

Citra dan Pesona: Intermedialitas di Era Digital

by Setefanus Suprajitno

Submission date: 07-Mar-2021 11:27PM (UTC+0700)

Submission ID: 1526380547

File name: Citra_dan_Pesona_Intermedialitas_Era_Digital.docx (8.22M)

Word count: 5082

Character count: 32668

Citra dan Pesona: Intermedialitas di Era Digital

Setefanus Suprajitno
Prodi Magister Sastra
Universitas Kristen Petra

Abstrak:

Perkembangan teknologi informasi dewasa ini mampu membuat akses internet lebih mudah dan terjangkau bagi kita. Perkembangan teknologi informasi tersebut juga memicu inovasi digital yang merambah sendi-sendi kehidupan sedemikian rupa sehingga menciptakan cara baru dalam aktivitas ekonomi, sosial dan budaya kita, melalui beragam platform yang merupakan hasil inovasi digital tersebut. Begitu besar dampak yang timbul sehingga era sekarang ini disebut sebagai era digital. Salah satu platform yang sangat mempengaruhi kehidupan kita sehingga mengubah blegger budaya dan sosial (*social and cultural scene*) di Indonesia adalah media sosial. Melalui media sosial, orang menunjukkan beragam identitas mereka, yang bisa tidak kongruen dengan identitas mereka di dunia nyata. Ini terjadi karena media sosial itu menyediakan wadah bagi mereka untuk mengkurasi dan memamerkan apa yang mereka lakukan setiap hari dengan mengunggahnya di sana. Selain itu, media sosial juga digunakan untuk merefleksikan makna yang ingin mereka ungkapkan melalui unggahan mereka tersebut. Dalam makalah ini, dengan menggunakan teori intermedialitas Rajewski (2005) yang menyatakan bahwa intermedialitas itu merupakan suatu konsep semiotik-komunikatif, serta pemikiran Herkman (2012) yang menyatakan bahwa intermedialitas merupakan satu pendekatan yang sesuai untuk menganalisis konsekuensi dan dampak sosial dan budaya dari perkembangan teknologi media, penulis mencoba mengeksplorasi artikulasi identitas masyarakat melalui unggahan mereka di media sosial. Analisis penulis menunjukkan bahwa artikulasi identitas di media sosial itu merupakan upaya politik pengakuan (*the politics of recognition*), yang dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial dan budaya yang ada.

Kata kunci: Intermedialitas, media sosial, artikulasi identitas, politik pengakuan

Pendahuluan

Dewasa ini, internet dan teknologi digital sudah bertransformasi menjadi salah satu kebutuhan utama manusia. Kedua hal tersebut dianggap sangat penting dalam kehidupan manusia sehingga Dewan Hak Asasi Manusia, salah satu badan dari Majelis Umum PBB, mengeluarkan satu resolusi (no. A/HRC/32/L.20) yang menyatakan bahwa hak untuk mengakses internet itu merupakan satu hak asasi manusia. Kita menggunakan internet dan teknologi digital untuk bekerja, berkomunikasi, membangun jejaring, dan bahkan untuk hiburan. Kedua hal

tersebut telah memasuki setiap sendi kehidupan kita, baik dalam pekerjaan maupun dalam waktu luang kita. Ritme kehidupan kita tidak bisa lepas dari keduanya. Itulah sebabnya banyak pakar yang menyatakan ²⁰ bahwa sekarang ini kita hidup di era digital, yaitu suatu era yang ditandai dengan adanya transformasi sosial dan ekonomi yang sangat dahsyat sebagai dampak dari masifnya penggunaan teknologi digital dalam setiap aspek kehidupan manusia. Salah satu contoh dari masifnya penggunaan teknologi digital adalah media sosial.

Penggunaan media sosial yang begitu masif di Indonesia sangat mempengaruhi kehidupan masyarakat sehingga mengubah blegger budaya dan sosial (*social and cultural scene*). Salah satu perubahan blegger budaya dan sosial yang terkait dengan pembahasan dalam makalah ini adalah bahwa orang mengunggah photo-photo kegiatan mereka, membuat aneka ragam konten, serta mengomentari unggahan orang lain di dalam media sosial. Melalui unggahan itu, mereka mengartikulasikan citra dan identitas mereka.

Dalam makalah ini, dengan menggunakan teori intermedialitas, penulis mencoba mengeksplorasi artikulasi citra dan identitas pengguna media sosial melalui unggahan mereka. Melalui studi kasus beberapa unggahan di media sosial, penulis menunjukkan bahwa artikulasi citra/identitas di media sosial itu merupakan upaya komodifikasi dan politik pengakuan (*the politics of recognition*), yang ⁴ dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial dan budaya yang ada.

Media sosial

Ada beragam definisi media sosial. Beberapa di antaranya dapat dilihat di tabel di bawah ini, yang dikompilasi oleh McCay-Peet dan Quan-Haase (2017) dari berbagai literatur. Dari pelbagai definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan satu platform yang memberikan kemudahan bagi para penggunanya ²¹ untuk berkomunikasi dan berinteraksi satu dengan yang lain melalui akses internet. Dengan menggunakan media sosial itu, para pengguna

tersebut dapat membuat dan berbagi photo-photo dan konten, serta mengungkapkan opini atau pendapatnya, yang kesemuanya itu dilakukan tanpa batasan waktu dan tempat, maupun tanpa mengenal satu dengan yang lain. Jadi, boleh dikata bahwa media sosial merupakan salah satu platform yang memfasilitasi komunikasi dan interaksi secara intens.

Jika dianalisis lebih mendalam, unggahan-unggahan tersebut bukan semata-mata untuk berbagi, namun dapat dipandang sebagai upaya mengartikulasikan citra and identitas mereka. Dalam pengartikulasian tersebut, sering kali mereka menunjukkan beragam citra dan identitas, yang merupakan citra/identitas ideal mereka, atau citra/identitas yang tidak kongruen dengan citra/identitas mereka di dunia nyata. Ini terjadi karena media sosial itu menyediakan wadah bagi mereka untuk mengkurasi dan memamerkan apa yang mereka lakukan dan mengunggahnya di sana, serta merefleksikan makna terkait dengan citra/identitas yang ingin mereka tampilkan melalui unggahan mereka tersebut.

Intermedialitas

Intermedialitas merupakan istilah yang mula-mula dipakai oleh Higgins untuk menjelaskan gejala percampuran aspek-aspek seni yang sudah mapan dengan bentuk-bentuk media lainnya sehingga timbul satu bentuk seni yang baru. Seorang seniman, Dick Higgins, menyebut puisi visual (*visual poetry*) sebagai contoh intermedialitas. Puisi visual adalah gabungan dari puisi dan desain grafis (Herkman, 2012:15). Awalnya intermedialitas ini adalah konsep yang banyak dipakai di dalam bidang seni dan teater. Namun dalam perkembangannya, sejak tahun 1980-an intermedialitas juga dipakai dalam bidang sastra dan kajian budaya (Wolfreys, Womack, dan Robbins, 2014:54). Perluasan pemakaian istilah intermedialitas ini membuat sejumlah pakar mendefinisikan kembali makna dari intermedialitas ini, di antaranya adalah Irina Rajewski.

Menurut Rajewski, dalam arti luas, intermedialitas itu didefinisikan sebagai fenomena apapun (seperti yang ditunjukkan oleh awalan *inter*) yang terjadi di antara beberapa media (2005:46). Dalam mendefinisikan intermedialitas ini, Rajewski dipengaruhi oleh konsep dialogisme yang dipakai oleh Mikhail Bakhtin dan intertekstualitas yang dipakai oleh Julia Kristeva (Rajewski, 2005:48). Kedua istilah ini sudah lama dipakai dalam kajian di bidang humaniora. Oleh karena itu boleh dikatakan bahwa intermedialitas ini bukanlah suatu pendekatan baru. Namun demikian, intermedialitas tersebut memberikan perspektif baru untuk melakukan analisis lintas batas media (*media border crossing*) dan hibridisasi genre, khususnya yang terkait dengan teknologi digital. Melalui intermedialitas konsep intertextualitas diterapkan dalam analisis beragam bentuk textual yang baru, digital, dan berbasis internet (Herkman, 2012: 15). Dalam melihat kaitan intermedialitas dengan kajian media, dengan mengutip pendapat Mikko Lehtonen, Herkman (2012) menulis bahwa proses transformasi akibat teknologi, seperti digitalisasi, dan perubahan sosial, seperti arus globalisasi, menunjukkan pentingnya intermedialitas sebagai pisau untuk membedah media. Proses transformasi tersebut layak dicermati karena proses tersebut mengubah budaya produksi, distribusi, dan konsumsi, dan berdampak pada konstruksi intermedial media.

Dalam makalah ini, seperti yang diungkapkan oleh Herkman, penulis memaknai konsep intermedialitas sebagai suatu pendekatan yang dipakai untuk membahas hubungan antar beragam media dalam konteks historis tertentu, yang di dalamnya termaktub bentuk-bentuk ekonomi, sosial dan budaya dari bermacam teknologi media. Dengan kata lain, sebagai satu pendekatan, intermedialitas dipakai untuk menganalisis konsekuensi dan dampak sosial dan budaya dari perkembangan teknologi media, dengan penekanan pada analisis kesinambungan dan perubahan hubungan intermedial (2012:18). Menurut Rajewski, dalam hubungan intermedial ini media yang

satu mempengaruhi media yang lain, atau bisa juga media yang satu merujuk pada media yang lain. Saling pengaruh dan rujukan ini menciptakan satu fenomena atau bentuk baru yang mempunyai signifikansi yang berbeda dari media asal. Karena itulah, intermedialitas ini berada dalam ranah semiotik-komunikatif (Rajewski, 2005:52-53).

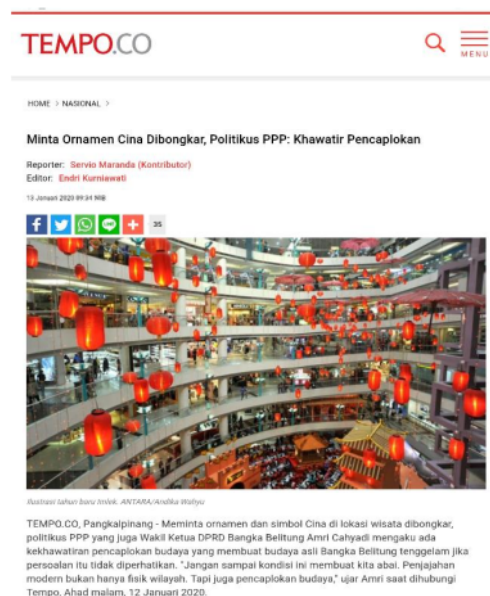
Berdasarkan konsep intermedialitas tersebut di atas, melalui beberapa studi kasus, penulis menganalisis hubungan intermedial yang ada dalam beberapa unggahan pengguna media sosial terpilih.

Studi Kasus I: Hantaran Imlek

Hari raya Imlek adalah hari raya yang dikaitkan dengan etnis Tionghoa di Indonesia. Meskipun sudah ¹⁶ ditetapkan sebagai hari libur nasional oleh Presiden Megawati pada tahun 2002, dan setiap tahunnya selalu diadakan peringatan imlek secara nasional yang selalu dihadiri oleh kepala negara, ada sekelompok masyarakat yang menganggap bahwa imlek itu bukan bagian dari expressi budaya etnis yang ada di Indonesia.



Gambar 1



Gambar 2

Tahun lalu, misalnya, ada sekelompok orang di Bogor yang meminta pemerintah untuk tidak memfasilitasi perayaan imlek (Gambar 1). Pada tanggal 13 Januari 2020, seorang anggota DPRD dari Bangka Belitung, meminta agar ornamen-ornamen khas imlek yang dipajang di pusat perbelanjaan di Pangkal Pinang di bongkar dengan alasan penjajahan budaya (Gambar 2). Suara-suara sumbang tentang imlek itu seperti riak-riak kecil di telaga. Masih lebih banyak yang dapat menerima perayaan dan kemeriahan imlek, seperti yang terlihat dalam unggahan photo di media sosial.

Di media sosial seperti instagram, kita bisa menemukan menemukan beragam hashtag tentang imlek, yang menampilkan bermacam-macam photo orang yang merayakan imlek. Salah satu photo yang menarik perhatian penulis adalah photo tentang hantaran Imlek seperti dalam gambar 2, 3 dan 4 di bawah ini, yang diberi hashtag seperti *#imlekhamper*, *#cnyhamper*, *#cny2020*, *#bingkisanimlek*, dan sebagainya.



Gambar 2

Photo dari akun instagram cher.bakes (<https://www.instagram.com/cher.bakes/>)



Gambar 3

Photo dari akun instagram *fat_alley*
(https://www.instagram.com/fat_alley/)



Gambar 4

Photo dari akun instagram *mycakestory_id*
(https://www.instagram.com/mycakestory_id/)

Photo-photo tersebut menunjukkan apa yang disebut oleh Rajewski sebagai perpaduan media, atau dalam bahasa inggrisnya *media combination* (2005:52). Intermedialitas yang termasuk perpaduan media ini ditandai dengan adanya ciri lintas batas dalam intermedialitas tersebut. Bentuk perpaduan media ini, menurut rajewski

These two media or medial forms of articulation are each present in their own materiality and contribute to the constitution and signification of the entire product in their own specific way (2005:52).

Photo-photo tersebut menunjukkan hubungan intermedial antara materialitas lokal (seperti wadah bambu, sangkar burung, kue nastar) dengan materialitas Tionghoa (seperti hiasan, tulisan, dan warna khas Imlek). Yang dimaksud dengan materialitas itu adalah suatu benda yang bersifat fisik yang memiliki kemampuan untuk menciptakan makna akibat diasosiasikannya benda tersebut dengan hal yang bersifat non fisik. Dalam photo-photo tersebut di atas, wadah bambu, sangkar burung, dan kue nastar merepresentasikan Indonesia, sedangkan hiasan, tulisan, dan warna Imlek merepresentasikan Tionghoa. Dalam kasus ini, photo-photo tersebut menunjukkan adanya intermedialitas dalam pemakaian dua medium, yakni, medium yang menjadi representasi Indonesia dan representasi Tionghoa. Intermedialitas yang ada, yang berupa perpaduan media,

memberikan satu signifikasi baru. Misalnya, photo hantaran ini menunjukkan hantaran khas Tionghoa Indonesia. Dengan mengunggahnya di media sosial, pengunggahnya mungkin mau menunjukan identitasnya sebagai etnis Tionghoa di Indonesia.

Contoh hantaran Imlek yang sedikit berbeda ditunjukkan oleh photo-photo berikut ini, yaitu, wakul, tumpeng, dan jajanan pasar.



Gambar 5
Photo dari akun instagram
1 mama_dee_cooking
(https://www.instagram.com/mama_dee_cooking/)



Gambar 6
Photo dari akun instagram
pidiskitchen
(<https://www.instagram.com/pidiskitchen/>)



Gambar 7
Photo dari akun instagram
indonesiacreativehouse
(<https://www.instagram.com/indonesiacreativehouse/>)

Hidangan dalam wakul, tumpeng, dan jajanan pasar itu merupakan sajian tradisional Indonesia, yang sama sekali tidak ada kaitannya dengan tradisi Imlek. Dalam perspektif semiotika Peirce, ketiganya merupakan indeks dari keindonesiaan. Namun, oleh pengunggahnya, yang merupakan pemilik dari restoran dan catering tersebut, dengan memanfaatkan momen perayaan imlek, makanan dan kue tersebut direpresentasikan sebagai hantaran yang cocok untuk perayaan Imlek. Dalam proses representasi ini, objek yang indeksikal dengan keindonesiaan bertarnsformasi menjadi objek yang sesuai dengan citra Imlek. Rajewski menyebut proses ini sebagai transposisi medial (*medial transposition*) (2005:51), yakni ciri intermedial suatu media, yang dalam hal ini, wakul, tumpeng, dan jajanan pasar, yang direpresentasikan sebagai sesuatu yang cocok untuk

perayaan Imlek, muncul akibat transposisi medial tersebut. Dalam kasus ini, transposisi medial terjadi dalam dimensi ekonomi, akibat dari kapitalisasi Imlek. Bruhn menyebut transformasi seperti ini sebagai “temporal transformation” atau transformasi temporal (2016:26). Esensi dari media tersebut tidak berubah, namun hubungan intermedial yang ada dengan dimensi eksternal, seperti dimensi sosial, budaya, dan ekonomi berubah. Perubahan ini tergantung pada dinamika yang ada di masyarakat.

Studi Kasus II Brosur Pariwisata

Selain unggahan yang berupa photo-photo, media sosial juga dipakai oleh para pemilik akunnya sebagai tempat untuk mengungkapkan opini mereka atas isu-isu yang menarik perhatian mereka. Isu-isu tersebut bisa berupa isu-isu yang ringan, namun bisa juga berupa isu-isu sosial yang menyangkut kepentingan publik seperti yang terlihat dalam unggahan di bawah ini.



Gambar 8



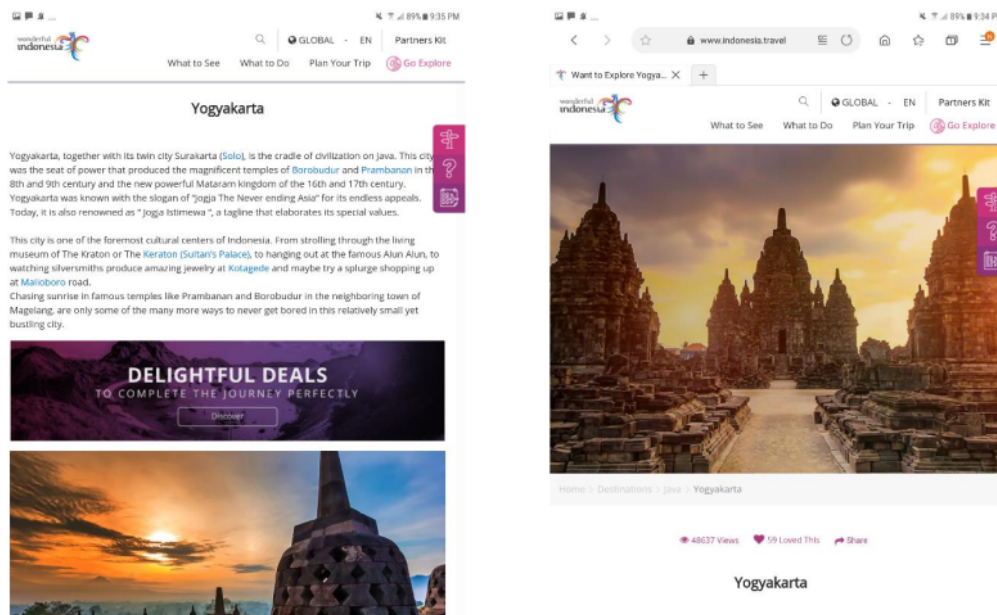
Gambar 9

Unggahan di media sosial Twitter ini menyatakan bahwa Jogja tidak lagi istimewa,

Pernyataan bahwa Jogja tidak lagi istimewa adalah reaksi atas tagline “Jogja Istimewa.”

Tagline ini adalah tagline dari pariwisata Jogja, yang dapat dilihat di situs pariwisata

² Yogyakarta, <https://www.indonesia.travel/gb/en/destinations/java/yogyakarta>. Dengan tagline “Jogja Istimewa,” Yogyakarta digambarkan sebagai destinasi wisata yang menarik dan wajib dikunjungi.

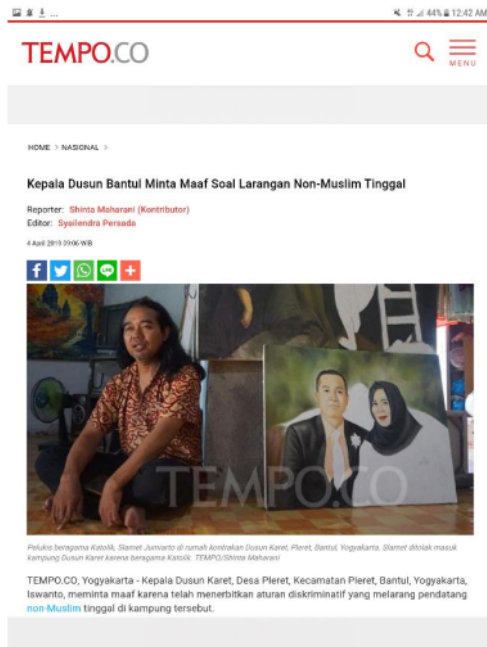


² Gambar 10

Tangkapan layar dari situs <https://www.indonesia.travel/gb/en/destinations/java/yogyakarta>

Tagline “Jogja Istimewa” ini dipakai untuk menciptakan kesan bahwa Jogja itu benar-benar istimewa, dan layak dikunjungi. Tagline ini didukung oleh penggunaan referensi intermedial atau dalam bahasa Inggris disebut sebagai *intermedial reference* (Rajewski, 2005:53). Media yang dipakai dalam referensi intermedial antara lain, keraton, yang dianggap sebagai museum yang hidup, candi Prambanan dan Borobudur, jamu yang ditulis sebagai warisan nenek moyang, dan batik. Dengan kata lain, informasi tentang pariwisata Yogyakarta menciptakan identitas Yogyakarta yang berakar pada warisan budaya yang adiluhung. Hubungan

intermedial yang dipakai untuk menunjukkan keistimewaan Yogyakarta yang merefleksikan identitas Yogyakarta inilah yang tidak diterima dengan baik oleh sebagian masyarakat, seperti yang terlihat di unggahan di Twitter (gambar xx). Penolakan ini merupakan akibat pembiaran kejadian-kejadian yang merusak keberagaman Yogyakarta, seperti yang diberitakan oleh beberapa surat kabar.



Gambar 11

Tangkapan layar dari situs berita Tempo yang memberitakan penolakan satu keluarga Katolik untuk tinggal di salah satu dusun di Bantul, Yogyakarta.



Gambar 12

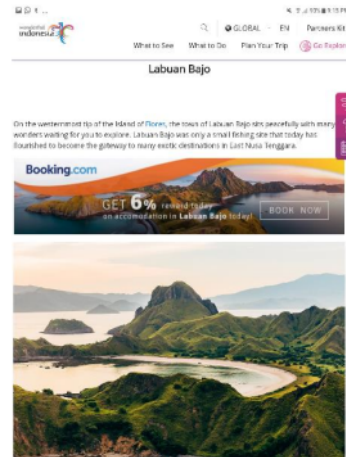
Tangkapan layar dari situs VOA Indonesia yang mengulas berita tentang penolakan masyarakat atau upacara piodalan yang dilakukan oleh penduduk setempat yang beragama Hindu.

Sejatinya, keberagaman inilah yang membuat Yogyakarta istimewa. Menurut mereka, tagline “Jogja Istimewa” itu tidak lagi sesuai dengan keadaan di masyarakat.

Contoh lain dari penggunaan media sosial sebagai wadah ungkapan ketidakpuasan penggunaannya terhadap situasi yang ada adalah soal pengembangan wisata Labuhan Bajo. Situs

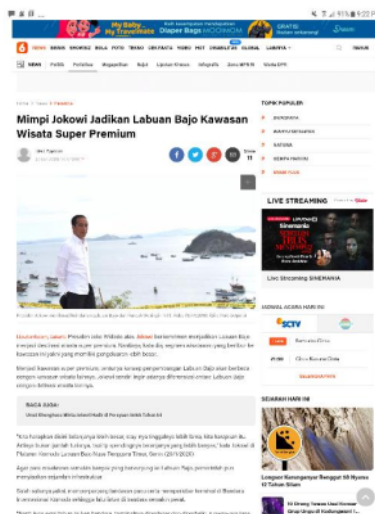
informasi tentang pariwisata Labuhan Bajo milik pemerintah dapat dilihat di

2 <https://www.indonesia.travel/gb/en/destinations/bali-nusa-tenggara/labuan-bajo>.



2 Gambar 13
Tangkapan layar dari situs <https://www.indonesia.travel/gb/en/destinations/bali-nusa-tenggara/labuan-bajo>

Alam Labuhan Bajo yang indah, yang digambarkan sebagai pelabuhan menuju Surga, memberi Labuhan Bajo modal untuk menjadi destinasi pariwisata super premium.



Gambar 14
Berita Labuhan Bajo sebagai destinasi wisata super premium oleh *Liputan 6*.



Gambar 15
Akun Twitter resmi Presiden Joko Widodo tentang pengembangan Labuhan Bajo.

Melalui transposisi media, alam yang menawan bertransformasi menjadi angka rupiah yang tinggi, yang nantinya membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tetapi kenyataannya dampak pembangunan pariwisata super premium di Labuhan Bajo justru membawa krisis bagi masyarakat setempat, seperti yang tertulis di berita ini di bawah ini.

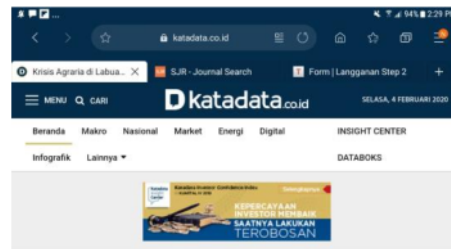


Bajo Labuan Bajo, Beritasatu.com - Upaya serius lintas departemen perlu segera dilakukan lebih intensif untuk mengatasi masalah pasokan air bersih di Labuan Bajo, Manggarai Barat, Nusa Tenggara Timur (NTT), demi menunjang perkembangan kota tersebut menjadi salah satu dari empat super prioritas sektor destinasi pariwisata nasional.

Kondisi terkini di lapangan menunjukan, ada gap antara kebutuhan dan ketersediaan air bersih. Sebagian besar masyarakat mengeluhkan kelangkaan air bersih yang sudah berlangsung cukup lama. Untuk itu pemerintah daerah perlu proaktif melakukan segala

Gambar 16

Berita tentang krisis air di Labuhan Bajo di situs *Berita Satu* (16 Mei 2019)



Krisis Agraria di Labuan Bajo: Sertifikat Ganda hingga Pemilikan Asing

Penulis: Martha Ruth Thertina
© 5/12/2019, 18.55 WIB

Pemda pertimbangkan pembatasan penjualan tanah.



Gambar 17

Berita tentang krisis agraria di Labuhan Bajo di situs *Kata Data*

Pengembangan Labuhan Bajo sebagai destinasi wisata super premium menimbulkan permasalahan lingkungan, seperti krisis air bersih bagi penduduk setempat. Wisatawan yang membayar harga premium tidak akan mengalami kesulitan untuk mendapatkan air bersih. Selain itu, masyarakat juga menghadapi permasalahan sosial terkait dengan meningkatnya harga tanah di sana, seperti yang ditayangkan di situs *Kata Data*. Sama halnya dengan yang di Yogyakarta, pengembangan Labuhan Bajo sebagai destinasi premium juga mendapat tanggapan negatif dari masyarakat, seperti yang terlihat di media sosial Twitter di bawah ini.



Gambar 18



Gambar 19

Dalam membaca kedua contoh di atas dengan menggunakan intermedialitas, penulis melihat bahwa hubungan intermedial digunakan untuk menciptakan citra positif tentang Yogyakarta dan Labuhan Bajo. Namun karena intermedialitas itu berada di ranah semiotik-komunikatif (Rajewski, 2005:52-53), penafsiran terhadap signifikasi intermedial bisa berbeda-beda. Perbedaan inilah yang menimbulkan resistensi bagi tagline “Jogja Istimewa” dan pengembangan Labuhan Bajo sebagai destinasi wisata premium. Dalam kasus Yogyakarta, di satu sisi, warisan budaya yang ada di sana merupakan signifikasi intermedial identitas “Jogja Istimewa”, di sisi lain, kejadian-kejadian yang mencederai keanekaragaman Yogyakarta itu merupakan signifikasi intermedial yang menegasi identitas keistimewaan Yogyakarta. Dalam kasus Labuhan Bajo, di satu sisi keindahan alam Labuhan Bajo merupakan signifikasi intermedial identitas labuhan Bajo sebagai destinasi wisata premium yang bermanfaat bagi

masyarakat. Di sisi lain, pengembangan desitasi premium itu justru memicu krisis di masyarakat.

Studi kasus III: Video promosi budaya Indonesia

Dalam contoh ketiga ini, penulis menganalisis video yang mempromosikan Indonesia sebagai tuan rumah Forum Budaya Dunia (World Culture forum) 2016, yang ¹¹ dapat dilihat di Youtube (<https://www.youtube.com/watch?v=WPRE3CtN6N4>). Video ini menunjukkan keanekaragaman masyarakat dan budaya Indonesia, baik budaya tradisional maupun budaya kontemporer. Namun dalam kesempatan ini, penulis tidak menganalisis budaya Indonesia yang ada dalam video tersebut, melainkan dengan menggunakan intermedialitas, penulis menginvestigasi politik identitas yang terlihat dalam video ini.

Penulis memaknai politik identitas sebagai sebagai upaya untuk mempengaruhi orang lain untuk menerima identitas yg dikonstruksikan (Mouffe, 2005). Salah satu upaya yang sering dilakukan adalah mengeksploitasi rasa kepemilikan budaya (*cultural belonging*) dengan tujuan menurut rasa kepemilikan itu juga berfungsi sebagai identitas. Harrison menulis, “culture assume the role of stabilising the nation-state, of establishing a set of principles by which the classes defined themselves in opposition to one another, and by which nations did the same” (2013:146). Dalam video ini, rasa kepemilikan budaya Indonesia digunakan untuk membentuk keterikatan budaya (*cultural attachment*) dengan Indonesia, yang memungkinkan orang yang mempunyai rasa kepemilikan budaya tersebut untuk membentuk identitas Indonesia mereka, seperti yang ditulis oleh Stuart hall, “nations construct identities by selectively binding their chosen high points and memorable achievements into an unfolding ‘national story’” (2005:23)

Jejak-jejak warisan masa lalu berfungsi sebagai referensi intermedial untuk kemegahan Indonesia kontemporer, seperti yang dikatakan oleh narator:

Here in Indonesia we are surrounded by vibrant living ever-evolving culture. Across Java, traditions remain strong and the astonishing heritage of Buddhist and Hindu temples still stand. Here in Bali, religion is at the center of a vibrant living culture of offerings, ceremonies, festivals and performances. In eastern Indonesia the ethnic communities of Papua continue their tradition and create the most sought-after tribal artifacts.

Seperti yang dikatakan oleh Harisson, warisan budaya dan peristiwa sejarah digunakan secara selektif untuk membangun citra kontemporer (2013:228-229). Narasi kemegahan Indonesia kontemporer juga didukung oleh visualisasi warisan budaya Indonesia, baik yang bersifat benda maupun tak benda, seperti dalam contoh-contoh berikut. Candi Borobudur mengingatkan masyarakat Indonesia sekarang ini akan kebesaran bangsa Indonesia. Kesenian, seperti seni Tari beberapa kelompok etnik, ¹² menunjukkan bahwa bangsa Indonesia adalah bangsa yang memiliki cita rasa seni yang tinggi. Tradisi dan ritual yang dipraktikkan oleh masyarakat, seperti yang di Jawa dan Bali, menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia tidak melupakan akar mereka. Kerajinan tangan masyarakat Papua yang masih bersifat tradisional tidak kalah nilainya dengan kerajinan dari negara-negara lain. Jadi, dengan melalui visualisasi warisan budaya yang adiluhung, kebanggaan atas identitas Indonesia dibangun karena masyarakat Indonesia modern terbentuk dari peristiwa sejarah dan budaya masa lalu yang berkesinambungan hingga sekarang, seperti yang dikatakan oleh narrator, "The modern world is built on an astonishing range of cultures that reach back through time but which still play a vital role in all our lives today."

Selain itu, budaya pop Indonesia, seperti fashion design, konser musik rock, dll, disejajarkan dengan warisan budaya masa lalu. Meskipun keduanya mungkin tidak berada di ranah yang sama, namun dengan menyejajarkan budaya pop dengan budaya tinggi, video ini

mengekspresikan bahwa budaya pop Indonesia itu juga mempunyai kualitas yang sama dengan budaya tinggi, yang juga membangkitkan kebanggaan pada Indonesia.

Indonesian traditional culture is alive and thriving across its 17,000 islands. Modern-day culture is every bit as dynamics and popular. Java jazz is one of the largest jazz festivals in Asia. Jakarta fashion week puts world-class fashion on the catwalk. There is pop, rock and punk music everywhere. Modern Indonesian art is impressing the international art world and Indonesian chefs are bringing the cuisine of the archipelago to good food lovers everywhere. The Indonesian people love music.

Hal yang menarik lainnya, adalah dengan meletakkan warisan budaya Eropa sebagai pembanding. Visualisasi perbandingan ini membentuk citra bahwa warisan budaya bangsa Indonesia itu tidaklah lebih inferior dibandingkan dengan warisan budaya Eropa, yang terkenal.

Melalui referensi intermedial ini video ini berusaha memicu kebanggaan Indonesia. Kebanggaan pada Indonesia ini bertujuan untuk membentuk identitas Indonesia. Dengan kata lain, melalui referensi intermedial, beragam medium dipakai sebagai elemen-elemen yang membentuk rasa kepemilikan budaya, yang mampu mengkonstruksikan identitas Indonesia.

Studi Kasus IV: Video Resmi Lagu Seniorita

Lagu ini dirilis pada bulan 21 Juni 2019, dan pada tanggal yang sama video resminya juga dirilis ¹³ di Youtube (<https://www.youtube.com/watch?v=Pkh8UtuejGw>). Lagu ini merupakan hasil kolaborasi antara Shawn Mendes, Camila Cabelo, dan beberapa orang lainnya. Segera setelah dirilis, lagu ini menduduki peringkat pertama di tangga lagu Billboard di Amerika dan menjadi populer di banyak negara. Pada bulan Januari 2020, lagu ini masih menduduki peringkat 18 di tangga lagu Billboard.

Senorita ini termasuk dalam kategori musik pop (populer). Definisi populer menurut Storey adalah disukai oleh banyak orang (2018:5). Sedangkan musik populer, menurut Shuker adalah musik yang berorientasi komersial. Suatu lagu dianggap sukses jika kesuksesannya itu dapat diukur melalui, misalnya, tangga lagu (Shuker, 2005:204). Maka dari itu, ada hubungan simbiosis antara musik pop and media masa. Karena itu, penilaian lagu pop tidak hanya bergantung pada karakteristik musikal dan non musikal dari lagu tersebut (Shuker, 2005:204). Karakteristik musikal itu misalnya irama, lirik dan maknanya, tetapi juga pada karakteristik non-musikal, seperti penampilan vokalis dan koreografi gerakan dan tarian yang ada dalam video klip lagu tersebut, serta ideologi yang ada. Dengan kata lain, penilaian suatu lagu pop itu meliputi level tekstual dan intermedial.

Di level tekstual, *story line* dari *Senorita* ini cukup sederhana. Ketika sedang berlibur di Miami, Florida, satu pemuda kulit putih bertemu seorang Latina yang bekerja di café. Mereka tertarik satu dengan yang lain sehingga menghabiskan malam dengan berdansa dan tidur bersama. Namun si pemuda memberitahu si gadis bahwa mereka hanya teman karena si pemuda tahu bahwa dia tidak dapat tinggal di Miami, dan hubungan romantis ini tidak dapat dilanjutkan. Namun si gadis tetap berharap karena dia percaya ²² apa yang telah mereka lakukan itu adalah sesuatu yang mustahil dilakukan oleh dua orang teman.

Pembacaan penulis atas *Senorita* di level intermedial menunjukkan bahwa selama 3 menit 25 detik, video lagu ini menyampaikan pesan yang dapat ditemukan di beragam teks atau media yang lain. Intermedialitas semacam ini oleh Rajewski disebut sebagai “referensi intermedial” (2005:53). Tiga di antaranya adalah:

- a. Citra tubuh Latina

Dalam artikelnya yang berjudul “‘Do Real Women Have Curves?’ Paradoxical Body Images among Latinas in New York City,” Viladrich, Yeh, Bruning, dan Weiss (2009) mencatat bahwa tubuh yang langsing, yang merupakan citra ideal arus utama standar kecantikan wanita di Amerika, sedikit pengaruhnya di kalangan Latina. Bagi mereka, standar tubuh ideal adalah yang ramping namun *curvy*, sehingga terlihat sexy. Namun mereka mencatat bahwa standar tersebut juga dipengaruhi oleh media yang mendeskripsikan seorang Latina itu terlihat sexy jika dia berdada sedikit besar dan *curvy*. Citra stereotipikal Latina seperti ini ditampilkan oleh si gadis dalam video klip *Senorita* ini, yang terlihat jelas lekak lekuk tubuhnya, bahkan ketika dia memakai baju seragam pramusaji. Referensi intermedial ini memberikan satu signifikasi pada karakter ini, yaitu dia digambarkan sebagai objek terseksualisasi (*sexualized object*).

b. Citra objek terseksualisasi

Pesan yang kedua berkaitan dengan pesan yang pertama. Dalam pesan yang kedua ini, Latina digambarkan sebagai objek terseksualisasi (*sexualized object*). Seseorang digambarkan sebagai objek terseksualisasi jika orang tersebut tidak dianggap sebagai sesama manusia, melainkan dipandang sebagai alat untuk memuaskan keinginan dan kesenangan seksual. Orang dianggap berdasarkan kegunaan seksualnya (Loughnan dan Pacilli, 2014:310). Panggambaran Latina sebagai objek terseksualisasi itu banyak ditemukan di media arus utama, meskipun banyak yang memprotesnya. Video klip *Senorita* ini pun mengikuti tren tentang penggambaran Latina yang ada di masyarakat, seperti yang terlihat di gestur, gerak tubuh dan baju yang dipakai,

c. Hegemony Patriarkal

Dalam analisisnya tentang Mandopop, Moskowitz (2009) mencatat bahwa lirik lagu dalam Mandopop (lagu Mandarin populer) banyak yang mengungkapkan pemikiran dan tingkah laku jender (*gendered thought and behavior*), yaitu tingkah laku dan pemikiran yang merefleksikan pengalaman dan erat kaitannya dengan jender. Pemikiran dan tingkah laku jender ini tidak hanya ada di lagu Mandopop saja namun di genre musik pop lainnya. Karena itu, musik pop berperan dalam membentuk dan menyebarkan sikap misoginis. Sikap misoginis dalam lagu *Senorita* ini terlihat dalam reproduksi hegemoni patriarkal yang muncul dalam video klipnya. Misalnya, bagaimana si pemuda berhasil merayu si gadis, seperti yang terlihat di lirik ini,

1
Land in Miami / The air was hot from summer rain / Sweat dripping off me / Before I
even knew her name, la la la / It felt like ooh la la la / Yeah no / Sapphire moonlight /
We danced for hours in the sand / Tequila sunrise / Her body fit right in my hands, la
la la / It felt like ooh la la la, yeah

serta mengajaknya untuk tidur bersama satu malam. Namun esoknya, si pemuda berkata bahwa mereka hanyalah teman, sedangkan si gadis berharap mereka bisa lebih dari itu. Singkatnya, referensi intermedial yang tampak di lagu ini mengokohkan citra wanita sebagai objek dari laki-laki. Referensi intermedial itu mengekalkan stereotip yang ada di masyarakat.

Kesimpulan

Media sosial merupakan suatu bentuk media di mana pengguna media tersebut dapat mengunggah konten yang mereka ciptakan sendiri, dan dapat dibagikan ke publik secara *real time*, tanpa batasan waktu dan tempat. Dalam unggahannya, mereka mengartikulasikan citra dan identitas mereka, yang bagi kebanyakan, citra dan identitas tersebut merupakan citra dan identitas ideal mereka, yang mungkin saja tidak kongruen dengan citra dan identitas mereka di

dunia nyata. Artikulasi citra dan identitas tersebut merupakan upaya politik pengakuan (*the politics of recognition*), yaitu upaya agar citra atau identitas yang mereka konstruksikan itu mendapat pengakuan. Upaya ini ⁴ dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial dan budaya yang ada. Ada kemungkinan upaya politik pengakuan mereka itu berhasil, namun bisa juga memicu resistensi sehingga mereka upaya mereka tidak mendapatkan hasil.

Salah satu teori yang sesuai untuk menganalisis artikulasi identitas seperti yang tampak dalam unggahan di media sosial adalah teori intermedialitas. Ini terjadi karena pertama-tama, menurut Rajewski, sebagai satu fenomena, intermedialitas ini mengubah atau menambah makna pada satu atau lebih media yang terlibat; atau mengubah bentuk dan fungsi media yang berbeda-beda melalui hubungan yang timbul. Ini terlihat dalam photo-photo hantaran Imlek, informasi mengenai pariwisata, maupun video promosi budaya Indonesia. Kedua, hubungan intermedial menyiratkan adanya “ruang” yang tercipta akibat adanya lintas batas media. Ruang, menurut Grossberg (1996), tidak hanya merupakan tempat sirkulasi orang dan barang, namun juga sirkulasi budaya dan ide. Ruang yang tercipta akibat konfigurasi media sebagai dampak dari hubungan intermedial ini berfungsi sebagai *space of struggle* (Grossberg, 1996:172), di mana pendapat-pendapat berbeda dikemukakan dan ditentang. Dalam konteks ini, media sosial berperan sebagai tempat di mana intermedialitas – yang dipengaruhi oleh “dimensi teknologis, sosial, budaya, dan ekonomi” (Herkman, 2012:17) – mampu mengubah makna, bentuk, mau pun fungsi yang ada, serta sebagai *space of struggle* yang difasilitasi oleh intermedialitas di mana penggunaanya menyuarakan kepentingan mereka. Kesemuanya ini terlihat dalam contoh studi kasus yang penulis ungkapkan..

Oleh karena itu, melalui perubahan dan penambahan makna pada media yang terlibat, unggahan media sosial itu mencoba menciptakan citra ideal dan pesona, yang acap kali tidak

sesuai dengan kenyataan yang ada. Tentunya, unggahan ini memicu predebatan. Mungkin ada yang mendukung, namun ada juga yang menentang karena, seperti yang ditulis oleh Wolfreys, Womack, dan Robbins, intermedialitas itu erat kaitannya dengan beragam cara memandang yang timbul akibat perpaduan bentuk atau upaya budaya yang berbeda-beda (“different ways of seeing that are opened up by the conflation of distinctive forms or cultural endeavor”) (2014:60), serta hubungan intermedial ini menciptakan *space of struggle*, di mana pembentukan dominasi atau hegemoni terjadi.

Daftar pustaka

- 9 Bruhn, Jørgen. 2016. *The Intermediality of Narrative Literature: Medialities Matter*. London: Palgrave macmillan.
- 5 Hall, Stuart: 2005 “Whose Heritage? Un-settling ‘The Heritage’”, Reimagining the PostNation.” *The Politics of Heritage: The legacies of “race.”* Jo Littler and Roshi Naidoo, ed. New York: Routledge.
- 14 Harrison, Rodney 2013. *Heritage: Critical Approaches*. New York: Routledge.
- 8 Herkman, Juha. 2012. “Introduction: Intermediality as a Theory and Methodology.” *Intermediality and Media Change*. Juha Herkman, taisto Hujanen, dan Paavo Oinonen, ed. Tampere: Tampere University. Hal. 10-27.
- 6 Grossberg, Lawrence. 1996. “The space of Culture, the Power of Space.” *The Postcolonial Question: Common Skies, Divided Horizons*. Ian Chambers and Lidia Curti, ed. New York: Routledge. Hal. 169-188.
- 7 Loughnan, Steve, dan Maria Giuseppina Pacilli. 2014. “Seeing (and Treating) Others as Sexual Objects: Toward a More Complete Mapping of Sexual Objectification.” *Testing, Psychometrics, Methodology in Applied Psychology*. Vol. 21. No. 3. Hal. 309-325.

17

McCay-Peet, Lori, and Anabel Quan-Haase. 2017. "What is Social Media and What Questions can Social Media Research Help Us Answer?" *The Sage Handbook of Social Media Research Methods*. Luke Sloan and Anabel Quan-Haas, ed. Thousand Oaks: Sage publication. Hal. 13-26.

Moskowitz, Marc L. 2009. "Men Writing Songs for Women who Complain about Men: Mandopops Gender Construction in Taiwan and PRC." *Cries of Joys, Songs of Sorrow: Chinese Pop Music and its Cultural Connotations*. Marc L. Moskowitz, ed. Honolulu: University of Hawaii Press. Hal. 69-90.

15

Mouffe, Chantal. 2005. *On the Political*. New York: Routledge.

19

Rajewski, Irina O. 2005. "Intermediality, Intertextuality, and Remediation: A Literary Perspective on Intermediality." *Intermédialités*, vol. 6. Hal. 43-64.

10

Shuker, Roy. 2005. *Popular Music: The Key Concepts*. Edisi II. New York: Routledge.

Storey, John. 2018. *Cultural Theory and Popular Culture*. Edisi VIII. New York: Routledge.

3

Viladrich, Anahí, Ming-Chin Yeh, Nancu Bruning, Rachael Weiss. 2009. " 'Do Real Women Have Curves?' " *Paradoxical Body Images among Latinas in New York City.* *Journal of Immigrant and Minority Health*. Vol. 11. Hal 20-28.

Wolfreys, Julian, Kenneth Womack, dan Ruth Robbins. 2014. *Key concepts in Literary Theory*. Edisi III. Edinburg: Edinburg University press.

Lampiran 1: beberapa definisi media sosial

<i>Definitions of social media</i>	<i>Themes</i>		
	<i>What social media enables</i>	<i>How social media does it</i>	<i>Content of social media</i>
Social media 'provides a mechanism for the audience to connect, communicate, and interact with each other and their mutual friends through instant messaging or social networking sites' (Correa, Hinsley, and de Zúñiga, 2010: 247–248)	Mechanism for connecting, communicating, and interacting with others	Instant messaging sites; social networking sites	
'Any website or web-based service that includes web 2.0 characteristics and contains some aspect of user generated content.' Web 2.0 'was used to describe an emerging way of using the internet, with more participatory and collaborative surfing of the web as well as the creation and modification of online content by internet surfers' (Gruzd et al., 2012: 2341)	Enables the creation and modification of online content	Websites or web-based services	User-generated content
'Social Media is a group of Internet-based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0, and that allow the creation and exchange of User Generated Content' (Kaplan and Haenlein, 2010: 61)	Allows for the creation and exchange of content	Group of internet-based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0	User-generated content
'Social media is a form of computer-mediated communication' (McIntyre, 2014: 6)	Communication	Computer-mediated	
'Social media, derived from the social software movement, are a collection of Internet websites, services, and practices that support collaboration, community building, participation, and sharing' (Otieno and Matoke, 2014: 962)	Support collaboration, community building, participation, and sharing	Internet websites, services, and practices	
'"Social Media" can be generally understood as Internet-based applications that carry consumer-generated content which encompasses "media impressions created by consumers, typically informed by relevant experience, and archived or shared online for easy access by other impressionable consumers" (Blackshaw, 2006)' (Xiang and Gretzel, 2010: 180)	Carry content	Internet-based applications that carry content, archived or shared online for easy access by other consumers	Consumer-generated content; media impressions created by consumers informed by relevant experience

Sumber: McCay-Peet dan Quan-Haase (2017:16)

Lampiran 2: Transkrip video promosi budaya Indonesia
(<https://www.youtube.com/watch?v=WPRE3CtN6N4>)

Indonesia, the world's largest archipelago set like jewels in a tropical sea, is home to 240 million people and has a richness in natural and cultural diversity unmatched across the globe. Now a world economic power, a dynamic democracy, and a member of G20, Indonesia's over 500 distinctive ethnic groups bring their unique expressions of architecture, art, ceremony, dance, music, rituals, and traditions in a distinctive Indonesian national identity. We're better to be a global home of the world culture forum.

From the beginning of time, civilization has been defined by its culture, from humanity's first simple words to the complexity of modern music. We have defined ourselves through culture, to distinguish each society from another. The modern world is built on an astonishing range of cultures that reach back through time but which still play a vital role in all our lives today. Culture pervades every aspect of life from the most basic elements of living, clothing, eating, and speaking to the most developed art, music philosophy, and the built environment. Now we must harness the power of culture in a sustainable development to guide us into the future.

Here in Indonesia we are surrounded by vibrant living ever-evolving culture. Across Java, traditions remain strong and the astonishing heritage of Buddhist and Hindu temples still stand. Here in Bali, religion is at the center of a vibrant living culture of offerings, ceremonies, festivals and performances. In eastern Indonesia the ethnic communities of Papua continue their tradition and create the most sought-after tribal artifacts.

Indonesian traditional culture is alive and thriving across its 17,000 islands. Modern-day culture is every bit as dynamics and popular. Java jazz is one of the largest jazz festivals in Asia. Jakarta fashion week puts world-class fashion on the catwalk. There is pop, rock and punk music everywhere. Modern Indonesian art is impressing the international art world and Indonesian chefs are bringing the cuisine of the archipelago to good food lovers everywhere. The Indonesian people love music.

Every year millions of people spend their holiday focused on culture. Visiting museum, going to festivals, immersing themselves in different ways of life. We learn from culture. We absorb the local wisdom of the past. We adapt ancient traditions to fit contemporary needs, from African tribal dances to hip-hop, from cave paintings to pop ups, from chanting monks to K-pop. Tradition shape our societies. The thoughts of philosophers and writers guide our future. Music, dance, and art inspire us, and we'll always do so. Welcome to the World Culture Forum, where we will be celebrating and discussing the power of culture in a sustainable development

Citra dan Pesona: Intermedialitas di Era Digital

ORIGINALITY REPORT

7 %

SIMILARITY INDEX

7 %

INTERNET SOURCES

2 %

PUBLICATIONS

3 %

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

www.baixar-musica.online

Internet Source

1 %

2

www.govserv.org

Internet Source

1 %

3

Submitted to Curtin University of Technology

Student Paper

<1 %

4

eprints.umm.ac.id

Internet Source

<1 %

5

skemman.is

Internet Source

<1 %

6

www.benjamins.com

Internet Source

<1 %

7

Submitted to Marian University

Student Paper

<1 %

8

Submitted to University of Birmingham

Student Paper

<1 %

9

mafiadoc.com

Internet Source

<1 %

10	pt.scribd.com Internet Source	<1 %
11	www.scribd.com Internet Source	<1 %
12	astrianikiki.blogspot.com Internet Source	<1 %
13	blog.titipku.com Internet Source	<1 %
14	books.openedition.org Internet Source	<1 %
15	lup.lub.lu.se Internet Source	<1 %
16	tomzhilong.wordpress.com Internet Source	<1 %
17	dro.dur.ac.uk Internet Source	<1 %
18	kebudayaan.kemdikbud.go.id Internet Source	<1 %
19	othes.univie.ac.at Internet Source	<1 %
20	www.iezul.web.id Internet Source	<1 %
21	www.mikirbae.com Internet Source	<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On