

INTISARI

Kebudayaan Indonesia sering digambarkan melalui visualisasi dan cerita yang indah-indah saja. Ini yang sering disebut sebagai *mooi indie*. Pantai adalah salah satu dari penggambaran kebudayaan melalui keindahan alam. Pantai diwacanakan oleh negara dan media melalui industri pariwisata. Di dalam industri pariwisata tersebut, pantai digambarkan sebagai sebuah tempat yang indah. Pasir putih, air laut biru, hotel mewah, kuliner lezat, olahraga air, adalah gambaran dari keindahan tersebut. Pantai indah dalam wacana media adalah sebuah mitos tentang kenikmatan. Mitos tentang kenikmatan tersebut digambarkan melalui foto-foto yang indah dan narasi teks yang menarik. Wacana tersebut membangun sebuah kebenaran yang absolut mengenai pantai, yakni ‘pariwisata sebagai sumber devisa negara’.

Wacana pantai seperti di atas sudah ada sejak masa kolonial. Akan tetapi, warisan kolonial tersebut masih ada sampai sekarang. Di dalam wacana tersebut, pantai digambarkan sebagai ruang asing bagi wisatawan. Melalui “*the gaze*” majalah traveling melihat pantai sebagai sebuah tempat yang eksotis dan liyan. Cara melihat majalah traveling seperti inilah yang saya sebut sebagai orientalisme. Orientalisme adalah cara pandang Barat ke Timur. Atau secara konotasi itu bermaksud meliyankan obyek yang dilihat. Wisatawan yang berada di wacana tersebut adalah orang-orang dari kelas menengah atas. Mereka adalah orang-orang yang terjebak dalam hegemoni pasca kolonial. Hegemoni tersebut berupa perasaan tidak sadar telah melihat negeri sendiri dari kaca mata orang lain.

Dalam penelitian ini, saya menggunakan empat majalah traveling sebagai indikator dari wacana pantai tersebut. Keempat majalah tersebut adalah, Majalah *Traveller*, Majalah *DestinAsian*, Majalah *Tamasya*, dan Majalah *ScubaHolic*. Pada tahun 2014, keempat majalah ini mewacanakan pantai melalui bermacam-macam cara. Di dalam Majalah *Traveller*, pantai sering dipadukan dengan kehadiran perempuan-perempuan cantik. Di dalam Majalah *DestinAsian*, pantai disimbolkan sebagai sebuah kemewahan berpariwisata. Di dalam Majalah *Tamasya*, pantai-pantai daerah dieksotiskan secara berebihan. Sedangkan di Majalah *ScubaHolic*, pantai merupakan obyek kampanye cintai alam Indonesia yang utopis. Cerita dari keempat majalah ini mempunyai permasalahan masing-masing. Namun, garis besar yang akan saya lihat dari permasalahan ini adalah bagaimana mereka melihat pantai dari makna yang begitu sempit, yakni keindahannya saja.

Kata kunci: Pantai, pariwisata, majalah, traveling, nasionalisme, *mooi indie*.

ABSTRACT

Most people view Indonesian culture on exotic visualization and good stories. This is what so-called as *mooi indie*. Beach is one of the pictures of the Indonesian culture beauty. The state and media often discuss the Indonesian beaches through tourism industry. The industry describes beaches as a paradise, an exotic place with white sands, crystal blue ocean, fancy and luxurious hotels, delicious culinary, and water sports. These *mooi indie* beaches in the media discourse are described as myth of pleasure, which is pictured in wonderful photographs and captivating texts. The discourse therefore builds an absolute truth about the Indonesian beaches, that is ‘tourism destination as source of state revenues.’

The Indonesian beaches discourse has existed since the colonialism period until up to this period. The beaches in the discourse are viewed as an alien space for tourists. Seeing it from “the gaze”, travel magazines describe the beaches as exotic place and as ‘the other’ (alien). Such description is what I called as orientalism, which is western perspective toward the ‘east’. In other words, it implies seeing the objects as ‘the other’. The tourists who have such perspective are the people trapped into post colonialism hegemony on how they unconsciously see their own country through others’ perspective.

In this research, I analyzed four travel magazines as indicators of the beaches’ discourse. They are *Traveller*, *DestinAsian*, *Tamasya*, and *ScubaHolic* magazine. In 2014 these four magazines described the beaches in various narrations. *Traveller* magazine, the beaches were often pictured with the presence of pretty women. Beaches in *DestinAsian* magazine were symbolized as touristic and luxurious leisure. *Tamasya* magazine exaggeratedly described the exoticism of the beaches, and *ScubaHolic* magazine made the beaches as an object of utopian ‘love Indonesian natures’ campaign. The narratives built by these four magazines have different focus of issues but I highlighted on how they see the beaches from narrow perspective, which is only seen from its beauty.

Keywords: beach, tourism, magazine, travelling, nationalism, *mooi indie*.