

Abstrak

Syarifah Zulfatihmi.09321023.Representasi Eksotisme dalam Pemberitaan Destinasi Wisata Indonesia (Analisis Teks Majalah Travel Club Magazine dan DestinAsian Indonesia Edisi Juni-September 2017).Skripsi.Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.2018.

Majalah sebagai salah satu media cetak yang memiliki segmentasi berita yang terfokus. Salah satu dari majalah tersebut adalah majalah travel yang menyajikan informasi tentang berbagai objek wisata sebelum melakukan perjalanan. Di dalam memberikan informasi tersebut, majalah akan membentuk sebuah wacana yang ditampilkan kepada pembacanya. Penggunaan eksotisme yang tertulis maupun tidak banyak ditemukan di dalam pemberitaan destinasi wisata tersebut. Penelitian ini akan menjawab masalah eksotisme diwacanakan di dalam pemberitaan destinasi wisata di Indonesia.

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis wacana pada teks berita yang dikemukakan oleh Norman Fairclough. Fairclough membagi analisis teks ke dalam 3 unsur yaitu representasi, relasi, dan identitas. Selain itu menggunakan analisis semiotika Roland Barthes dalam menganalisis foto-foto yang digunakan dalam pemberitaan yang diteliti. Penelitian menggunakan 2 objek yaitu Majalah Travel Club dan Majalah DestinAsian Indonesia.

Penelitian ini menemukan bahwa eksotisme yang ada pada pemberitaan destinasi wisata bisa diidentifikasi menjadi 3 variasi kata. Pertama yaitu kata-kata yang menunjukkan bahwa eksotisme itu adalah tradisional. Kedua yaitu kata-kata yang menunjukkan bahwa eksotisme itu adalah alami. Ketiga adalah kata-kata yang menunjukkan bahwa eksotisme itu adalah berbeda/unik. Sebagai pelengkap pada teks berita, foto-foto yang digunakan memberikan penekanan terhadap apa yang ada di dalam teks. Relasi yang ditemukan bahwa kedua majalah menggunakan berbagai macam penggambaran hubungan. Pada majalah Travel Club yaitu pemerintah sebagai media penghubung antara investor dan pengelola, hubungan antara wisatawan dan pengelola tempat wisata, hubungan wisatawan dan penduduk, serta hubungan wisatawan dan pengusaha disekitar tempat wisata. Relasi pada majalah DestinAsian Indonesia yaitu hubungan antara wartawan dan narasumber yang memahami tempat tersebut, hubungan pengelola tempat wisata dan wisatawan, hubungan wisatawan dan pengusaha, hubungan praktisi dan masyarakat, dan hubungan antar masyarakat di tempat tersebut. Identitas yang digunakan adalah wartawan sebagai wisatawan yang pernah berkunjung ke tempat tersebut.

Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa eksotisme yang tertulis maupun tidak di dalam pemberitaan kedua majalah tersebut menggunakan wacana pasca kolonial. Kolonial membawa eksotis dalam mengungkapkan pandangannya terhadap Indonesia yang tradisional, alami, berbeda, dan unik dibandingkan peradaban Barat. Pandangan tersebut masih digunakan oleh Indonesia dalam mengartikan eksotisme. Khususnya di dalam pemberitaan destinasi wisata di Indonesia.

Keyword: Eksotisme, Majalah Travel, Destinasi Wisata, Analisis Teks, Poskolonial

Abstract

Syarifah Zulfatihmi.09321023.Representation of Exotism in Indonesian Tourist Destination News (Text Analysis of Travel Club Magazine and DestinAsian Indonesia Magazine Juni-September 2017 Edition).Undergradute Thesis.Departement of Communication Science, Faculty of Psychology and Sociocultural Science, Islamic University of Indonesia.2018.

Magazine is one of press media which had focused segmentations. One of those segmentations are travel magazine that could give readers information about their destination. Through those informations, magazine would construct a discourse to readers. Written exotism or unwritten exotism used in many tourist destination news.

In term of the methodology, this researche employs Norman Fairclough's thought in text discourse analysis. Fairclough's text discourse analysis has 3 element, those are representation, relation, and identity. Beside Fairclough's thought, this research employs Roland Barthes' thought in semotic analysis for analyzed photos that used in tourist destination news. This research used Travel Club magazine and DestinAsian Indonesia magazine as object that would answer how exotism dicourses in Indonesian tourist destination news.

This research found that exotism in Indonesian tourist destination news could be identified in 3 variations. First, words that represent traditional in excotism. Second, words that represent natural in exotism. Third, words that represent alien or unique in exotism.Photos that used in tourist destination news helped emphasis what have been written in the text. Relation that have been founded use many depiction of relationships. In Travel Club magazine are government forming a relation between investor and tourist destination organizer, between tourist and organizer, between tourist and tourist destination's resident, and between tourist and industrialist around their destination. In DestinAsian Indonesia magazine are between journalist and resource person in that destination, between organizer and tourist, between tourist and industrialist in that destination, between practitioner and resident, and between fellow society in that destination. Identity that used by journalist as tourist who have been to that destination.

Based on the analysis and discussion, written exotism and unwritten exotism in tourist destination news used pstcolonial discourse. Colonial used excotic to expressed traditionalism, natural, diversity and uniqueness from Indonesia that have differences from their life.That colonial thought about Indonesia still used to express exotism in present day. Specifically on tourist destination news in Indonesian travel magazine.

Keyword: Exotism, Travel Magazine, Tourist Destination, Text Analysis, Postcolonial