

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi ini, televisi memiliki pengaruh yang sangat besar dalam membentuk opini, budaya, dan gaya hidup. Kemajuan teknologi juga telah memungkinkan televisi untuk menjangkau lebih banyak orang di berbagai belahan dunia, menjadikannya salah satu media yang paling luas diakses. Pada awalnya teknologi berkembang secara lambat, namun seiring dengan kemajuan budaya dan peradaban manusia, teknologi mengalami perkembangan yang pesat. Semakin maju budayanya, semakin berkembang teknologinya karena teknologi merupakan perkembangan dari kebudayaan yang maju dengan pesat.

Beberapa ahli, termasuk Charley H. Dood dalam Liliweri, menjelaskan bahwa komunikasi antarbudaya melibatkan interaksi antara individu, baik secara personal maupun dalam kelompok, dengan penekanan pada perbedaan budaya yang memengaruhi cara komunikasi mereka.

Dalam era perkembangan teknologi yang pesat, komunikasi antarbudaya turut mengalami transformasi. Pertumbuhan teknologi komunikasi dan informasi dalam era digital merupakan hal yang tidak dapat dihindari (Varanida, 2018). Oleh karena itu, dengan pesatnya perkembangan teknologi, banyak perangkat teknologi yang mampu menyajikan beragam konten, seperti televisi sebagai contohnya. Televisi merupakan salah satu alat teknologi yang memiliki kemampuan untuk memengaruhi persepsi seseorang hanya dengan menontonnya.

Kekerasan, jenis kelamin, etnis, dan fenomena kaum minoritas digambarkan secara unik oleh televisi. Cara tersebut dapat memengaruhi stereotip dan membentuk bias tertentu (Novita, 2012). Menurut Ferdinand de Saussure, semiotika biasanya digunakan untuk mendefinisikan kategori tanda yang hanya dapat merepresentasikan sesuatu jika pembaca tanda memiliki pengalaman dengan representasinya. Model semiotika Saussure mencakup segala sesuatu yang dapat diamati jika terdapat penanda dan petanda, sehingga tanda dapat dianggap sebagai tanda.

Dengan munculnya berbagai macam program televisi, minat masyarakat pun menjadi semakin beragam. Salah satu jenis program yang kian diminati adalah program

acara memasak. Program acara memasak menarik perhatian publik karena program acara memasak tidak hanya menampilkan seseorang yang memasak saja, namun menampilkan beragam *skill*, resep, ataupun hal-hal yang berhubungan dengan dunia dapur dan kuliner.

Dalam era kemajuan teknologi yang terus bergerak maju, komunikasi lintas budaya mengalami perubahan yang signifikan. Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi di era digital menjadi suatu hal yang tak dapat dihindari. Dengan pesatnya perkembangan teknologi, banyak perangkat yang mampu menyajikan konten beragam, termasuk televisi sebagai contoh utamanya (Saputra, 2023). Oleh karena itu, program-program memasak di televisi tidak sekedar menawarkan resep-resep yang menarik. Program memasak juga membuka wawasan tentang budaya kuliner dari berbagai belahan dunia, memperkenalkan masakan-masakan tradisional yang mungkin belum pernah dikenal sebelumnya.

Salah satunya program memasak yang dikenal banyak kalangan adalah MasterChef. MasterChef merupakan sebuah kompetisi memasak yang awalnya berasal dari Inggris pada tahun 1990-an.

The original series of MasterChef began in 1990 on BBC television, UK. The format was first revamped in 2005 and again in 2009. This version of the show has had a tremendous success worldwide and it is currently produced in more than 40 countries (Pietro, 2021).

Acara ini menjadi sangat populer di seluruh dunia karena konsepnya yang menarik, dimana peserta dari berbagai latar belakang bersaing dalam tantangan memasak untuk meraih gelar MasterChef. Di Inggris, acara ini menjadi fenomena televisi yang memikat pemirsa dengan drama persaingan di dapur dan penilaian ketat dari para ahli. Tidak disangka bahwa program ini mendapat banyak penggemar, dan akhirnya menyebar ke berbagai belahan dunia.

The appetite for entertaining cookery shows on the BBC led to the creation of The Great British Bake Off. MasterChef itself has been a hit all around the world (BBC).

Konsep MasterChef yang berasal dari Inggris kemudian diadaptasi oleh berbagai negara di dunia, termasuk Indonesia. Di Indonesia, program ini pertama kali adaptasi pada tahun 2011 oleh Stasiun televisi RCTI (Telkom, 2023). Sejak debutnya, MasterChef Indonesia meraih popularitasnya yang besar di kalangan penonton Indonesia. Para peserta dari berbagai latar belakang etnis dan profesi berkompetisi dalam tantangan memasak yang menantang, menciptakan momen-momen tegang dan inspiratif di layar televisi.

Dengan latar adegan menampilkan hiasan dapur ala restoran, meja dapur yang dipenuhi dengan berbagai bahan masakan yang sesuai dengan tantangan yang akan diberikan. Selain itu, terdapat berbagai komunikasi, baik lisan maupun nonverbal, yang ditampilkan oleh para peserta selama kompetisi, yang menimbulkan elemen yang dapat dipelajari lebih jauh dengan semiotika (Maisunnissa, M., & Poerana, A. F., 2022).

Program ini tidak hanya menghibur pemirsa dengan persaingan yang sengit, tetapi juga memberikan platform bagi bakat-bakat kuliner Indonesia untuk bersinar. Dengan pesertanya yang datang dari beragam etnis dan daerah di Indonesia, setiap musim MasterChef Indonesia menampilkan keragaman budaya dan kuliner yang kaya dari penjuru negeri. Para peserta membawa keunikan dari masing-masing etnis mereka, baik dari gaya Bahasa, masakan, hingga tradisi kuliner yang mereka miliki.

Musim sebelas dari MasterChef Indonesia menampilkan peserta-peserta dari berbagai daerah, seperti Sorong, Medan, Bali, dan wilayah lainnya. Sebagai ilustrasi, mengingat perbedaan antara budaya Batak dan budaya Jawa yang dianggap memiliki nilai dan norma yang berbeda. Keduanya menunjukkan gaya komunikasi yang berbeda, yang dapat dijadikan sebagai contoh tentang bagaimana mereka memperlihatkan identitas etnis mereka dalam program MasterChef ini.

Asal daerah mereka masing-masing memberikan identitas yang kuat, merangsang kebanggaan dan rasa pengakuan akan tempat kelahiran mereka. Pada perkembangannya manfaat keberagaman budaya ini adanya akulturasi budaya, namun tidak menghilangkan ciri khas masing-masing malahan jadi menambah keanekaragaman budaya Indonesia menjadi semakin kaya (Yanuar, H. F., Nurhakim, A. L., Rahmawati, I. A., & Asbari, M., 2023). Mereka membawa ke dalam kompetensi keahlian kuliner mereka, yang tak jarang tercermin dari warisan budaya daerah mereka, tak lain agar memperkenalkan keanekaragaman budaya yang ada di Indonesia kepada penonton.

Oleh karena itu, ketika terdapat perbedaan, menghargai satu sama lain dapat didukung oleh kemauan dan keikhlasan, hal ini akan secara signifikan mendorong komunikasi lintas budaya. Komunikasi antarbudaya yang efektif mampu mendorong sikap penerimaan, toleransi, dan penghargaan terhadap budaya lain, yang pada akhirnya memperkuat hubungan harmonis di antara individu dengan latar belakang budaya yang beragam (Varanida, 2018).

Melalui program ini, mereka dapat memperkenalkan ciri khas mereka masing-masing dari daerah mereka, sehingga menciptakan ruang untuk apresiasi dan penghargaan terhadap warisan budaya yang ada di Indonesia. Dengan demikian, MasterChef Indonesia tidak hanya menjadi acara hiburan, tetapi juga menjadi ajang untuk memepererat persatuan dan kenggaan sebagai bangsa Indonesia yang beraneka ragam.

1.1 Identifikasi Masalah

Indonesia memiliki kekayaan yang meliputi berbagai etnis, ras, dan budaya yang tersebar di berbagai pulau di seluruh Nusantara. Dalam kehidupan sehari-hari, kita berinteraksi dengan individu yang memiliki perbedaan, yang seharusnya menjadi sumber persatuan karena kita semua adalah bagian dari satu Indonesia. Namun, saat berkomunikasi dengan orang-orang yang memiliki latar belakang yang berbeda, kita dihadapkan pada perbedaan dalam nilai-nilai, bahasa, dan aturan yang berbeda pula. Berdasarkan latar belakang tersebut, masalah yang bisa diidentifikasi yaitu:

1. Representasi etnis peserta dalam Masterchef memiliki bias terhadap apa yang telah ditampilkan oleh peserta. Misalnya, mungkin ada kecenderungan untuk mengaitkan pakaian, bahasa, gestur, ataupun makanan tertentu dengan suatu etnis tertentu tanpa mempertimbangkan keragaman budaya yang sebenarnya.
2. Selain itu, adanya kemungkinan bahwa dalam pembuatan keputusan atau pengarahan program, etnis tertentu yang mendominasi. Hal ini dapat memengaruhi cara representasi etnis dipresentasikan dalam program dan menciptakan ketidakseimbangan dalam perspektif yang ditampilkan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ditemukan, fokus masalah penelitian ini adalah bagaimana representasi etnis dalam program acara MasterChef *season 11* di Stasiun Televisi RCTI yang dianalisis secara semiotika?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui representasi etnis dalam program acara MasterChef *season 11* di Stasiun Televisi RCTI melalui analisis semiotika.

1.5 Manfaat Penelitian

1) Manfaat Akademis

Diharapkan penelitian ini akan berfungsi sebagai sumber referensi di bidang komunikasi untuk peneliti selanjutnya dan pihak lain dalam mempelajari representasi etnis dalam program acara MasterChef *season 11* di Stasiun Televisi RCTI yang dianalisis secara semiotika.

2) Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat tentang representasi etnis dalam program acara MasterChef *season 11* di Stasiun Televisi RCTI yang dianalisis secara semiotika.

3) Manfaat Teori

Penelitian ini diharapkan menjadi kajian dan kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi. Terutama dalam membahas komunikasi antar budaya dan komunikasi massa.