

Etnosemiotika sebagai Metode Analisis Mikro terhadap Pembacaan Makna Tanda

Stefanus Poto Elu¹, Salomon A.M. Babys², Maria Pertiwi³

¹Universitas Bina Nusantara, Paskal Hyper Square, Jl. Pasir Kaliki No.25-27, Ciroyom, Bandung, Jawa Barat, Indonesia

²Universitas Bung Karno, Jl. Kimia No.20, Pegangsaan, Menteng, Jakarta Pusat, Indonesia

³Universitas Terbuka, Jl. Cabe Raya, Pondok Cabe, Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

e-mail: [1stefanus.elu@binus.ac.id](mailto:stefanus.elu@binus.ac.id), [2salomonbabys@gmail.com](mailto:salomonbabys@gmail.com), [3tiwiepert85@gmail.com](mailto:tiwiepert85@gmail.com)

ABSTRAKSI

Etnosemiotika merupakan sebuah model riset dalam ilmu sosial yang masih tergolong baru. Model riset etnosemiotika menggabungkan riset etnografi dan riset semiotika. Penggabungan dua konsep penelitian tersebut umum dikenal dengan model penelitian interdisipliner. Penelitian interdisipliner terus berkembang untuk memenuhi tuntutan zaman di mana sebuah fenomena rasanya tidak cukup lagi hanya dielaborasi dengan satu sudut pandang ilmu saja. Dibutuhkan perspektif dari disiplin ilmu lain agar uraian dan penjelasan tentang fenomena tersebut semakin komprehensif. Menggunakan pendekatan kualitatif, dengan kajian pustaka secara mendalam, peneliti menguraikan konsep dasar penelitian etnosemiotika dan bagaimana langkah-langkah yang harus dilakukan dalam melakukan penelitian etnosemiotika. Ini adalah bagian dari riset mikro yang digunakan untuk menemukan makna tanda dalam sebuah komunitas, baik secara budaya maupun hidup sehari-hari. Makna tersebut haruslah ditemukan dan diungkapkan sendiri oleh komunitas atau masyarakat yang menjadi objek penelitian. Peneliti hendaknya menghindari kecenderungan untuk melibatkan perspektifnya. Peneliti wajib memberi ruang yang luas kepada objek penelitiannya untuk mengemukakan makna-makna di balik tanda-tanda kebudayaan yang mereka hidupi.

Kata Kunci: Etnosemiotika, Etnografi, Semiotika

ABSTRACT

Ethnosemiotics is a relatively new research model in communication science. The ethnosemiotics research model combines ethnographic research and semiotic research. The merger of the two research concepts is commonly known as an interdisciplinary research model. Interdisciplinary research continues to develop to meet the demands of the times where a phenomenon is no longer enough to be elaborated with only one scientific point of view. Perspectives from other disciplines are needed to make the description and explanation of the phenomenon more comprehensive. Using a qualitative approach, with an in-depth literature review, the researcher outlines the basic concepts of ethnosemiotics research and how the steps must be taken in conducting ethnosemiotics research. It is a piece of micro-research used to discover the meaning of signs in a community, both culturally and in everyday life. These meanings must be discovered and expressed by the community or society that is the object of research. Researchers should avoid the tendency to involve their perspective. Researchers must give ample space to the object of their research to express the meanings behind the cultural signs of their life.

Keyword: Ethnosemiotics, Ethnography, Semiotics

PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu komunikasi terus berkembang, seiring pertumbuhan masyarakat dengan kompleksitas relasi sosialnya. Fenomena-fenomena di bidang komunikasi yang dilahirkan oleh masyarakat modern tampak menuntut ilmu komunikasi agar terus bergerak maju memberi jawaban dan menawarkan solusi. Faktanya, di satu sisi ilmu komunikasi lahir sebagai respon atas peristiwa-peristiwa komunikasi, sementara di lain sisi ia dirancang untuk mengantisipasi peristiwa atau fenomena yang akan datang.

Kompleksitas fenomena komunikasi yang terjadi sekarang tak lepas dari pertumbuhan pesat media komunikasi yang tampak seperti tak terbendung. Maka ilmu komunikasi pun dituntut untuk berlari kencang mengikuti arus zaman. Teknologi media komunikasi telah menghadirkan dimensi baru dan ragam fenomena yang amat berbeda dalam relasi sosial manusia. Tidak heran kalau generasi hari ini adalah generasi yang pola komunikasinya sangat bergantung pada teknologi komunikasi. Melalui teknologi komunikasi, manusia mengonsumsi informasi dan menjadikannya sangat bergantung.

Joygiyanto (1990) menggambarkan kebutuhan informasi melalui teknologi oleh generasi sekarang seperti darah dalam tubuh manusia. Bila sebagian anggota tubuh tidak mendapatkan asupan darah maksimal maka akan terasa sakit. Kebutuhan akan informasi melalui teknologi media komunikasi sangat urgen. Dalam proses inilah muncul fenomena-fenomena yang layak untuk ditelisik lebih jauh, karena itu pembacaan atas fenomena-fenomena tersebut tidak lagi hanya menjadi garapan ilmu komunikasi, tetapi juga membutuhkan pespektif dari disiplin ilmu lainnya sehingga ketepatan analisis dan uraian mudah tercapai.

Salah satu penelitian komunikasi yang amat penting dewasa ini adalah penelitian semiotika. Wilayah penelitian semiotika ini sendiri sangat luas, sehingga banyak dipilih oleh mahasiswa sebagai penelitian skripsi. Semiotika sendiri menanggapi semua fenomena masyarakat dan kebudayaan sebagai tanda. Maka, tanda tersebut dapat muncul di semua tempat dan waktu. Ia mencakup banyak hal, mulai dari kata, bahasa, gerak-gerik, pakaian, boneka, menu makanan, musik, lukisan, film, dan lain-lain., sehingga dapat disimpulkan adalah segala sesuatu yang secara konvensional dapat menggantikan atau mewakili sesuatu yang lain dapat disebut tanda (Rusmana, 2022:31).

Di lingkungan kampus, perkembangan riset semiotika digemari oleh banyak mahasiswa. Sejak mengasuh konten tentang semiotika di media sosial TikTok @dunia.dosen pada 2022, hampir setiap hari peneliti menerima pertanyaan dan permintaan konsultasi untuk tema-tema skripsi dengan pendekatan semiotika. Pertanyaan tentang etnosemiotika juga justru datang dari mahasiswa yang sedang mempersiapkan sebuah riset, lantas hal inilah yang mendorong peneliti untuk melakukan riset lebih jauh tentang penelitian-penelitian menggunakan pendekatan etnosemiotika.

Faktanya mencengangkan, literatur tentang etnosemiotika sangat minim. Riset yang menggunakan

pendekatan etnosemiotika masih sangat jarang, dan kalau pun ada, pendekatan etnosemiotika langsung dipakai sebagai terapan dalam riset atau penelitian, sementara pembahasan etnosemiotika secara konseptual hampir tidak ada sama sekali. Yasraf Amir Piliang dalam bukunya *Hipersemiotika Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna* sedikit memberikan uraian tentang konsep yang mendasari metode penelitian etnosemiotika ini, namun, lagi-lagi pembahasan etnosemiotika hanya sebagai sebuah sub bab, karena itu, peneliti merasa perlu melakukan pembacaan dan pembahasan lebih jauh terakik konsep yang diusung oleh metode penelitian etnosemiotika ini.

Berangkat dari latar belakang di atas, maka publikasi konsep etnosemiotika pada kesempatan ini, penulis beri judul “Etnosemiotika sebagai Metode Analisis Mikro terhadap Pembacaan Makna Tanda”. Diskursus dan publikasi tentang etnosemiotika ini bertujuan menjelaskan metode penelitian etnosemiotika secara konseptual dan bagaimana aplikasinya dalam riset terhadap sebuah fenomena komunikasi. Riset ini juga layak dipublikasikan agar menjadi referensi atau acuan konseptual dalam penelitian atau riset etnosemiotika, yang dapat di operasionalisasi dalam bidang ilmu komunikasi secara umum atau secara khusus pada ruang lingkup *public relation*.

Sebagai sebuah pendekatan riset, etnosemiotika merupakan model riset yang masih tergolong baru dalam riset ilmu sosial. Model riset ini mengawinkan antara riset etnografi dan riset semiotika. Model riset ini tentu dikembangkan untuk memenuhi tuntutan lapangan, di mana fenomena-fenomena yang berkembang tidak cukup lagi hanya didekati atau dianalisa hanya dengan satu pendekatan ilmu saja, tetap harus lintas ilmu. Artinya, sebuah fenomena dapat dianalisis dengan menggunakan berbagai sudut pandang sehingga fenomena tersebut dapat dijelaskan dan dipahami secara komprehensif.

Di Indonesia sendiri, sekurang-kurangnya di lingkungan kampus, riset etnosemiotika ini belum populer. Umumnya, riset yang dilakukan terpisah, yakni riset etnografi sendiri dan riset semiotika sendiri. Penulis mencoba untuk menelusuri penelitian-penelitian terdahulu, namun sumber yang ditemukan minim. Baru ada beberapa peneliti yang sudah menggunakan model riset etnosemiotika ini.

Estetika et al., (2022) dalam riset berjudul “Kajian Motif Batik Gajah Oling dalam Busana Gandrung Khas Banyuwangi dengan Pendekatan Etnosemiotika dan Estetika” menggunakan etnosemiotika untuk mengkaji makna batik Gajah Oling dalam busana tari Gandrung di daerah Banyuwangi, Jawa Timur.

Sementara Pasoloran (2016) dalam papernya berjudul “Narsisme Dana Aspirasi Masyarakat dalam Penganggaran Daerah: Kajian Etno-Semiotika Berbasis Filsafat Barthesian”, yang disampaikan dalam Simposim Nasional Akuntansi XIX di Lampung, menggunakan pendekatan etnosemiotika untuk mengurai dana aspirasi masyarakat dalam penganggaran daerah sebagai sebuah mitos yang sudah lama membudaya dalam jargon untuk menyerap aspirasi masyarakat. Sama halnya dengan riset berjudul “Membaca Lakon Ardini Pangastuti: Menanamkan dan Menghidupkan Wayang pada Generasi

Muda” yang dilakukan oleh Suwondo (2022). Ia menjelaskan bahwa riset etnografi dan serupa dengan metode pragmatik dalam konteks linguistik adalah etnografi.

Francesco Galofaro melalui risetnya yang berjudul *Ethnosemiotics and Design A Contribution to a Symptomatology of Design* menjelaskan bahwa metode etnosemiotika membantu peneliti untuk mengamati objek dalam konteks kehidupan sehari-hari, menyadari hubungan yang direncanakan dan tidak terduga yang terjadi, kemudian memahami lebih jauh tentang realitas yang terjadi di tengah masyarakat yang diekspresikan melalui desain.

Riset-riset terdahulu ini menunjukkan bahwa metode etnosemiotika merupakan sebuah metode interdisipliner yang dapat diterapkan untuk meneliti fenomena-fenomena sosial yang terjadi di tengah masyarakat. Fenomena tersebut bisa mewujud dalam berbagai teks atau tanda, misalnya, atribut dalam budaya tertentu, pola kehidupan masyarakat sehari-hari, dan desain dalam wilayah desain visual.

METODOLOGI

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Di sini peneliti melakukan studi mendalam terhadap literatur atau pustaka yang menjelaskan tentang etnografi, semiotika, dan etnosemiotika. Tujuannya agar peneliti mendapatkan gambaran secara komprehensif tentang kerangka konseptual dan metode penelitian etnosemiotika.

Selain itu, penelusuran pustaka juga merupakan langkah pertama untuk mengumpulkan informasi yang relevan dengan tema penelitian ini. Penelusuran pustaka ini dapat menghindari duplikasi pelaksanaan penelitian. Melalui penelusuran pustaka dapat diketahui penelitian yang sudah pernah dilakukan dan di mana hal itu dilakukan (Basri, 2022:11). Selanjutnya, dari berbagai pustaka yang ditelusuri, peneliti menyajikan kerangka konseptual secara komprehensif mengenai etnosemiotika dan penerapannya dalam penelitian. Penelitian deskriptif sendiri digunakan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian (Suharsimi, 2013:3).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saat ini analisis terhadap sebuah fenomena atau isu dengan menggunakan pendekatan interdisipliner sedang berkembang pesat. Hal ini ditempuh untuk menjawab kebutuhan masyarakat yang hendak melihat dan menganalisis sebuah fenomena dari berbagai sisi. Dalam dunia riset, menganalisis sebuah fenomena atau isu menggunakan dua atau lebih disiplin ilmu disebut pendekatan interdisipliner (*interdisciplinary*).

Interdisipliner sendiri dapat dipahami sebagai interaksi intensif antarsatu atau lebih disiplin, baik yang langsung berhubungan maupun yang tidak, melalui program-program penelitian, dengan tujuan melakukan integrasi konsep, metode, dan analisis (Prentice, 1990).

Ratna (2010) juga menegaskan hal ini. Ia mengatakan, dalam pendekatan interdisipliner sangat

dimungkinkan dua ilmu dapat melebur menjadi satu sehingga memungkinkan sebuah pembahasan dapat dikaji dan dijelaskan secara mendalam.

Kajian etnosemiotika dapat dikategorikan sebagai sebuah kajian interdisipliner. Sebab, kajian tersebut mengintegrasikan pendekatan/metode etnografi dan semiotika untuk membahas makna tanda (teks) dalam sebuah kebudayaan, agar menjadi lebih jelas, peneliti coba untuk membahas secara bertahap konsep dasar dalam etnografi dan semiotika, kemudian bagaimana integrasi kedua disiplin ilmu tersebut dapat diterapkan dalam sebuah riset, yang dinamakan riset etnosemiotika.

4.1. Etnografi

Pada dunia penelitian, etnografi dipahami sebagai sebuah metode yang digunakan oleh seorang peneliti di mana ia terlibat secara langsung untuk melakukan observasi, wawancara, dan melakukan analisis yang komprehensif tentang kebudayaan dalam sebuah kelompok masyarakat, namun, perlu diingat bahwa penelitian etnografi bukan sekadar melihat (*a way of seeing*) realitas budaya dalam kelompok tertentu (Walcott, 2008:71) atau sebuah cara mendeskripsikan budaya (*the work of describing a cultures*) semata. Metode ini menekankan bagaimana seseorang mengeksplorasi dan menjelaskan apa yang terjadi di masa lampau dan masa mendatang dalam sebuah kelompok (Rulli, 2017:5).

Etnografi yang harus dipahami dalam konteks ini adalah etnografi komunikasi. Rulli (2017:6) juga menjelaskan bahwa etnografi komunikasi sendiri merupakan penggabungan antara bidang antropologi dan linguistik. Dan etnografi komunikasi mencoba untuk mengkaji artefak percakapan yang terjadi dalam sebuah komunitas atau kelompok. Jika dipandang lebih luas dalam konteks semiotika, di mana bahasa merupakan tanda yang bermakna, maka ujung dari kajian etnografi dalam konteks ini adalah menemukan makna-makna yang tumbuh, hidup, dan dihayati dalam sebuah kelompok atau komunitas.

Tujuan dari etnografi umumnya adalah untuk menemukan makna-makna dalam bahasa, pun kebudayaan dalam sebuah komunitas, dibutuhkanlah keterlibatan langsung dari dekat (*immersion*), dan inilah yang merupakan ciri khas dalam penelitian etnografi. Imersi (*immersion*) merupakan proses di mana peneliti menceburkan diri ke dalam objek atau orang atau komunitas yang diteliti (Eriyanto, 2021:9). Imersi sangat diperlukan oleh seorang peneliti agar ia dapat terlibat secara langsung, melihat dari dekat, dan dapat menjelaskan budaya tersebut dari sudut pandang orang yang diteliti.

Peneliti harus membiarkan kelompok atau komunitas yang ia teliti untuk menjelaskan makna di balik fenomena, bahasa, ritual, adat-istiadat, dan budaya yang mereka hayati. Di sini peneliti menahan diri untuk memberi tafsir atau menggambarkan makna berdasarkan pemikirannya. Ia justru harus bisa menangkap makna yang dihayati oleh kelompok atau komunitas yang menjadi objek penelitiannya.

4.2. Semiotika

Menunjuk sang pencetus semiotika (*semiotics or semiology*) Ferdinand de Saussure (2011) dalam bukunya, *Course in*

General Linguistics semiotika diartikan sebagai ilmu yang mempelajari peran tanda (*sign*) sebagai bagian dari kehidupan sosial. Lebih jauh, semiotika dapat dipahami sebagai ilmu yang mempelajari relasi di antara komponen-komponen tanda, serta relasi antara komponen-komponen tersebut dengan masyarakat penggunaannya (Piliang, 2016:47). Mengingat relasi masyarakat yang terus berkembang mengikuti konteks sosialnya, maka komponen-komponen tanda pun ikut berkembang, sehingga dengan sendirinya semiotika harus menyesuaikan diri untuk mengikuti tuntutan zaman.

Semiotika terus berkembang, tidak saja hadir sebagai sebuah metode kajian (*decoding*), tapi juga sebagai sebuah metode penciptaan (*encoding*). Imbas lanjut dari perkembangan semiotika tersebut adalah bisa menciptakan cabang-cabang semiotika khusus seperti semiotika binatang (*zoo semiotics*), semiotika kedokteran (*medical semiotics*), semiotika arsitektur, semiotika seni, semiotika fashion, semiotika film, semiotika sastra, semiotika televisi, dan semiotika desain (Piliang 2016:225). Ketika media sosial tumbuh pesat dalam beberapa tahun terakhir dan budaya virtual tak terhindarkan, semiotika pun bermetamorfosis untuk menjawab kebutuhan pembacaan akan fenomena-fenomena di media sosial. Semiotika media sosial (daring) menjadi area riset baru yang terus menarik untuk dikembangkan.

Daya jangkau semiotika ke berbagai lini kehidupan sosial dan medium komunikasi masyarakat global ini pastilah sangat bergantung juga pada peneliti atau ilmuwan yang mencoba membuka ruang-ruang baru eksperimen. Sejak diperkenalkan ke publik oleh Ferdinand de Saussure di daratan Eropa dan Charles Sanders Peirce di wilayah Amerika, semiotika terus berkembang dan melahirkan berbagai tokoh semiotik. Di Indonesia, tokoh-tokoh semiotika, selain dua tokoh yang sudah disebutkan sebelumnya, yang umum digunakan dalam berbagai penelitian ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya adalah Roland Barthes, John Fiske, Umberto Eco, Tzvetan Todorov, Christian Metz, dan masih banyak lagi.

Semiotika sendiri pada intinya adalah sebuah ilmu yang mempelajari tentang tanda-tanda yang ada di tengah masyarakat. Charles Sanders Peirce sendiri mendefinisikan semiotika sebagai studi tentang tanda dan segala yang berhubungan dengannya; cara berfungsinya (sintaksis semiotik), hubungan dengan tanda-tanda lain (semantik semiotik), pengirim dan penerimanya oleh mereka yang menggunakannya (Rusmana, 2022:22).

Di tangan Roland Barthes, semiotika kemudian dibawa untuk menelisik lebih jauh tentang makna-makna di balik tanda yang muncul. Ia menyebutnya makna konotatif atau makna pada tataran kedua. Pada tataran kedua inilah Barthes melihat aspek lain dari penanda yakni mitos. Di sinilah semiotika Barthes menawarkan ranah baru yakni penggalian lebih jauh untuk mencapai mitos yang bekerja dalam realitas keseharian masyarakat (Kurniawan, 2001:23), dengan demikian, makna tanda yang dirujuk oleh semiotika adalah makna tanda yang ada di tengah masyarakat.

4.3. Etnosemiotika

Semiotika terus menunjukkan signifikasinya sebagai bidang ilmu sosial (komunikasi) yang terus berkembang, namun bersamaan dengan perkembangan semiotika, mengalir aneka ragam kritik. Semiotika sering mendapat kritikan karena dianggap bergerak terlalu jauh antara teks dan struktur sosial. Para pengkritik menilai bahwa semiotika sering mengabaikan fakta bahwa selalu ada korelasi yang tak terpisahkan antara teks dan masyarakat pembaca (penonton, pemirsa, pengguna). Kalau ditimbang-timbang, kritikan ini ada benarnya.

Bila semiotika melihat segala fenomena sebagai tanda yang menyimpan makna akan sesuatu, maka fenomena yang lahir dan tumbuh di tengah masyarakat tersebut tak dapat dipisahkan sepenuhnya. Sebab konvensi yang dikemukakan oleh Saussure sebagai salah satu prinsip semiotika menjelaskan bahwa setiap tanda yang pada dirinya melibatkan penanda dan petanda sangat bergantung pada konvensi (kesepakatan). Kesepakatan tentang bahasa (tanda dan makna) terjadi di dalam komunitas bahasa, sehingga komunitas inilah yang punya kesepakatan final tentang sebuah tanda dan makna, kemudian dihidupi dalam keseharian, yang pada bisa berkembang menjadi budaya.

Karena itu, kajian etnografi (*ethnographic study*) yang “dikawinkan” dengan semiotika di sini dikembangkan dalam rangka proses ini. Gunanya untuk menguji pembacaan semiotika (reading) terhadap teks oleh peneliti, kemudian membandingkannya dengan pembacaan konkret yang dilakukan oleh masyarakat sendiri. Metode etnografi sendiri dioperasionalisasi untuk meneliti dimensi sosial sebuah teks, tidak dalam skala komunikasi sosiopolitik makro, namun menasar pada realitas kehidupan sehari-hari yang konkret (Marsiani, 2022). Melalui penelitian etnografi, peneliti mengamati langsung masyarakat dalam proses komunikasi mereka dan secara intens menangkap makna yang muncul dari tengah-tengah masyarakat.

Pendekatan ini secara jelas membuka ruang kepada peneliti untuk tidak menggunakan sudut pandang personalnya saja untuk memaknai tanda, namun membuka ruang seluasnya kepada masyarakat yang membaca tanda dan memaknainya. Masyarakat yang menjadi objek riset seorang peneliti justru mendapat tempat paling depan untuk mengespresikan makna yang mereka tangkap dari sebuah teks (fenomena). Perluasan pendekatan semiotika inilah yang kemudian dikenal disebut etnosemiotika (*ethnosemiotics*).

Basis dari pertimbangan untuk mengedepankan peran masyarakat dalam mengungkap dan menghayati makna tanda adalah keyakinan bahwa sebuah tanda sesungguhnya tidak dapat dipisahkan dari struktur sosial masyarakatnya. Di sini etnosemiotika menggali makna tanda dari masyarakat pembacanya. (Piliang, 2016:277) menjelaskan pendekatan atau riset etnosemiotika memainkan peran penting dalam menghubungkan pembacaan teks dengan kehidupan sehari-hari yang bersifat mikro, oleh karena itu, etnosemiotika mengkaji tanda dan bahasa pada tingkat sintaktik, akan tetapi juga tingkat semantik dan pragmatik.

4.4. Aplikasi dalam Penelitian

Ketika metode penelitian etnosemiotika diaplikasikan dalam sebuah riset, setiap peneliti perlu memperhatikan unsur-unsur utama yang menjadi kekhasan dalam riset etnografi dan riset semiotika. Catatan yang perlu diingat dalam aplikasi penelitian etnosemiotika adalah penelitian ini merupakan penelitian interdisipliner: menggabungkan disiplin riset etnografi dan semiotika.

Langkah pertama yang perlu dilakukan oleh seorang peneliti dengan metode etnosemiotika adalah peneliti tersebut harus berada dan tinggal di tempat (*locus*) penelitiannya. Dalam proses “berada bersama” tersebut ia dapat mengamati, mencatat, dan memdeskripsikan tanda dan makna yang tumbuh dalam relasi sosial masyarakat yang menjadi objek penelitiannya.

Ambil contoh, bila penelitian etnosemiotika tersebut dilakukan di tengah masyarakat penganut Aliran Kepercayaan Sunda Wiwitan, peneliti harus tinggal dan hidup bersama mereka, bahkan ia dapat mengikuti upacara/ibadah yang dilakukan oleh penganut Aliran Kepercayaan Sunda Wiwitan tersebut untuk mengamati, mencatat, dan mengalisa tanda atau simbol ekspresi iman para penganut Aliran Kepercayaan Sunda Wiwitan untuk menemukan makna yang mereka hayati dan hidupi. Contoh lain, bila pendekatan etnosemiotika tersebut digunakan untuk melakukan riset di kalangan para *gamers online*, maka harus berada di tengah mereka, ambil bagian dalam seluruh aktivitas yang mereka lakukan, menemukan tanda dan makna dalam kehidupan mereka.

Inilah yang disebut imersi, yang merupakan kekhasan dari riset atau penelitian etnografi. Jadi, saat peneliti berada di lapangan (*field site*) peneliti berpartisipasi dalam keseluruhan aktivitas kelompok atau komunitas yang ia teliti, dan membuat catatan atas apa yang ia lihat, amati dan alami. Melalui catatan (*field notes*) tersebut, peneliti menceburkan diri pada budaya kelompok yang ia amati (Eriyanto, 2021:135).

Berangkat dari teknik-teknik khusus di atas, maka metode pengumpulan data yang dipakai dalam riset etnosemiotika adalah observasi dan wawancara mendalam, selain itu riset pustaka/literatur tetap sangat diperlukan untuk semakin memperkaya ruang observasi peneliti agar bisa menemukan kebaruan dan kekhasan dari objek penelitiannya. Perihal berapa banyak narasumber yang perlu diwawancarai dalam riset etnosemiotika ini adalah sebanyak mungkin, artinya sejauh yang diinginkan oleh peneliti karena dirasa sudah cukup kuat untuk menjawab tujuan penelitiannya. Namun jika dimungkinkan peneliti melibatkan banyak narasumber maka akan jauh lebih baik, karena peneliti dapat semakin memperkaya pembacaan terhadap tanda dan makna agar makin presisi dan komprehensif.

Hal utama yang perlu diingat dalam riset dengan metode etnosemiotika tersebut ialah menemukan dan mengungkapkan makna-makna kebudayaan dalam sebuah kelompok atau masyarakat. Makna kebudayaan tersebut umumnya terekspresikan lewat atribut, tarian, simbol, bahasa, atau sarana-sarana ekspresi sejenisnya. Kalau semiotika meyakini bahwa semua ekspresi kebudayaan merupakan tanda yang digunakan untuk mengkomunikasikan pesan dan makna tertentu, maka

semua ekspresi tersebut dapat dianalisis dengan metode semiotika maupun metode etnosemiotika.

Penggunaan teori semiotika dari tokoh semiotika pun dapat disesuaikan dengan kebutuhan objek yang diteliti. Bila ekspresi kebudayaan tersebut dipandang sebagai sebuah bahasa struktural maka penggunaan semiotika Ferdinand de Saussure dapat dipakai. Bila peneliti ingin membacanya sebagai fenomena yang menghadirkan makna-makna tertentu dengan muatan mitos dan ideologi, maka peneliti dapat menggunakan semiotika Roland Barthes. Lalu semiotika Charles Sanders Peirce yang memberikan ruang interpretasi kepada penikmat/pembaca tanda-tanda kebudayaan dapat dipertimbangkan juga.

Penelitian etnosemiotika ini dapat digunakan dalam penelitian ilmu komunikasi secara umum, maupun secara spesifik dalam riset *public relation*. Dalam riset yang terkait dengan *public relation*, model penelitian etnosemiotika memainkan peran penting untuk mengidentifikasi makna-makna tanda yang dihayati oleh kelompok atau komunitas sehingga dapat menentukan pola hubungan (*relation*) dan komunikasi yang tepat. Hasil dari kajian etnosemiotika ini dapat membantu guna memahami makna-makna budaya, merancang rencana komunikasi yang strategis yang berakar dari nilai budaya, dan membangun citra budaya secara konsisten.

Penelitian dengan tema hubungan antarkomunitas atau antarlembaga juga dapat menggunakan pendekatan etnosemiotika tersebut untuk menemukan kecenderungan pemaknaan yang dihayati oleh komunitas atau lembaga tertentu. Dengan pemahaman akan pemaknaan tersebut, maka pengambilan keputusan untuk memulai dan mengelola sebuah hubungan akan jauh lebih efektif.

KESIMPULAN

Metode penelitian etnosemiotika merupakan sebuah metode penelitian yang masih tergolong baru. Meski demikian, metode penelitian yang mengusung pendekatan interdisipliner ini sangat penting untuk terus dikembangkan. Dengan fokus pada area mikro dalam pembacaan tanda, riset etnosemiotika ini sangat membantu setiap peneliti untuk menemukan makna-makna baru yang hidup, tumbuh, dan dihayati dalam sebuah masyarakat tertentu. Dengan penemuan makna-makna baru tersebut, maka kebudayaan dalam sebuah kelompok atau masyarakat dapat tegambarkan secara jelas. Melalui penelitian etnosemiotika juga gambaran tentang pemaknaan tanda (teks) dalam sebuah kelompok dapat menjadi referensi bagi kelompok atau komunitas lain.

Berdasar pada pemahaman di atas, penggunaan metode penelitian etnosemiotika tersebut juga dapat digunakan oleh berbagai kalangan, baik itu di lingkungan pendidikan maupun di lingkungan bisnis serta *public relation* untuk memahami konteks masyarakat sosial sehingga mampu menentukan arah kebijakan atau pola komunikasi yang relevan dan tepat sasaran.

REFERENSI

Basri, B. (2022). *Model Pendekatan Kualitatif dalam memahami budaya pengguna media sosial*. Tahta

Media Group.

- de Saussure, F. (2011). *Course in General Linguistics*.
- Eriyanto. (2021). *Metode netnografi. pendekatan kualitatif dalam memahami media budaya pengguna media sosial*. PT.Remaja Rosdakarya.
- Estetika, E. D. A. N., Syahrurridhani, A., & S, A. A. K. (2022). *Kajian Motif Batik Gajah Oling Dalam Busana Tari*. 09(01), 41–56.
- H.F, W. (2008). *Ethnography: a way of seeing*. Alta Mira.
- Joygiyanto, H. (1990). *Analisis dan disain sistem informasi: pendekatan terstruktur teori dan praktek aplikasi bisnis*. Andi Offset.
- Kurniawan. (2001). *Semiologi Roland Barthes*. Yayasan Indonesitera.
- Marsiani, F. (2022). "Pengantar Etnosemiotika". <https://www.youtube.com/live/nUQVrfsKXI4?si=plAHex1HtXth6L7I>.
- Pasoloran, O. (2016). *Narsisme Dana Aspirasi Masyarakat dalam penganggaran daerah: Kajian etnosemiotika berbasis filsafat barthesian*.
- Piliang, A. Y. (2016). Hipersemiotika Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna. In *Jalasutera*.
- Prentice, A. E. (1990). "Introduction" dalam *Information Science – The Interdisciplinary Context*. ((ed. J. M. Pemberton dan A.E. Prentice). (ed.)). Neal-Schuman Publishers.
- Ratna, N. K. (2010). *Metodologi Penelitian: Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora pada Umumnya*. Pustaka Pelajar.
- Rulli, N. (2017). etnografi virtual riset komunikasi, budaya, dan sosioteknologi di Internet. *Sembiosa Rekatama Media*, 139.
- Rusmana, D. (2022). *Filsafat Semiotika. Paradigma, Teori, dan Metode Interpretasi Tanda dari Semiotika Struktural hingga Dekonstruksi Praktis* (P. Setia (ed.)).
- Suharsimi, A. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.
- Suwondo, T. (2022). Membaca Lakon Ardini Pangastuti Menanamkan dan Menghidupkan Wayang pada Generasi Muda. *Sutasoma: Jurnal Sastra Jawa*, 10(1), 45–59. <https://doi.org/10.15294/sutasoma.v10i1.55433>