

INTISARI

Gagasan mitologi yang diajukan oleh Roland Barthes merupakan metode yang digunakan untuk menjelaskan hubungan realitas dan manusia, yang berdasarkan atas sistem semiologi bahasa. Barthes mencoba menguak mitos-mitos budaya modern yang bersembunyi dibalik foto, *cover* majalah, iklan, *fashion*, hingga pertunjukan striptis dan gulat. Mitologi Barthes berusaha menguraikan bagaimana suatu mitos diciptakan dan dikonsumsi oleh publik. Penelitian ini mencoba menawarkan bagaimana Barthes menjelaskan realitas menggunakan kerangka bahasa, hal ini diharapkan memberi pandangan yang berbeda terhadap mitos dan budaya-budaya modern.

Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka dan budaya, yang akan membaca kembali dan melakukan re-interpretasi terhadap periklanan yang membentuk mitos budaya massa. Objek material dari penelitian ini adalah periklanan, sedangkan objek formalnya adalah mitologi Roland Barthes. Penelitian ini dilakukan dengan empat tahap yakni inventarisasi data, klasifikasi, analisis data untuk mengidentifikasi permasalahan, dan menyusun hasil dari data yang telah dianalisis. Data dianalisis menggunakan empat unsur metodis yakni deskripsi, kesinambungan historis, interpretasi, dan heuristik.

Penelitian ini memiliki dua kesimpulan yaitu: pertama, mitos dalam iklan merupakan cara bagi ideologi dominan untuk merepresentasikan diri; kedua, Iklan menggunakan sistem penandaan untuk menciptakan mitos dan mendistorsi kenyataan. Hal tersebut membuat manusia kehilangan ruang untuk menciptakan wicaranya sendiri.

Kata kunci: mitologi, mitos, realitas, bahasa, budaya.

ABSTRACT

The notion of mythology that was proposed by Roland Barthes is a method that used to describe the relation between reality and humanity, based on the semiological system. Barthes aim was to uncover the myths of modern culture who was hiding behind photos, magazine covers, advertising, fashion, striptease and wrestling shows, in other words: pop-culture. Barthes mythology tries to explain how a myth is created and consumed by the public. This research tries to offer how Barthes describes reality using a language framework, it is expected to give a different view to myths and modern cultures.

The research model of this paper are literature-cultural study, which is re-interpreting the advertising that form the myth of mass culture. Subject-matter of this study in this research is Barthes proposal of mythology on identifying advertising in mass culture. This research has four-step process: collecting the data set for inventory, classification, analyzing the data for identification the problem, and arrange the analyzed data to present the result. The data is analyze using four methods: description, historical continuity, interpretation, and heuristic.

This research had two conclusion: first, myth in advertisement is a method for dominant ideology to represent themselves, and the second, advertisement use a signification to create myths and distorts the reality. It makes people lost their space to create their own speech.

Keyword: mythology, myth, reality, language, culture.