



## **BUSANA ETNIK SEBAGAI BENTUK INDUSTRI BUDAYA**

**(Analisis Semiotika Roland Barthes pada Foto-foto di Rubrik Busana Tabloid Nova  
Edisi Desember 2013)**

### **SKRIPSI**

Disusun oleh

Nama : Cantika Adinda Putri Noveria

NIM : 1006015014

Peminatan : Komunikasi Massa



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA  
JAKARTA, 2014**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Cantika Adinda Putri Noveria  
NIM : 1006015014  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Komunikasi Massa  
Judul Skripsi : Busana Etnik Sebagai Bentuk Industri Budaya (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Foto-foto di Rubrik Busana Tabloid Nova Edisi Desember 2013)

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan **BUKAN PLAGIAT**. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini adalah **PLAGIAT**, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 25 Oktober 2014

Yang menyatakan,



**CANTIKA ADINDA P N**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul Proposal : Busana Etnik Sebagai Bentuk Industri Budaya (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Foto-foto di Rubrik Busana Tabloid Nova Edisi Desember 2013)

Nama : Cantika Adinda Putri Noveria

NIM : 1006015014

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Komunikasi Massa

Telah diperiksa dan disetujui

Untuk mengikuti ujian skripsi oleh:


Pembimbing I

Pembimbing II



**Dr. Sri Mustika, M.Si**

Tanggal: 1/12/14



**Dini Wahdiyati, S.Sos, M. I.Kom**


Tanggal: 24/11/2014.

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Busana Etnik Sebagai Bentuk Industri Budaya (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Foto-foto di Rubrik Busana Tabloid Nova Edisi Desember 2013)  
Nama : Cantika Adinda Putri Noveria  
NIM : 1006015014  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Komunikasi Massa

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 1 November 2014, dan dinyatakan LULUS.

  
Said Ramadhan, S.Sos., M.Si


Penguji I

Tanggal: 26 November 2014

  
Dra. Tellys Corliana, M.Hum

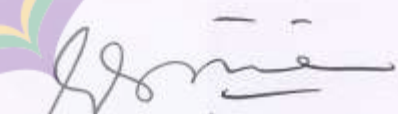
Penguji II

Tanggal: 26 November 2014

  
Dr. Sri Mustika, M.Si

Pembimbing I

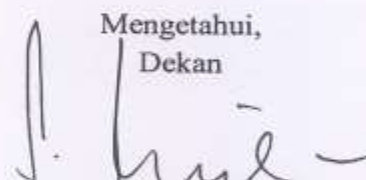
Tanggal: 1/12/14

  
Dini Wahdiyati, S.Sos, M. I.Kom

Pembimbing II

Tanggal: 26 November 2014

Mengetahui,  
Dekan

  
Said Ramadhan, S.Sos., M.Si



## ABSTRAK

**Judul Skripsi** : **Busana Etnik Sebagai Bentuk Industri Budaya (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Foto-foto di Rubrik Busana Tabloid Nova Edisi Desember 2013)**  
**Nama** : **Cantika Adinda Putri Noveria**  
**NIM** : **1006015014**  
**Program Studi** : **Ilmu Komunikasi**  
**Peminatan** : **Komunikasi Massa**  
**Halaman** : **118 lembar + xiii lembar + 52 buku + 9 gambar + 10 situs**

Dewasa ini, ketika perkembangan pasar *fashion* di Tanah Air mulai didominasi oleh produk-produk *retail shop*, busana siap pakai berlabel internasional seperti *Zara*, *Mango*, dan lain-lain, ini menandakan bahwa masyarakat Indonesia kurang berempati pada produk-produk lokal yang sebenarnya kualitas dan tampilannya tidak kalah dengan produk-produk internasional. Dengan kata lain, produk internasional memberikan kondisi keberlimpahan yang membebaskan masyarakat untuk berekspresi, namun hal itu pun mempengaruhi lemahnya cakrawala mereka akan kekayaan lokal. Media massa sering mengangkat kekayaan lokal, khususnya busana etnik, sehingga membuat kaum perempuan mengetahui perkembangan *fashion* di tanah air, sehingga mereka lebih mencintai dan bersedia menggunakan produk dalam negeri.

Melihat permasalahan di atas, maka peneliti ingin menggunakan metode analisis semiotika, yaitu analisis semiotika Roland Barthes, yang perhatiannya terletak pada sistem tanda denotasi, konotasi dan mitos. Dimana semiotika dalam foto melihat bagaimana gambar dimaknai melalui tahap leksia dan lima kode pembacaan. Penelitian ini menggunakan paradigma kritis dan jenis penelitian deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa busana etnik dalam rubrik Busana tabloid Nova edisi Desember 2013 merupakan pakaian yang dapat digunakan untuk aktifitas-aktifitas tertentu seperti bekerja, menghabiskan waktu di rumah, acara keagamaan, dan acara pesta dengan menyesuaikan jenis model, motif, warna serta penggunaan aksesoris untuk menunjang penampilan. Pada pemaknaan konotasi, *fashion* busana etnik ini menjelaskan bahwa busana etnik dapat dilihat sebagai produk dari industri budaya bagi masyarakat yang menegaskan batas-batas sosial yang memiliki biaya sangat tinggi. Ideologi Kapitalisme merupakan pikiran pokok pada rubrik Busana Tabloid Nova untuk menaikkan minat pembaca dan segmentasi “kelas” pembaca naik.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan menambah pengetahuan mahasiswa akan kekayaan lokal di Indonesia sehingga dapat menjadi referensi dalam penelitian selanjutnya untuk menggali lebih dalam persoalan-persoalan kekayaan lokal di Indonesia.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil ‘alamin, puji syukur kehadirat Allah swt yang merestui penulis menyelesaikan skripsi yang berjudul “Busana Etnik Sebagai Bentuk Industri Budaya (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Foto-foto di Rubrik Busana Tabloid Nova Edisi Desember 2013)”. Skripsi ini dapat selesai berkat adanya doa, dukungan, nasihat dan semangat yang diberikan oleh berbagai pihak kepada penulis. Karenanya, peneliti ingin haturkan terima kasih kepada:

1. Said Ramadhan, S.Sos., M.Si. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang sudah bermurah hati mau membagi teori dan aplikasinya yang sangat berguna untuk menjadi pribadi yang kompetitif.
2. Dr. Sri Mustika, M.Si dan Dini Wahdiyati, S.Sos, M. Ikom. Dosen pembimbing yang sangat membantu dalam penyelesaian proposal skripsi ini. Dengan waktu dan kesediannya yang terus menerus diganggu untuk konsultasi, membuat penulis bersemangat dalam penyelesaiannya dan tidak mau mengecewakan beliau-beliau.
3. Seluruh civitas FISIP UHAMKA. Dosen-dosen, khususnya seluruh dosen peminatan Komunikasi Massa yang selama ini memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat berguna serta bermanfaat kepada penulis. Staf sekretariat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang selalu membantu dalam administrasi dan proses perkuliahan.
4. Mamah dan Papah. Terima kasih atas semua doa, dukungan, dan kasih sayangnya. *I just be grateful to Allah because I was born to be their child. Juga my two sweetest sisters, thanks to always ask me “Kapan lulusnya?”. Your question sometimes makes me wanna punch you both, but it’s certainly spirit me to get the finish line indeed. You’re the best motivator.*

5. Mbak Franka, mantan *fashion writer* di *Tabloid Nova*. *A lot of informations was I got about Tabloid Nova from her. Thank you so much for the time to just shared your experiences. Good luck to you and wish you have a wonderful life ever.*
6. *My 'bundle of joy'*. Sura, Tita, Tanti, Isma, Egi, Tegar, Tito, Aldy, Mas Io. Energi positif serta dukungan moril yang kalian berikan pada saya, membuat saya merasa tidak pernah kesepian. Terima kasih selalu ada di saat saya susah ataupun senang.
7. P! Dyah, Eva, Icong, Bintang, Yoyoy. *Ton of thanks for you guys who always cheer me up. Because all of you, my college life was really so much fun. You're the greatest and I mean it.*
8. Seluruh teman-teman di FISIP UHAMKA, khususnya *'the pascasarjana room'*. Uki, Elisa, Rana, Tiara, Unun, Linda. *With you guys, the fight feel so flawless because we always support each others. Keep fighting!*
9. Tidak lupa orangufriends yang dengan *guyonan-guyonannya* membuat pikiran jadi segar dan merasa lepas dari beban (membuat proposal skripsi) untuk sementara waktu. *It really helped.*

Semoga skripsi ini dapat berguna bagi saya dan bisa menjadi acuan bagi teman-teman yang lainnya. Penulis sadar masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat membantu penulis untuk memperbaiki kekurangan yang ada, sehingga penulis dapat menyempurnakan skripsi ini.

Jakarta, Oktober 2014

Cantika Adinda Putri Noveria

## DAFTAR ISI

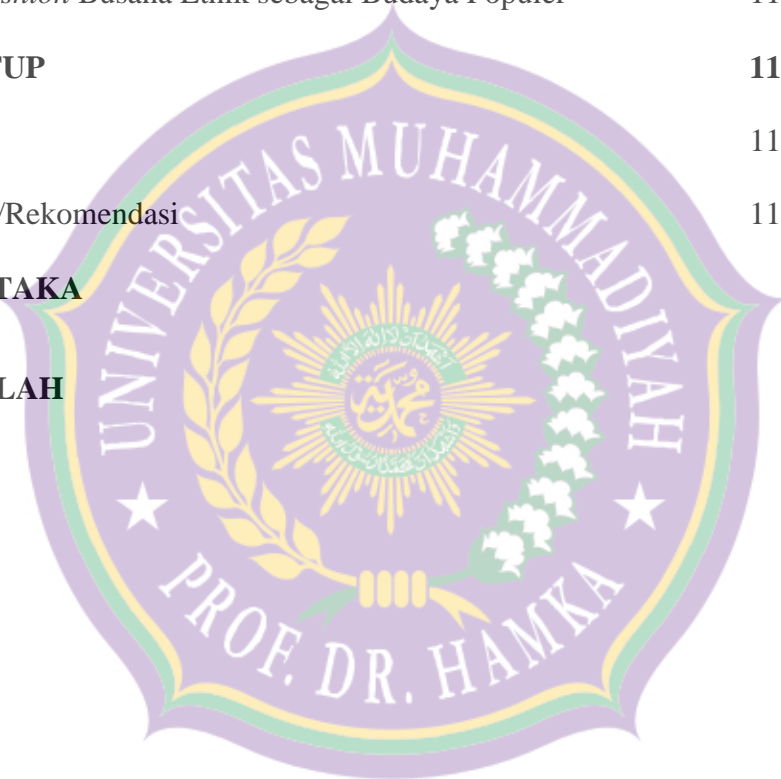
<b>HALAMAN JUDUL</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah	9
1.3.Tujuan Penelitian	9
1.4.Pembatasan Masalah	10
1.5.Kontribusi Penelitian	10
a. Akademis	10
b. Metodologi	11
c. Sosial	11
1.6.Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian	12
1.7.Sistematika Penulisan	12



<b>BAB II KERANGKA PEMIKIRAN</b>	<b>14</b>
2.1 Paradigma Kritis	14
2.2 Hakikat Komunikasi	17
2.2.1 Definisi Komunikasi	17
2.2.2 Fungsi Komunikasi	19
2.2.3 Model Wilbur Schramm	20
2.2.4 Elemen Komunikasi	22
2.2.5 Konteks Komunikasi	23
2.3 Komunikasi Massa	25
2.3.1 Pengertian Komunikasi Massa	25
2.3.2 Fungsi Komunikasi Massa	26
2.3.3 Bentuk-bentuk Komunikasi Massa	28
2.4 Media Cetak	29
2.4.1 Pengertian Media Cetak	29
2.4.2 Tabloid	29
2.4.2.1 Pengertian Tabloid	30
2.4.2.2 Karakteristik Tabloid	31
2.5 Jurnalistik	31
2.5.1 Pengertian Jurnalistik	31
2.5.2 Bentuk-bentuk Jurnalistik	32
2.6 Feature	34
2.6.1 Pengertian Feature	34
2.6.2 Ciri-ciri Feature	35
2.7 Rubrik	35
2.8 Foto dan Bentuk Visual Lainnya	36

2.9 Busana Etnik	37
2.9.1. Kain Tenun Ikat	40
a. Tenun Ikat Torso	42
b. Tenun Ikat Flores	43
c. Tenun Bali	44
d. Tenun Palembang	45
2.10 Semiotika	46
2.10.1 Tanda, Makna, dan Mitos	51
2.10.2 Semiotika Roland Barthes	53
2.11 Ideologi Kapitalisme	56
2.12 Media sebagai Industri Budaya	59
2.13 Budaya Populer	63
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	<b>67</b>
3.1 Pendekatan, Metode, dan Jenis Penelitian	67
3.2 Pemilihan Media	69
3.3 Unit Analisis dan Unit Pengamatan	70
3.4 Metode Pengumpulan Data	70
3.5 Metode Analisis Data	73
3.6 Waktu Penelitian	74
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	<b>75</b>
4.1. Tabloid <i>Nova</i>	75
4.1.1. Visi dan Misi Tabloid <i>Nova</i>	75

4.1.2. Struktur Redaksi Tabloid <i>Nova</i>	76
4.1.3. Rubrik Busana	77
4.2. Hasil Penelitian	77
4.2.1. Mitos Busana Etnik dalam Tabloid <i>Nova</i>	97
4.2.2. Ideologi Busana Etnik	100
4.3. Pembahasan	106
4.3.1. <i>Fashion</i> Busana Etnik sebagai Industri Budaya	106
4.3.2. <i>Fashion</i> Busana Etnik sebagai Budaya Populer	110
<b>BAB V PENUTUP</b>	<b>116</b>
5.1. Kesimpulan	116
5.2. Saran-saran/Rekomendasi	117
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>DAFTAR ISTILAH</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

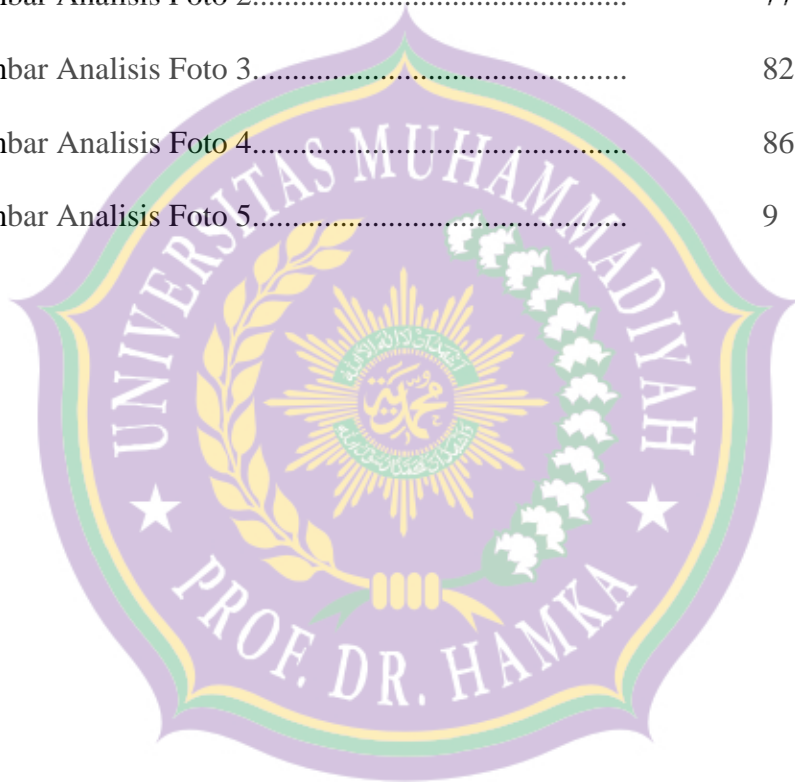
Tabel 1. Tabel Penelitian.....	68
Tabel 2. Tabel Analisis Foto 1.....	73
Tabel 3. Tabel Analisis Foto 2.....	77
Tabel 4. Tabel Analisis Foto 3.....	82
Tabel 5. Tabel Analisis Foto 4.....	86
Tabel 6. Tabel Analisis Foto 5.....	91





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Komunikasi Massa Wilbur Schramm.....	19
Gambar 2. Unsur Makna dari Peirce.....	45
Gambar 3. Unsur Makna dari Saussure.....	46
Gambar 4. Signifikasi Dua Tahap Barthes.....	51
Gambar 5. Gambar Analisis Foto 1.....	72
Gambar 6. Gambar Analisis Foto 2.....	77
Gambar 7. Gambar Analisis Foto 3.....	82
Gambar 8. Gambar Analisis Foto 4.....	86
Gambar 9. Gambar Analisis Foto 5.....	9



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Media massa dan industri menciptakan kebutuhan perempuan demi kepentingan pasar.<sup>1</sup> Media massa juga memiliki peran dalam mengeksplorasi bakat-bakat para desainer untuk lebih berkembang. Media massa sebagai bagian dari mata rantai dunia *fashion* mempunyai peran penting dalam memberitakan hal-hal yang telah terjadi seputar mode.

Mode dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (1989: 589) mengandung arti ragam (cara, bentuk) yang terbaru pada suatu waktu tertentu (tentang pakaian, potongan rambut, corak hiasan, dan sebagainya). Sedang *fashion* menurut Polhemus dan Procter (dalam Banard, 2007: 17) menunjukkan bahwa istilah *fashion* kerap digunakan sebagai sinonim dari istilah dandanan, gaya, dan busana.

Sebagai fungsi retorik, *fashion* bertujuan untuk menentukan tempat dan ruang gerak *fashion* dalam membentuk peran, aturan, dan tanggung jawab budaya. Barnard beranggapan, bahwa *fashion* dianggap sebagai salah satu makna yang digunakan oleh kelompok sosial dalam mengomunikasikan identitas mereka sebagai kelompok sosial ke

---

<sup>1</sup> <http://jurnal-kommas.com/docs/JURNAL%20Maya%20Pradhaning%20Aditya.pdf> "ACARA DRAMA KOREA di INDOSIAR dan PERILAKU MENIRU" oleh Maya Pradhaning Aditya dan Eko Setyanto – diunduh Jum'at, 27 Desember 2013, pukul 3.30 WIB

kelompok sosial lainnya (Banard, 2007: 104). Anderson (dalam Banard, 2007: 71), menyatakan, “Kita mengenakan pakaian karena beberapa alasan seperti kita berbicara. Hal ini membuat hidup menjadi lebih mudah; untuk ‘menyatakan’ atau ‘menyembunyikan’ identitas kita.”

Dewasa ini, ketika perkembangan pasar *fashion* di Tanah Air mulai didominasi oleh produk-produk *retail shop*, busana siap pakai berlabel internasional seperti *Zara*, *Mango*, dan lain-lain, ini menandakan bahwa masyarakat Indonesia kurang berempati pada produk-produk lokal yang sebenarnya kualitas dan tampilannya tidak kalah dengan produk-produk internasional. Dengan kata lain, produk internasional memberikan kondisi keberlimpahan yang membebaskan masyarakat untuk berekspresi, namun hal itu pun mempengaruhi lemahnya cakrawala mereka akan kekayaan lokal.

*Fashion* telah merajalela di media massa, baik cetak maupun elektronik (Barnard, 2007:1). *Fashion* di Indonesia menjadi lebih berkembang karena adanya campur tangan media massa. Media massa sering mengangkat kekayaan lokal, khususnya busana etnik, sehingga dapat sejajar dengan kain Sari atau Saree dari India, pakaian Kimono Jepang, atau Qipao dari China.

Dengan begitu, busana etnik yang ditampilkan pada media massa tersebut menampilkan peran sebagai pajangan budaya (*cultural display*) karena mengomunikasikan afiliasi budaya kita dan pada akhirnya pakaian bisa menunjukkan identitas nasional dan kultural.

Masyarakat, khususnya kaum perempuan, pada umumnya menggemari *fashion*. Karena itu hampir semua majalah dan tabloid wanita menyajikan rubrik *fashion*. Lewat media massa pula, kaum perempuan dapat mengetahui tren *fashion* yang sedang berkembang saat ini.

Media cetak paling banyak menyediakan halaman untuk *fashion*. Informasi *fashion* di media cetak lebih “awet” atau tahan lama, tidak terikat ruang dan waktu. Artinya, dapat dibaca kapan saja, bahkan dikliping bila perlu. Dengan karakteristik ini media cetak masih tetap dicari oleh pembacanya.

Salah satu media cetak yang memiliki rubrik *fashion* adalah tabloid *Nova*. Tabloid *Nova* terbit mingguan, setiap Senin. Tabloid *Nova* yang terbit pada tahun 1988 merupakan tabloid yang tergabung dalam kelompok *Gramedia Majalah*.

Tabloid *Nova* menyajikan berbagai rubrik, seperti peristiwa seputar wanita, masakan, busana, kecantikan, kesehatan, tips praktis dan gosip selebriti. Secara konsisten, lewat rubrik Busana, tabloid *Nova* memberikan acuan bergaya dan model pakaian wanita yang terdiri atas busana kerja, busana santai, busana pesta, dan aksesoris. Informasi mode tabloid *Nova* selalu mutakhir.

Dari awal terbit, tabloid *Nova* memberikan referensi busananya untuk kaum perempuan yang menjadi ibu rumah tangga ataupun wanita karier. Pada 2009, secara bertahap tabloid *Nova* merubah dan memperbaiki penyajian informasinya. Mantan *fashion writer dan stylist*



tabloid Nova, Franka Soeria Natanegara merupakan salah satu orang yang mendorong agar tabloid *Nova* berubah. Ia bertutur, “Sebagai wartawan mode, saya mengusulkan agar tabloid *Nova* berubah sehingga tidak menjadi tabloid yang kuno, karna *Nova* tidak bisa mengandalkan pembaca yang senior saja. Ibu-ibu muda adalah ibu-ibu yang paham visual. Mereka tahu gaya dan banyak hal karna pengaruh internet.”<sup>2</sup>

Hingga akhirnya, pada akhir tahun 2011 secara total tabloid *Nova*, menyajikan rubrik-rubrik yang mengikuti perkembangan zaman, khususnya seputar mode. *Nova* menyajikan *fashion* kain tradisional dalam bentuk modern. Dengan cara; menyuguhkan hasil rancangan-rancangan para desainer lokal yang menjadikan kain tradisional sebagai bahan material untuk rancangan busana etnikya.

Kita ketahui, bahwa keanekaragaman kain tradisional di Indonesia selalu ada cerita didalamnya; punya makna, nilai serta filosofinya masing-masing. Sayangnya, nampaknya para desainer dan masyarakat belakangan kini tidak mengindahkan nilai-nilai tersebut. Di satu sisi, memang jika kain tradisional tidak di modifikasi dan di reinventasi menjadi suatu rancangan busana, maka kain tradisional tidak akan hidup lama dan kita hanya melihatnya di almari-almari kaca museum.

Di sisi lain, ini akan menjadi mimpi buruk di siang hari jika masyarakat Indonesia tidak mengenal keotentikan budayanya sendiri.

Pun media massa harusnya punya andil besar untuk memberikan informasi

---

<sup>2</sup> Wawancara dengan mantan *fashion writer* tabloid *Nova* pada 28 Oktober 2013 lewat *WhatsApp Messenger*

yang benar soal ini. Harus ada keberimbangan berita soal busana etnik yang ramai di eluh-eluhkan belakangan ini. Setidaknya mereka tidak melulu membingkai persoalan keindahan busana etnik dan industri berbasis budaya yang harus dilestarikan, tetapi mereka juga harus membingkainya dari segi "*apakah nilai-nilai luhur itu luntur jika kain tradisional dijadikan busana untuk khalayak umum?*"

Lewat tampilan rubrik busananya tersebut, tabloid *Nova* memberikan informasi kepada perempuan di Indonesia untuk mengetahui lebih banyak akan keanekaragaman seni dan budaya Indonesia, namun disisi lain ada beberapa informasi yang tampaknya tabloid *Nova* lupakan; tidak ditampilkannya makna dan filosofis dari kain-kain yang menjadi bahan material busana etnik rancangan desainer lokal di rubrik busananya.

Seperti yang dikatakan oleh Hall (1997: 16), bahwa media masa mampu membentuk dan menentukan makna-makna tertentu terhadap suatu peristiwa atau realita melalui apa yang disebut "politik penandaan". Media massa juga mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi pembentukan opini publik dan makna dari berbagai realitas yang berkembang dalam masyarakat. Dengan demikian, seperti yang dikatakan Peter L Berger (dalam Poloma, 1992: 301) sebenarnya media massa sangat berperan dalam setiap penentuan makna dari setiap peristiwa yang terjadi.

Maka dari itu, sudah semestinya media massa bisa mewawancarai orang yang mengerti soal kain tradisional atau setidaknya mengenalkan

dengan benar kepada masyarakat persoalan kain tradisional sampai ke akar-akar. Sehingga menyadarkan dan mencerdaskan masyarakat bahwa nilai-nilai budaya itu haruslah dipertahankan, bukan dilupakan bahkan dihilangkan. Peran itu harus diambil oleh media massa di Indonesia, dalam hal ini tabloid *Nova* yang secara terus-menerus menampilkan busana etnik rancangan desainer lokal di rubrik Busana.

Dengan demikian, peneliti melihat bahwa lewat rubrik busana yang tabloid *Nova* suguhkan merupakan wujud upaya tabloid *Nova* untuk memasarkan busana etnik secara masif kepada masyarakat Indonesia, khususnya kaum perempuan. Dengan begitu menumbuhkan sebuah gaya hidup dalam berbusana di berbagai aktivitas perempuan.

Berbicara tentang *fashion* dan busana sebagai bentuk komunikasi, membawa kita pada kajian semiotika, khususnya semiotika Roland Barthes. Akan dibahas sifat tanda, juga akan dipaparkan dua jenis atau tingkat makna (denotasi dan konotasi), serta memaparkan bagaimana tingkat makna tersebut diproduksi. Akhirnya akan dibahas peran tanda dalam kehidupan sosial, seperti hubungan tanda dengan ideologi.

Dari serangkaian konsep dan ide yang diajukan tabloid *Nova* dalam rubrik busana, nampaknya sangat menarik untuk membongkar bagaimana Tabloid *Nova* menjadikan busana etnik sebagai bentuk industri budaya dan budaya populer.

Ada beberapa referensi penelitian yang menjadi pembanding dengan penelitian ini, yang kurang lebih memiliki tema yang sama, antara lain:

1. Trend busana muslimah sebagai budaya populer (Analisis Kritis terhadap Trend Busana Muslimah dalam Rubrik Noor Style di Majalah *Noor*) oleh Cahaya Maulina, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan paradigma kritis. Teori yang digunakan adalah *cultural studies*.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa busana muslimah dalam perspektif *cultural studies* merupakan fenomena budaya yang disorot oleh media massa menjadi budaya populer. Busana muslimah dijadikan komodifikasi yang menuntun pada kapitalisme sebagai hal utama, namun ideologi kapitalis bukanlah hal utama yang mempengaruhi media, melainkan budaya itu sendiri, budaya lokal yang seutuhnya berkembang.

2. Makna *fashion* jilbab (Analisis Semiotika Roland Barthes Makna *Fashion* Jilbab dalam Rubrik Noor Style di Majalah *Noor*) oleh Nurchasanah, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA. Penelitian ini mengkaji makna *fashion* jilbab dalam majalah wanita dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes untuk mengetahui tanda-tanda yang terkandung dalam gambar-gambar



fashion jilbab dan untuk membongkar makna konotatif dan denotatifnya.

Hasil penelitian ini diketahui bahwa *fashion* jilbab ini mempunyai makna denotatif, seperti kombinasi warna, motif, penggunaan aksesoris dan makna konotatif seperti makna warna yang ada pada gambar dan arti gaya jilbab yang dibentuk oleh *stylist* jilbab, serta peneliti juga menemukan mitos jilbab yang terbagi menjadi dua, yaitu mitos wanita kreatif dan wanita cantik. Penelitian ini juga menemukan ideologi kapitalisme yang merupakan pemikiran pokok sebuah industri pasar, termasuk *fashion*.

3. Analisis Wacana Kritis Representasi Modernisasi *Fashion* dalam Rubrik “Fashion” *Majalah Seventeen* oleh Reddia Virginia, Universitas Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis wacana kritis Norman Fairclough.

Hasil penelitian ini adalah representasi modernisasi *fashion* dalam rubrik “Fashion” majalah *Seventeen Indonesia* ditinjau dari teks dan produksi teks bermuatan ideologi kapitalisme Barat yang menolak metanarasi dan terbungkus dalam propaganda gaya hidup yang dilakukan negara Barat, khususnya Amerika. Representasi modernisasi *fashion* di majalah tersebut dianggap realitas gaya berpakaian remaja putri Indonesia yang sebenarnya dan konteks sosial budaya di Indonesia mendukung modernisasi *fashion* berstandar budaya Barat melalui media massa.

Penelitian kali ini punya kelebihan pada objek yang diteliti. Penelitian ini berfokus pada permasalahan busana etnik yang terinspirasi dari kain tradisional tenun ikat, serta pemilihan tabloid sebagai media yang akan diteliti.

Berangkat dari hal di atas, peneliti ingin menjadikan **“Busana Etnik Sebagai bentuk Industri Budaya dalam Rubrik Busana Di Tabloid Nova (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Foto-foto di Rubrik Busana Tabloid Nova Edisi Desember 2013)”** sebagai judul penelitian.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka dalam merumuskan masalah pada penelitian ini yakni:

1. Bagaimana makna denotatif dan konotatif busana etnik pada foto-foto rubrik Busana dalam Tabloid Nova edisi Desember 2013?
2. Bagaimana busana etnik dimitoskan dalam foto-foto pada rubrik Busana dalam Tabloid Nova edisi Desember 2013?
3. Bagaimana praktik ideologi Nasionalisme di tabloid *Nova*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menggali makna denotatif dan konotatif busana etnik pada foto-foto dalam rubrik Busana Tabloid Nova edisi 2013

2. Menjelaskan mitos busana etnik pada foto-foto dalam rubrik Busana Tabloid Nova edisi 2013
3. Membongkar praktik ideologi yang digunakan tabloid *Nova* dalam menyajikan busana etnik di dalam rubrik Busana.

#### 1.4 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka penulis membatasi masalah yang diteliti sebagai berikut :

- a. Feature mengenai busana bercorak kain tradisional pada Rubrik Busana dalam tabloid *Nova*
- b. Feature yang dianalisis adalah yang dimuat pada Rubrik Busana, edisi Desember 2013.

#### 1.5 Kontribusi Penelitian

##### a. Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi massa, khususnya berkaitan dengan Teori Semiotika Roland Barthes. Penelitian ini memberi gambaran kajian semiotika dalam membahas *fashion*, khususnya busana etnik berdasarkan makna denotatif dan konotatif yang bisa memberi penjelasan peran media dalam hal ini media cetak dalam mengartikan sebuah makna gambar atau foto dalam suatu rubrik artikel, juga memberi penjelasan tentang mitos

yang terkandung dalam busana etnik. Selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya.

#### **b. Metodologi**

Secara metodologis penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap penelitian selanjutnya mengenai metodologis analisis semiotika Roland Barthes. Penelitian ini dapat bermanfaat untuk menggali lebih dalam tentang makna denotatif, konotatif, mitos, dan praktik ideolog pada media massa.

#### **c. Sosial**

Secara sosial, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesadaran kepada masyarakat luas tentang *fashion*, khususnya kain tradisional yang merupakan corak busana etnik dalam media cetak. Masyarakat juga diharapkan dapat melestarikan dan tahu keotentikan kebudayaan Indonesia dengan mengenal kain tradisional tenun. Dalam penelitian ini, juga memberi kesadaran kepada media massa agar terus mengenalkan budaya-budaya Indonesia melalui kain tradisional, dengan memberikan informasi yang benar terhadap esensi yang ada dari kain tradisional tersebut.

## 1.6 Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian

Ada beberapa kelemahan dan keterbatasan dalam penelitian ini, di antaranya adalah:

- a. Peneliti tidak bisa mewawancarai salah satu desainer yang membuat busana etnik tersebut, karena minimnya informasi untuk mengakses ke desainer tersebut.
- b. Peneliti juga tidak bisa mewawancarai pakar yang mengerti benar tentang kain tradisional di Indonesia.

## 1.7 Sistematika Penulisan

### **BAB I. PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan penjabaran latar belakang masalah yang akan diteliti beserta rumusan masalah yang akan diteliti, tujuan penelitian, kontribusi penelitian atau manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

### **BAB II. KERANGKA TEORI / KERANGKA PEMIKIRAN**

Pada bab ini akan dijabarkan tentang paradigma hakekat komunikasi, komunikasi massa, jurnalistik, tabloid, dan teori-teori komunikasi lainnya yang terkait dengan penelitian ini.



### **BAB III. METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi metodologi penelitian yang digunakan. Mencakup tentang pendekatan penelitian, metode penelitian, obyek penelitian, metode pengumpulan data, analisis data serta waktu dan lokasi.

### **BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan membahas deskripsi dari objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan penelitian.

### **BAB V: PENUTUP**

Tercantum didalamnya kesimpulan dan saran-saran (saran akademis, saran metodologis, dan saran sosial).



## Daftar Pustaka

- Abdullah, Irwan, 2010. *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan. Cet. IV*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Arifin, Anwar. 2003. *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Barker, Chris. 2005. *Cultural Studies : Teori dan Praktik*, Terj. Tim KUNCI Cultural Studies Centre. Bentang.
- Barnard, Malcolm. 2007. *Fashion Sebagai Komunikasi: Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Budiman, Kris. 2004. *Semiotika Visual*. Yogyakarta: Buku Baik dan Yayasan Seni Cemeti.
- Bulaeng, Andi. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi Kontemporer*. Yogyakarta : Andi
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Prenada Media Group.
- \_\_\_\_\_. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Denzin, Norman K. dan Lincoln, Yvonna S. 2009. *Handbook of Qualitative Research*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Effendy, Onong, Uchjana, 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- \_\_\_\_\_, 2007. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto, 2005. *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKIS.

- Ermanto. 2005. *Menjadi Wartawan Handal dan Profesional*. Yogyakarta: Cinta Pena
- Fiske, John, 1990. *Cultural and Communication Studies : Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- \_\_\_\_\_, 1990. *Introduction to Communication Studies*. London: Routledge.
- Hardiman, F. Budi. 1993. *Menuju Masyarakat Komunikatif*. Yogyakarta: Kanisius.
- Hardt, Hanno. 2007. *Critical Communication Studies* (penrh. Idi Subandy Ibrahim). Yogyakarta: Jalasutra.
- Stokes, Jane. 2006. *How To Do Media And Cultural Studies: Panduan untuk Melaksanakan Penelitian dalam Kajian Media dan Budaya*. Yogyakarta: Bentang Pustaka.
- Kartiwa, Suwati. 1989. *Tenun Ikat*. Jakarta: Djambatan
- \_\_\_\_\_. 2007. *Ragam Kain Tradisional Indonesia Tenun Ikat*. Jakarta: P.T. Gramedia Pustaka Utama
- Kartodirdjo, Sartono. 1992. *Pendekatan Ilmu Sosial Dalam Metodologi Sejarah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kohn, Hans. 1984. *Nasionalisme, Arti Dan Sejarahnya*. PT. Pembangunan: Jakarta
- Kridalaksana, Harimurti. 1984. *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana
- Kusumaningrat, Purnama Kusuma dan Hikmat Kusuma Ningrat. 2005. *Jurnalistik Teori dan Praktik*. Bandung: P.T. Remaja Rosdakarya.
- Madjadikara, Agus S. 2004. *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan*. Jakarta: P.T. Gramedia Pustaka Umum
- McQuail, Denis. 2005. *McQuail's Mass Communication Theory (Fifth Edition)*. London: Sage Publication

Mulyana, Deddy, 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Pawito. 2008. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS

Pareno, Sam Abede. 2005. *Media Massa Antara Realitas dan Mimpi*. Surabaya: Papyrus.

Piliang, Yasraf Amir. 2003. *Hipersemiotika Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jala Sutra

Poloma, Margaret M. 1999. *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta: Rajawali Pers.

Rajasa, Okke Hatta. 2010. *Tenun Handwoven Textiles of Indonesia*. Jakarta: Cita Tenun Indonesia.

Rakhmat, Jalaluddin, 2005. *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sendjaja, Sasa Djuarsa, 2003. *Materi Pokok Pengantar Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka

Severin, Werner .J. dan James W. Tankard, Jr. 2005. *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Edisi Kelima. Jakarta: Prenada Media

Shafer, Boyd C, 1974. *Nationalism: Myth and Reality*. New York : Harcourt Brace Jovanovich

Siregar, Ashadi, 2000. *Bagaimana Mengelola Media Korporasi-Organisasi*. Yogyakarta: Kanisius.

Sobur, Alex. 2009. *Analisis Teks Media*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Sobur, Alex. 2009. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Suhandang, Kustadi. 2004. *Pengantar Jurnalistik Seputar Organisasi, Produk, dan Kode Etik*. Bandung: Nuansa.

Sumadiria, AS. Haris, 2006. *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature (Panduan Praktis Jurnalis Profesional)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Sunardi, St, 2004. *Semiotika Negativa*. Yogyakarta: Buku Baik Yogyakarta

Sutrisno, Mudji dan Hendar Putranto. 2005. *Teor-teori Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius.

Tubbs, Stewart L.Moss, Sylvia, 2001. *Human Communication: Prinsip-prinsip Dasar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Vardiansyah, Dani, 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi: Pendekatan Taksonomi*. Bogor: Ghalia Indonesia

Walgito, Bimo, 2003. *Psikologi Sosial (Suatu Pengantar)*. Yogyakarta: ANDI

Wibisono, Christianto. 1997. *Pengetahuan Dasar Bagi Wartawan Indonesia*. Jakarta: Dewan Pers.

Wibowo, Wahyu, 2007. *Berani Menulis Artikel Babakan Baru kiat Menulis Artikel untuk Media Massa Cetak*. Jakarta: P.T. Gramedia Putaka Utama.

Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: P.T. Gramedia Widiasarana

#### **Internet**

##### **E-BOOK:**

<http://www4.ncsu.edu/~mseth2/com417s12/readings/HallRepresentation.PDF>

Judul: *Representation: Cultural Representation and Signifying Practies* edited by Stuart Hall. London: Sage Publication, 1997, diakses pada 1 Januari 2014 pukul 14.57 WIB.

##### **E-PAPER:**

[http://file.upi.edu/Direktori/FPTK/JUR. PEND. KESEJAHTERAAN KELUARGA/195509291983032-MALLY\\_MAELIAH/Bahan\\_Ajar\\_BU\\_451\\_Inovasi\\_Busana\\_Etnik/BAB\\_V III iNOVASI BUS eTNIK.pdf](http://file.upi.edu/Direktori/FPTK/JUR._PEND._KESEJAHTERAAN_KELUARGA/195509291983032-MALLY_MAELIAH/Bahan_Ajar_BU_451_Inovasi_Busana_Etnik/BAB_V_III_iNOVASI_BUS_eTNIK.pdf)

Judul: *Inovasi Busana Etnik* oleh Mally Maeliah, 2009, diakses pada 1 Januari 2014 pukul 15.57 WIB

[http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/661/jbptunikompp-gdl-regaperdan-33037-10-unikom\\_r-i.pdf](http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/661/jbptunikompp-gdl-regaperdan-33037-10-unikom_r-i.pdf)

Judul: *Tinjauan Motif Songket Palembang Bungo Pacik*, diakses pada 2 September 2014, pukul 0.42 WIB



BLOG:

<http://butskibutong.wordpress.com/kain-tradisional-indonesia-pelangi-budaya-nusantara/>

Judul: *Kain Tradisional Indonesia Pelangi Budaya Nusantara* oleh Syarief Nur Iman, diakses 27 Desember 2013, pukul 00:38 WIB.

<http://uripsantoso.wordpress.com/2011/10/21/arti-warna-dalam-kehidupan-sehari-hari/>

Judul: *Arti Warna dalam Kehidupan Sehari-hari* oleh Prof. Ir. Urip Santoso, S.IKom., M.Sc., Ph.D, diakses pada 15 Mei 2014, pukul 19.54 WIB

<http://elliefashionbag.wordpress.com/2012/03/05/cara-memilih-clutch-bag/>

Judul: *Cara Memilih Clutch Bag* oleh Erry Astari, diakses pada 21 Mei 2014, 19.45 WIB

<http://www.mrslarasati.com/2014/01/jenis-sepatu-wanita.html>

Judul: *Jenis Sepatu Wanita* oleh Mrs.Larasati, diakses pada 21 Mei 2014, pukul 8.59 WIB

MEDIA ONLINE:

[detik.com/news/read/2012/03/091242/1805159/686/cantiknya-sepat-pump-shoes-bagi-si-feminin](http://detik.com/news/read/2012/03/091242/1805159/686/cantiknya-sepat-pump-shoes-bagi-si-feminin), diakses pada 21 Mei 2014, pukul 17.55 WIB

WIKIPEDIA:

[http://id.wikipedia.org/wiki/Kaus\\_tanpa\\_lengan](http://id.wikipedia.org/wiki/Kaus_tanpa_lengan), diakses pada 21 Mei 2014, pukul 20.00 WIB

<http://id.wikipedia.org/wiki/tunik> , diakses pada 21 Mei 2014, pukul 17.45 WIB

## SKRIPSI

Maulina, Cahya, 2008. *Membongkar Tren Busana Muslimah sebagai Budaya Populer (Analisis Kritis Terhadap Tren Busana Muslimah dalam Rubrik Noor Style di Majalah Noor)*. Jakarta: UHAMKA