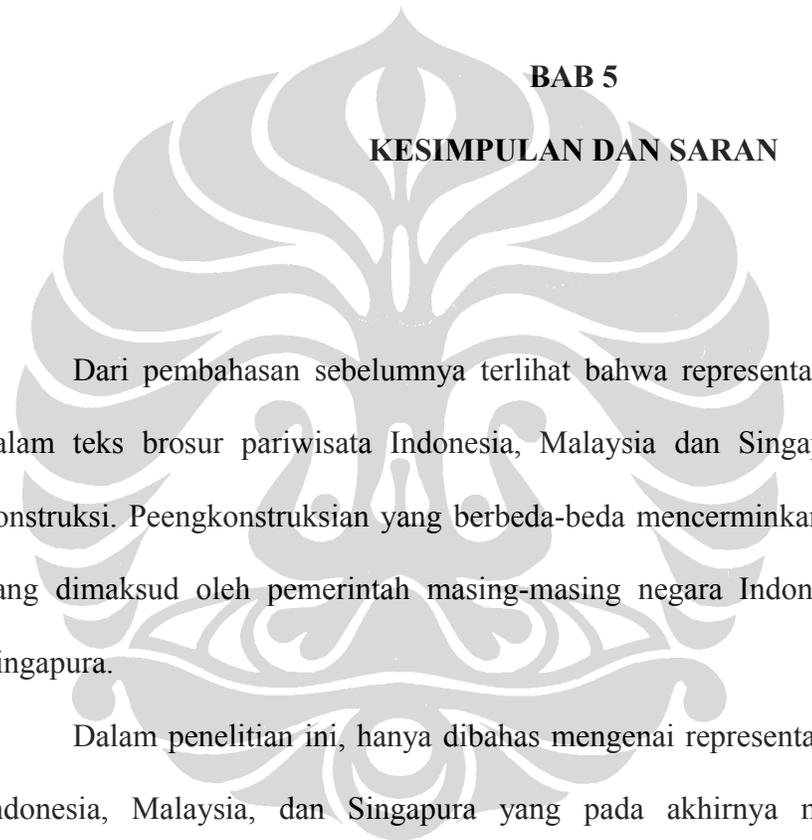
Setelah melakukan penelitian, maka tiba saatnya untuk membuat keputusan atas hipotesis penelitian. Hipotesis penelitian ini adalah bahwa keragaman Indonesia direpresentasikan melalui provinsi-provinsinya, Malaysia melalui kategori-kategori budaya yang dibuatnya, dan Singapura melalui hari-hari besar yang dirayakan oleh kelompok etnik/agama tertentu. Berdasarkan tiga teks brosur yang dijadikan obyek penelitian dan pembahasan kesimpulan dan temuan dalam bagian sebelumnya, hipotesis ini dapat diterima.

Representasi multikulturalisme Indonesia melalui keterwakilan provinsi-provinsinya menunjukkan definisi pemerintah Indonesia atas multikulturalisme yang tercermin dalam teks brosur pariwisata yaitu perpaduan segala keberadaan fisik berbagai tempat wisata yang berasal dari tiga puluh provinsi yang utamanya menampilkan wujud fisik aspek sejarah dan seni/budaya.

Representasi multikulturalisme Malaysia melalui keterwakilan berbagai kelompok budaya dalam berbagai kategori unsur kebudayaan yang dibuatnya menunjukkan definisi pemerintah Malaysia atas multikulturalisme yang tercermin dalam teks brosur pariwisata Malaysia yaitu keterwakilan berbagai kelompok etnis dalam berbagai bidang.

Terakhir, representasi multikulturalisme Singapura melalui hari-hari besar agama/kebudayaan menunjukkan definisi pemerintah Singapura atas multikulturalisme yang tercermin dalam teks brosur pariwisata yaitu perpaduan segala unsur budaya dan agama kelompok etnis resmi.



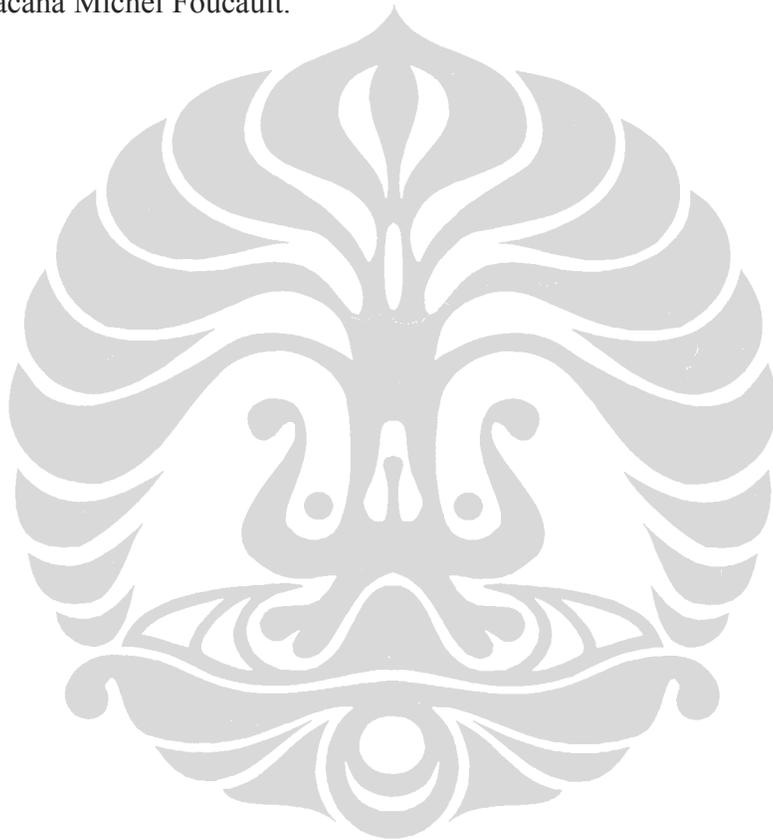


BAB 5
KESIMPULAN DAN SARAN

Dari pembahasan sebelumnya terlihat bahwa representasi multikulturalisme dalam teks brosur pariwisata Indonesia, Malaysia dan Singapura adalah sebuah konstruksi. Peengkonstruksian yang berbeda-beda mencerminkan perbedaan definisi yang dimaksud oleh pemerintah masing-masing negara Indonesia, Malaysia, dan Singapura.

Dalam penelitian ini, hanya dibahas mengenai representasi multikulturalisme Indonesia, Malaysia, dan Singapura yang pada akhirnya menentukan definisi multikulturalisme itu sendiri yang tercermin dari teks brosur pariwisatanya. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa multikulturalisme Indonesia direpresentasikan melalui keberadaan fisik tempat wisata. Namun demikian, selama proses penulisan skripsi ini, pemerintah Indonesia melalui Departemen Kebudayaan dan Pariwisata mencanangkan tahun 2008 sebagai tahun kunjungan Indonesia melalui slogan *Visit Indonesia 2008*. Oleh karena itu, menjadi menarik untuk diteliti adalah perubahan

representasi multikulturalisme Indonesia yang tercermin dari teks brosur sebelum dan setelah program *Visit Indonesia 2008*. Hal menarik lainnya yang juga dapat dijadikan alternatif penelitian lanjutan adalah melihat pertarungan wacana dalam membangun representasi multikulturalisme masing-masing negara dengan menggunakan teori wacana Michel Foucault.



DAFTAR PUSTAKA

- Brosur Pariwisata *Heritage & Craft* tahun 2007 yang dikeluarkan oleh *Tourism Malaysia* tahun 2007.
- Brosur pariwisata Indonesia *Travel Planner* tahun 2007 yang dikeluarkan oleh Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia.
- Brosur Pariwisata internet *ONE CITY THREE FESTIVALS* yang dikeluarkan oleh *Singapore Tourism Board* tahun 2007. Diambil dari www.visitsingapore.com/1city3fest/
- Brown, David. 1994. *The State and Ethnic Politics in Southeast Asia*. London and New York: Routledge.
- Chinese Muslims in Singapore*.
<http://islaminchina.wordpress.com/2008/01/28/chinese-muslims-in-singapore/>.
Diakses pada 13 Juli 2008
- Clark, Romy & Roz Ivanic. 1997. *The politics of writing*. London: Routledge
- Eriyanto. 2001. *Analisis wacana*. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta.
- Etnis India Menang. 16 April 2008. *Kompas*, hlm. 11.
- Hall, S. (ed.). 1997. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: SAGE Publications Ltd.
<http://confinder.richmond.edu/admin/docs/malaysia.pdf>. Diakses pada 25 April 2008
- <http://tutorial.mysimplebiz.info/isi/sejarah4.htm>. Diakses pada 13 Juli 2008
- http://venuemagz.com/index.php?option=com_content&task=view&id=94&Itemid=36.
- http://www.asiasentinel.com/index.php?option=com_content&task=view&id=600&Itemid=34. Diakses pada 13 Juli 2008

- _____. <http://www.everyculture.com/Ja-Ma/Malaysia.html>. Diakses pada 12 dan 13 Juli 2008
- _____. <http://www.frommers.com/destinations/malaysia/2430020043.html>. Diakses pada 13 Juli 2008
- _____.
<http://www.indonesia.faithfreedom.org/forum/viewtopic.php?t=3015&sid=dac9c60093b1694a26e7115e8f76bc2d>. Diakses pada 17 Juli 2008
- Indian Subcontinent*. www.worldatlas.com/webimage/countrys/asia/indiandsub.htm. Diakses pada 17 Juli 2008
- Indigenous Peoples in Malaysia*. <http://www.iwgia.org/sw18355.asp>. Diakses pada 13 Juli 2008.
- Kahn, Joel S. (Ed.). 1997. *Southeast Asian identities: Cultural and the politics of representation in Indonesia, Malaysia, Singapore, and Thailand*. Singapore: ISEAS.
- Mahathir's Prescriptions for Malaysia*.
<http://www.yale.edu/iform/Winter1997/Mahathir.html>. Lincoln Yeh. Diakses pada 13 Juli 2008.
- MALAYSIA: Diskriminasi Rasial Diterapkan Untuk Melindungi Kepentingan Etnis Mayoritas. <http://asiacalling.kbr68h.com/index.php/archives/291>. Webmaster. 9 April 2007.
- Marginalized across the Causeway*.
http://www.geocities.com/freedom_malaysia/marginalized.html. Hashim Ambia. Diakses pada 13 Juli 2008
- Parekh Bikhu. 1997. *National Culture and Multiculturalism*,” dalam *Media and Cultural Regulation*, ed. Kenneth Thompson, London: Sage Publications and the Open University.
- Penulis menyarikannya dari skripsi Rianne K. Subijanto yang berjudul *Representasi Islam dalam dua Artikel Majalah TIME*.

Rose, Gillian. 2001. *Visual methodologies*. London: SAGE Publications Ltd.
Singapore The Lion City. <http://www.30-days.net/muslims/muslims-in/asia-east/singapore/>. Diakses pada 13 Juli 2008

Sobur, Alex. 2003. *Semiotika komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
<http://www.statistics.gov.my/english/census/pressdemo.html>. Diakses pada 11 Juli 2008

The Indian Minority & Political Change in Malaya 1945-1957. Rajeswary Ampalavanar, *Oxford University Press, 1981*, "Tamils - a Trans State Nation: Malaysia, *Ethnic Tensions In Malaysia : A wake-up call for the Malaysian Indian Congress*. S.Kuppuswamy, South Asia Analysis Group, 20 March 2001.
<http://www.tamilnation.org/diaspora/malaysia/010320kuppuswamy.htm>. Diakses pada 12 Juli 2008

Van Dijk, Teun. (2001). "*Principle of Critical discourse analysis*". In Margaret Wetherell *et.al* (Ed.). *Discourse theory and practice*. London: SAGE Publications Ltd.

Woodward, Kathryn (ed.). 1999. *Identity and Difference*. London: SAGE Publications Ltd.