

## IKONITAS “BHINNEKA TUNGGAL IKA” DALAM MASYARAKAT EKONOMI ASEAN (MEA)

<sup>1</sup>Muhammad Hasyim, <sup>2</sup>Hasbullah, <sup>3</sup>Isfajar

<sup>1,2</sup>Jurusan Sastra Prancis Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin

<sup>3</sup>Program Studi Sastra Prancis Universitas Negeri Semarang

hasyimfrance@yahoo.com, ulla\_unhas@yahoo.com, [isfajar@yahoo.fr](mailto:isfajar@yahoo.fr)

### Abstract

This paper will discuss the study of iconity by pictures presenting the ASEAN Economic Community (AEC). Various iconities of the AEC pictures emerged, particularly in the virtual world (online) as a form of community support of ASEAN on the establishment of the ASEAN Economic community.

Based on the semiotic study, the ASEAN Economic Community presented an iconity of *bhinneka tunggal ika*, which is togetherness and unity in the field of economic cooperation that comes from ASEAN countries against the background of different cultures and different languages. However, the discourse that emerges is of impending competition among the ASEAN members in the fields of trade and services. The hypothesis of the paper is that economic and cultural integration in ASEAN Economic Community has limited iconity.

Key words: iconity, semiotic, culture, representation

### A. Pengantar

Berdasarkan sejarah, gagasan lahirnya Masyarakat Ekonomi ASEAN (ASEAN Economic Community-AEC) 2015 bermula pada kegiatan pertemuan KTT ASEAN yang diselenggarakan di Kuala Lumpur Malaysia Desember 1997. Hasil pertemuan KTT ASEAN tersebut menyepakati adanya ASEAN Vision 2020 yang intinya menitikberatkan pada pembentukan kawasan ASEAN yang stabil, makmur, dan kompetitif dengan pertumbuhan ekonomi yang adil dan merata serta dapat mengurangi kemiskinan dan kesenjangan sosial.

Gagasan pembentukan MEA ini kemudian diajukan lagi pada pertemuan KTT ASEAN di Bali Oktober 2013. Indonesia sebagai tuan rumah mengusulkan bahwa Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) menjadi tujuan dari integrasi ekonomi regional di kawasan Asia Tenggara. Kemudian pada KTT ASEAN yang ke-12 Januari 2007, para pemimpin ASEAN membuat deklarasi untuk mengubah ASEAN menjadi daerah dengan

perdagangan bebas baik barang maupun jasa, investasi, tenaga kerja profesional, dan aliran modal (dana) dengan memberlakukannya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) akhir tahun 2015.

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) merupakan bentuk integrasi ekonomi ASEAN, negara-negara yang berada di kawasan Asia Tenggara (ASEAN) yang menerapkan sistem perdagangan bebas. Fokus MEA 2015 meliputi: Asia Tenggara sebagai kesatuan pasar dan produksi; MEA akan dibentuk sebagai kawasan ekonomi dengan tingkat kompetisi yang tinggi; kawasan yang memiliki perkembangan ekonomi yang merata dengan prioritas UKM; MEA akan diintegrasikan secara penuh terhadap perekonomian global. (Baskoro, 2014: al. 2-5) Komunitas ASEAN dengan demikian menjadi bagian dari komunitas global sehingga segala hal yang berkaitan kepentingan ASEAN tidak dapat dipisahkan dari fenomena globalisasi. (Hariyanto,

<https://www.academia.edu/9573747/Hibridis>

asi\_Budaya\_Strategi\_Kreatif\_Menghadapi\_Masyarakat\_Ekonomi\_Asean\_2015).

MEA, sebagai wadah integrasi bidang ekonomi antar anggota ASEAN memiliki karakteristik, yaitu berbasis pada pasar tunggal dan produksi; kawasan ekonomi yang sangat kompetitif; wilayah pembangunan ekonomi yang adil, dan kawasan yang begitu terintegrasi dalam hal ekonomi global.

MEA pada dasarnya bukan hanya bentuk integrasi bidang ekonomi antar anggotanya, tetapi juga integrasi dalam bahasa dan budaya. Jumlah anggota ASEAN adalah sepuluh negara, yang terdiri atas Indonesia, Brunei, Kamboja, Malaysia, Laos, Filipina, Myanmar, Singapura, Thailand dan Vietnam. Dari bahasa yang digunakan sebagai alat komunikasi, Brunei dan Malaysia menggunakan bahasa Melayu, dan bahasa Inggris, Indonesia, bahasa Indonesia, Kamboja, bahasa Khmer, Laos, bahasa Lao, Myanmar, bahasa Myanmar, Filipina, bahasa Filipino, Singapura, bahasa Melayu dan bahasa Inggris, Thailand menggunakan bahasa Thai, Vietnam, bahasa Vietnamese

(<http://www.asean.org/asean/asean-member-states>).

Dari segi aspek bahasa, anggota MEA menunjukkan keragaman bahasa dan tentunya juga keragaman budaya. Ini berarti bahwa terbentuknya MEA bukan hanya sebagai bentuk integrasi ekonomi ASEAN tetapi juga integrasi bahasa dan budaya. Keragaman bahasa dan budaya dapat dilihat pada penggunaan logo atau ikon yang merepresentasikan makna Masyarakat Ekonomi ASEAN yang dapat ditemukan di media on line. Sejak deklarasi MEA, salah satu fenomena yang muncul sebagai bentuk dukungan terbentuknya MEA adalah ikon-ikon MEA yang merepresentasikan keragaman bahasa dan budaya yang disatukan dalam satu media, yaitu Masyarakat Ekonomi ASEAN. Tulisan ini

akan membahas makna secara semiotis penggunaan ikon-ikon MEA.

## **B. Semiotika dan Representasi**

### **- Semiotika**

Manusia sebagai makhluk sosial memiliki kemampuan memberikan makna (tanda) yang menghubungkan mereka dengan alam (Hasyim, 2014: 7). Dalam memaknai alam sebagai realitas budaya, secara semiotis manusia memanfaatkan dua unsur, yang Ferdinand de Saussure menyebutnya *signifiant* (penanda) dan *signifié* (petanda). Sebuah contoh yang diberikan Saussure dalam bukunya, *Cours de Linguistique Générale* (1967: 97), berupa bunyi /arbròr/ yang terdiri atas enam huruf 'arbror' adalah penanda dalam sebuah konsep yang berhubungan pada sebuah objek yang pada kenyataannya merupakan sebuah pohon yang memiliki batang dan daun. Penanda tersebut (citra bunyi atau kata) itu sendiri bukanlah sebuah tanda, kecuali seseorang mengetahuinya sebagai hal demikian dan berhubungan dengan konsep yang ditandainya. Saussure menggunakan istilah *signifiant* (penanda) untuk segi bentuk tanda, dan *signifié* (petanda) untuk segi maknanya. Dengan demikian, semua yang hadir dalam realitas (alam) dilihat sebagai tanda yang dipahami atau dimaknai melalui proses signifikasi antara penanda (bentuk) dan petanda (makna).

Roland Barthes, pengikut semiotika de Saussure, memandang tanda dibangun melalui dua level pemaknaan, yaitu denotasi dan konotasi. Dalam teorinya (Barthes, 1957: 89-90), denotasi, sebagai sistem signifikasi tahap pertama (sistem primer), yaitu pemaknaan secara umum diterima dalam konvensi dasar sebuah masyarakat. Selanjutnya, konotasi sebagai sistem signifikasi tahap kedua (sistem sekunder), adalah pemaknaan tertentu (makna tambahan) dari sistem primer. Konotasi menghasilkan makna baru yang diberikan

oleh masyarakat pengguna tanda yang dapat dilatarbelakangi oleh ideologi, sosial budaya, dan berdasarkan konvensi yang ada dalam masyarakat. Konotasi digunakan memakai tanda untuk menjelaskan realitas sosial budaya, yang dapat menjadi label sosial yang membudaya di masyarakat, (Hasyim, Muhammad, 2015. *Myth And Ideology Construction In Indonesia Television Advertising: A Semiotic Based Approach*. Jurnal: International Journal of Communication and Media Studies (IJCMS) ISSN(P), Vol. 5, Issue 1, Jun 2015: 3)

Dalam pada itu, dengan merujuk pada Charles Sander Peirce, tanda dipandang sebagai sesuatu yang mewakili sesuatu, *'something which stands to somebody for something in some respect or capacity'* (Peirce, 1966: 96). Sesuatu itu dapat berupa hal yang konkret yang dapat ditangkap dengan pancaindra, yang kemudian melalui proses penafsiran (interpretasi), mewakili sesuatu yang lain (makna tertentu), yang ada dalam kognisi manusia. Sesuatu yang pertama disebut representamen dan sesuatu yang ada dalam kognisi manusia disebut objek. Peirce menyebut tanda sebagai representamen dan konsep, benda, gagasan, dan seterusnya yang diacuhnya sebagai objek. Makna (impresi, kognisi, perasaan, dan seterusnya) yang diperoleh dari sebuah tanda dinamakan interpretasi (Danesi, 2010:37). Jadi, dalam pemaknaan sesuatu tanda melalui proses semiosis, terjadi dari hal yang konkret (realitas yang ada di sekitar pengguna tanda) ke dalam kognisi manusia. Dengan demikian secara garis besar, tanda yang hidup dalam masyarakat dipandang sebagai representamen yang mewakili sesuatu yang lain (makna tertentu) yang ada dalam kognisi manusia.

#### - Representasi

Hall (1993: 39) memberikan definisi representasi sebagai *an essential part of the process by which meaning is produced and exchanged between members of*

*culture*. Representasi adalah suatu proses penandaan untuk memproduksi makna yang kemudian makna dipertukarkan dalam anggota masyarakatnya dengan latar belakang budaya yang sama. Proses pertukaran tanda menghasilkan pemaknaan tanda yang dipahami bersama oleh masyarakat anggotanya. Jadi, representasi adalah bagaimana suatu tanda diproduksi oleh anggota masyarakat kemudian dimaknai secara bersama.

Hal terpenting dalam sistem representasi adalah bagaimana kelompok yang dapat memproduksi dan bertukar makna kelompok tertentu yang memiliki suatu latar belakang pengetahuan yang sama sehingga dapat menciptakan suatu pemahaman yang (hampir) sama.

*Member of the same culture must share concepts, images, and ideas which enable them to think and feel about the world in roughly similar ways. They must share, broadly speaking, the same 'cultural codes'. In this sense, thinking and feeling are themselves 'system of representations.* (Hall, 1993: 41)

Pemaknaan terhadap sesuatu dapat berbeda dalam budaya atau kelompok masyarakat yang berlainan karena pada masing-masing budaya atau kelompok masyarakat tersebut ada cara-cara tersendiri dalam memaknai sesuatu. Kelompok masyarakat yang memiliki latar belakang pemahaman yang tidak sama terhadap kode-kode budaya tertentu tidak akan dapat memahami makna yang diproduksi oleh kelompok masyarakat lain.

MEA yang merupakan anggota ASEA (sepuluh negara) tentunya memiliki latar belakang budaya dalam memaknai kode-kode budaya antar anggota ASEAN. Keragaman budaya antar anggota ASEAN dalam MEA dapat memiliki pemaknaan yang sama karena keutuhan atau kesatuan budaya dalam satu organisasi, yang disebut MEA.

Makna merupakan suatu proses konstruksi tanda yang disepakati (konvensional) karena adanya kesamaan pandangan (budaya), yaitu budaya melayu. Makna dikonstruksi melalui sistem representasi dan difiksasi melalui kode. Kode inilah yang membuat masyarakat yang berada dalam suatu kelompok budaya yang sama mengerti dan menggunakan nama yang sama, yang telah melewati proses konvensi secara sosial. Teori representasi seperti ini memakai pendekatan konstruksionis, yang berargumen bahwa makna dikonstruksi melalui bahasa. Oleh karena itu, konsep (dalam pikiran) dan tanda (bahasa) menjadi bagian penting yang digunakan dalam proses konstruksi atau produksi makna.

Jadi dapat disimpulkan bahwa representasi adalah suatu proses untuk memproduksi makna dari konsep yang ada dipikiran manusia melalui bahasa. Proses produksi makna tersebut dimungkinkan dengan hadirnya sistem representasi. Namun, proses pemaknaan tersebut tergantung pada latar belakang pengetahuan dan pemahaman suatu kelompok sosial terhadap suatu tanda. Suatu kelompok harus memiliki pengalaman yang sama untuk dapat memaknai sesuatu dengan cara yang nyaris sama.

### **Ikonitas Bhinneka Tunggal Ika dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN**

Frasa Bhinneka Tunggal Ika diambil dari bahasa Sansekerta. Kata 'Bhinneka' berarti beraneka ragam, berbeda-beda. Kata 'neka' dalam bahasa Sansekerta berarti 'macam' dan menjadi pembentuk kata 'aneka' dalam bahasa Indonesia. Kata 'tunggal' berarti satu. Kata 'ika' berarti 'itu', kata yang memberikan penekanan makna pada 'binneka tunggal'. Secara harfiah 'Bhinneka Tunggal Ika' diterjemahkan menjadi 'Beraneka satu itu'. Bhinneka Tunggal Ika dalam konteks MEA adalah meskipun berbeda-beda latar

belakang bahasa dan budaya negara anggota ASEAN, Negara ASEAN tersebut dipersatukan dalam satu pandangan, satu kesepakatan secara integrasi yang disebut MEA. 'Semboyan' Bhinneka Tunggal Ika menggambarkan persatuan dan kesatuan negara anggota ASEAN dalam satu visi dan misi MEA.

Representasi Bhinneka Tunggal Ika dapat dilihat pada beberapa contoh gambar MEA yang beredar di dunia maya (internet) dibawah ini.

#### **1. Logo ASEAN**

Logo Perhimpunan Bangsa-bangsa Asia Tenggara (Logo ASEAN) secara resmi digunakan pada Juli 1997. Penggunaan logo ASEAN ditetapkan pada Pertemuan ke-6 Dewan Koordinasi ASEAN (ASEAN Coordinating Council/ACC), di Hanoi, 8 April 2010.



Logo ASEAN merepresentasikan sepuluh batang padi yang terhimpun terletak di tengah lingkaran merah. Di bawah batang padi ini terdapat tulisan "asean" huruf kecil. Lingkaran merah ini dibatasi cincin putih dan biru.

Gagasan dasar rancangan logo ASEAN adalah tanaman padi, nasi adalah makanan pokok kebanyakan rakyat Asia Tenggara dan tanaman padi mungkin adalah tanaman terpenting bagi masyarakat Asia Tenggara. Sepanjang sejarahnya, padi senantiasa dikaitkan dengan kemakmuran, kecukupan pangan, dan kekayaan. Hal ini jelas sesuai dengan impian para pendiri ASEAN yang mengidamkan Asia Tenggara sebagai kawasan yang damai dan makmur. Logo saat ini berasal dari logo ASEAN terdahulu, yang juga menampilkan himpunan padi yang terikat yang melambangkan persatuan. Perbedaannya logo lama hanya terdiri atas enam batang padi yang mewakili lima negara pendiri ASEAN

(Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand), ditambah dengan Brunei (mulai bergabung pada 8 Januari 1984). Warna latar lambang lama adalah putih. Tulisan "asean" diletakkan di bawah batang padi dengan latar lingkaran kuning terang dilingkari cincin cyan (biru muda). Baik tulisan "asean" maupun garis tepi lingkaran berwarna cyan, sementara batang padi berwarna coklat keemasan.

Setelah bertambahnya keanggotaan ASEAN dengan masuknya Vietnam sebagai anggota pada tanggal 28 Juli 1995, didorong dengan wawasan ASEAN lengkap yang terdiri atas sepuluh negara Asia Tenggara, terdapat usulan untuk memperbarui logo ASEAN; menambahkan batang padi untuk membentuk sepuluh batang padi. Tiga negara sisanya; Laos, Birma, dan Kamboja dijadwalkan bergabung pada bulan Juli 1997, untuk merayakan peristiwa bersejarah ini maka lambang baru ASEAN

## 2. Keragaman bahasa dan budaya dalam dalam satu kesatuan



Gambar di atas merepresentasikan sepuluh negara anggota ASEAN yang ditandai dengan bendera yang dipasang di atas kepala satu pasang (laki dan perempuan) sebagai duta bangsa/negaranya. Kemudian, setiap negara menyapa dengan bahasa resmi yang digunakan di negaranya

dirancang. Laos dan Birma (Myanmar) bergabung dengan ASEAN pada tanggal 23 Juli 1997, sedangkan Kamboja menunda keanggotaannya karena tengah dilanda masalah politik dalam negeri, dan baru bergabung dua tahun kemudian pada tanggal 30 April 1999. Meskipun saat itu Kamboja belum bergabung, logo baru ASEAN yang terdiri atas sepuluh batang padi tetap diresmikan pada bulan Juli 1997.

Warna-warna yang digunakan dalam berbagai bendera negara-negara anggota ASEAN adalah biru, merah, putih dan kuning. Warna biru melambangkan perdamaian dan kemantapan, merah melambangkan keberanian dan dinamika, putih melambangkan kesucian, dan kuning melambangkan kemakmuran. Sepuluh batang padi yang terikat melambangkan sepuluh negara anggota ASEAN. Lingkaran melambangkan persatuan ASEAN.

dengan pakaian sebagai identitas sosial negara anggota ASEAN. Gambar paling atas terdapat logo atau lambang ASEAN yang merepresentasikan anggota ASEAN dalam satu kesatuan bidang ekonomi, yaitu MEA.

### 3. Persahabatan dan persatuan



Gambar di atas merepresentasikan sepuluh negara anggota ASEAN yang ditandai dengan bendera yang dipasang di atas kepala satu pasang (laki dan perempuan) sebagai duta bangsa/negaranya. Kemudian, mereka saling berpegangan tangan satu sama lain yang menunjukkan adanya persatuan dan kesatuan dalam MEA.

4: Globalisasi ASEAN dalam MEA.



Gambar di atas merepresentasikan sepuluh bendera anggota ASEAN berbentuk bola dunia dan mengelilingi lambang ASEAN juga berbentuk bola dunia. Gambar

ini merepresentasikan makna globalisasi dalam bidang ekonomi yang dijalankan oleh anggota ASEAN dalam MEA.

Bagi Pierce, ikon termasuk dalam tipologi tanda pada trikotomi kedua. Ikon merupakan sebutan bagi tanda yang non-arbitrer (bermotivasi). Menurut Pierce, Ikon adalah hubungan antara tanda dan objeknya atau acuan yang bersifat kemiripan. Dia menyatakan bahwa ikon adalah tanda yang memiliki kemiripan/similaritas dan karakter yang mirip dengan objeknya, "... Secondly, according as the relation of the sign to its object consists in the sign's having some character in itself, or in some existential relation to that object, or in its relation to an interpretant..." (Peirce, 1966:101).

Jadi proses semiotis atas tanda dan objeknya disebut ikonitas. Relasi antara tanda dan objeknya menghasilkan makna baru, yang disebut interpretan.

Ikonisitas merupakan salah satu fenomena tanda yang ada di masyarakat. Berbagai tanda ikonis berserakan di dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya dalam

media on line, berbagai gambar ikon MEA yang memaknakan integrasi bidang ekonomi dan budaya negara-negara anggota ASEAN. Ikonitas MEA sebagai contoh di atas merupakan proses penandaan dari sistem tanda yang sudah di masyarakat (denotasi), misalnya konteks tanda bahasa dan budaya yang digunakan (pakaian), bendera anggota ASEAN, globalisasi (gambar bola dunia), dll.

Ikonitas MEA yang terbentuk dapat melahirkan pemaknaan oleh pembaca tanda dengan latar belakang budaya yang dimiliki. Jadi proses interpretant (petanda) dapat menghasilkan makna-makna konotasi di kalangan warga anggotan ASEAN.

### Bibliography

- Barthes, Roland. 1968. *Elements of Semiology*. New York: Hill and Wang
- Danesi, Marcel. 2004. *Messages, Signs, and Meanings: A Basic Textbook in Semiotics and Communication Theory*. Canada: Canadian Scholars' Press Inc.
- Hall. Stuart. 1993. *Encoding, Decoding* dalam 'The Cultural Studies Reader'. Simon During (ed.). New York: Routledge.
- Hasyim, Muhammad. 2014. *Konstruksi Mitos dan Ideologi dalam Teks Iklan Komersial Televisi, Suatu Analisis Semiotologi*. (Disertasi). Makassar: Universitas Hasanuddin
- Hasyim, Muhammad, 2015. Myth And Ideology Construction In Indonesia Television Advertising: A Semiotic Based Approach. *Jurnal: International Journal of Communication and Media Studies (IJCMS) ISSN(P), Vol. 5, Issue 1, Jun 2015*
- Hoed, Benny. 2011. *Semiotik dan Dinamika Kehidupan Sosial Budaya*. Depok: Komunitas Bambu
- Peirce, Charle Sander. 1966. *Philosophical Writings of Peirce*. (Justus Buchler., Ed.) New York: Dover Publications.
- Saussure, Ferdinand de. 1967. *Cours de Linguistique Générale*. Paris: Payot
- Williamson, Judith. 1978. *Decoding Advertisements*. Amerika: Marion Boyars Publishers Inc.

