

REPRESENTASI BUDAYA JAWA DALAM VIDEO *COMPANY PROFILE* GARUDA INDONESIA

(Studi Semiotika Roland Barthes)

RIZKI RADIFAN JULISTYO

Abstrak

Fenomena pertukaran budaya pada era informasi membuat budaya lokal perlahan tergerus oleh budaya global, sehingga muncul seruan dari Menteri Sosial kepada semua pihak untuk menggaungkan budaya lokal. Dalam hal ini, Garuda Indonesia memiliki peran sebagai ambasadur Indonesia dalam dunia penerbangan untuk mempromosikan budaya lokal melalui video *company profile*. Namun peneliti melihat dominasi budaya Jawa dalam video ini, sehingga peneliti tertarik untuk meneliti video *company profile* Garuda Indonesia dengan tujuan memaknai representasi Jawa Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan konstruktivis dengan teknik penelitian observasi melalui artikel berita / jurnal terkait representasi budaya dari temuan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan pemaknaan denotasi dalam video terdiri dari 3 konten utama , dengan 5 orang pramugari sebagai subjek video, kemudian pemaknaan konotasi / pesan video bahwa Garuda Indonesia akan memberikan pelayanan terdepan khas Indonesia, serta adanya 5 representasi budaya Jawa dalam video *company profile* Garuda Indonesia yang menimbulkan mitos Jawasentrisme pada video *company profile* Garuda Indonesia.

Kata Kunci: Semiotika, Roland Barthes, Video, *Company Profile*, Garuda Indonesia

**JAVANESE CULTURE REPRESENTATIONS IN COMPANY PROFILE
VIDEO OF GARUDA INDONESIA**

(Semiotic study using Roland Barthes method)

RIZKI RADIFAN JULISTYO

Abstract

The phenomenon of cultural exchanges in the information era has made local culture slowly eroded by global culture, in which made the Social persuade all parties to show off local cultures. In this case, Garuda Indonesia has a role as an Indonesian ambassador of aviation world to promote local cultures through a company profile video. Yet the researcher seeked the dominance of Javanese culture in the video, which leads an interest to analyze Garuda Indonesia's company profile video in aim of interpreting Javanese representations. The method used in this study was descriptive qualitative and constructivism approach with observational research techniques through news articles / journals related to cultural representation of research findings. The result showed that the meaning of denotation in the video consisted of 3 main content, with 5 flight attendants playing roles as subjects of the video, with connotations / messages that Garuda Indonesia would provide leading Indonesian services, as well as 5 representations of Javanese culture in Garuda Indonesia's video profile raises the myth of Javanese Centrism in the company profile video of Garuda Indonesia.

Keywords: *Semiotic, Roland Barthes, Video, Company Profile, Garuda Indonesia*