



**Integrasi
Nusa Maritim dan
Penguatan Jalinan
Kebinekaan
Alam Melayu di Asia Tenggara**

**VOLUME 1
BUKU 1**

PROSIDI

**Seminar Antarbangsa
Arkeologi, Sejarah, Bahasa,
dan Budaya di Alam Melayu
(ASBAM) ke-7**

Lombok, 28-29 Juli 2018

BUKU 1

PROSIDING

**Seminar Antarbangsa Arkeologi, Sejarah, Bahasa,
dan Budaya di Alam Melayu (ASBAM) ke-7**

Volume 1

**INTEGRASI NUSA MARITIM DAN PENGUATAN
JALINAN KEBINEKAAN ALAM MELAYU
DI ASIA TENGGARA**

Lombok, Nusa Tenggara Barat, 28-29 Juli 2018

**Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin
Makassar
2018**

PROSIDING
Seminar Antarbangsa
Arkeologi, Sejarah, Bahasa, dan Budaya di Alam Melayu
(ASBAM) ke-7
Volume 1

Panitia Pelaksana:

Prof. Dr. Abd. Rasyid Asba, M.A. (Ketua)
Dr. Muhlis Hadrawi, M.Hum. (Sekretaris)

Reviewer:

Prof. Dr. Akin Duli, M.A.
Prof. Dr. Abd. Rasyid Asba, M.A.
Dr. Fathu Rahman, M.Hum.
Dr. Muhlis Hadrawi, M.Hum.
Dr. Andi Muh. Akhmar, M.Hum.
Dr. Muhammad Hasyim, M.Si.
Dr. Inriati Lewa, M.Hum
Dr. Rosmawati, M.Si.
Drs. Iwan Sumantri, M.Hum., M.Si.
Dias Pradadimara, M.A.
Dr. Nelmawarni, M.A.
Ismail Suardi Wekke, Ph.D.
Prof. Madya Dr. Zuliskandar Ramli
Mohd Rohaizat Abdul Wahab
Muhamad Shafiq Mohd Ali
Ros Mahwati Ahmad Zakaria
Prof. Dr. Sufyan Hussein

Editor:

Akin Duli
Zuliskandar Ramli
Abd. Rasyid Asba
Muhlis Hadrawi
Andi Muhammad Akhmar
Muhamad Shafiq Mohd Ali

BUKU 1

PROSIDING

**Seminar Antarbangsa Arkeologi, Sejarah, Bahasa,
dan Budaya di Alam Melayu (ASBAM) ke-7**

Volume 1

**INTEGRASI NUSA MARITIM DAN PENGUATAN
JALINAN KEBINEKAAN ALAM MELAYU
DI ASIA TENGGARA**

Lombok, Nusa Tenggara Barat, 28-29 Juli 2018

Editor:

Akin Duli

Zuliskandar Ramli

Abd. Rasyid Asba

Muhlis Hadrawi

Andi Muhammad Akhmar

Muhamad Shafiq Mohd Ali

Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin

Makassar

2018

PROSIDING

Seminar Antarbangsa Arkeologi, Sejarah, Bahasa, dan Budaya di Alam Melayu (ASBAM) ke-7

Volume 1

INTEGRASI NUSA MARITIM DAN PENGUATAN JALINAN KEBINEKAAN ALAM MELAYU DI ASIA TENGGARA

Lombok, Nusa Tenggara Barat, 28-29 Juli 2018

Copyright © 2018 Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanudin

All Right Reserved

Hak Cipta Dilindungi Undang Undang

Penyunting : Akin Duli dkk
Desain Sampul : Masagena @rt
Tata Letak : Masagena @rt
Penerbit : Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanudin
Jl. Perintis Kemerdekaan Km. 10 Kampus Unhas
Tamalanrea, Makassar, Indonesia
Telp. 0411-587223, Fax. 0411-587233
Email: ilmubudaya@unhas.ac.id
Cetakan : Pertama, 2018

xii + 978 hal; 21 x 29,7 cm

ISBN 978-602-51125-2-2 (no. Jilid Lengkap)

ISBN 978-602-51125-3-9 (No. Jilid 1)

SAMBUTAN DEKAN FAKULTAS ILMU BUDAYA UNIVERSITAS HASANUDDIN

Assalamu Alaikum Wr. Wb,

Di awal kata, Saya mengajak kepada kita semua memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karuniahnya sehingga Seminar Antarbangsa ASBAM yang ke-7 tahun 2018 dapat terlaksana sesuai dengan harapan. Seminar ASBAM pada kesempatan ini dilaksanakan di Lombok NTB, tepatnya di The Jayakarta Hotel, Senggigi, pada tanggal 28-29 Juli 2018. Apresiasi yang tinggi Saya tujukan kepada seluruh pemakalah dari seluruh negara yang meliputi Indonesia, Malaysia, Brunai Darussalam, Kamboja, Thailand, Belanda, Jepang, China, dan lain-lainnya tanpa terkecuali. Perkenankan pula Saya menyampaikan terima kasih kepada para Panitia pihak FIB UNHAS dan pihak ATMA-UKM, serta panitia lokal pendukung yaitu pihak Kantor Bahasa NTB dan pihak STIBA Bumigora yang telah mempersiapkan penyelenggaraan seminar ini dengan baik.

Seminar International ASBAM ke-7 bertema "Integrasi Nusa Maritim dan Penguatan Jalanan Kebinekaan Alam Melayu di Asia Tenggara". Substansi tema ini sesuai dengan warisan sejarah, masyarakat dan kebudayaan di dunia Melayu yang menunjukkan ciri maritim yang kuat. Pada sisi yang sama, tema ini sejalan dengan konsep Pola Ilmiah Pokok Universitas Hasanuddin dalam mencapai sistem manajemen mutu menuju World Class University (WCU). Paper yang disajikan dalam prosiding ini seluruhnya berbasis riset ilmu humaniora (Arkeologi, Sejarah, Budaya, dan Bahasa) yang sajikan oleh peserta yang berasal dari kalangan perguruan tinggi dan lembaga-lembaga riset dunia khususnya dari Asia Tenggara. Paper-paper yang ada dalam prosiding ini menyimpan isu yang menarik sehingga perlu ditingkatkan pemublikasiannya menjadi tulisan jurnal bereputasi.

Di akhir kata, Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pembicara atas partisipasinya dalam Seminar International ASBAM ke-7 ini, semoga kita dapat menjalin komunikasi ilmiah lebih lanjut agar semakin menguatkan penelitian dan publikasi mengenai alam Melayu di kawasan Asia Tenggara.

Makassar, 06 Juli 2018
Dekan,

Prof. Dr. Akin Duli, M. A.

PENGANTAR EDITOR

Hingga kini diperoleh gambaran bahwa dunia Melayu adalah dunia yang menarik dan menyimpan banyak misteri dari citra sosial, aneka ragam budaya, dan lingkungan alamnya yang memesona, tidak terkecuali warna peradabannya yang melampaui masa yang panjang. Kini, isu-isu Melayu-Nusantara semakin menarik perhatian berbagai kalangan peneliti sosial-budaya dengan melakukan eksplorasi ilmiah secara mendalam dan meluas. Itulah sebabnya, kajian tentang dunia Melayu-Islam di Nusantara menjadi isu yang penting dieksplorasi secara ilmiah dalam konteks interdisipliner. Hasil kajian ilmiah tersebut dipandang penting pula diangkat dan dikomunikasikan ke dalam forum-forum ilmiah tingkat dunia melalui seminar ilmiah.

Sejak abad XXI kajian tentang alam dan peradaban dunia Melayu dan Nusantara semakin mendapat perhatian oleh pelbagai kalangan akademisi dan peneliti tingkat global. Negara-negara Asia Tenggara seperti Indonesia, Malaysia, Thailand (Selatan), Cambodia, dan Brunai Darussalam adalah pihak yang paling dekat dan terhubungkait dengan isu tersebut terutama kajian keilmuan Arkeologi, Sejarah, Bahasa, dan Budaya. Tidak sedikit hasil kajian yang dikeluarkan dari eksplorasi ilmiah, berhasil mengungkapkan hal-hal baru dan penting disebarluaskan dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan. Konsep tersebut menjadi hal yang melatarbelakangi dicetuskannya Seminar International yang berbasis kajian ilmu humaniora yakni Arkeologi, Sejarah, Budaya di Alam Melayu yang kemudian disingkat dengan nama ASBAM.

Tahun 2012 ASBAM resmi dicetuskan oleh ATMA-UKM dengan melaksanakan seminar ilmiah bertaraf internasional yang mewadahi kalangan peneliti perguruan tinggi di Malaysia dan lembaga-lembaga riset dunia dalam melakukan komunikasi ilmiah. Sejak awal pelaksanaannya, pihak luar pun menunjukkan minatnya yang tinggi terhadap ASBAM, tidak terkecuali dosen dan peneliti dari Indonesia. Secara khusus, dosen dan peneliti dari UNHAS menjadi peserta yang aktif menghadiri ASBAM dari tahun ke tahun. Seminar ASBAM pun terus berlanjut dari tahun ke tahun secara konsisten hingga tahun 2017 dengan melibatkan peserta dari berbagai negara, terutama kalangan Perguruan Tinggi di Asia Tenggara.

Antara tahun 2012 sampai dengan 2015, Seminar International ASBAM telah diselenggarakan di UKM Malaysia hingga empat kali berturut-turut, yakni tahun 2012, 2013, 2014, dan 2015. Namun, pada tahun 2016, pelaksanaan ASBAM yang ke-5 berlangsung di luar Malaysia yakni di Makassar pada tanggal 26-27 Juli 2016 dengan pelaksana Fakultas Ilmu Budaya UNHAS. Sejak tahun 2015 digagaskan tahun pelaksanaannya secara bergantian antara UNHAS pihak Indonesia dan UKM pihak Malaysia melalui kontrak kerjasama kedua institusi ini. Seri seminar ASBAM tahun 2017 atau ke-6 telah berlangsung di Johor Bahru Malaysia pada tanggal 12-13 Agustus 2017.

Pelaksanaan ASBAM ke-7 pada tahun 2018 ini diselenggarakan di Lombok pada tanggal 28-29 Juli dengan panitia inti dari pihak UNHAS dan UKM, dan didukung oleh ATMA UKM, Kantor Bahasa NTB, STIBA Bumigora, UIN Mataram NTB, dan Ikatan Ahli Arkeologi Malaysia. Selain itu, Seminar International ini dijalankan dengan melibatkan sejumlah ilmuwan, peneliti, dan pemerhati dunia Melayu terutama pada lima disiplin ilmu, yaitu Arkeologi, Sejarah, Bahasa dan Budaya di Alam Melayu. Pada kesempatan ini melibatkan peserta dari enam negara yaitu Malaysia, Brunai, Thailand, Kamboja, Belanda, Jepang dan Indonesia. Kehadiran berapa peserta dari negara Belanda dan Jepang merupakan sebuah kemajuan penting pelaksanaan ASBAM kali ini.

Adapun pembicara utama dalam seminar ASBAM seri ke-7 adalah: 1) Prof. Dr. Zuliskan-

dar Ramli (ATMA-UKM, Malaysia), 2) Prof. Dr. Akin Duli, M.A. (UNHAS, Indonesia), 3) Dr. Kathryn Wellen (KITLV, Laiden), 4) Dr. Awang Haji Muhammad Hadi Bin Muhammad Melayong (Pejabat Sekretariat Majlis Tertinggi Melayu Islam Beraja), 5) Nik Rakib Nik Hassan (Coordinator of Nusantara Studies Center, Thailand). Sementara itu, peserta yang terlibat sebagai pembicara atau pembentang dalam ASBAM ke-7 ini sebanyak 190 paper/artikel. Jumlah artikel 190 ini lebih banyak dibandingkan dengan pelaksanaan dari tahun-tahun yang hanya berada dalam kisaran 120 paper saja.

Tema ASBAM yang diangkat pada kali ini lebih bernuansa penguatan kepada 'peradaban maritim' dengan tema "Integrasi Nusa Maritim dan Penguatan Jalinan Kebhinekaan Alam Melayu di Asia Tenggara". Tema ini dianggap sangat sesuai dengan alam Melayu yang sejarah sosial dan kebudayaan dunia Melayu sangat kuat ciri maritimnya. Dalam konteks itulah Lombok yang secara geografis merupakan zona yang terokupasi dalam wilayah kebudayaan Melayu. Dalam konteks yang sama, masyarakat dan kebudayaan Nusa Tenggara Barat sangat berkarakter Islami. Tak dapat dikecualikan bahwa, konteks dunia Islam di Kawasan Timur Indonesia, terutama di wilayah Nusa Tenggara Barat seperti Pulau Sumbawa dan Lombok, merupakan bagian penting bagi pertumbuhan peradaban Islam jaringan antarnusa dalam kawasan Asia Tenggara.

Terkait dengan tema utama di atas, Seminar ASBAM ke-7 ini juga menyajikan sub-sub tema yang tidak kalah pentingnya dieksplorasi yaitu:

1. Nusa Tenggara Barat dalam Jalinan Peradaban Islam Antarnusa
2. Ekologi dan Pariwisata Budaya
3. Gender, Etnisitas dan Multikulturalisme
4. Bahasa Serumpun dan Kebhinekaan
5. Manuscripts dan Peradaban Aksara
6. Arkeologi Perekat Keserumpunan
7. Nasionalisme dan Karakter Kebangsaan
8. Tradisi Lisan dan Narasi Kebhinekaan

Subtansi tema dan sub-sub tema yang ada itu terangkum kedalam empat bidang kajian utama yaitu arkeologi, sejarah, Budaya serta bahasa dan sastra. Setiap peserta seminar dipersilahkan memilih secara bebas dengan menyelaraskan kompetensi keilmuannya masing-masing.

Perlu dikemukakan bahwa seminar yang menampilkan artikel-artikel peserta dalam dan luar negeri adalah berbasis riset yang menyajikan isu yang terkini seputar dunia Melayu. Seluruh artikel yang ada adalah hasil dari seleksi dan dinyatakan diterima untuk dipresentasikan serta disajikan dalam bentuk proceeding. Terkait dengan sajian paper yang multidisipliner tersebut, maka Seminar International ASBAM ke-7 ini didedikasikan sebagai forum ilmiah yang bertujuan untuk:

1. Menghimpun ilmuan dunia dari kalangan perguruan tinggi dan lembaga riset ilmiah yang memiliki perhatian yang tinggi terhadap isu-isu Melayu-Nusantara.
2. Mempresentasikan hasil-hasil kajian ilmiah yang terbaru di bidang Arkeologi, Sejarah, Bahasa dan Budaya di Alam Melayu.
3. Mewadahi terjalannya komunikasi bagi ilmuwan, dosen, peneliti, dan pemerhati terhadap kajian-kajian Arkeologi, Sejarah, Bahasa dan Budaya di Alam Melayu pada tingkat internasional.

Latar belakang para pemakalah Seminar ASBAM ke-7 berasal dari kalangan dosen, peneliti, budayawan, pemerhati, dan mahasiswa (magister dan doctoral) dari beberapa negara yaitu In-

donesia, Malaysia, Brunei Darussalam, Thailand, Kamboja, Belanda, Jepang, Cina, Taiwan, Amerika Serikat, dll. Di samping itu seminar ini diikuti peserta dari bebrabagi kalangan dosen, peneliti, mahasiswa, guru, umum dan budayawan dari dalam dan luar negeri.

Seperti yang disebutkan bahwa seluruh artikel yang dipresentasikan dalam Seminar International ASBAM ke-7 ini akan disatukan dalam sebuah proceeding. Meskipun demikian pihak panitia UNHAS dan UKM akan melakukan tindakan lebih lanjut untuk melakukan publikasi pada jurnal-jurnal international setelah dilakukan penambahan dan penyesuaian yang diperlukan pada artikel. Secara khusus, sasara jurnal yang dapat menjadi sasaran artikel ASBAM ini seperti Planning Malaysia Journal, Asian Journal of Environment, History & Heritage, Jurnal Alam dan Tamadun Melayu, Jurnal Arkeologi Malaysia, IJoM-NS (Internasional Journal of Malays-Nusantara Studies).

Seminar ASBAM ke-7 yang akan diselenggarakan ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di Indonesia terutama di bidang Arkeologi, Sejarah, Bahasa dan Budaya dalam konteks dunia Melayu-Nusantara, pada sisi yang sama, dapat memberikan nilai penting bagi publikasi artikel bagi peserta ASBAM pada media-media ilmiah di peringkat internasional.

Makassar, 05 Juli 2018

Tim Editor ASBAM ke-7

ISLAM DI JAWA DALAM PANDANGAN MELAYU
Umi Amanah dan Asep Yudha Wirajaya ~ 391

BAHASA

DARI LISAN KE TULISAN SETERUSNYA MENJADI AMALAN
Prof. Madya DR. AB. Razak AB. Karim ~ 405

PENGUASAAN TATABAHASA BAHASA MELAYU DALAM KALANGAN MURID BUKAN MELAYU
BERDASARKAN PENDEKATAN KOMUNITI PEMBELAJARAN PROFESIONAL
**Abdul Rasid Jamian, PhD, Azhar bin Md Sabil, PhD, Shamsudin bin Othman, PhD, Rozita @
Radhiah Md Said ~ 411**

REVEALING STRATEGIES OF EXISTING TOEFL MATERIALS:
A SNAPSHOT TO FULFILL CURRENT DEMANDS OF FURTHER EDUCATION
Abidin Pammu, Nadira Mahaseng, dan Sitti Sahraeny ~ 419

THE POWER OF LANGUAGE ON RELIGIOUS LECTURES IN INDONESIA
Ade Yolanda Latjuba, Hasbullah, dan Muhammad Hasyim ~ 427

PILIHAN BAHASA DALAM KOMUNIKASI ETNIK SALAKO
Anne AnakIntoh dan Norazuna Norahim ~ 433

LOCAL CULTURE IN ENGLISH LANGUAGE TEACHING: LEARNERS' PERSPECTIVES
Antonius Ali Wutun ~ 439

STRATEGI KESANTUNAN MASYARAKAT BERBAHASA MAKASSAR DI KECAMATAN
TINGGIMONCONG, DESA PATTAPANG KABUPATEN GOWA SULAWESI SELATAN TINJAUAN TEORI
KESANTUNAN BROWN & LEVINSON
Arham R ~ 445

KEBERKESANAN PENGGUNAAN FROG VLE TERHADAP PENULISAN KARANGAN
BAHASA MELAYU MURID-MURID SEKOLAH MENENGAH
**Azhar Md Sabil, PhD., Shamsudin Othman, PhD., Abdul Rasid Jamian, PhD., Rozita @Rad-
hiah Md Said, PhD. ~ 453**

PAKAIAN TRADISI KADAZANDUSUN : ANALISIS MORFOLOGI
Christina Patirik dan Dr. Rosliah Kiting ~ 457

REFLEKSI ROMANTIKA CINTA DAN PERJODOHAN DALAM KONTEKS CERITA RAKYAT BUGIS-
MAKASSAR: PERSPEKTIF BAHASA DAN JENDER
Ery Iswary ~ 465

REVITALISASI PEMERTAHANAN SASTRA LISAN IKO-IKO SUKU BAJO DI SULAWESI SELATAN
(Studi Strategi Penyelamatan dari Ancaman Kepunahan)
Fathu Rahman ~ 473

MITOS DALAM TEKS IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DI KABUPATEN BONE:
ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES
Fatimah dan Muhlis Hadrawi ~ 487

MITOS DALAM TEKS IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DI KABUPATEN BONE: ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES

Fatimah¹ dan Muhlis Hadrawi²

¹Mahasiswa S3 Linguistik Universitas Hasanuddin
Dosen Institut Agama Islam Negeri Bone

²Dosen Fakultas Ilmu udaya, Universitas Hasanuddin
fatimah.stainwatampone@gmail.com dan muhlisbugis@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan ideologi yang terungkap dalam mitos iklan layanan masyarakat yang ada di kabupaten Bone dengan menggunakan semiotika Roland Barthes. Iklan layanan masyarakat yang dibuat oleh pemerintah dan BUMN diharapkan menjadi mitos dalam masyarakat, sebagaimana halnya dengan iklan-iklan komersial. Mitos itulah yang menjadi ideologi iklan layanan masyarakat, yang dipahami oleh penerima pesan ILM. Ideologi yang dipahami diharapkan menjadi sikap dan perilaku masyarakat sebagai sasaran dari ILM yang ada. Penelitian ini berjenis deskriptif kualitatif. Data bersumber dari teks yang ada pada ILM di kabupaten Bone. Adapun prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik rekam, teknik simak catat, dan teknik wawancara. Penelitian ini akan mendeskripsikan mitos yang terungkap ke dalam tiga kategori yaitu keselarasan mitos, kontramitos, dan *new* mitos dalam ILM di kabupaten Bone.

Kata kunci: semiotika, mitos, ideologi dan ILM (iklan layanan masyarakat).

PENDAHULUAN

Perkembangan media komunikasi termasuk iklan mampu menyentuh segenap lapisan sosial dan menyebar secara meluas tanpa batas. Melalui iklan memungkinkan orang di seluruh dunia dapat saling berkomunikasi menyampaikan pesan dan menerima pesan. Hal ini terjadi karena adanya berbagai media yang digunakan sebagai sarana penyampaian pesan. Namun, hal yang lebih penting diketahui di balik pesan itu tersambungannya informasi sebagai hasil dari konstruksi realitas yang terekspresikan dengan menggunakan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Penggunaan bahasa melalui kata-kata yang dipilih pengirim pesan pada hakikatnya mengespresikan pilihan, sikap, kecenderungan komunikatornya dengan maksud untuk menyalurkan kepada penerima pesan.

Iklan tidak akan lepas dari kehidupan manusia pada era informasi global seperti saat ini. Dengan mudahnya jargon-jargon iklan, merasuki alam berpikir masyarakat dalam berkomunikasi. Itu sebabnya menurut Barthes mengungkapkan bahwa bahasa dalam iklan dipakai sebagai sarana pertukaran pesan dan menjadi alat komunikasi antara produsen dengan konsumen. Melalui gambar atau foto dan kata-kata atau teks, sebuah iklan menghasilkan tanda yang di dalamnya terkandung penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) yang kemudian membentuk makna denotatif yakni makna eksplisit yang hanya merupakan penyampaian informasi dan makna konotatif yang melibatkan perasaan, emosi, dan nilai-nilai budaya. Hal ini membentuk sebuah proses komunikasi yang mempunyai kekuatan penting sebagai sarana pemasaran dalam langgam informasi yang bersifat persuasif.

Pesatnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi kemudian memberikan tantangan dan kemudahan untuk menghasilkan iklan-iklan yang lebih persuasif. Dengan bahasa persuasif produsen menyajikan iklan yang bertujuan untuk membujuk dan mengajak masyarakat (sasaran) untuk melakukan sesuatu misalnya memiliki benda, membeli sesuatu, melakukan hal khusus, dan sebagainya. Motif persuasif adalah tujuan utama pembuat iklan untuk menstimulus keinginan masyarakat agar memiliki, membeli, melakukan dan sebagainya, sesuai harapan produk. Kebersuasifan tersebut sangat menonjol dalam iklan komersial untuk mendapatkan keuntungan berupa materi.

ILM pada dasarnya merupakan alat untuk menyampaikan pesan sosial kepada masyarakat. Sebagai pesaing iklan komersial, media semacam ini sering digunakan pemerintah dan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) untuk menyebarluaskan program-programnya. Misalnya ILM yang dibuat untuk menyukseskan program PLN pascabayar diganti dengan Prabayar, program hidup sehat dengan jargon

“ayo sukseskan germas” program Keluarga Berencana (KB), program keselamatan berlalu lintas, gerakan ayo kerja, merupakan imbauan pemerintah daerah supaya Aparat Sipil Negara (ASN) berfungsi sebagai pelayan yang sebenarnya dan masyarakat lebih produktif bekerja dan sebagainya.

Fenomena yang muncul di masyarakat, ILM menyajikan tanda-tanda dengan pesan komunikatif, melalui tanda-tanda komunikasi itulah pesan tersebut menjadi bermakna sebagai pengur bagi subjek-subjek yang dirujuk. Jelas terbaca bahwa tanda-tanda yang ada pada ILM, ada yang bermakna denotasi, ada pula berbentuk konotasi, bahkan ada yang telah menjadi mitos, dan dari mitos menjadi ideologi di masyarakat. Tampilan ILM pun terkadang tidak kalah menarik dari iklan komersial, bahkan ideologi iklan komersial lebih mudah merasuki alam pikiran masyarakat dibandingkan ideologi ILM.

Suatu hal yang menjadi fenomena menarik pada ILM BUMN adalah setiap instansi atau lembaga, baik milik pemerintah, maupun swasta, secara gencar memasang iklan layanan masyarakat pada tempat-tempat yang sangat strategis. Akan tetapi, tampilan ILM yang ada, sangat berbeda dengan ILM yang diproduksi di daerah lain, misalnya Yogyakarta. ILM yang dibuat oleh instansi di bawah naungan Pemerintah Daerah, terlihat ada perwajahan yang menunjukkan citra lokal, terutama dari segi bahasa, ILM dikeluarkan oleh Pemda Bone, menyajikan narasinya secara “*to the point*”, ringkas, dan polos, dibandingkan dengan ILM yang sifatnya skala nasional.

ILM tersebut sarat dengan tanda-tanda yang perlu dimakna bahkan dianalisis. Oleh karena itu, teori semiotik sangat tepat untuk menjawab penanda dan petanda yang ada. Penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang iklan layanan masyarakat yang dibuat oleh lembaga-lembaga / instansi pemerintah dan BUMN yang ada di Kabupaten Bone ditinjau dari sudut semiotika. Dengan harapan bahwa kajian semiotika mampu mengungkap mitos yang terkandung dalam teks-teks ILM. Lebih lanjut mitos dan ideologi yang terungkap mampu memengaruhi perilaku masyarakat yang menjadi sasaran ILM tersebut.

LANDASAN TEORI

Mitos

Mitos berasal dari bahasa Yunani, *mitos* berarti cerita. Biasanya kita pakai untuk menunjuk cerita yang tidak benar, cerita buatan yang tidak mempunyai kebenaran historis. Meskipun demikian, cerita semacam itu tetap dibutuhkan agar manusia dapat memahami lingkungan dan dirinya. Mitos menjadi salah satu kajian menarik di lingkungan antropologi (Levi-Strauss dan filsafat budaya van Peursen. Inilah yang coba diteorisasikan oleh Barthes dengan menggunakan pendekatan semiotik. Dia menemukan bahwa orang modern pun dikerumuni oleh banyak mitos, orang modern juga merupakan produsen dan konsumen mitos. Mitos-mitos ini tidak hanya kita dengar dari orang-orang tua dan buku-buku tentang cerita lama, melainkan kita temukan setiap hari di televisi, radio, pidato, dan sebagainya (Sunardi, 2004: 103).

Dalam Mitologi Roland Barthes, Mitos adalah tipe wicara. Mitos merupakan sistem komunikasi, yakni sebuah pesan. Ini membenarkan seseorang untuk berprasangka bahwa mitos tidak bisa menjadi sebuah objek, konsep, atau ide. Mitos adalah cara pemaknaan, sebuah bentuk. Mitos adalah tipe wicara, segala sesuatu bisa menjadi mitos asalkan disajikan oleh sebuah wacana. Mitos tidak ditentukan oleh objek pesannya, namun oleh cara mitos mengutarakan pesan itu sendiri, mitos memiliki batas-batas formal, namun semua itu tidak begitu ‘substansial’. Segala sesuatu bisa menjadi mitos, sebab alam semesta ini ditumbuhi begitu subur oleh pelbagai nasehat. (Barthes, 1983: 151-152).

Sebagai sistem semiotik, mitos dapat diuraikan ke dalam tiga unsur, yaitu: *signifier*, *signified*, dan *sign*. Untuk membedakan istilah-istilah yang sudah dipakai dalam sistem semiotik tingkat pertama, Barthes menggunakan istilah berbeda untuk ketiga unsur itu, yaitu, *form*, *concept*, dan *signification*. Dengan kata lain, *form* sejajar dengan *signifier*, *concept* dengan *signified*, dan *signification* dengan *sign*. Perbedaan istilah-istilah ini dimaksudkan bukan hanya supaya kita tidak bingung, melainkan juga karena proses *signification* dalam sistem semiotik tingkat pertama dan tingkat kedua tidak sama. Kalau sistem pertama adalah sistem linguistik, sistem kedua adalah sistem mitis yang mempunyai keunikannya. Sistem kedua memang mengambil model sistem pertama, akan tetapi tidak semua prinsip

alamiah. Contoh, konsep patriarki yang hadir dalam keseharian. Piliang (3017: 288-289). Mitos menyiratkan struktur makna sosial yang sangat familiar dan berpengaruh. Seringkali mitos memperoleh penerimaan tradisional dan historis. Mitos muncul dalam teks sebagai pengurutan konotasi. Mitos menyembunyikan identitas dirinya sebagai suatu makna sosial di antara banyak makna untuk tanda teks dan alih-alih tampak sebagai makna satu-satunya yang natural. Pada level teks, mitos sejajar dengan dan memperluas cara-cara bagaimana, pada level tanda, denotasi beraktivitas sebagai konotasi yang kelihatan benar. Thwaites, (2009: 119).

Mitos kontemporer bersifat diskontinu, tidak lagi hadir dalam bentuk narasi-narasi panjang dengan format baku, tetapi hanya dalam bentuk "wacana". Bahkan, paling sering hadir dalam bentuk *fraseologi*, korpus dari frasa-frasa (korpus dari stereotif-stereotif). Mitos tidak tampak, namun meninggalkan hal-hal berbau mitos yang semakin tersembunyi dan mengancam. Barthes, (2010:172).

Menurut Umar Junus dalam buku "Mitos dan Komunikasi", Kehidupan manusia, dengan sendirinya hubungan antar manusia, dikuasai oleh mitos-mitos. Sikap kita terhadap sesuatu ditentukan oleh mitos yang ada dalam diri kita. Mitos ini menyebabkan kita menyukai atau membenci sesuatu.

Dengan begitu mitos akan menyebabkan kita mempunyai suatu prasangka tertentu terhadap suatu hal yang dinyatakan dalam mitos. Hanya melalui persentuhan diri kita dengan hal tertentu tadi, kita dapat mengetahui kebenaran atau kesalahan dari mitos tadi. Persentuhan ini mungkin dapat memperkuat atau dapat meniadakannya. Ini selanjutnya akan memungkinkan kita berbeda anggapan dari yang terdapat dalam satu mitos yang pernah kita hidupi, meskipun ia tidak akan selalu mengambil arah demikian. Perkenalan dengan sesuatu akan dapat saja menghasilkan mitos-mitos baru, yang berbeda dari mitos yang ada sebelumnya, bahkan menentangnya. Junus, (1981:84).

Suatu mitos yang bertentangan dengan mitos lama, sehingga mitos baru dapat dianggap sebagai suatu **kontramitos**. Bagaimanapun dominannya suatu mitos, ia selalu akan didampingi oleh suatu mitos yang lain, yang merupakan **kontramitos**. Hal ini biasanya terdapat pada sebuah masyarakat yang telah terbuka (kepada dunia lain). Hanya dalam masyarakat yang benar-benar tertutup akan ditemui **kemutlakan mitos**. Dengan begitu mitos-mitos tadi akan ditentang oleh mitos-mitos lain pula, sehingga menjadi **kontramitos**.

Sebenarnya, ada pertentangan antara mitos dengan fakta yang realitas, sebagai dapat terlihat pada pada bagan berikut:

MITOS

Generalisasi

REALITAS

Fakta kongkret

Dengan begitu, kalau suatu mitos dihadapkan kepada suatu realitas, maka ada dua kemungkinan reaksi, yaitu:

- a. mitos itu makin diperkuat, sehingga makin kukuh;
- b. mitos itu dinyatakan tidak berlaku;
- c. *mitos diperlemah, maka diharapkan terjadi suatu mitos baru.* Junus, (1981:96).

Sebagai contoh, segala sesuatu dalam bacaan remaja adalah mitos, sesuatu yang dianggap berlaku dan sesuatu yang digeneralisasikan. Bacaan remaja berlawanan dari mitos, sesuatu yang mesti ditentang atau sesuatu yang mesti dikukuhkan. Untuk menentang atau mengukuhkan sesuatu mitos, mereka menciptakan cerita yang akan dianggap orang sebagai suatu realitas, sehingga ia bertugas sebagai suatu konkretisasi dari suatu mitos dan anti mitos. Dengan demikian, mitos bukan lagi suatu yang abstrak, tapi sesuatu yang konkret.

Seluruh keadaanya dapat dilihat sebagai berikut:

| | | |
|---------|------------|-----------------------------|
| mitos → | realitas → | penguhan/ keselarasan mitos |
| mitos → | realitas → | antimitos/ kontramitos |
| mitos → | realitas → | mitos baru/new mitos |

Junus, (1981:100).

Pada prinsipnya, segala sesuatu tidaklah diungkapkan pada waktu yang bersamaan, beberapa objek menjadi mangsa wicara mitis untuk sementara waktu, lalu mereka hilang, yang lain menggeser

tempat mereka dan memperoleh status sebagai mitos. Orang dapat mengonsepsikan mitos-mitos yang sangat kuno, namun tidak ada yang abadi. Sebab sejarah manusialah yang mengubah *realitas* menjadi wicara, dan sejarah ini mengatur hidup matinya bahasa mitis. (Barthes, 1983:152-153).

Ideologi

Istilah ideologi pertama kali digunakan pada tahun 1796 oleh A.L.C. Destutt de Tracy untuk menetapkan sebuah “ilmu gagasan”. Dalam pengertian yang lebih bebas nilai, ideologi merupakan sistem norma, nilai, keyakinan, atau *weltanschauungen* yang mengarahkan sikap dan aksi sosial dan politik suatu kelompok, suatu kelas, atau suatu masyarakat secara keseluruhan (Nort, 2006: 384).

Menurut Althusser, ideologi adalah sesuatu yang menciptakan subjektivitas melalui interpelasi kesadaran yang dilakukan oleh Aparat Ideologi Negara (*Ideological State Apparatus*). Ia menunjuk pada isi kesadaran berikut ini: nilai, keyakinan, harapan, cita-cita, pandangan dunia dan cakrawala pemahaman. Ideologi adalah perangkat tafsir, sebuah filter persepsi, yang dipakai oleh subjektivitas untuk memaknai dunia di sekitarnya. Ideologi dapat berlaku secara luas jika ia kemudian bisa diartikulasikan sebagai tindakan sosial melalui tindakan manusia.

Althusser mendefinisikan ideologi sebagai sebuah “representasi” tentang relasi imajiner individu-individu dengan kondisi nyata keberadaan mereka. Karakter ‘imajiner’ relasi ini mengacu pada karakter ideologi yang menyebabkan suatu kondisi tidak terpersepsi tanpa terdistorsi. (Stuart Hall, 2011: 202).

Ideologi berfungsi menaturalisasikan segala hal yang bersifat ekonomis, politis dan sosial, dan itu dilakukan secara historis sehingga menjadikan sifatnya yang kontingen itu tampak apolitis dan kekal. Proses interpelasi ideologi itu bersifat tak sadar, dan menciptakan mitos seperti “kesadaran umum”. Penampakan ide yang terkesan “alami” disebut sebagai efek ideologi. Trifonas, (2017: 30).

Iklan layanan masyarakat (ILM)

Iklan layanan masyarakat (ILM) adalah iklan yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mengajak atau mendidik khalayak di mana tujuan akhir bukan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, melainkan keuntungan sosial. Keuntungan sosial yang dimaksud adalah munculnya penambahan pengetahuan, kesadaran sikap dan perubahan perilaku masyarakat terhadap masalah yang diiklankan, serta mendapatkan citra yang baik di mana masyarakat. Secara normatif, bertambahnya pengetahuan, dimilikinya kesadaran sikap dan perubahan perilaku masyarakat tersebut sangat penting bagi kualitas kehidupan masyarakat itu sendiri. Sebab masyarakat akan terbangun dan digiring pada keadaan yang baik. Umumnya, materi pesan yang disampaikan dalam iklan jenis ini berupa informasi-informasi publik untuk menggugah khalayak melakukan sesuatu kebaikan yang sifatnya normatif (Widyatama, 2007).

Senada dengan pujiyanto (2013:9) menyatakan bahwa iklan layanan masyarakat (ILM) merupakan ajakan atau imbauan kepada masyarakat untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan demi kepentingan umum melalui perubahan kebiasaan atau perilaku masyarakat yang tidak/ kurang baik menjadi lebih baik. Iklan layanan masyarakat sifatnya sosial, bukan semata-mata mencari keuntungan (bisnis). ILM muncul didasari oleh kondisi negara/ masyarakat yang dilanda suatu permasalahan sosial, sehingga pesan-pesan yang ditampilkan kebanyakan bersifat sosial. ILM selalu berkembang sesuai dengan perkembangan masyarakat, teknologi, dan permasalahan yang terjadi di masyarakat. Setiap iklan membutuhkan penanganan khusus dan khas agar pesan yang diiklankan mendapat perhatian dari kelompok masyarakat. Tugas utama suatu ILM adalah menginformasikan pesan sosial kepada masyarakat agar tertarik dan mengikutinya/ menjalankannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Data bersumber dari teks iklan layanan masyarakat di Kabupaten Bone. Jumlah data yang diperoleh ada 60 teks iklan layanan masyarakat, dari 60 teks tersebut dipilih enam sampel secara purposif sesuai dengan kebutuhan penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik simak, catat, dan wawancara. Selanjutnya data dianalisis dengan pendekatan semiotika Barthes, sehingga mitos yang terkandung dalam teks iklan layanan masyarakat dapat dipaparkan dengan jelas.

PEMBAHASAN

Keberhasilan suatu iklan, terutama iklan layanan masyarakat, apabila teks yang ada mampu menjadi mitos bagi masyarakat di sekitarnya. Mitos dalam iklan layanan masyarakat secara garis besar ada tiga, yakni: (1) keselarasan Mitos, (2) kontramitos, dan (3) *new* mitos / mitos baru.

1. keselarasan mitos

Contoh iklan (1):

Gerakan emas Bone. Gerakan air susu ibu.

Contoh iklan tersebut di atas termasuk kategori keselarasan mitos. *Gerakan emas Bone*, adalah bentuk konotasi dari usia emas atau *golden age* anak berusia dibawah lima tahun (balita). *Gerakan air susu ibu*, adalah bentuk konotasi dari gerakan yang digalakkan terhadap ibu-ibu untuk tetap menyusui bayi sampai usia dua tahun. Mitos dari ILM *Gerakan emas Bone. Gerakan air susu ibu*, tidak mengalami perubahan ideologi yang dikandung dari zaman dahulu sampai sekarang. Oleh karena itu ILM tersebut dikategorikan terjadi keselarasan mitos.

Sekalipun GRATIS berobat, lebih baik mencegah dengan perilaku hidup bersih dan sehat.

2. Kontramitos

Contoh iklan (2):

Ayo ikut KB

Agar sehat dan aman, atur jarak kehamilan.

a. *ayo ikut KB 2 anak cukup*

b. *Bone 3 kali lebih*

c. *Sehat-cerdas-sejahtera*

Teks iklan layanan masyarakat tersebut di atas, tidak sepenuhnya menjadi mitos bagi masyarakat yang ada di kabupaten Bone. Sebagai bukti, mayoritas masyarakat yang memiliki pemahaman agama Islam yang ekstrim dan sedikit radikal, akan memiliki anak dalam jumlah banyak. Sunnah nabi Muhammad saw. Memperbanyak anak. Sebagaimana ungkapan "Banyak anak banyak rezeki", setiap anak lahir membawa reskinya masing-masing. Hadist lain yang dishahihkan oleh syaikh al Albani: nikahilah perempuan yang subur peranakannya dan banyak melahirkan anak. Seorang ustas memaparkan bahwa kelak di hari kiamat kita akan berbangga di depan Rasulullah dengan banyak anak. Mengatur jarak kelahiran anak dianggap membunuh anak.

Di sisi lain pada masyarakat agraris pedesaan, banyak anak merupakan anugerah SDM (sumber daya manusia). Faktanya petani atau nelayan membutuhkan banyak tenaga dalam melaksanakan aktivitasnya di sawah atau di laut/ empang.

Fakta yang terjadi di masyarakat Bone, suami istri berprofesi sebagai Aparat Sipil Negara (PNS), tetap bisa mempunyai anak tujuh orang bahkan sepuluh orang. Realitas ini menjadi kontramitos dalam ILM "Keluarga Berencana 2 anak cukup.

Contoh iklan (3):

Sayangi anak kita jangan manjakan dengan kendaraan bermotor.

Teks ILM tersebut di atas, terdapat kontramitos dengan diksi "sayangi" namun "jangan dimanjakan". Realitas yang terjadi, orang tua akan memanjakan anak mereka dengan cara menghadiahi barang-barang kesayangan mereka.

Contoh iklan(4):

Kau yang merokok kita yang mati.

Teks ILM yang dibuat oleh LSM bidang kesehatan ini, memberikan kontramitos dari ILM yang ada pada iklan komersial rokok yang berbunyi "meroko membunuhku". Realitas yang terjadi, rokok akan lebih berbahaya terhadap perokok pasif dibandingkan dengan perokok aktif.

.....

3. Mitos Baru

Contoh iklan (5):

Madrasah lebih baik...lebih baik madrasah

Teks iklan tersebut di atas, termasuk kategori mitos baru. Fenomena masyarakat sepuluh tahun terakhir, madrasah dianggap sekolah yang menerima siswa yang tidak lulus di sekolah umum (SD, SMP, SMA). Namun berbanding terbalik yang terjadi pada saat ini, madrasah menjadi pilihan utama orang tua yang akan menyekolahkan anaknya dengan pertimbangan bahwa madrasah siswa mendapatkan nilai lebih yang tidak didapatkan di sekolah umum.

Sebagai bukti, Taman Kanak-kanak (TK) dan SDIT yang paling banyak peminatnya di kabupaten Bone adalah Raudatul Atfal (RA) dan SDIT Rabbaani dan Raudatul Atfal (RA) dan SDIT Assiddiq. Berdasarkan hasil observasi peneliti, pertama, madrasah tersebut usianya masih di bawah sepuluh tahun RA Rabbaani 8 tahun dan RA Assiddiq 6 tahun. Kedua, madrasah tersebut tergolong kategori sekolah yang mahal namun paing banyak peminat.

Contoh lain, Madrasah Ibtidayyah (MI) Darul Hikmah, adalah madrasah yang paling banyak mencetak sisa berprestasi mulai tingkat kecamatan, kabupaten, provinsi, sampai nasional. MTs Negeri Watampone adalah sekolah yang mempunyai siswa paling banyak di Kabupaten Bone. Selanjutnya SMA Islam Athirah adalah SMA *bording scholl* adalah kategori sekolah yang paling banyak mencetak juara olimpiade di kabupaten Bone.

Contoh iklan (6):

Layanan gratis dokumen kependudukan dan catatan sipil.

Teks iklan layanan masyarakat yang dibuat oleh dinas kependudukan dan catatan sipil, merupakan mitos baru bagi masyarakat Bone. Fakta yang terjadi sebelum masa pemerintahan saat itu adalah semua dokumen yang dibuat membutuhkan biaya administrasi. Biaya tersebut, mulai dari surat pengantar dari desa/ kelurahan sampai terbitnya surat tersebut. Kata *gratis* menjadi nilai jual/ *selling point* dari ILM tersebut.

SIMPULAN

Seiring perkembangan zaman teks ILM “KB dua anak cukup” menjadi kontramitos dalam kalangan masyarakat. Pemilihan kata “pintar” dan “gratis” dalam teks iklan layanan masyarakat, menjadi *new* mitos. Hal tersebut menjadi ideologi baru yang dipahami bagi masyarakat kabupaten Bone. Dominan iklan layanan masyarakat yang ada merupakan mitos lama yang masih bertahan sampai saat ini. Ideologi yang dipahami masyarakat dan lestari hingga saat ini.

SARAN

Diharapkan makna denotasi dan konotasi yang ada dalam teks iklan layanan masyarakat, menjadi mitos dan dari mitos-mitos tersebut menjadi ideologi. Harapannya ideologi tersebut terealisasi dalam perilaku khalayak terutama ILM kategori keselarasan mitos.

DAFTAR PUSTAKA

- Kaelan. 1998. *Filsafat Bahasa, Masalah dan Perkembangannya*. Yogyakarta: Paradigma.
- Kasali, Rhenald. 2001. *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasi di Indonesia*. Jakarta: Grafiti.
- Kurniawan. 2001. *Semiologi Roland Barthes*. Jakarta: Yayasan Indonesiatara.
- Mahsun. 2005. *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan Strategi, Metode, dan Tekniknya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Martinet, Jeanne. 2010. *Semiologi: Kajian Tanda Sausuran antara Semiologi Komunikasi dan Semiologi Signifikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Morissan, dkk. 2013. *Teori Komunikasi Massa: Media, Budaya, dan Masyarakat*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Noth. Winfried. 2006. *Semiotik (Handbook of Semiotics: Penerjemah Abdul Syukur Ibrahim)*. Surabaya: Airlangga University Press.

- Piliang, Yasraf Amir. 2003. *Hipersmiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna. Realitas Kebudayaan*. Bandung: Jalasutra.
- , 2004. *Hiper Realitas Kebudayaan*. Yogyakarta: LKiS.
- Pujiyanto, 2013. *Iklan Layanan Masyarakat*. Yogyakarta: Andi.
- Santoso, Riyadi. 2003. *Semiotika Sosial*. Surabaya: Eureka.
- Saussure, Ferdinand. 1988. *Pengantar Linguistik Umum*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Sobur, Alex. 2012. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: Rosdakarya.
- , 2013. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sunardi, St. 2004. *Semiotika Negativa*. Yogyakarta: Buku Baik.
- Thwaites, ony, etc. 2009. *Introducing Cultural and media Studies: Sebuah Pendekatan Semiotik*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Tinarbuko, Sumbo. 2013. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- , 2015. *Dekave Desain Komunikasi Visual: Penanda Zaman Masyarakat Global*. Yogyakarta: CAPS.
- Vera, Nawiroh. 2014. *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Zoest, Aart Van. 1993. *Semiotika: tentang Tanda, Cara Kerjanya, dan Apa yang akan Dilakukan dengannya*. Penerjemah Ani Soekawati, Jakarta: Yayasan Sumber Agung, buku diterbitkan tahun 1978.

