

# REPRESENTASI PERILAKU BERMEDIA MELALUI IDENTITAS BUDAYA ETNIS TIONGHOA PASCA REFORMASI DALAM BERITA DUKACITA

*by* Dodot Sapto Adi

---

**Submission date:** 08-Feb-2018 08:15AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 912745874

**File name:** 04\_document\_lam\_04.pdf (823.77K)

**Word count:** 9471

**Character count:** 61060

**REPRESENTASI PERILAKU BERMEDIA MELALUI IDENTITAS BUDAYA ETNIS TIONGHOA PASCA REFORMASI DALAM BERITA DUKACITA**

**Dodot Sapto Adi**

*dodotsaptoadi@unmer.ac.id*

38

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Merdeka Malang

**ABSTRACT**

*Newspaper and advertising is an integral and inseparable. Most of the audience considers the obituary is an ad in the newspaper. This is because, to buy the obituary columns in newspapers can inform proclaim the death of the family. And the use these columns is Chinese citizens. As well known community, which in modern society and the election of the trend of using the mass media reflects the status of their lives. Mostly, in their real live, the Chinese community use obituary to deliver message using newspaper. This study discusses the representation of the Chinese Ethnic identity herald in Kompas. Obituaries not only contains a message that informing about obituary and feelings over the death of a family bereavement. However, the ad represents the identity of Chinese community, so as to eliminate the discrimination over Chinese community, such as the use of Chinese letter also Chinese name in public area. Chinese cultural identity represent various kinds of ornaments used in reporting the death in the newspaper. Roland Barthes semiotic method is used to analyze the obituary in the section on Media Kompas Klasika. Representation of Chinese culture through two levels of analysis, the first order of denotation and the second level is at the level of meaning, which means a second connotation and myth. Through this analysis knife, can find the deep process of obituary found in Kompas. The order of denotatif shows the history of the circle that indicates the ethnic Chinese through Chinese writing and the name written. In order of connotation, myth represented the culture and rituals of death. Conclusion is mediated behaviors related to cultural identity which is looks from many aspects such us: photo, written, religion, culture and economic. The media type selected is the tendency of newspapers collaborative , fast and global.*

**Keywords :** *Mediated Behaviors, Identity of Chinese Culture, Obituary, Print Media*

**PENDAHULUAN**

Berita dukacita merupakan kompleksitas simbol sekaligus tanda,

melalui fungsinya digunakan untuk memberitahu tentang adanya kematian dan data-data pihak yang meninggal

seperti alamat duka, waktu meninggal, rencana pemakaman, dan lainnya. Tujuan berita dukacita bagi keluarga memberikan citra positif kepada mendiang. Sehingga, harus dikomunikasikan sebaik-baiknya untuk respon positif seperti melayat, memberi perhatian, bersimpati, atau sekedar ikut berduka.

Menurut Tingboomey dalam Rahardjo (2005:1), identitas kultural merupakan perasaan (*emosional significane*) dari seseorang untuk ikut memiliki (*sense of belonging*) atau berafiliasi dengan kultur tertentu. Masyarakat yang terbagi ke dalam kelompok-kelompok itu kemudian melakukan identifikasi kultural (*cultural identification*) dengan cara masing-masing orang mempertimbangkan diri mereka sebagai representasi dari sebuah budaya partikular.

Tanpa banyak yang menyadari, berita dukacita dalam surat kabar sebenarnya bisa dikatakan sebagai salah satu ruang pemaknaan untuk menunjukkan eksistensi identitas etnik Tionghoa di media. Ketika masa Orde Baru, kebebasan ekspresi budaya Tionghoa dihilangkan oleh Undang-Undang. Namun pasca reformasi 1998, ruang ekspresi bagi etnik Tionghoa dibuka kembali. Apalagi setelah kebijakan Presiden Habibie, kemudian diperkuat oleh Presiden Abdurrahman Wahid yang mengizinkan sepenuhnya ekspresi budaya Tionghoa. Kebebasan menampilkan identitas dan wacana tentang budaya etnik Tionghoa dalam pers Indonesia telah terbuka lebar. Kemudian muncul pers-pers Tionghoa di Indonesia, tapi pers Tionghoa belum menjadi sarana yang efektif untuk menuangkan aspirasi politik atau persoalan SARA. (Wibowo, 2012:649)

Berita dukacita dalam surat kabar merupakan ruang publik yang dapat mencerminkan identitas etnik Tionghoa. Perilaku bermedia etnis Tionghoa bisa

dilihat dari cara mereka menyajikan data mendiang dan komponen lainnya yang disajikan dalam berita dukacita. Dalam beberapa penelitian di berbagai Negara, berita kematian atau dukacita direpresentasikan berbeda sesuai dengan budaya masing-masing Negara. Seperti pada penelitian Oit dan Ugur (2011) yang berjudul "*Representation of Death Culture In The Estonian Press*" menghasilkan kesimpulan bahwa pemberitaan kematian di Negara tersebut dipengaruhi oleh nilai berita yang menekankan aspek kemanusiaan dan emosional budaya kematian di sana. Hal utama yang bisa merepresentasikan berita kematian di Estonia antara lain : proses berkabung, ritual pemakaman, dan ekspresi pengucapan bela sungkawa. Sedangkan bila melihat hasil penelitian "Penggambaran kematian dalam kalimat pembuka iklan berita duka cita berbahasa Jerman dan Indonesia: suatu tinjauan semantic" (Agatha, 2007) bahwa kata-kata yang digunakan untuk mengungkapkan kematian seringkali merupakan suatu bentuk penghalusan (*eufemisme*). Dengan menggunakan gaya bahasa eufemisme pula, dapat diketahui bahwa dalam iklan berita duka cita berbahasa Jerman, kematian digambarkan sebagai akhir kehidupan, perjalanan, tidur, panggilan, kehilangan, dan awal kehidupan baru. Sementara dalam iklan berita dukacita berbahasa Indonesia, kematian digambarkan sebagai akhir kehidupan, awal kehidupan baru, perjalanan, dan panggilan.

Dari hasil penelitian terdahulu terlihat bahwa penyajian berita dukacita dipengaruhi oleh nilai berita serta penggunaan penghalusan bahasa yang digunakan untuk menggambarkan identitas mendiang dan keluarga. Dalam penelitian representasi ini memiliki perspektif yang berbeda dalam pembahasannya yakni dari sisi perilaku bermedia yang dilakukan oleh setiap warga Tionghoa untuk

menggambarkan identitas mereka pasca reformasi dalam berita dukacita, tepatnya di era awal reformasi.

Hal tersebut bisa dilihat dalam Kolom Klasika (Klasifikasi Iklan) Obituari Harian Kompas Februari 2008 yang berada di lembar Jawa Timur memuat berita kematian atau dukacita etnis Tionghoa. Awal tahun 2008, pemberitaan tentang Etnis Tionghoa masih memasuki babak awal pasca reformasi. Fenomena tersebut memiliki kaitan dengan perilaku bermedia yang meliputi motif menggunakan media serta cara mereka dalam menggunakan media melalui perangkat foto serta kalimat yang disajikan dalam pemberitaan. Di dalamnya berisikan banyak simbol yang merepresentasikan identitas budaya mereka dan cara mereka bermedia. Sehingga dalam penelitian ini melihat dari sisi cara etnis Tionghoa dalam menggunakan media melalui identitas budaya etnis tionghoa dalam berita dukacita pasca reformasi.

## LANDASAN KONSEPTUAL

### Surat Kabar Sebagai Bagian dari Media Massa

Surat kabar merupakan kata Bahasa Indonesia untuk kata Bahasa Inggris *newspaper*. Disebut 'surat kabar' karena pada awal keberadaannya hanya berisi kabar atau berita. Belum ada gambar-gambar baik berupa foto berita (*news photo*) maupun berupa foto hiburan (*entertained photo*). Dalam surat kabar, berita menjadi produk unggulan yang ditawarkan kepada masyarakat. Masyarakat telah memberikan fungsi utama surat kabar sebagai institusi yang menyebarluaskan informasi. Namun

28 dalam perkembangannya bila disadari, di balik pesan yang disampaikan lewat surat kabar, tersembunyi berbagai muatan ideologis yang menyuarakan kepentingan pihak-pihak tertentu yang memiliki "kuasa". Bentuk pesan bermuatan ideologis yang paling nyata dalam surat kabar adalah berita dan iklan (Pareno,2005:22).

Rhenald Kasali 36 (1995:100) berpendapat bahwa surat kabar merupakan salah satu media penyampai pesan yang 5 mempunyai jangkauan luas dan massal. Surat kabar memiliki fungsi utama dan fungsi sekunder, fungsi utama dari konten surat kabar adalah untuk menginformasikan kepada pembaca secara objektif tentang apa yang terjadi dalam suatu komunitas, negara dan dunia (*to inform*); mengomentari berita yang disampaikan dan mengembangkannya ke dalam fokus berita (*to comment*); dan menyediakan keperluan informasi bagi pembaca yang membutuhkan barang dan jasa melalui pemasangan iklan di media (*to provide*).

Sementara fungsi sekunder surat kabar untuk mengkampanyekan proyek-proyek yang bersifat kemasyarakatan yang diperlukan sekali untuk membantu kondisi-kondisi tertentu; memberikan hiburan kepada pembaca dengan sajian cerita komik, kartun, dan cerita-cerita khusus; melayani pembaca sebagai konselor yang ramah, menjadi agen informasi dan memperjuangkan hak.

Sistem komunikasi juga mampu mengubah kebudayaan melalui teknologi komunikasi yang digunakan dalam media massa. 13 Menurut Innis

"bahwa berbagai media komunikasi yang ada telah mempengaruhi bentuk-bentuk organisasi sosial. Itu

berarti media juga mempengaruhi jenis-jenis asosiasi manusia yang berkembang pada berbagai periode. Karena pola-pola asosiasi itu tidak bebas dari pengetahuan manusia-bahkan pembentukan asosiasi itu menuntut kesadaran/kesengajaan-maka penerapan kontrol terhadap komunikasi sama saja dengan penerapan kontrol terhadap kesadaran dan organisasi-organisasi social. Innis menyatakan bahwa setiap tahapan peradaban Barat dapat dikenali dengan dominasinya suatu jenis media komunikasi.” (Rivers; 2008: 35)

Dengan kata lain, pesan dalam media komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai informasi bagi audiens. Namun, media massa (media komunikasi) juga digunakan sebagai penopang industri yang bisa menghasilkan uang. Dilanjutkan dalam River bahwa pengiklan terkadang bahkan menuntut koran untuk membuat tajuk rencana yang persis sesuai dengan kepentingannya. Kelemahan media cetak tidak terletak pada iklan, namun karena hakikat komersial dari usaha penerbitan itu sendiri:

“Pengiklan mau membayar mahal terutama karena sirkulasi. Semakin besar sirkulasi sebuah koran, akan kian tertarik para pengiklan itu, dan akan kian mahal sewanya. Ini adalah sejenis produk ganda. Anda harus mencetak sirkulasi besar dulu sebelum memasang tarif tinggi. Namun bukan sirkulasi tinggi itu yang akan mendatangkan keuntungan, namun sirkulasi akan mendatangkan iklan yang mahal. Ini mirip dengan peternak. Mereka untung bukan karena jerami atau jagung di kebunnya, akan tetapi karena ternak-ternak yang gemuk berkat jerami dan jagung yang ada di ladangnya itu.” (River; 2008 : 324)

## Representasi Identitas Budaya dalam Media Massa

Istilah representasi biasanya menunjuk pada cara menampilkan dan memberitakan seseorang, suatu kelompok, gagasan atau pendapat tertentu. Pemaknaan representasi dapat menunjukkan seseorang atau kelompok itu diberitakan apa adanya. Bentuk representasi berupa kata, kalimat, dan foto macam apa seseorang, kelompok, atau gagasan tersebut ditampilkan dalam pemberitaan kepada khalayak.

Menurut Stuart Hall (1992:275), identitas seseorang tidak dapat dilepaskan dari sense (rasa/kesadaran) terhadap ikatan kolektivitas. Dari pernyataan tersebut, maka ketika identitas diformulasikan sebagai sesuatu yang membuat seseorang memiliki berbagai persamaan dengan orang lain, maka pada saat yang bersamaan juga identitas memformulasikan keberbedaan atau sesuatu yang diluar persamaan-persamaan tersebut. Sehingga karakteristik identitas bukan hanya dibentuk oleh ikatan kolektif, melainkan juga oleh kategori-kategori pembeda (*categories of difference*).

Identitas menurut Jeffrey Week adalah berkaitan dengan *belonging* tentang persamaan dengan sejumlah orang dan apa yang membedakan seseorang dengan yang lain. Pendapat Jeffrey Week tersebut menekankan pentingnya identitas bagi tiap individu maupun bagi suatu kelompok atau komunitas. Namun demikian, sebenarnya akan lebih mudah bila kita memahami konsep identitas ini dalam bentuk contoh. Ketika seseorang lahir, ia tentu akan mendapatkan identitas yang bersifat fisik dan juga non-fisik. Identitas fisik yang terutama dimiliki adalah apakah ia berjenis kelamin pria atau wanita. Sedangkan untuk identitas non-fisik adalah nama yang digunakan, juga status yang ada pada keluarga pada saat

1 dilahirkan. Identitas dalam sosiologi maupun politik biasanya dikategorikan menjadi dua kategori utama, yakni identitas sosial (kelas, ras, etnis, gender, dan seksualitas) dan identitas politik (nasionalitas dan kewarganegaraan (*citizenship*)). (Widayanti; 2009 : 14)

Menurut Abdillah (2002:27) representasi identitas budaya terkait dengan politik identitas ini terkait dengan upaya-upaya mulai sekedar penyaluran aspirasi untuk mempengaruhi kebijakan, penguasaan atas distribusi nilai-nilai yang dipandang berharga hingga tuntutan yang paling fundamental, yaitu penentuan nasib sendiri atas asas keprimordialan.

Konsep identitas etnis memiliki keterkaitan dengan cara mereka menggunakan dan mengonsumsi media massa. Bagi Medina, media massa juga menciptakan realitas kedua setelah realitas yang sesungguhnya. Realitas kedua meliputi narasi yang mengatur hubungan pesan yang kacau bahkan sangat bermakna. (Medina: 2003: 47)

Realitas media massa berupa konten pesan baik tulisan maupun gambar ataupun visualisasi warna. Pesan yang disampaikan merepresentasikan ideologi dan budaya. Senada dengan yang disampaikan dalam Fiske bahwa foto mengundang untuk menganggap identitas sosial digunakan agar mampu melakukan *decoding* gambar sesuai dengan kode-kode dominan, atau dengan kata lain, mampu sampai pada makna yang dipilih gambar itu sendiri. Pembaca dan teks sama-sama menghasilkan makna terpilih (*preferred meaning*), dan dalam kolaborasi ini pembaca adalah seseorang dengan serangkaian relasi tertentu dengan system

nilai dominan dan pada bagian lain masyarakatnya. (Fiske: 2011, 228)

Berita dukacita merepresentasikan budaya masyarakat Tionghoa dalam bermedia. Dalam Fiske (2011:30) juga menyebutkan bahwa tanda-tanda memberikan mitos dan nilai bentuk yang konkret dan dengan cara demikian keduanya mengabsahkan tanda dan membuat tanda bersifat publik. Dalam penggunaannya tanda tersebut menjada serta memberikan makna pada ideologi, di sisi lain manusia juga dibentuk oleh ideologi tersebut melalui respons terhadap tanda-tanda ideologis tersebut. Identifikasi kultural bisa diketahui ketika tanda membuat mitos dan nilai menjadi publik. Dengan kata lain hal ini memungkinkan para anggota dari suatu kebudayaan untuk mengidentifikasi keanggotaannya atas kebudayaan tersebut melalui penerimaan mereka pada mitos dan nilai-nilai bersama.

Bagi Barthes, faktor penting dalam konotasi adalah penanda dalam tatanan pertama. Penanda tatanan pertama merupakan tanda konotasi. Setiap pesan dalam media massa merupakan pertemuan *signifier* (lapisan ungkapan) dan *signified* (lapisan makna). Lewat unsur visual diperoleh dua tingkatan makna, yakni makna denotatif yang didapat pada semiosis tingkat pertama dan makna konotatif yang di dapat dari semiosis tingkat berikutnya. Pendekatan semiotik terletak pada *signified*, makna pesan dapat dipahami secara utuh. (Tinarbuko, 2009 : 15)

#### Semiotik Komunikasi Visual

Kasali dalam Tinarbuko (2009:29) memaknai iklan bukan semata-mata pesan bisnis yang hanya berbicara

usaha mencari keuntungan sepihak. Iklan juga mempunyai peran yang sangat penting bagi berbagai kegiatan non bisnis. Di Negara maju, iklan telah dirasakan banyak manfaatnya dalam menggerakkan solidaritas masyarakat saat menghadapi masalah sosial tertentu. Dalam iklan tersebut, disajikan pesan sosial untuk menggugah kepedulian sosial masyarakat terhadap fenomena sosial di sekitar mereka.

Semiotika tidak hanya sekedar mengungkapkan makna dibalik tanda, namun semiotika juga menjelaskan kompleksitas relasi tanda, citra dan realitas. Jean Baudrillard, kompleksitas tersebut dijelaskan melalui citra yang merupakan refleksi dari realitas, yang di dalamnya terdapat sebuah tanda yang merepresentasikan sebuah realitas (*representation*). Penjelasan kedua, citra menanggapi dan memutar balik realitas, seperti yang terdapat pada kejahatan (*malefice*). Ketiga, citra menanggapi ketiadaan realitas, seperti ilmu sihir yang dapat menyulap sesuatu. Keempat, citra tidak memiliki kaitan dengan realitas apapun, disebabkan citra merupakan simulacrum diri sendiri (*pure simulacrum*), yang prosesnya disebut simulasi (*simulation*). Dalam hal ini sebuah tanda tidak berkaitan dengan realitas apapun di luar dirinya, oleh karena itu tanda merupakan salinan dari dirinya sendiri – *pure simulacrum*. (Piliang, 2005 : 4)

Saussure merumuskan tanda sebagai kesatuan dari dua bidang yang tidak bisa dipisahkan - seperti halnya selembar kertas - yaitu bidang penanda (*signifier*) atau bentuk dan bidang petanda (*signified*): konsep atau makna. Berkaitan dengan piramida pertandaan ini (tanda – penanda - petanda), Saussure menekankan dalam teori semiotika perlunya konvensi sosial, di antaranya komunitas bahasa tentang makna satu tanda. Jadi kesimpulan Yasraf berdasar

rumusan Saussure adalah satu kata mempunyai makna tertentu disebabkan adanya kesepakatan sosial di antara komunitas pengguna bahasa tentang makna tersebut. (Tinarbuko, 2003:12)

### Kematian dan Media Massa

Hasil penelitian Field (2003) terdapat beberapa komponen yang harus dipehatikan dalam proses produksi pesan dalam media massa, pertama proses produksi kinerja-teks, kinerja, gambar itu sendiri dalam media massa, dan bagaimana penonton menerima dengan logis konten serta merespon itu. Yang kedua ini teks atau *Image*, adalah jauh yang paling mudah untuk belajar, bisa dilihat dari pemilihan warna, bentuk atau jenis huruf hingga sudut dalam pengambilan gambar hingga teknik pengambilan gambarnya.

Menurut Lemming (2002) dalam artikel ilmiahnya, bahwa kematian bukanlah hal yang mengerikan bagi mereka yang ditinggalkan. Hal ini dikarenakan mereka masih bisa melakukan rangkaian acara pemakaman dan penerbitan berita duka. Dan Hanush (2010) juga mengatakan bahwa kita sekarang hidup di dunia dimana siapa saja dengan koneksi internet bisa menerbitkan berita tentang kematian, dan akibatnya, media massa arus utama tradisional tidak lagi satu-satunya aktor untuk membuat pemberitaan kematian kepada publik. Hal ini menyebabkan penerbitan citra grafis sedang terkikis oleh media yang memungkinkan pengguna memuat sendiri berita kematian, audiens dimanjakan dengan kecepatan mengakses informasi akan tetapi tidak menjamin kualitas konten pesan yang disampaikan di dalamnya.

Etnis Tionghoa merupakan etnis yang mampu bersinergi di media massa untuk menyetarakan status kewarga negaraan mereka. Dari berbagai etnis pendatang tersebut yang paling banyak

1 terlihat membur dalam struktur masyarakat Indonesia adalah etnis Tionghoa. Jumlah penduduk Indonesia Tionghoa naik sekitar 1,45% sampai 2,04% setiap tahun. (Suryadinata, 2010:5)

Perkembangan kondisi sosial dan politik etnis Tionghoa sangat dinamis. Pada masa orde baru etnis Tionghoa mengalami diskriminasi yang sangat luar biasa. Tidak hanya pada penggunaan hak berpolitik, namun penggunaan dan pendistribusian pes<sup>1</sup> melalui media massa juga dibatasi. Walaupun Indonesia negara multietnis namun sikap *prejudice* terhadap etnis Tionghoa, masih berlangsung sampai saat ini. Pada masa orde lama dan orde baru, kekuatan etnis Tionghoa ini sering termarginalkan secara politik. Mereka tidak mer<sup>1</sup>unyai wadah khusus untuk meyalurkan aspirasi politik mereka yang mengakibatkan terjadinya perubahan identitas etnis Tionghoa. (Mahfud, 2013: 160) <sup>6</sup>

Menurut Juliastutik (2010) pada dasarnya, sejak reformasi bergulir, terdapat lima kelompok politik utama dalam masyarakat Tionghoa. Mereka adalah: (1) yang merasa perlu menonjolkan identitas dalam berpolitik, dengan mendirikan partai Tionghoa, (2) yang merasa perlu memperjuangkan platform persamaan hak dalam sebuah partai politik, misalnya dengan mendirikan partai Bhineka Tunggal Ika, (3) kelompok yang menginginkan sebuah forum yang memberikan tekanan terhadap pemerintah untuk membela hak-hak mereka, (4) mereka yang membentuk paguyuban, kelompok atau organisasi massa karena rasa senasib dan sepenanggungan, (5) mereka yang bergabung ke dalam partai-partai

nasionalis, partai-partai Islam dan partai-partai Kristen yang ada dan bersedia menerima mereka.

Etnis Tionghoa memiliki banyak kebudayaan yang berhubungan dengan kehidupan manusia. Menurut pandangan tradisional masyarakat Tionghoa kematian yang biasa disebut "*Im*" merupakan salah satu fase dari empat fase terpenting dalam kehidupan manusia. Keempat fase yang dimaksud adalah kelahiran, beranjak dewasa, pernikahan, dan kematian (Yusuf, 2005:63).

Cliffor<sup>7</sup> Geertz dalam Yusuf (2005:60), memberikan pandangan berbeda tentang kematian dalam kehidupan manusia di dunia ini. Ia mengkategorikan makna kematian menjadi tiga. Pertama, versi Islam mengenai suatu konsep balas jasa abadi, termasuk hukum dan pahala di akhirat berdasarkan dosa dan amal di dunia. <sup>7</sup>edua, adalah konsep sempurna yang memberikan indikasi bahwa kepribadian suatu individu menghilang sesudah ia meninggal dan tak ada lagi yang tinggal kecuali debu. Ketiga, pandangan tentang reinkarnasi, yaitu bahwa ketika seorang individu meninggal, segera sesudah itu jiwanya masuk ke dalam suatu embrio dalam rangka kelahiran kembali. Oleh karena itu makam sangat berarti bagi seseorang yang telah meninggal.

Dari konsep yang telah dijelaskan di atas bahwa kaum Tionghoa menganut konsep kematian yang ketiga yakni menganut adanya reinkarnasi, sehingga ritual setelah kematian menjadi sesuatu yang sangat berarti. Pemberitaan kematian di media massa menjadi satu kesatuan ritual yang dilakukan masyarakat Tionghoa untuk melengkapi



kesempurnaan atas meninggalnya kerabat mereka.

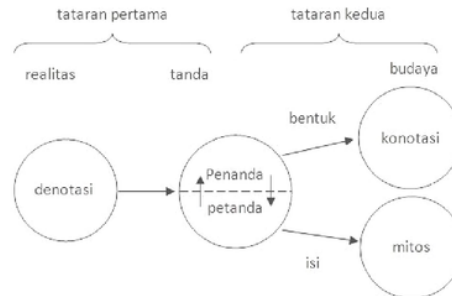
### METODE PENELITIAN

Penelitian kualitatif yang menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, fokusnya pada :

1. Tanda yang merepresentasikan identitas budaya etnik Tionghoa dalam berita dukacita.
2. Pengidentifikasi makna denotatif pada tatanan pertama, konotasi dan mitos pada tatanan kedua.

Unit analisis dipilih yang mewakili kategori yang sesuai menggambarkan representasi identitas budaya etnik Tionghoa, yakni foto mendiang, penggunaan kata atau huruf, simbol agama dan ekonomi. Saussure merumuskan tanda sebagai kesatuan dari dua bidang yang tidak bisa dipisahkan, seperti halnya selembar kertas. Dimana ada tanda di sana terdapat sistem. Artinya, sebuah tanda (berwujud kata atau gambar) mempunyai dua aspek yang ditangkap oleh indra kita yang disebut *signifier*, bidang penanda atau bentuk. Aspek lainnya disebut *signified*, atau bentuk dan bidang petanda konsep atau makna. Aspek kedua terkandung dalam aspek pertama. Jadi petanda merupakan konsep atau apa yang dipresentasikan oleh aspek pertama. Berkaitan dengan piramida pertandaan ini (tanda-penanda-petanda), Saussure menekankan dalam teori semiotika perlunya konvensi sosial, di antaranya komunitas bahasa tentang makna satu tanda. Jadi kesimpulan Yasraf berdasar rumusan Saussure adalah satu kata mempunyai makna tertentu disebabkan adanya kesepakatan sosial di antara komunitas pengguna bahasa tentang makna tersebut. (Tinarbuko, 2009 :13)

Adapun jika digambarkan dalam bentuk bagan, analisis semiotika Roland Barthes adalah sebagai berikut :



Gambar Metode Analisis Semiotika Roland Barthes

### Analisis Hasil

Kolom *Obituari* dalam harian Kompas memiliki kekhasan yakni berisikan berita dukacita atau kematian. Etnis Tionghoa memanfaatkan nilai sakral kematian untuk meneguhkan status sosial dalam masyarakat. Rasa hormat etnis Tionghoa terhadap kematian inilah yang kemudian dimunculkan lewat berita dukacita. Di dalam kolom tersebut, terdapat komponen identitas untuk melihat perilaku bermedia etnis Tionghoa. Identitas yang dianalisis dalam penelitian ini mencakup aspek foto, penggunaan nama, agama, budaya serta ekonomi.

Dari aspek foto, digunakan untuk melihat karakteristik mendiang serta keluarganya yang digambarkan dalam pemberitaan dukacita. Sedangkan aspek nama, melihat dari pemilihan nama Indonesia atau Tionghoa. Selain itu, prioritas penggunaan nama Tionghoa atau nama Indonesia juga menjadi elemen analisis dalam penelitian ini. Dari aspek agama, analisis dilakukan dengan melihat kalimat yang mengandung unsur keagamaan seperti misalnya penggunaan istilah dukacita serta prosesi upacara yang dilakukan sebelum pemakaman.

Untuk melihat dari aspek budaya, dapat dilihat dari prosesi pemakaman seperti misalnya proses kremasi atau prosesi pemakaman jenis lainnya. Sedangkan dari aspek ekonomi, analisis dilakukan dengan memperhatikan kalimat serta logo yang menggambarkan aspek ekonomi, seperti misalnya logo perusahaan atau penyebutan kerabat yang turut menuliskan bela sungkawa yang

menyebutkan latar belakang ekonomi mereka. Melalui analisis lima aspek di atas, menghantarkan pada proses analisis lanjutan yakni untuk mengetahui perilaku bermedia mereka.


Terdapat empat berita dukacita dalam Harian Kompas pada Februari 2008 yang dianalisis dalam penelitian ini antara lain berita dukacita atas nama :

**Tabel Nama Mending Berita Dukacita**

No	Nama Mending (Indonesia)	Nama Mending (Tionghoa)
1.	Soewondo	Tjo Gie Sing
2.	Sunaryeo	Yeo Boen Sim
3.	Henky Widjaja	Liong Tek Hin
4.	Teddy Suryadi Rusli	Lie Tek Liong

### 1. Representasi Foto dalam Berita Dukacita




**Table Representasi Foto**

Tatanan Pertama		Tatanan Kedua	
Gambar/Tulisan	Makna Denotasi	Makna Konotasi	Mitos
 <p>Soewondo</p>	<p>Dalam foto, mending terlihat memakai kemeja putih polos. Soewondo memiliki style rambut belah pinggir. Dalam foto dihiasi bingkai motif bunga dibagian kiri bawah.</p>	<p>Soewondo meninggal dalam usia 90 tahun, namun foto yang digunakan dalam berita dukacita Soewondo saat mending berusia 70 tahunan.</p>	<p>Dalam foto tersebut mengidentifikasi bahwa sosok Soewondo adalah seseorang yang rendah hati, dengan hanya berpakaian kemeja biasa dan sederhana.</p>

 <p>Sunaryeo</p>	<p>Kemeja putih dengan motif garis hitam, kepala dengan dahi yang agak luas, indikasi orang yang sudah berumur, sering berpikir.</p>	<p>Sunaryeo meninggal dalam usia 56 tahun dan foto yang ada dalam berita dukacita cukup mewakili bahwa Sunaryeo berusia 50 tahunan.</p>	<p><i>Sunaryeo</i> mencirikan pribadi yang tangguh, pemikir dan bertanggung jawab dalam mengurus keluarganya. Di sisi lain mending memiliki kepribadian yang santai, apa adanya dan sederhana.</p>
 <p>Henky Widjaja</p>	<p>Foto Henky Widjaja/ Liong Tek Hin adalah lelaki bermata sipit, memakai kemeja putih dan dasi dengan rambut belah pinggir. Sedangkan Frame adalah border/garis tepi yang mmbingkai sebuah iklan dukacita.</p>	<p>Bila dilihat dari foto yang dipasang, foto Henky Widjaja mengartikan bahwa gambar tersebut diambil pada saat usianya paruh baya. Hal ini dapat dilihat dari penjelasan usia Henky Widjaja saat meninggal, yaitu usia 83 Tahun, sedangkan foto tersebut menggambarkan Henky disaat usianya sekitar 50 tahunan.</p>	<p>Foto Henky menggambarkan pribadi yang beredukasi, memiliki karir yang bagus mapan dan berjiwa pemimpin, terlihat dari setelan hem dan dasi, serta dari rambutnya.</p>
 <p>Teddy Suryadi Rusli</p>	<p>Teddy Suryadi Rusli sosok pria bermata sipit, memakai hem batik, dengan rambut licin ke belakang. Di kepala bagian kanan sudah terlihat uban meskipun tidak merata (satu sisi).</p>	<p>Teddy Suryadi Rusli meninggal dalam usia 70 tahun. Dalam foto, cukuo mewakili juga bahwa Teddy berusia 70 tahun.</p>	<p>Sosok wibawa dan rendah hati terbesit dalam penampilan foto Teddy Suryadi Rusli ini. Namun, mending juga tergolong laki-laki yang memperhatikan penampilannya Nampak bahwa rambutnya menggunakan cat rambut.</p>

## 2. Representasi Nama dalam Berita Dukacita

Table Representasi Nama

Tatanan Pertama		Tatanan Kedua	
Gambar/Tulisan	Makna Denotasi	Makna Konotasi	Mitos
	Font “Soewondo” menggunakan jenis Arial Black Size 36-Capslock dan “Tjo Gie Sing” nama Tionghoanya menggunakan Rockwell Extra Bold 26, font “Usia 90 Tahun” jenis Gill Sans MT size 12.	Mendiang memiliki dua nama diri, yaitu Soewondo sebagai nama non-Tionghoa, dan Tjo Gie Sing sebagai nama Tionghoa.	Mendiang Soewondo memiliki marga Tjo, jadi nama anak keturunannya pun akan diawali oleh <i>Tjo</i> baru dilanjutkan dengan nama belakang. Soewondo lebih mengedepankan budaya Jawanya.
	Font nama Tionghoa “Yeo Boen Sin” menggunakan jenis Arial Narrow 24-Capslock sedangkan “Sunaryeo” menggunakan jenis huruf Arial Narrow 24, font “Dalam Usia 56 Tahun” jenis Arial 16.	Mendiang memiliki dua nama diri, yaitu Sunaryeo sebagai nama non-Tionghoa, Yeo Boen Sin sebagai nama Tionghoa, dan Sunaryeo sebagai nama non-Tionghoa, serta aksara Cina bertuliskan Yeo Boen Sin.	Nama Sunaryeo mungkin agak aneh dan sulit disebutkan, karena kebanyakan orang mempunyai nama <i>Sunaryo</i> , namun <i>Sunaryeo</i> digunakan untuk menyisipkan nama depan atau nama marganya yaitu <i>Yeo</i> .
	Font “Henky Widjaja” jenis Arial Size 28-	Mendiang memiliki dua nama diri. Henky Widjaja	Mendiang sepertinya lebih ingin dikenal sebagai Henky Widjaja

	Capslock dan nama Tionghoa “Liong Tek Hin” menggunakan Arial Size 28, font “Dalam usia 83 Tahun” jenis Arial size 12.	sebagai nama non-Tionghoa dan Liong Tek Hin sebagai nama Tionghoa, serta terdapat tulisan dalam aksara cina Liong Tek Hin.	daripada <i>Liong Tek Hin</i> , hal ini tampak pada penulisan nama yang mendahulukan nama non-Tionghoa daripada nama Tionghoa-nya, juga terlihat dari penulisan nama anak-anak, ditulis menggunakan nama non-Tionghoa.
<b>李德隆</b> <b>LIE TEK LIONG</b> (TEDDY SURYADI RUSLI)	font nama Tionghoa “Lie Tek Liong” jenis Arial Black 18-Capslock dan “Teddy Suryadi Rusli” Calibri 16, font “Dalam Usia 56 Tahun” jenis Arial 14.	Mendiang memiliki dua nama diri, yaitu Lie Tek Liong sebagai nama Tionghoa dan Teddy Suryadi Rusli sebagai nama non-Tionghoa, serta tulisan aksara Cina Lie Tek Liong.	Lie Tek Liong lebih dikenal sebagai Teddy Suryadi Rusli. Hal ini terlihat dari nama-nama keluarga yang juga lebih memperkenalkan diri dengan nama non-Tionghoanya. Mendiang lebih mengedepankan budaya Tionghoa yang dimiliki oleh keluarganya.

### 3. Representasi Agama Berita Dukacita

#### 1. Berita Dukacita Soewondo/*Tjo Gie Sing*

**Tabel Representasi Agama**

Tatanan Pertama		Tatanan Kedua	
Gambar/Tulisan	Makna Denotasi	Makna Konotasi	Mitos
<b>REST IN PEACE</b>	Rest In Peace berarti beristirahat dengan tenang. Biasanya disingkat R.I.P.	Menunjukkan ungkapan universal terhadap kematian.	Meskipun Rest In Peace/R.I.P telah menunjukkan ungkapan universal terhadap kematian, namun karena dilestarikan oleh penganut Kristen/Katolik, maka R.I.P merupakan identitas bagi agama yang dianut mendiang semasa hidupnya, yaitu Kristen/Katolik.

29

<p>“Telah pulang ke rumah Bapa di surga...”</p>	<p>Berarti Soewondo telah meninggal dunia dan kembali (pulang) kepada Tuhan (Bapa).</p>	<p>Pulang artinya kembali ke tempat manusia berasal. Rumah asal adalah rumah yang penuh dengan kesenangan bersama Allah. Dan satu hal yang pasti, tiap manusia memang harus pulang ke rumah Bapa (kematian).</p>	<p>Manusia diciptakan oleh Tuhan dari debu dan tanah. maka sewaktu meninggal kembali atau pulang ke pangkuan Sang Pencipta.</p>
<p>“...akan diadakan Upacara Gerejani”</p>	<p>Mengindikasikan bahwa ritual kematian yang akan dilaksanakan menggunakan tata cara agama Kristen.</p>	<p>Upacara gerejani biasanya berurutan sejak hari meninggal. Sebelum mendiang di makamkan, pada saat di pemakaman, dan malam setelah mendiang dimakamkan.</p>	<p>Keluarga Kristen akan mengadakan sejumlah rangkaian kebaktian dan doa selama masa berkabung. Mulai dari kebaktian tutup peti, kebaktian penguburan, kebaktian penghiburan, hingga kebaktian memperingati 40 hari.</p>

2. Berita Dukacita Sunaryeo/Yeo Boen Sin

**Tabel Representasi Agama**

Tatanan Pertama		Tatanan Kedua	
Gambar/Tulisan	Makna Denotasi	Makna Konotasi	Mitos
<p>“Berangkat dari Rumah Duka pukul 11.00 WIB ke VIHARA Cilincing”</p>	<p>Disebutkan bahwa dari rumah duka, mendiang akan dibawa menuju Vihara di</p>	<p>Mengungkapkan bahwa Sunaryeo adalah pemeluk agama Budha, seperti diketahui</p>	<p>Di vihara akan dilaksanakan beberapa upacara berkaitan dengan pemakaman, yaitu Upacara</p>

	Cilincing untuk melakukan acara pemakaman selanjutnya.	bahwa Vihara adalah tempat ibadah umat Budha.	<sup>2</sup> sembahyang (Puja Laya) dilaksanakan di rumah kediaman mendiang atau di rumah duka dengan pembacaan Paritta Pali (tradisi Theravada) dan pembacaan Liam Keng/ Mantram & Sutra (tradisi Mahayana) secara bergantian. Upacara sembahyang ini bertujuan untuk memberikan ketenangan batin bagi orang yang telah meninggal dunia, agar dapat terlahir kembali di alam yang lebih baik dan lebih berbahagia dalam kehidupannya yang akan datang (reinkarnasi).
<b>BERITA DUKA CITA</b>	Kalimat pembuka yang menginformasikan bahwa jenis berita tersebut adalah berita dukacita.	Mengungkapkan bahwa berita kematian Sunaryeo merupakan berita yang membawa kedukaan bagi keluarga mendiang.	Penyebutan berita dukacita sebagai pengganti nama berita kematian sering digunakan dengan alasan untuk memperhalus bahasa. Meskipun esensinya sama, kata “berita duka” lebih berkonotasi positif dibanding “kematian”, sehingga secara normal berita kematian disebut sebagai berita dukacita

			atau berita duka. Pilihan kalimat tersebut juga menunjukkan yang lebih cenderung pada budaya dominan yang ada di Indonesia. Dengan kata lain penggunaan istilahnya lebih umum.
--	--	--	--

3. Berita Dukacita Henky Widjaja/Liong Tek Hin

Tabel Representasi Agama

Tatanan Pertama		Tatanan Kedua	
Gambar/Tulisan	Makna Denotasi	Makna Konotasi	Mitos
<p>10</p> <p><i>Telah meninggal dunia dengan tenang pada hari Minggu, 18 Juli 2010 pukul 22.10 WIB di RS Pantai Indah Kapuk Jakarta. Suami, Papa, Papa Mertua, Kung-Kung kami yang tercinta Henky Widjaja dalam usia 83 tahun. Jenazah akan disemayamkan di Rimah Duka Atma Jaya Lt.Dasar Ruang C-D. Jl Pluit Raya No.2</i></p>	<p>Berita dukacita Henky Widjaja pada dasarnya tidak menunjukkan simbol-simbol agama tertentu secara jelas. Namun tayangan berita ini bisa diartikan merepresentasikan agama Tri Dharma/ Konghucu. Lewat peluang pilihan karakteristik agama.</p>	<p>Henky Widjaja memeluk agama Tri Dharma/ Konghucu. Hal ini dilihat dari kalimat “Berita Dukacita” dan “Telah meninggal dunia dengan tenang”. Umumnya kepercayaan dan Agama mendiang bisa dilihat dari Headline dan bodycopy, karena kalimat-kalimat yang tertulis biasanya mewakili dari sebuah agama atau kepercayaan.</p>	<p>Tri Dharma dan Konghucu cenderung tidak menampilkan simbol-simbol berkaitan dengan agama tersebut karena keberadaannya belum resmi diakui, bahkan secara politis agama tersebut dilarang untuk ditampilkan dimuka umum, hal ini berdasarkan Instruksi Presiden No.14 tahun 1967. Keluarga mendiang yang beragama Konghucu cukup menulis headline dukacita dengan frasa “Dukacita” atau “Berduka Cita”.</p>



<p>10  <i>Jakarta Utara.                  Dan akan                  dikremasikan                  pada hari                  Kamis, tanggal                  22 Juli 2010.                  Berangkat dari                  Rumah Duka                  pukul 08.00 WIB                  ke Krematorium                  NIRWANA –                  Marunda</i></p>			
---	--	--	--

4. Berita Dukacita Teddy Suryadi Rusli/*Lie Tek Liong*

**Tabel Representasi Agama**

Tatanan Pertama		Tatanan Kedua	
Gambar/Tulisan	Makna Denotasi	Makna Konotasi	Mitos
41 <i>“Tuhan yang memberi, TUHAN yang mengambil, terpujilah nama TUHAN” (AYUB 1:21)</i>	Merupakan ayat yang diambil Dari Alkitab, yaitu AYUB 1:21.	Potongan ayat dari Kitab Injil mengindikasikan bahwa sesuai dengan ajaran kitab suci (Firman Tuhan).	Kematian bagi orang Kristen sepenuhnya adalah milik Tuhan. Karenanya Tuhan yang menguasai hidup dan mati seseorang. Ketika Tuhan telah mengambil hidup seseorang, maka keluarga yang ditinggalkan tidak boleh terlalu lama berduka, karena orang yang telah meninggal dipercaya telah bahagia bersama Allah di surga dan yang masih tinggal di dunia memiliki banyak tugas dan kewajiban hingga saatnya dipanggil juga. Menggambarkan mendiang sebagai penganut Kristen yang taat.
<i>“Kebaktian tutup peti... Kebaktian penghiburan</i>	Termasuk dalam kategori upacara Gerejani	Upacara gerejani ini dilaksanakan oleh pihak	Keluarga Teddy Suryadi Rusli adalah keluarga yang taat beribadah. Terlihat dari jadwal lengkap rangkaian acara untuk

..., <i>Kebaktian pelepasan..</i> "		gereja dimana mendiang beribadah.	memperingati mendiang. Hal ini bisa jadi disebabkan oleh Menantu Teddy yang merupakan seorang pendeta, <i>PDT.Johan Makonda.</i>
-------------------------------------	--	-----------------------------------	--

#### 4. Representasi Budaya dalam Berita Dukacita

##### 1. Berita Dukacita Soewondo/ *Tjo Gie Sing*

**Tabel Representasi Budaya**

Tatanan Pertama		Tatanan Kedua	
Gambar/Tulisan	Makna Denotasi	Makna Konotasi	Mitos
"... akan di perabukan di Krematorium Wahana Mulya.."	Mendiang Soewondo jasadnya akan diperabukan, artinya akan di kremasi.	Kremasi merupakan penghilangan jenazah dengan cara membakarnya. Setelah dibakar jenazah akan berubah menjadi abu, sebab itulah disebut juga " <i>jenazah akan diperabukan..</i> "	Dalam Kristen, ada gereja yang melarang proses kremasi. Karena menurut kepercayaan, akan ada kebangkitan pada hari kiamat. Jika di kremasi, maka ketika hari kebangkitan itu tubuh akan menjadi tidak sempurna karena telah menjadi abu. Namun selain alasan teologis, kremasi sering dilakukan berdasarkan pertimbangan praktis. (lahan pekuburan yang terbatas di kota-kota besar membuat orang lebih memilih kremasi daripada penguburan).

2. Berita Dukacita Sunaryeo/ *Yeo Boen Sin*

**Tabel Representasi Budaya**

Tatanan Pertama		Tatanan Kedua	
Gambar/Tulisan	Makna Denotasi	Makna Konotasi	Mitos
<i>“Berangkat dari rumah duka ke Vihara Cilincing..”</i>	Mendiang akan diberangkatkan dari rumah duka menuju Vihara Cilincing.	Vihara merupakan tempat ibadah umat Budha, sudah menjadi tradisi bagi umat Budha untuk melaksanakan kremasi bagi orang yang meninggal. Jadi meskipun tidak ada penjelasan bahwa jenazah di kremasi, dapat diambil kesimpulan sendiri bahwa jenazah Sunaryeo di kremasi bukan lewat cara penguburan.	Dalam ajaran Budha, setelah upacara kremasi, abu jenazah ditabur/ di larung di sungai atau di laut atau ada juga yang disemayamkan/ di tempatkan di Rumah Abu. Jadi cara kremasi tidak memerlukan makam.

3. Berita Dukacita Henky Widjaja/*Liong Tek Hin*

**Tabel Representasi Budaya**

Tatanan Pertama		Tatanan Kedua	
Gambar/Tulisan	Makna Denotasi	Makna Konotasi	Mitos
<i>“Berangkat dari rumah duka... ke krematorium Nirwana-Marunda”</i>	Bahwa mendiang Henky Widjaja berangkat dari rumah duka dan akan diperabukan di Krematorium Nirwana-Marunda.	Jelas bahwa Krematorium adalah tempat yang digunakan untuk proses kremasi/perabuan. Jadi Jenazah Henky Widjaja diproses melalui cara perabuan/kremasi.	Dalam kremasi Konghucu, setelah jenazah diperabukan dilaksanakan ritual untuk arwah mulai dari upacara sembahyang arwah.

4. Berita Dukacita Teddy Suryadi Rusli/*Lie Tek Liong*

**Tabel Representasi Budaya**

Tatanan Pertama		Tatanan Kedua	
Gambar/Tulisan	Makna Denotasi	Makna Konotasi	Mitos
<p>10</p> <p>“Jenazah disemayamkan di rumah duka... dan akan dikremasikan...”</p>	<p>Menyatakan bahwa jenazah Teddy akan di kremasikan di Krematorium YDS Priangan-Bandung.</p>	<p>Teddy Suryadi menganut agama Kristen, namun dalam pelaksanaan pemakamannya jenazah di tidak dikubur melainkan di kremasi, setelah proses kremasi dilanjutkan dengan rangkaian acara kebaktian penghiburan, dan kebaktian pelepasan.</p>	<p>Meskipun dalam Kristen proses kremasi memiliki beberapa pendapat, tapi dalam keluarga Teddy Suryadi tetap melaksanakan acara kremasi walaupun seperti yang diketahui menantu mendiang merupakan seorang pendeta, sehingga dari pihak gereja mendiang tidak melarang proses kremasi.</p>

5. Representasi Ekonomi dalam Berita Dukacita

1. Berita Dukacita Soewondo/*Tjo Gie Sing*

**Tabel Representasi Ekonomi**

Tatanan Pertama		Tatanan Kedua	
Gambar/Tulisan	Makna Denotasi	Makna Konotasi	Mitos
<p>(Tk Roti BOLUKIDANG Yk)</p>	<p><i>Bolukidang</i> adalah sebuah nama toko roti yang dimiliki oleh salah satu keluarga mendiang.</p>	<p>Dalam masyarakat kadang berkembang identifikasi terhadap seseorang melalui kepemilikan usahanya, bukan dirinya secara</p>	<p>Di kalangan masyarakat Tionghoa terdapat aturan tertentu berkaitan dengan perjanjian utang-piutang yang mensyaratkan pemberlakuan ketentuan khusus jika salah satu pihak meninggal dunia. Dengan adanya pemberitahuan berita</p>

		personal. Dengan memunculkan nama toko sebagai lambang kepemilikan diharapkan publikasi kematian menjadi efektif serta memiliki nilai daya tarik dalam pemberitaan.	duka, pihak-pihak yang terlibat bisnis dengan perusahaan milik mendiang harus secepatnya menyelesaikan segala urusan dengan keluarga. Hal ini juga menggambarkan mendiang memiliki relasi bisnis semasa hidupnya. Sehingga dalam segi ekonomi mendiang bukan orang yang taraf ekonominya menengah ke bawah.
--	--	---	---

2. Berita Dukacita Henky Widjaja/*Liong Tek Hin*

**Representasi Ekonomi**

Tatanan Pertama		Tatanan Kedua	
Gambar/Tulisan	Makna Denotasi	Makna Konotasi	Mitos
PT. PELANGI ORIENTAL PACIFIC PT. VICTORY INDAH PRIMA	Seorang etnik Tionghoa bernama Henky Widjaja/ Liong Tek Hin telah meninggal dunia. Henky dan keluarganya memiliki dua perusahaan yaitu PT. Pelangi Oriental Pacific dan PT. Victory Indah Prima.	Mendiang adalah seorang pengusaha kaya Tionghoa yang memiliki perusahaan yang besar, sehingga sumbangan dari pelayat seluruhnya akan disumbangkan ke Yayasan Kasih Roslin.	Perilaku bisnis masyarakat Tionghoa telah terbentuk oleh pengalaman sejarah selama berabad-abad. Dari pengalaman itulah mampu menciptakan manajemen yang khas dimana saja mereka tinggal. Ciri yang terbentuk oleh kebiasaan berabad-abad itu antara lain terlihat pada bentuk perusahaan mereka yang lazimnya merupakan perusahaan keluarga. Menggambarkan kelas ekonomi atas karena

			memiliki banyak perusahaan semasa hidupnya.
--	--	--	---

## PEMBAHASAN

### Representasi Kelas Pembaca (audiens) dalam Koran Kompas

Berdasarkan peristiwa berita yang terjadi dalam realitas kehidupan masyarakat yang dimuat dalam Harian Kompas, dapat ditemukan bahwa realitas merupakan tatanan pertama dan merupakan tempat tanda berada sebenarnya yakni dimaknai sebagai makna denotasi. Berkaitan dengan tayangan berita dukacita makna denotasi yaitu apa yang diungkapkan oleh tanda-tanda yang bisa dibaca dipermukaan. Makna denotasi disini adalah berupa :

- a. Gambar dalam foto yang mendenotasikan wajah dari mendiang.

- b. Penulisan nama dalam Bahasa Indonesia dan Huruf Cina bertujuan untuk mendenotasikan identitas kewarganegaraan/keturunan.
- c. Penulisan redaksi "berita dukacita" serta prosesi yang dijalani mendiang.
- d. Begitu juga dengan nama perusahaan yang tertulis mendenotasikan kegiatan ekonomi.

Pada tatanan kedua ini sebuah tanda berinteraksi dengan emosional seseorang. Sebuah tanda dari objek sebenarnya dibentuk berkaitan dengan budaya yang ikut mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap suatu objek atau tanda. Pemaknaan terhadap tanda bisa berbeda-beda hal tersebut

tergantung pada latar belakang budaya masing-masing. Pada tatanan kedua ini yakni pada makna konotasi terjadi sebuah pemaknaan terhadap objek. Dalam tayangan berita dukacita ini, obyek yang dibahas adalah menyangkut tentang kematian. Dalam pengertian yang sering dijumpai sehari-hari, kematian adalah berpisahannya secara total roh dari jasad, terputusnya hubungan antara roh dan badan, serta berhentinya aktifitas fisik.

Dari ke-empat berita dukacita yang muncul dalam pemberitaan berasal dari keluarga keturunan Tionghoa. Kematian seorang teman atau kerabat bagi masyarakat Tionghoa adalah peristiwa yang sangat menyedihkan. Akan tetapi menurut kepercayaan, hal itu juga merupakan anugerah bagi orang yang meninggal, karena lewat kematian mendiang telah meninggalkan dunia menuju dunia akhir. Itulah sebabnya kematian perlu dijalani dengan ritual keagamaan yang benar. Di sisi lain rangkaian prosesi penghormatan terhadap mendiang juga merupakan representasi kelas serta kedudukan mendiang dan keluarga yang ditinggalkan. Seperti yang dikatakan Baudrillard dalam Juliastrutik (2010:46) bahwa bahasa yang digunakan dalam media massa merupakan bentuk kekuatan yang membuat pesannya. Sehingga pemilihan kalimat atau redaksi kalimat dalam berita kematian merupakan gambaran dari kelas dan latar belakang dari mendiang serta keluarga yang ditinggalkannya.

Setelah sekian lama tidak diberikan ruang oleh Pemerintah, akhirnya kaum Tionghoa memiliki kembali ruang publik untuk mengekspresikan kepentingan mereka. Melalui berita dukacita, etnis Tionghoa bisa mengambil ruang publik untuk mengembalikan eksistensi mereka. Melalui proses tersebut, mereka bisa

menunjukkan suatu identitas yang sesungguhnya tanpa dibatasi dan menyembunyikannya. Dengan kata lain mereka memiliki ruang yang bebas dan lebar untuk mengekspresikan identitas etnis dan budaya di koran.

Etnis Tionghoa percaya bahwa kematian adalah batas yang harus dilewati untuk berpindah dari dunia fana menuju dunia roh. Bahwa orang baik yang meninggal dunia akan memasuki dunia roh yang bentuk dan suasananya sama dengan dunia manusia. (Dewi, 2012:6) Pemahaman yang dimiliki oleh mereka inilah yang mengharuskan melakukan berbagai ritual yang dipercaya dapat mengantarkan mendiang ke tempat yang sangat kayak. Ritual yang dilakukan seperti membakar rumah-rumahan, uang-uangan, dan benda-benda yang ada di dunia nyata. Benda-benda ini dibakar dengan suatu maksud yaitu mengirimkannya kepada orang yang telah berada di dunia roh dan dilakukan untuk menjamin kesejahteraan orang yang telah meninggal dunia.

Bagi orang Tionghoa, salah satu cara untuk menunjukkan bakti kepada orang tua adalah melaksanakan upacara pemakaman sekhidmat dan semegah mungkin jika orang tua meninggal dunia. Dengan alasan inilah, maka masyarakat Tionghoa selalu berusaha meyebarluaskan berita kematian sanak saudaranya lewat tayangan berita dukacita di media massa. Selain memiliki nilai strategis untuk menunjukkan eksistensi ditengah masyarakat, kematian saudara atau sahabat adalah peristiwa besar yang dapat membuat komunitas etnis Tionghoa berkabung dan saling mendoakan.

Kompas merupakan surat kabar nasional yang terbit setiap hari, audiens atau pembaca yang menggunakan harian adalah mereka yang berkelas

mengengah ke atas. Sehingga bisa langsung dilihat bahwa konten baik secara kuantitas maupun kualitas pemberitaannya juga merepresentasikan kelas audiens atau pembaca yang tingkat ekonomi dan pendidikannya berasal dari menengah hingga ke atas. Konten pemberitaannya jika dilihat dari pemilihan bahasa, yang digunakan adalah bahasa yang baku dan susunan kalimatnya sistematis. Sedangkan topik atau tema konten Koran bisa dipastikan memiliki bobot yang tinggi bila dibandingkan dengan Koran sejenis maupun koran lokal. Begitu juga jika ditinjau dari segi harga, bisa dikatakan tidak murah untuk harga koran yang diterbitkan setiap hari. Sehingga keluarga mendiang memilih koran Kompas merepresentasikan kelas sosial yang ingin ditunjukkan kepada audiensnya.

#### **Budaya Tionghoa dalam Foto dan Tulisan Cina**

Jika dilihat dari penggunaan foto mendiang di harian Kompas, keseluruhan foto yang digunakan menggunakan *old style*. Artinya bahwa gaya berpakaian maupun gaya rambut yang ada dalam foto mendiang merepresentasikan bahwa mereka merupakan golongan yang sudah tua dan matang. Lebih spesifik lagi jika dilihat dari gaya berpakaian mereka merepresentasikan pribadi yang sederhana dengan menggunakan warna yang mengandung hitam dan putih. Foto mendiang ingin menggambarkan identitas kesederhanaan yang dimiliki mendiang maupun keluarga. Termasuk pemilihan warna foto hitam putih memberikan kesan dramatis dan

melankolis. Hal ini berseberangan dengan budaya umum yang dimiliki oleh etnis Tionghoa tentang hidup yang dikelilingi dengan harta serta kehidupan yang mewah. Foto tersebut jauh dari gambaran umum orang awam tentang kehidupan etnis Tionghoa.

Terhitung sejak reformasi hingga tahun 2008, terdapat 104 buah nama yang menggunakan nama Indonesia dan nama Tionghoa dari 221 data. Berarti warga keturunan Tionghoa banyak yang mengapresiasi imbauan peraturan Orde Baru tersebut. Jika dipersentasekan, pemakaian nama gabungan (nama Indonesia dan nama Tionghoa) mencapai 47,26%. Artinya, warga keturunan Tionghoa memakai nama Indonesia dan tetap mempertahankan identitasnya sebagai etnis Tionghoa. (Sariah, 2010: 3) Data tersebut meneguhkan bahwa pemakaian nama Tionghoa merupakan ekspresi identitas budaya mereka. Dengan demikian, tidak dapat dilepaskan dari proses identifikasi “nama”. Nama mendiang dan nama keluarga menjadi elemen pokok yang tidak boleh ditinggalkan dalam berita dukacita seperti yang selalu tertera dalam setiap berita dukacita.

Nama diri orang Tionghoa terbentuk dari nama marga dan nama pribadi. Nama marga ditulis di awal dan diikuti nama pribadi dibelakangnya. Etnis Tionghoa menganut paham keluarga patrilineal. Melalui marga eksistensi garis keturunan bisa dijelaskan dengan mudah. Dari deretan nama terlihat bahwa pada umumnya etnis Tionghoa memiliki dua nama diri, yaitu nama Tionghoa dan nama Indonesia. Etnis Tionghoa pernah mengalami



peristiwa ganti nama dari nama Tionghoa menjadi nama Indonesia untuk kepentingan politik mereka. Karena salah satu faktor utama yang menyebabkan penduduk keturunan Tionghoa dapat dikelompokkan adalah keasingan dari namanya. Sedangkan golongan cucu biasanya hanya memiliki nama Indonesia. (Sariah, 2010: 3) Kenyataannya adalah saat ini generasi muda Tionghoa cenderung berasimilasi dengan budaya Indonesia. Di sisi lain penulisan nama-nama keluarga tersebut dapat menyimbolkan pentingnya ikatan keluarga pada sistem kekerabatan masyarakat Tionghoa. Jika dianalisis pada tataran konotasi dan mitos, dapat diperoleh konsep pada generasi jaman dulu penggunaan nama Tionghoa sebagai identitas ke-Tionghoa-an masih dipertahankan, namun cenderung luntur pada generasi masa kini.

Berkaitan dengan nama diri, selain nama Tionghoa dan nama Indonesia pada berita dukacita juga terdapat tulisan cina yang ditampilkan dan merupakan bentuk lain dari nama diri yang ditulis dalam huruf cina. Tulisan dan huruf cina memiliki arti penting bagi etnik Tionghoa karena tingginya nilai budaya yang dibawa dalam tulisan tersebut. Kesadaran ini timbul akibat dari fenomena alam yang kemudian melahirkan cara untuk berkomunikasi.

Dari aspek penulisan nama Indonesia dan nama Tionghoa secara umum, jika etnis Tionghoa meninggal, maka mendiangnya mencantumkan kedua nama tersebut. Hal ini dikarenakan nama merupakan identitas budaya yang mereka miliki. Hal ini mencerminkan keturunan dari nenek moyang mereka, karena di Tionghoa juga terdapat marga yang menjelaskan tentang keluarga mereka. Mengenai ukuran font dan bentuk font yang dipilih merepresentasikan ketegasan dan

kejelasan informasi yang ingin disampaikan tentang mendiang. Dari empat berita dukacita, hanya terdapat satu mendiang yang tidak menggunakan huruf cina sebagai identitas ke-Tionghoa-an mereka. Mendiang Soewondo ingin terlihat lebih Indonesia (Jawa) dalam merepresentasikan latar belakang budayanya. Karena nama Soewondo biasanya dimiliki oleh orang yang berasal dari Suku Jawa.

Masyarakat awam sering tidak bisa membedakan agama yang dipeluk oleh etnis Tionghoa. Dalam tradisi Tionghoa mereka memiliki tradisi agama dan tradisi leluhur. Ke-empat mendiang yang ada pada berita dukacita dalam Harian Kompas telah meninggal 61 nia dan menghadap Yang Kuasa untuk selama-lamanya dan tidak akan kembali lagi ke dunia karena telah tinggal di dunia roh. Untuk itu harus dihormati dan diantar melalui ritual upacara kematian. Etnik Tionghoa terkenal dengan adat dan ritual budaya yang kuat. Ritual budaya masyarakat Tionghoa di Indonesia tidak terlepas dari budaya asli leluhur dan budaya yang telah berasimilasi dengan hal lain terutama ajaran agama yang dianut.

#### **Agama dan Ekonomi Sebagai Identitas Budaya Etnik Tionghoa.**

Berita dukacita dalam Harian Kompas tersebut terdapat dua karakteristik kebudayaan yang terlihat. Mendiang Soewondo dan Teddy Suryadi Rusli merupakan penganut agama Kristen, dan sama-sama mengalami proses kremasi. Konsep kehidupan secara umum pada agama Kristen adalah bahwa Tuhan yang menguasai hidup dan mati seseorang. Keluarga Kristen akan mengadakan sejumlah rangkaian kebaktian dan doa selama masa berkabung. Mulai dari kebaktian tutup peti, kebaktian penguburan, kebaktian penghiburan,

hingga kebaktian memperingati 40 hari. Dalam analisis berita dukacita, Keluarga Teddy Suryadi Rusli adalah keluarga yang taat beribadah. Terlihat dari jadwal lengkap rangkaian acara untuk memperingati mending. Hal ini bisa jadi disebabkan oleh Menantu Teddy yang merupakan seorang pendeta, *PDT. Johan Makonda*. Berbeda dengan keluarga Soewondo yang tidak mencantumkan jadwal rangkaian kebaktian.

Sama halnya, Sunaryeo dan Henky Widjaja juga mengalami proses kremasi dalam ritual acara kematiannya. Namun yang membedakan adalah Sunaryeo adalah etnis keturunan Tionghoa yang menganut agama Budha, sedangkan Henky Widjaja adalah etnis Tionghoa yang menganut agama Konghucu. Meskipun sama-sama mengalami proses kremasi, namun keduanya memiliki arti tersendiri dalam hubungannya dengan kepercayaan yang dianut.

Bila dikaitkan dengan mitos, agama Budha mengajarkan bahwa tubuh jasmani manusia terdiri dari 4 unsur dasar yang disebut *Catur Maha Dhatu*, yaitu unsur tanah/padatan (tulang, gigi, kuku); unsur air/cair (cairan sel, plasma, darah, sumsum, keringat); unsur udara/gas gerak (gerakan jantung, gerakan usus); unsur api/panas (suhu tubuh/energi yang timbul karena metabolisme). Jika seseorang telah meninggal dunia dan jenazahnya diperabukan/ kremasi, maka keempat unsur yang membentuk tubuh jasad manusia ini akan cepat terurai dan kembali ke bentuk asalnya. (2010:38)

Budha mengajarkan nilai-nilai kesederhanaan kepada penganutnya

dalam menyelenggarakan upacara sembahyang dengan esensi adanya rasa hormat dan bhakti kepada leluhur yang disembahyangi itu. Hal ini berkaitan dengan ajaran Sang Budha Gautama yang menguraikan bahwa salah satu kewajiban seorang anak terhadap orang tuanya. Budaya yang bisa dilihat dari gambaran tersebut adalah bahwa penganut agama Budha percaya pada empat unsur di dunia ini yang memiliki kaitan dengan kelangsungan kehidupan mereka. Ekspresi identitas yang bisa dilihat adalah bahwa mereka masih mengikuti dan memegang teguh budaya nenek moyang dan agama mereka sebagai identitas mereka.

Sedangkan dalam Konghucu, setelah proses perabuan, dilakukan ritual arwah yaitu upacara sembahyang arwah dan amatan untuk arwah, itu dilakukan dengan tujuan menghibur arwah, mengarahkan, dan memandu arwah supaya tidak salah jalan. Selain itu dalam ajaran Konghucu masih ada yang mengikuti kebudayaan tradisional upacara pengiriman rumah beserta perlengkapannya, mobil, uang, balok gunung emas dan gunung perak atau apa saja yang sifatnya keduniawian kepada arwah keluarganya yang meninggal. Kemudian yang terakhir adalah meja abu sembahyang. Identitas etnis asli Tionghoa yang menganut kepercayaan terletak dan terlihat pada penghormatan kepada leluhur mereka.

Dari agama Kristen, Budha dan Konghucu, identitas budaya yang dimunculkan oleh etnis Tionghoa adalah pada tataran menghormati leluhur atau orang tua mereka. Sehingga di era bermedia pasca reformasi ekspresi penghormatan tersebut penting

untuk dipublikasikan melalui media massa. Hal lain yang menjadi alasan mereka adalah baru diberinya kebebasan berekspresi<sup>12</sup> ranah publik.

Kesuksesan orang Tionghoa dalam bidang ekonomi terletak pada faktor-faktor kebudayaan dan ras. Dia menyebut kepatuhan terhadap penguasa, mengutamakan harmoni, sifat kekeluargaan dan rasa hormat terhadap yang lebih senior dan sebagainya. Kebudayaan dan "ras Tionghoa" itu melahirkan strategi bisnis dan praktik manajemen yang unggul, yang akhirnya<sup>4</sup> membawa mereka kejalan kejayaan. Fungsi perekonomian orang Tionghoa adalah kontekstual dengan fungsi eksistensi orang Tionghoa di Indonesia. (Musianto, 2003:204)

Dilihat dari unsur ekonomi, hanya berita Soewondo dan Henky Widjaja yang menunjukkan penanda sebagai representasi ekonomi. Penulisan Toko Roti Bolukidang milik menantu mendiang Soewondo. Berdasarkan semiotika Barthes, jika semua tanda dikembangkan menjadi seperangkat tanda dalam lapisan pertama (denotasi), maka diperoleh makna seorang etnik Tionghoa bernama Soewondo telah meninggal dunia, dan menantunya, Tjo Khe Hin/Bambang Setiono yang memiliki usaha Toko Roti Bolukidang juga menyatakan turut berdukacita. Tataran selanjutnya (konotasi) diperoleh makna bahwa dalam masyarakat kadang berkembang identifikasi terhadap seseorang melalui kepemilikan usahanya, bukan dirinya secara personal. Dengan memunculkan nama toko sebagai lambang kepemilikan diharapkan publikasi kematian menjadi efektif. Jika dianalisis dalam tataran mitologi, maka diperoleh mitos dunia bisnis Tionghoa memiliki ciri, yaitu tidak fanatik menciptakan merk sendiri.

Sementara pada berita Henky Widjaja, representasi ekonomi terlihat dari penulisan PT. PELANGI ORIENTAL PASIFIC dan PT. VICTORY INDAH PRIMA. Kemudian di bagian penutup tertulis "*Sumbangan dalam bentuk materi akan disumbangkan ke Yayasan Kasih Roslin*". Berdasarkan metode semiotik Barthes, tanda dalam lapisan pertama (denotasi), maka diperoleh makna seorang etnik Tionghoa bernama Henky Widjaja telah meninggal dunia, dan karena peristiwa tersebut para pelayat yang memberi sumbangan dalam bentuk materi akan disumbangkan kembali ke Yayasan Kasih Roslin. Tataran selanjutnya (konotasi) diperoleh makna bahwa mendiang adalah seorang pengusaha kaya Tionghoa dan berasal dari keluarga berada yang memiliki beberapa usaha. Jika dianalisis dalam tataran mitologi, maka diperoleh mitos tentang kesuksesan berdagang orang Tionghoa. Secara ekonomi, etnik Tionghoa perantauan lebih sukses dibandingkan penduduk pribumi tempat mereka tinggal. Perilaku bisnis masyarakat Tionghoa telah terbentuk oleh pengalaman sejarah selama berabad-abad. Status ekonomi dari masyarakat Tionghoa perantauan sangat penting. Kelangsungan dan juga perkembangan masyarakat Tionghoa perantauan sebagian besar tergantung pada dukungan ekonomi Tionghoa perantauan. Namun pada jama Orde Baru pemerintah Asia Tenggara memberlakukan kebijakan anti-Tionghoa dalam bidang keuangan dan ekonomi. Pemerintah mengambil alih dan menyita perusahaan-perusahaan milik kalangan Tionghoa perantauan.

#### **Perilaku Bermedia Melalui Identitas Budaya dalam Berita Dukacita**

Kebebasan menampilkan unsur budaya etnik Tionghoa juga dapat

terlihat melalui media massa. Lewat tayangan berita dukacita, kematian dicitrakan sebagai penghormatan atas kematian. Informasi kematian yang ditampilkan membawa simbol-simbol tertentu. Dalam perkembangannya, penggunaan simbol-simbol dalam berita dukacita yang dipublikasikan di media massa justru mengalami pergeseran makna, bukan lagi sekedar informasi atas meninggalnya seseorang kepada sanak saudara dan keluarga, melainkan digunakan untuk memperkuat status dan identitas budaya masyarakat Tionghoa, dengan tujuan agar eksistensi tetap terjaga.

Media memberi ruang bagi etnik Tionghoa untuk mengekspresikan identitas budaya melalui berita dukacita. Walaupun dalam bingkai kedukaan, kepentingan masyarakat Tionghoa untuk mengaktualisasikan budaya dapat tersalurkan. Hingga kini identitas ke-Tionghoa-an yang melekat dalam iklan dukacita tetap tidak tergoyahkan dan diakui sebagai bagian dari budaya Tionghoa.

Berita dukacita tidak hanya berbicara tentang kematian, tetapi melalui berita dukacita di Harian Kompas inilah etnik Tionghoa merepresentasikan identitas budaya, ekonomi, sosial, dan politiknya melalui media massa. Dalam berita dukacita, keluarga mendiang Henky Widjaja menyuarakan sebagian bisnis usaha keluarga sehari-hari. Hal itu secara langsung tampak dari penanda yang ditampilkan, misalnya penyebutan nama-nama perusahaan dan dampak kematian terhadap aktivitas bisnis mendiang atau keluarga yang ditinggalkan.

Hal penting lainnya adalah visualisasi berita yang menampilkan tulisan-tulisan dengan huruf cina sebagai pertanda dibukanya kembali pengakuan resmi atas eksistensi etnik Tionghoa di Indonesia. Bahkan agama Konghucu yang sebelumnya tidak diakui sebagai agama resmi, akhirnya mulai ditampilkan, walaupun terbatas dalam teks berita.

Di sisi lain, dari media yang diteliti memperlihatkan bahwa Harian Kompas memanfaatkan kematian yang merupakan budaya dari masyarakat Tionghoa yang dikemas melalui tayangan berita dukacita sebagai sumber pendapatan. Tanpa harus meninggalkan misi sosial, yaitu menginformasikan berita kematian kepada keluarga atau masyarakat luas, tentunya dengan sejumlah imbalan tertentu yang diberikan pihak keluarga mendiang sebagai bentuk relasi antara keluarga mendiang dan media Harian Kompas.

Etnis Tionghoa membutuhkan media yang tepat dan cocok dengan identitas mereka yakni media cetak seperti Kompas. Media cetak memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh media jenis lainnya, antara lain bisa dikliping atau memiliki sifat yang mudah untuk didokumentasikan secara perseorangan. Melalui media cetak khususnya Koran harian, mereka semakin mudah untuk mengekspresikan identitasnya. Kompas merupakan koran harian yang memiliki segmentasi pembaca dengan tingkat ekonomi menengah ke atas. Hal ini terlihat dari segi harga hingga konten yang disajikan di dalamnya. Dimana konten yang disajikan memiliki perspektif yang bisa dicerna oleh pembaca dengan kategori

konten berat. Konstruksi yang diciptakan dari koran Kompas memberikan presrtise tersendiri bagi mereka yang mengkonsumsinya.

Perilaku bermedia etnis Tionghoa di masa awal reformasi (2008) sepenuhnya menggunakan Koran sebagai media untuk merepresentasikan identitas budaya yang mereka miliki. Hal ini terlihat dari totalitas mereka dalam menyajikan informasi dari foto yang dipasang yakni ingin menunjukkan kesederhanaan kehidupan mereka. meskipun demikian, dari sisi informasi ekonomi mereka menampilkan kedigdayaannya melalui hubungan ekonomi yang kuat dan level yang tinggi. Hal tersebut berkaitan dengan simbol 'yin yang' yang menggambarkan keseimbangan hidup di dunia.

Penggunaan bahasa yang ada dalam berita dukacita merupakan representasi dari perilaku bermedia. Secara keseluruhan pilihan kata yang digunakan adalah yang merepresentasikan simbol agama, budaya serta kesejahteraan ekonomi mereka. Pada dasarnya perilaku bermedia yang dimiliki oleh manusia adalah memilih media yang kolaboratif, cepat serta global. Dan sifat ketiganya ada pada Koran harian Kompas yang bisa mengakomodasi kebutuhan pembaca.

## **PENUTUP**

Berita dukacita dalam harian Kompas di awal reformasi memiliki nilai strategis untuk menunjukkan eksistensi di tengah masyarakat. Dari agama Kristen, Budha dan Konghucu, identitas budaya yang dimunculkan oleh etnis Tionghoa adalah pada tataran menghormati leluhur atau orang tua mereka. Sehingga di era bermedia pasca reformasi ekspresi penghormatan

tersebut penting untuk dipublikasikan melalui media massa. Pemberian kebebasan mengakses informasi dan menggunakan media oleh Pemerintah menjadi sebuah pintu masuk untuk mengembalikan serta memperkuat status dan identitas budaya masyarakat Tionghoa.

Etnis Tionghoa sudah banyak mendapatkan hak bermedianya kembali, perilaku bermedia yang ditunjukkan masih terkesan berhati-hati mengingat tahun 2008 masih memasuki era awal reformasi dan masih belum sepenuhnya sistem mendukung, meskipun kebijakan pemerintah sudah terbuka untuk Etnis Tionghoa. Perilaku bermedia yang ditunjukkan oleh Etnis Tionghoa dalam berita dukacita menunjukkan bahwa mereka membutuhkan media yang tepat dan cocok dengan identitas mereka agar tujuan dari bermedianya dapat tercapai. Representasi perilaku bermedia melalui identitas budaya etnis Tionghoa pada awal reformasi di dalam berita dukacita juga memiliki relevansi dengan sektor ekonomi. Oleh karenanya harian Kompas menjadi salah satu koran yang terfavorit untuk memberitakan berita dukacita. Kompas merupakan media cetak yang memiliki segmentasi pembaca tinggi dan peredarannya hanya di kalangan yang berlevel di atas, sehingga menimbulkan prestise bagi yang menjadi objek maupun subjek pemberitaan.

Etnis Tionghoa juga memiliki cara dalam menyajikan informasi di koran mulai dari foto hingga susunan redaksional kalimat yang dipasang ingin menunjukkan kesederhanaan kehidupan mereka. Meskipun demikian, dari sisi informasi ekonomi mereka juga telah menampilkan kedigdayaannya melalui hubungan ekonomi yang kuat dan level yang tinggi.

Perilaku bermedia lainnya yang dapat dilihat dalam penelitian ini adalah tentang pemilihan jenis media yang digunakan untuk memberitakan dukacita kepada kerabat maupun relasi mending. Jenis media cetak berupa koran dipilih karena memiliki sifat media yang kolaboratif, cepat dan global. Kolaboratif atas penyajian gambar dan redaksional kalimat yang detail, bersifat cepat karena perputaran koran sifatnya harian serta didistribusikan ke seluruh Indonesia sehingga disebut global. Koran memiliki kekuatan visual yang tinggi sehingga perilaku bermedia mereka memiliki kecenderungan kepada media yang tingkat dokumentasinya mudah. Hal ini dikarenakan pemberitaan dukacita berkaitan dengan kegiatan sakral yakni penghormatan terakhir kepada leluhur etnis Tionghoa.

#### 34 DAFTAR PUSTAKA

- Abdilah S, Ubed. 2002. *Politik Identitas Etnis; Pergulatan Tanda Tanda Tanpa Makna*. Magelang: Indonesiatera.
- 1 Choirul, Mahfud. 2013. *Manifesto Politik Tionghoa di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- 8 Fiske, John. 2004. *Cultural and Communication Studies*. Yogyakarta: Jalasutra.
- 33 Kasali, Rhenald. (1995). *Manajemen Periklanan – Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.

- 23 Leming, Michael R. and George E. Dickinson. 2002. *Understanding Death, Dying, and Bereavement*, 5th ed. New York: Harcourt College.
- 8 Medina, Cremilda. 2003. *The Art of Weaving The Present: Narrative and Everyday*. São Paulo: Summus.
- 8 Rahardjo, Turnomo. 2005. *Menghargai Perbedaan Kultural: Mindfulness Dalam Komunikasi Antaretnis*. Jogjakarta: Pustaka Pelajar.
- 40 Rivers, William L. 2008. *Media Massa dan Masyarakat Modern*. Jakarta: Prenada Media.
- 8 Sobur, Alex. 2006. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- 1 Stuart Hall, D. Held and T. McGrew. 1992. *Modernity and Its Future*. Cambridge: Polity Press.
- 27 Suryadinata, Leo. 2010. *Etnis Tionghoa dan Nasionalisme Indonesia*. Jakarta : Kompas.
- 25 Suryadinata, Leo. 2005. *Pemikiran Politik Etnis Tionghoa Indonesia*. Jakarta: LP3ES.
- 15 Tinarbuko, Sumbo. 2008. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- 1 Widayanti, Titik. 2009. *Politik Subalter: Pergulatan Identitas Waria*. UGM, Yogyakarta.
- 47 Yusuf, Iwan Awaluddin. 2005. *Media, Kematian dan Identitas Budaya Minoritas*. Yogyakarta: UII Press.

**Artikel dalam Jurnal Ilmiah :**

Juliastutik. 2010. "Perilaku Elit Politik Etnis Tionghoa Pasca Reformasi". *Jurnal Humanity*. Volume 6 No. 1 Tahun 2010, hal. 46-47.

**Sumber Elektronik / Internet :**

\_\_\_\_\_. 2010. *Buku Pedoman Umat Budha*. Diakses pada 14 Mei 2016 di [bukudharma.com/ebook/buku%20pedoman%20umat%20buddha.pdf](http://bukudharma.com/ebook/buku%20pedoman%20umat%20buddha.pdf)

Agath<sup>19</sup> Olive Octavia. 2007. "Penggambaran kematian dalam kalimat pembuka iklan berita duka cita berbahasa Jerman dan Indonesia: suatu tinjauan semantik". Di<sup>25</sup>ses 20 April 2016 di: <http://lib.ui.ac.id/file?file=pdf/abstrak-20160065.pdf>.

Dewi, Ni Putu Lilis Arysta. 2012. *Ritual Kematian Sebagai Media Pendidikan Nonformal Guna Memperkuat Tindakan Sosial Menghormati Leluhur*. Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja. Di<sup>46</sup>akses pada 13 Mei 2016 di <http://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPS/article/viewFile/1031/89>

Field, David & Walter, Tony. 2003. *Death and The Media*. Burnner Routledge Journal Leicester University UK. 1469-988<sup>45</sup> Diakses pada 12 Mei 201 di <http://lib.ui.ac.id/file?file=pdf/abstrak-20160065.pdf>.

<sup>32</sup>Hanusch, Folker. 2010. *Representing Death in the News: Journalism, Media and Mortality*. Palgrave Macmillan Journal. Diakses pada 12 Mei 2016 di : <https://googledrive.com/host/0B1GrKsykU8CSZE5qU3lpMDF4ZEK/Representing-Death-News->

*Journalism-Mortality-41Bz%252BHalkUL*<sup>22</sup>lf.

Loit, Halliki Harro dan Ugur, Kadri. 2011. *Representation of Death Culture In The Estonian Press*. *Estonian : Journal of Archaeology*. Di<sup>35</sup>l.170. Diakses 11 Mei 2016 di [http://www.kirj.ee/public/Archaeology/2011/issue\\_2/arch-2011-15-2-151-170.pdf](http://www.kirj.ee/public/Archaeology/2011/issue_2/arch-2011-15-2-151-170.pdf) <sup>24</sup>

Musianto, Lukas S. 2003. *Peran Orang Tionghoa dalam Perdagangan dan Hidup Perekonomian dalam Masyarakat* *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* Vol. 5, No. 2, September 2003. Diakses pada 15 Mei 2016 di <http://jurnalmanajemen.petra.ac.id/index.php/man/article/download/15644/15636>.

Sariah. 2010. *Antroponimi dalam Obituari keturunan Tionghoa: Sebuah Tinjauan Deskriptif*. Balai Bahasa Badung. Di<sup>27</sup>akses pada 14 Mei 2016 di [http://a-research.upi.edu/operator/upload/pro\\_2010\\_kimli\\_sar](http://a-research.upi.edu/operator/upload/pro_2010_kimli_sar)<sup>31</sup>.pdf.

Tinarbuko, Sumbo. 2003. *Semiotika Analisis Tanda Pada Karya Desain Komunikasi Visual*. NIRMANA Vol. 5, No. 1, Januari 2003. Diakses pada 13 Mei 2016 di <http://puslit2.petra.ac.id/gudangpaper/files/2235.pdf>. <sup>39</sup>

Wibowo, Proyanto. 2012. *Tionghoa dalam Keberagaman Indonesia : Sebuah Perspektif Histori Tentang Sisi Dan Identitas*. Proceeding of The 4th International Conference on Indonesian Studies : "Unity, Diversity, and Future". Diakses pada 13 Mei 2016 di: <https://icssis.files.wordpress.com/2012/05/09102012-52.pdf>

# REPRESENTASI PERILAKU BERMEDIA MELALUI IDENTITAS BUDAYA ETNIS TIONGHOA PASCA REFORMASI DALAM BERITA DUKACITA

## ORIGINALITY REPORT

22%

SIMILARITY INDEX

21%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1

[repository.usu.ac.id](http://repository.usu.ac.id)

Internet Source

4%

2

[www.oocities.org](http://www.oocities.org)

Internet Source

2%

3

[yes.petra.ac.id](http://yes.petra.ac.id)

Internet Source

1%

4

[puslit.petra.ac.id](http://puslit.petra.ac.id)

Internet Source

1%

5

[digilib.unila.ac.id](http://digilib.unila.ac.id)

Internet Source

1%

6

[pakimadnasution.blogspot.com](http://pakimadnasution.blogspot.com)

Internet Source

1%

7

[journal.unair.ac.id](http://journal.unair.ac.id)

Internet Source

1%

8

[eprints.undip.ac.id](http://eprints.undip.ac.id)

Internet Source

1%



9	<a href="http://www.tjoret.net">www.tjoret.net</a> Internet Source	1%
10	<a href="http://meninggaldunia.blogspot.com">meninggaldunia.blogspot.com</a> Internet Source	1%
11	<a href="http://digilib.isi.ac.id">digilib.isi.ac.id</a> Internet Source	1%
12	<a href="http://sosiologiunsyiah2010.wordpress.com">sosiologiunsyiah2010.wordpress.com</a> Internet Source	<1%
13	<a href="http://reyvanfajar.wordpress.com">reyvanfajar.wordpress.com</a> Internet Source	<1%
14	<a href="http://rusatea.wordpress.com">rusatea.wordpress.com</a> Internet Source	<1%
15	<a href="http://eprints.uns.ac.id">eprints.uns.ac.id</a> Internet Source	<1%
16	<a href="http://sites.google.com">sites.google.com</a> Internet Source	<1%
17	<a href="http://idabagussaduarsa.blogspot.com">idabagussaduarsa.blogspot.com</a> Internet Source	<1%
18	<a href="http://kkik.fsrđ.itb.ac.id">kkik.fsrđ.itb.ac.id</a> Internet Source	<1%
19	<a href="http://www.lontar.ui.ac.id">www.lontar.ui.ac.id</a> Internet Source	<1%
20	<a href="http://usupress.usu.ac.id">usupress.usu.ac.id</a> Internet Source	<1%

<1%

21

[bincangmedia.wordpress.com](http://bincangmedia.wordpress.com)

Internet Source

<1%

22

[www.etis.ee](http://www.etis.ee)

Internet Source

<1%

23

[www.sagepub.com](http://www.sagepub.com)

Internet Source

<1%

24

[blog.sunan-ampel.ac.id](http://blog.sunan-ampel.ac.id)

Internet Source

<1%

25

[media.neliti.com](http://media.neliti.com)

Internet Source

<1%

26

[repository.uinjkt.ac.id](http://repository.uinjkt.ac.id)

Internet Source

<1%

27

[repository.upi.edu](http://repository.upi.edu)

Internet Source

<1%

28

Submitted to Universitas Semarang

Student Paper

<1%

29

[sabdaspaces.info](http://sabdaspaces.info)

Internet Source

<1%

30

[sinaukomunikasi.wordpress.com](http://sinaukomunikasi.wordpress.com)

Internet Source

<1%

31

[repository.unhas.ac.id](http://repository.unhas.ac.id)

Internet Source

<1%

---

32 [folkerhanusch.com](http://folkerhanusch.com) Internet Source <1%

---

33 [www.ejournal-s1.undip.ac.id](http://www.ejournal-s1.undip.ac.id) Internet Source <1%

---

34 [pps.unla.ac.id](http://pps.unla.ac.id) Internet Source <1%

---

35 Submitted to University of Leicester Student Paper <1%

---

36 [charlessaragi.wordpress.com](http://charlessaragi.wordpress.com) Internet Source <1%

---

37 Bryant. Handbook of Death and Dying Publication <1%

---

38 [es.scribd.com](http://es.scribd.com) Internet Source <1%

---

39 [scholar.unand.ac.id](http://scholar.unand.ac.id) Internet Source <1%

---

40 [www.journal.unipdu.ac.id](http://www.journal.unipdu.ac.id) Internet Source <1%

---

41 [majalahpearl1.blogspot.com](http://majalahpearl1.blogspot.com) Internet Source <1%

---

42 [www.ajidedim.net](http://www.ajidedim.net) Internet Source <1%

---

43 [studibudayadanmedia.blogspot.com](http://studibudayadanmedia.blogspot.com)

	Internet Source	<1%
44	<a href="http://ariefmustofa.blogspot.com">ariefmustofa.blogspot.com</a> Internet Source	<1%
45	<a href="http://waskita-adjarto.blogspot.co.id">waskita-adjarto.blogspot.co.id</a> Internet Source	<1%
46	<a href="http://www.pdfdocuments.com">www.pdfdocuments.com</a> Internet Source	<1%
47	<a href="http://isca.in">isca.in</a> Internet Source	<1%
48	<a href="http://repository.ipb.ac.id">repository.ipb.ac.id</a> Internet Source	<1%
49	<a href="http://fannykputri17.blogspot.com">fannykputri17.blogspot.com</a> Internet Source	<1%
50	<a href="http://cerita.biz">cerita.biz</a> Internet Source	<1%
51	<a href="http://www.al-firdaus.com">www.al-firdaus.com</a> Internet Source	<1%
52	<a href="http://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet Source	<1%

Exclude quotes

On

Exclude matches

Off

Exclude bibliography  On