

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latarbelakang

Indonesia merupakan Negara yang terletak di kawasan Asia Tenggara dengan memiliki 34 wilayah provinsi yang tersebar dari Sabang sampai Merauke dikenal sebagai Nusantara. Orang Indonesia menyebutnya dengan Tanah Air. Secara sosiologis (Shoelhi, 2009:41). Indonesia terdiri dari beragam suku, etnik, bahasa, agama, budaya dengan nilai-nilai dan falsafah pemikiran, kepercayaan dan sejarah yang berbeda. Setiap kekhasannya memiliki mewakili jati diri suatu wilayah.

Keragaman orang Indonesia tercermin dari ragam budaya. Karena manusia sebagai makhluk hidup memiliki kebudayaan. Begitu manusia yang tinggal di Indonesia. Kebudayaan tersebut memengaruhi manusia yang menjadi bagian masyarakat. Manusia sebagai bagian dari masyarakat merupakan perseorangan (individual) yang membawa keunikan kepribadian. Kepribadian ini tidak lepas dari masyarakat dan kebudayaan dimana manusia itu hidup.

Karakter-karakter budaya daerah di setiap pelosok negeri banyak menghasilkan sebuah identitas masyarakat-masyarakat lokalnya. Identitas lokal

tersebut bisa tercermin dari budaya khasnya seperti tarian, pakaian, bahasa daerah, makanan atau keindahan alam yang menjadi kebanggaannya.

Dalam term antropologi identitas adalah sifat khas yang menerangkan dan sesuai dengan kesadaran diri pribadi sendiri, golongan sendiri, kelompok sendiri, komunitas sendiri, atau Negara sendiri (Syarbani dkk,2009:56).

Banyak cara orang untuk dapat menampilkan kekhasan wilayah tempat mereka tinggal, bisa melalui tutur kata, logat bahasa atau makanan yang berbeda di setiap daerahnya ketika hidup berdampingan satu sama lain. Seperti Kontes Kecantikan Pemilihan Puteri Indonesia yang diadakan sejak tahun 1992. Sebuah kontes yang dilakukan secara rutin oleh Yayasan Puteri Indonesia yang didirikan oleh BRA. Mooryati Soedibyo. Tokoh pengusaha itu adalah juga seorang *founder* PT. Mustika Ratu Tbk, sebuah perusahaan yang bergerak dalam usaha kosmetika nasional.

Kontes kecantikan merupakan sebuah status prestasi, tetapi tidak hanya untuk sang peraih gelar, tetapi juga untuk organisasi, meliputi perkembangan negara secara hormat di panggung kontes kecantikan sebagai tanda dari status industri sebuah negara (Yano, 2006:16). Prestasi dimanifestasikan dari kemampuan peserta dalam setiap tahap seleksi dan mampu meraih peringkat terbaik atau memiliki gelar atribut, sedangkan organisasi dalam hal ini termasuk kepada organisasi nirlaba dan komersial bahkan atas nama bangsa.

Wakil Indonesia dalam kontes itu sering kali menjadi bagian dari pengenalan Indonesia ke dunia global baik promosi budaya dan produk nasional

untuk menjadikan produk lokal menjadi sebuah kebanggaan dan menjadikan suatu langkah tepat untuk membangkitkan nasionalisme terhadap karya anak bangsa. Hal ini juga sekaligus menempatkan peran Puteri Indonesia sebagai PR Bangsa.

Sebagai perusahaan kosmetika nasional yang menjunjung tinggi nilai budaya akan warisan tradisi keluarga leluhur sebagai basis industri, PT. Mustika Ratu Tbk memiliki reputasi dan keahlian yang sangat baik dalam memproduksi barang-barang kosmetik, obat tradisional serta minuman sehat dan perawatan kecantikan. Nilai-nilai budaya dalam hal ini adalah nilai-nilai yang bersifat primodial yang sudah ada secara turun-temurun.

Untuk menghadapi persaingan di era globalisasi, sejak tahun 1992 Mustika Ratu berusaha untuk membangun identitas, dan citra korporasi/perusahaan yang baik dimata publiknya. Mendirikan Yayasan Puteri Indonesia yang menaungi dari kegiatan Pemilihan Puteri Indonesia yang juga menjadikan lembaga ini menjadi diferensiasi kegiatan perusahaan yang diarahkan untuk membangun identitas perusahaan serta tanggung jawab sosial terhadap perempuan Indonesia.

Tujuan Yayasan Puteri Indonesia adalah sebagai upaya pemberdayaan kaum perempuan Indonesia dan merancang program kecintaan pada budaya, kebanggaan terhadap negeri, kepekaan terhadap lingkungan dan integritas dalam meraih cita-cita pribadi tanpa mengesampingkan kepentingan pembangunan bangsa.

Lebih jauh Emma Wood yang dikutip Tamin (2012:108) menyatakan bahwa *“Corporate identity is what the organization communities intentionally or*

unintentionally with various cues” (identitas korporat apa yang dilakukan komunitas organisasi yang secara sengaja atau disengaja (dikomunikasikan) melalui berbagai isyarat). Melalui kegiatan Pemilihan Puteri Indonesia ada tujuan bagaimana PT. Mustika Ratu Tbk berusaha menyampaikan pesan-pesan nasionalisme, hal ini juga menjadi salah satu bentuk kontribusi terhadap warisan budaya.

Selain itu, persaingan dalam *consumer industry* dan kosmetika yang semakin ketat, membuat setiap perusahaan harus secara lebih tajam menjaga hubungan baik dengan publiknya. PT. Mustika Ratu Tbk membentuk sebuah lembaga dalam bentuk yayasan untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Menurut Petkoski dan Twose (Nurjaman dan Umam, 2012:127) CSR merupakan komitmen bisnis untuk berperan sebagai pendukung pembangunan ekonomi, bekerja sama dengan karyawan dan keluarganya, masyarakat lokal dan masyarakat luas untuk meningkatkan mutu hidup mereka dengan berbagai cara yang menguntungkan bagi bisnis dan pembangunan.

Aksi korporasi dalam bentuk kegiatan CSR ini tidak terlepas dari upaya komunikasi nilai-nilai budaya lokal dan nasional kepada masyarakat Indonesia dan dunia. Puteri Indonesia telah mampu memperkenalkan kekayaan budaya serta produk-produk Indonesia hasil karya pilihan anak bangsa ke kancah dunia melalui kegiatan kontes dunia yaitu Miss Universe, Miss International dan Miss Supranational.

Kontes kecantikan internasional bisa juga sebagai sebuah *image positif* bangsa kepada global sebagai media promosi produk negara, ekspor dan potensi pariwisata (Stanfield, 2013:1842). Dalam hal ini setidaknya citra positif terhadap bangsa dapat terbentuk di dunia internasional. Melalui kontes kecantikan selalu ada kesempatan para peserta untuk dapat saling berbagi dan memperkenalkan kekhasan yang menjadi kebanggaannya saat menjadi wakil bangsa dan suatu Negara

Di samping itu figur wanita juga sering menjadi simbol-simbol nasional negara, terutama melihat peranya sebagai ibu dan juga istri yang dapat menyeimbangkan suatu siklus kehidupan dan juga tempat berlindung keluarganya (Baldwin et al, 1999:163). Dalam pelaksanaan Pemilihan Puteri Indonesia setiap tahunnya, ada kesempatan bagaimana budaya dan kekhasan daerah seluruh pelosok Indonesia dapat dipresentasikan melalui kegiatan ini, baik karya bangsa, budaya daerah, dan hal-hal berbau Indonesia melalui peran remaja puteri berprestasi yang mewakili daerahnya.

Yayasan Puteri Indonesia berupaya mengkomunikasikan atribut-atribut nasionalisme dalam ajang Pemilihan Puteri Indonesia. Kegiatan Pemilihan Puteri Indonesia berupaya menampilkan pesan-pesan ke-Indonesia-an atas budaya-budaya puncak daerah sebagai budaya nasional dan dikomunikasikan ke seluruh elemen bangsa dan warga dunia.

Sejarawan Amerika Hans Kohn, nasionalisme secara fundamental adalah timbul dari adanya *national consciousness* (kesadaran nasional) (Baldwin et al,

2004:158). Kesadaran disini bisa berarti kontribusi apa yang sudah kita lakukan oleh seseorang untuk bangsa dan negaranya karena kita sadar akan kepemilikan bangsa. Melalui Kegiatan Pemilihan Puteri Indonesia 2014, ada beberapa hal yang menjadi perhatian bahwa sebuah perusahaan berusaha untuk memberikan kontribusi terhadap peran wanita dan juga bangsanya. Selain itu juga menjadi salah satu peluang bagaimana bisnis lokal atau nasional dapat berkembang menjadi kebanggaan bangsa dan menjadi perhatian dunia.

Atribut nasionalisme tercermin dalam konsep penyelenggaran Pemilihan Puteri Indonesia 2014 meliputi budaya, kekhasan daerah, karya kreatif bangsa dan perusahaan yang berusaha menjaga warisan dan tradisi leluhur. Pemahaman terhadap makna atribut-atribut tersebut peneliti bermaksud untuk mengetahui, menganalisis dan mendeskripsikan bagaimana pesan atribut nasionalisme pada kontes ini dikomunikasikan melalui televisi Indosiar Visual Mandiri dan menjadi satu bagian untuk membangun Indonesia lebih baik untuk mengembangkan identitas dan citra bangsa melalui representasi budaya dan industri lokal di media global.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti mengajukan judul skripsi yaitu “ATRIBUT NASIONALISME DALAM KONTES KECANTIKAN PEMILIHAN PUTERI INDONESIA 2014: Analisis Pesan Komunikasi Kontes Grand Final Pemilihan Puteri Indonesia”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latarbelakang peneliti mengajukan beberapa perumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana cerminan budaya daerah sebagai identitas nasional dalam ajang Pemilihan Puteri Indonesia 2014?
2. Bagaimana identitas nasional tercermin dalam media global dalam siaran langsung ajang Pemilihan Puteri Indonesia 2014?
3. Bagaimana sponsorship brand produk korporasi menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam ajang Pemilihan Puteri Indonesia 2014?
4. Bagaimana makna wanita sebagai simbol bangsa?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas peneliti memiliki tujuan-tujuan dari penelitian yang dilakukan

1. Mengetahui cerminan budaya daerah sebagai identitas nasional dalam ajang Pemilihan Puteri Indonesia 2014.
2. Mengidentifikasi identitas nasional tercermin dalam media global dalam siaran langsung ajang Pemilihan Puteri Indonesia 2014.

3. Menganalisis sponsorship brand produk korporasi menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam ajang Pemilihan Puteri Indonesia 2014.
4. Mengetahui makna wanita sebagai simbol bangsa .

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Teoritis

Hasil penelitian diharapkan menemukan temuan-temuan baru dalam memaknai pesan-pesan dalam kegiatan komunikasi baik verbal dan nonverbal. Serta menjadikan pembelajaran bagi mahasiswa dalam menganalisis makna yang terkandung dalam sebuah proses komunikasi.

1.4.2 Praktis

Hasil penelitian ini menjadi media belajar mahasiswa sebagai calon sarjana dalam menginterpretasikan gejala-gejala yang ada dalam kehidupan sosial.

1.5Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Merupakan bab pendahuluan yang berisikan tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini terdapat teori-teori sebagai Tinjauan Pustaka, Definisi Konseptual, Kerangka Pemikiran dan Penelitian Sejenis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi penjabaran metode penelitian, meliputi Jenis Penelitian, Jenis Pendekatan, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Berisi penjabaran hasil metode penelitian, subjek penelitian , serta deskripsi naratif hasil penelitian, tinjauan pustaka serta hasil temuan observasi lapangan yang terbagi dalam beberapa sub bab pembahasan.

BAB V PENUTUP

Pada bab terakhir berisi kesimpulan dan saran dari penelitian hasil ini.

