

# LITERASI, SASTRA, & PENGAJARANNYA

Editor: Sumiman Udu



Kantor Bahasa  
Sulawesi Tenggara



# ANALISIS WACANA KRITIS TERHADAP BROSUR CETAK MUSEUM WAYANG KEKAYON

Maria Vincentia Eka Mulatsih & Retno Muljani

Pendidikan Bahasa Inggris Universitas Sanata Dharma  
[mv\\_ika@usd.ac.id](mailto:mv_ika@usd.ac.id) & [retnomuljani@usd.ac.id](mailto:retnomuljani@usd.ac.id)

## Abstrak

Museum memiliki fungsi utama, antara lain fungsi konservasi, edukasi, riset, dan rekreasi. Namun sayang, empat fungsi tersebut belum dapat dijalankan secara maksimal dan seimbang oleh banyak museum di Indonesia, termasuk Museum Wayang Kekayon (MWK) Yogyakarta. Ada beberapa faktor penyebab belum dikenalnya museum dengan fungsi utamanya tersebut dan salah satunya adalah kurang menariknya sarana promosi untuk memperkenalkan MWK secara efektif yang menjangkau semua lapisan masyarakat.

Analisis terhadap sarana promosi MWK yang sekarang tersedia merupakan langkah awal dari serangkaian kegiatan penelitian untuk menghasilkan desain laman MWK yang lebih menarik, akurat, dan komunikatif sebagai sarana pengenalan dan promosi MWK untuk mengundang minat pengunjung lebih banyak lagi.

Peneliti menggunakan teknik analisa wacana kritis untuk menganalisa brosur cetak MWK yang diawali dengan slogan "Belajar Filosofi Jawa bersama Budaya Wayang". Dengan menerapkan pendekatan kualitatif dalam analisa wacana kritis, peneliti menelaah 1) organisasi brosur secara keseluruhan, 2) kalimat dan tata bahasa yang digunakan dalam brosur, 3) gambar dan deskripsi verbal yang digunakan. Terdapat tiga temuan dalam penelitian ini: 1) tidak adanya kesatuan ide pokok yang mendasari brosur cetak, 2) kalimat yang digunakan terlalu lugas, tidak menarik perhatian dan terdapat kerancuan dalam pemilihan kata dari tiga bahasa, 3) tidak adanya kesesuaian narasi antara gambar dan deskripsi verbal. Berdasarkan tiga temuan tersebut, brosur cetak yang telah dibuat kurang menarik dan komunikatif.

**Kata Kunci:** MWK (Museum Wayang Kekayon), analisis wacana kritis, brosur cetak

## A. PENDAHULUAN

Wayang telah diakui sebagai karya agung budaya dunia oleh UNESCO pada 21 April 2004, namun masyarakat masih cenderung kurang memberi perhatian terhadap pelestariannya (Pradana, 2016; Firmansyah, Yunus, Apriyanto, 2014; Sunardi, Suwarno, Pujiono, 2016; Tirta, 2007). Analisis wacana kritis terhadap brosur cetak Museum Wayang Kekayon (yang selanjutnya disingkat menjadi MWK) merupakan langkah awal dari serangkaian kegiatan penelitian untuk menghasilkan desain website MWK yang lebih baik (Muljani et.al., 2017). Dengan adanya website MWK yang lebih baik, para peneliti memiliki harapan untuk menarik sebanyak mungkin generasi muda yang melek teknologi untuk lebih mengenal wayang dengan tampilan media yang lebih atraktif dan informatif. Selanjutnya, wayang sebagai warisan budaya daerah dapat pula dijadikan sebagai pendidikan karakter dan peningkatan literasi, juga penumbuhkembangan kecintaan generasi muda dalam hal pewayangan.

Pengenalan akan adanya MWK telah dilakukan baik dalam bentuk brosur cetak dan laman-laman. Pun tidak ketinggalan pula beberapa artikel yang berkaitan erat dengan MWK (Ismana, et.al., 2014; Hadi, 2008; Utari, 2016; Manisa et.al., 2016). Beragam usaha pengembangan termasuk penambahan koleksi MWK telah pula dilakukan (Juwita, 2014). Akan tetapi, minat masyarakat terhadap MWK masih rendah. Hal tersebut dibuktikan dengan kurangnya jumlah kunjungan ke MWK. Mengingat pentingnya pengenalan wayang (Amir, 1991; Haryanto, 1992; Satoto, 1985) dan usaha pelestarian yang telah dilaksanakan, artikel ini

bertujuan menjembatani antara kekurangan dalam brosur cetak MWK demi terciptanya desain website MWK yang lebih baik. Desain website yang baik dapat menarik pembaca khususnya generasi muda untuk mengenal wayang. Analisis wacana kritis brosur cetak MWK ini dapat dipergunakan sebagai masukan terhadap desain laman MWK yang lebih menarik.

## **B. TEORI DAN METODE**

Teori mengenai analisis wacana kritis atau *critical discourse analysis* (cda) dikemukakan oleh beberapa pakar (Van Dijk, 1993; Wodak, 2005; Fairclough, 2013; Haryatmoko, 2010). Pada dasarnya analisis wacana kritis merupakan wujud pembedahan suatu wacana untuk mengetahui maksud dan tujuan terselubung di balik wacana tersebut.

Subjek kajian yang adalah brosur cetak MWK dianalisis dengan mengaplikasikan analisis wacana kritis yang diterapkan oleh Haryatmoko. Selain contoh pengaplikasian teori yang telah dilakukan Haryatmoko cenderung mudah dipahami terkait latar belakang budaya yang sama, Haryatmoko juga telah menganalisis beberapa jenis iklan baik berupa iklan cetak maupun iklan audio dengan membagi menjadi beberapa sub bab yakni organisasi keseluruhan, kombinasi kalimat, dan semiotika antara gambar dan deskripsi verbalnya. Peneliti membedah brosur cetak MWK sebagai salah satu jenis iklan dengan menerapkan langkah-langkah yang juga telah dilakukan oleh Haryatmoko.

## **C. ORGANISASI KESELURUHAN BROSUR**

Tema yang ingin diangkat dalam brosur cetak MWK ini diketengahkan dengan memberi judul "Belajar Filosofi Hidup bersama Budaya Wayang" pada halaman depan brosur. Sebuah judul yang menarik bagi pembaca brosur. Judul tersebut dapat menumbuhkan ekspektasi pembaca akan hal-hal terkait filosofi wayang yang mampu dipergunakan untuk menjalani hidup. Pada halaman kedua penjabaran sejarah mengenai pendiri, tahun peresmian, lokasi dan mendapat penghargaan dari UNESCO dinarasikan. Sedang pada halaman ketiga, terdapat narasi banyaknya koleksi dalam MWK. Selanjutnya pada halaman keempat terdapat keunikan wayang terkait media dakwah Nasrani, watak zodiac melalui astrologi wayang dan paket kunjungan. Pada halaman kelima dinyatakan lagi bahwa wayang mendapat piagam penghargaan dari UNESCO. Terakhir adalah gambar peta, facebook, twitter, pin BB serta jam kerja dan harga tiket masuk.

Secara sepintas brosur cetak ini sepertinya lengkap. Dimulai dari sejarah, koleksi dan keunikan MWK. Namun, kesatuan ide pokok kurang dinarasikan dalam brosur ini. Judul yang diketengahkan adalah belajar filosofi hidup. Dari halaman pertama hingga akhir tidak terdapat narasi bahwa pendatang dapat belajar filosofi hidup dari wayang. Narasi yang dituliskan bersifat teknis. Secara umum, maksud brosur ini adalah menarik masyarakat untuk datang ke MWK. Hanya saja, pendekatan yang dipakai lebih menonjolkan hal-hal teknis terkait alamat maupun lokasi. Pengulangan lokasi terdapat di separuh bagian brosur yakni pada halaman pertama, kedua, dan keenam. Lokasi banyak diketengahkan, namun kurang mendalami narasi-narasi menarik yang menengahkan tema belajar filosofi hidup dalam pemaparan. Implikasi dari banyaknya pengulangan lokasi dan kurang mendalami ide dasar membuat pembaca brosur mengetahui lokasi MWK, namun kurang memahami alasan mengapa MWK patut dikunjungi. Meskipun secara langsung adanya frasa yang menyebutkan bahwa museum ini patut dikunjungi tidak serta merta membangun suatu konsep MWK yang menarik.

Keutamaan wayang yang selalu dikemukakan dalam brosur ini adalah pengakuan dari UNESCO yang dicantumkan berulang pada halaman kedua dan kelima. Bahkan, pada halaman

lima hanya terdapat pengakuan keutamaan wayang oleh UNESCO yang dinarasikan dalam dua bahasa sebagai satu-satunya bahan. Di satu pihak pembacamengetahui bahwa wayang telah diakui, di lain pihak pembaca tidak mendapat keuntungan dari adanya pengakuan tersebut. Pembaca kiranya membutuhkan contoh nyata hal-hal yang dapat dipelajari jika pembaca mengunjungi MWK.

Berdasarkan pemaparan di atas, tujuan untuk menarik pembaca mengunjungi museum ataupun belajar filosofi hidup dari wayang kurang tercapai. Banyaknya narasi runtuh tanpa adanya kesatuan ide dasar.

#### **D. KOMBINASI KALIMAT-KALIMAT DAN TATA BAHASA DALAM BROSUR**

Dari aspek bahasa yang dipergunakan, kalimat-kalimat dalam brosur MWK ini cenderung lugas dan langsung. Sebagai contoh dalam halaman ketiga; kalimat "museum ini patut dijadikan tujuan wisata pendidikan serta wisata keluarga" dituliskan secara langsung. Umumnya, bahasa yang digunakan untuk menarik minat pembaca untuk menyukai suatu hal cenderung terselubung, memiliki pemilihan kata yang baik dan didukung kalimat ataupun gambar yang dapat memperteguh kesan yang akan disampaikan pada pembaca. Kalimat "museum ini patut dijadikan tujuan wisata pendidikan serta wisata keluarga" tidak menarik pembaca dikarenakan beberapa hal. Pertama, kalimat tersebut mengesankan membenaran 'sendiri'; bahwa MWK patut untuk dikunjungi. Kedua, kalimat pendukung untuk menciptakan kesan sebagai wisata keluarga tidak ditemukan pada kalimat-kalimat selanjutnya. Ketiga, gambar yang ditampilkan tidak mendukung kesan MWK sebagai tujuan wisata keluarga dan pendidikan. Gambar yang ditampilkan pada halaman ketiga dan keempat adalah gambar topeng dan barisan wayang dengan nama tanpa ada tema khusus.

Kelengkapan aspek bahasa yang digunakan dalam brosur inipun tidak tertata dengan baik. Sebagai contoh pada halaman ketiga terdapat kalimat "selain itu bagi pengunjung yang akan menambah pengetahuan akan dunia seni pewayangan juga bisa menyaksikan di museum ini ...". Adanya kata menyaksikan sebagai kata kerja yang membutuhkan objek (transitive verb) tidak dilanjutkan dengan penambahan objek. Jika disingkat, kalimat ini menjadi "bagi pengunjung juga bisa menyaksikan di museum ini". Tidak adanya objek ditambah dengan kata bagi membuat kalimat ini tidak dapat dikategorikan sebagai kalimat yang baik. Meskipun setelah kalimat tersebut terdapat keterangan dalam bentuk frasa "boneka kayu Pinokio, topeng carnaval Venesia Italia, topeng sandiwara Kabukai Jepang dan masih banyak lagi", kata menyaksikan tidak dapat disandingkan dengan kata benda seperti boneka kayu, topeng sandiwara, topeng carnaval. Kata menyaksikan lazimnya disandingkan dengan pertunjukan, bukan dengan boneka. Menyaksikan boneka berbeda dengan menyaksikan pertunjukan boneka.

Pemilihan kata juga tidak dipertimbangkan dalam penulisan brosur ini. Kata dakwah pada halaman keempat dilanjutkan dengan Nasrani menjadi dakwah Nasrani terkesan rancu. Masyarakat pada umumnya mengenal kata dakwah sebagai kegiatan bersifat Islami. Dalam brosur ini dakwah dilekatkan dengan kata Nasrani, sedangkan istilah Nasrani dari dakwah tersebut adalah pewartaan. Selain itu, kata pahargyan dan trah dalam kalimat "pendopo di museum ini juga bisa dipergunakan untuk kegiatan umum seperti pahargyan pernikahan, pertemuan trah" mengindikasikan bahwa brosur ini tidak mendedepankan pemilihan kata yang baik. Pahargyan lebih dikenal oleh orang Jawa khususnya Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam Bahasa Indonesia, kata pahargyan dapat diganti dengan kata perhelatan. Kata trah juga kental akan unsur Jawa. Pembaca yang tidak berasal dari Jawa kemungkinan

besar tidak memahami secara jelas arti kata pahargyan dan trah. Penggunaan kata-kata tersebut telah mempersempit sasaran pembaca brosur.

Dua bahasa yang digunakan dalam brosur ini yakni Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris membuat brosur ini juga tidak informatif bagi turis mancanegara. Bahasa Inggris yang dipergunakan hanya menerangkan adanya pengakuan UNESCO atas wayang dan MWK sebagai museum terlengkap dan informatif dalam bangunan klasik Jawa. Pada halaman ketigapun frasa yang dituliskan “the most complete, genuine & informative” tidak dilanjutkan dengan kata benda seperti *museum* menyebabkan frasa ini tidak lengkap.

Secara keseluruhan, penggunaan bahasa dalam brosur ini baik bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris masih membutuhkan banyak perbaikan. Kerancuan beberapa istilah seperti dakwah Nasrani, pahargyan pernikahan, arisan trah juga dapat mempersempit segmentasi pembaca selain adanya kemungkinan timbulnya ketidaknyamanan pembaca dalam mengartikan beberapa kata tersebut. Penggunaan bahasa yang baik, kesatuan konsep tanpa ada tumpang tindih kosakata terkait budaya, juga penggunaan bahasa yang cenderung persuasif dibanding informatif dapat membuat brosur ini lebih menarik bagi pembaca.

#### **E. TEKS DAN GAMBAR DALAM BROSUR BERSERTA DESKRIPSI VERBALNYA**

Secara keseluruhan, jumlah kata dalam brosur ini berkisar 648 kata tanpa disertai sub judul dalam tiap segmen pemaparan. Ketiadaan sub judul ini mencerminkan tidak adanya klasifikasi isi secara jelas; sebagai contoh: paragraf pertama dalam brosur lebih berupa narasi kapan dan oleh siapa MWK dibangun, sedangkan paragraf berikutnya lebih mendeskripsikan secara umum koleksi yang dimiliki MWK.

Suatu iklan sejatinya memiliki jenis teks yang jelas; sebagai contoh penelitian yang dilakukan oleh Rusli dan Sari (2013) yang menjelaskan jenis teks dalam iklan beberapa susun formula. Satu iklan memiliki jenis narasi dan yang lain memiliki jenis teks eksposisi. Hal ini berbeda dengan brosur cetak MWK, jenis teks dalam tiap paragraf brosur cetak MWK tidak mengarah pada keutuhan narasi ataupun deskripsi. Narasi yang sekiranya lebih menyetengahkan urutan kejadian secara runtut kurang nampak. Ciri paragraf deskriptif yang menggunakan pilihan kata sifat, detil lain yang dapat “dilihat, didengar, dirasakan” oleh pembaca teks juga tidak menjadi bagian penting dalam brosur. Brosur yang sebaiknya menonjolkan sikap persuasif sebagai media promosi tidak terancang dengan baik sehingga rasa ingin tahu dan ingin mengunjungi MWK kurang timbul.

Kesatuan gambar dan deskripsi verbalnyapun tidak sesuai antara satu dengan yang lainnya. Secara umum, wayang lebih dikenal dengan gambar dua dimensi yang berbentuk pipih. Meskipun kita mengenal wayang golek yang berbentuk seperti patung, namun wayang juga tidak serta merta sama dengan topeng. Gambar yang ditampilkan pada halaman depan dan halaman ketiga sangat mengarah pada topeng. Tampilan gambar hendaknya disertai dengan penjelasan mengenai gambar tersebut. Sebagaimana dengan wayang golek dan topeng, gambar kayon atau gunung tidak diberi penjelasan sedikitpun. Oleh karena itu, mustahil pembaca mengerti arti kayon atau gunung sebagai lambang kehidupan alam semesta. Tidak hanya itu, terdapat penjelasan bahwa MWK memiliki koleksi masterpiece; sementara pada halaman tersebut hanya terdapat gambar topeng dan sederet gambar wayang tanpa ada judul yang menerangkan koleksi tersebut.

Berdasarkan pemaparan di atas, pada bagian ini terdapat tiga kekurangan dalam brosur ini. Pertama adalah keabsenan sub judul dalam tiap paparan teksnya. Kedua adalah pemilihan

dan penerapan jenis teks yang kurang tepat. Kelemahan terakhir adalah tidak adanya keterkaitan antara gambar dan deskripsi verbal gambar tersebut ataupun sebaliknya.

## F. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis wacana kritis yang telah dipaparkan pada sub judul sebelumnya, brosur cetak sebagai media promosi MWK dapat dikatakan kurang dapat menimbulkan ketertarikan pembaca untuk mengunjungi MWK. Ketiadaan kesatuan ide dasar, kelengkapan aspek bahasa, pemilihan istilah, jenis teks dan kaitan antara gambar dan deskripsi verbalnya juga sebaliknya menjadi faktor penting kekurangefektifan brosur ini dalam menyampaikan pesan pada pembaca.

Ketiga hal penting yang didapat dari analisis wacana kritis terhadap brosur cetak MWK diharapkan dapat menjadi masukan penting bagi penyusunan laman MWK. Laman MWK selayaknya memiliki kesatuan ide dasar yang jelas sesuai dengan tema besar yang akan diangkat dalam laman. Tampilan gambar visual yang menarik hendaknya juga disertai dengan penjelasan yang atraktif. Tidak lupa pula untuk menggunakan jenis teks yang sesuai dengan pemilihan kata yang jelas sesuai dengan sasaran pembaca.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amir, H. (1991). *Nilai-nilai etis dalam wayang*. Pustaka Sinar Harapan.
- Fairclough, N. (2013). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. Routledge.
- Firmansyah, I., Yunus, R., & Apriyanto, J. (2014). Wayang Kulit: Tinjauan Sosial Budaya di Daerah Transmigran Kotanagaya. *KIM Fakultas Ilmu Sosial*, 2(3).
- Hadi Pamungkas, A. (2008). *Promosi Museum Wayang Indonesiamelalui Desain Komunikasi Visual Di Kabupaten Wonogiri* (Doctoral dissertation, Universitas Sebelas Maret).
- Haryanto, S. (1992). Bayang-Bayang Adhiluhung Filsafat, Simbolis, Dan Mistik Dalam Wayang.
- Haryatmoko, J. (2010). *Dominasi penuh muslihat: akar kekerasan dan diskriminasi*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ismana, A., Amiuza, C. B., & AS, N. S. (2014). Transformasi Bahasa Rupa Wayang Kulit Purwa Pada Perancangan Museum Wayang Kekayon Bantul Yogyakarta. *Jurnal Mahasiswa Jurusan Arsitektur*, 2(1).
- Juwita, I. A. E. R. (2014). *Strategi Pemasaran Museum Wayang Kekayon Yogyakarta Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung* (Doctoral dissertation, Institut Seni Indonesia Yogyakarta).
- Manisa, T. W., Fahmi Prihantoro, S. S., Popi Irawan, S. S. M., & Wiwik Sushartami, M. (2014). *Potensi Museum Wayang Kekayon Dan Upaya Peningkatannya Sebagai Daya Tarik Wisata Budaya* (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Pradana, D. P. (2016). Wayang Suket Purbalingga Karya Badriyanto.
- Rusli, L., & Sari, T. K. (2013). Analisis Teks Iklan Susu Formula Anak. *Bahas*, 22(2).

- Satoto, S. (1985). *Wayang kulit purwa: makna dan struktur dramatiknya*. Proyek Penelitian dan Pengkajian Kebudayaan Nusantara (Javanologi), Direktorat Jenderal Kebudayaan, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Sunardi, S., Suwarno, B., & Pujiono, B. (2016). Pelestarian Dan Pengembangan Wayang Gedog. *Gelar*, 11(2).
- Tirta, M. (2007). *Museum Wayang Nasional Di Yogyakarta* (Doctoral dissertation, Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Undip).
- Utari, S. A. (2016). *Redesain Museum Wayang Kekayon di Yogyakarta dengan Pendekatan Arsitektur Metafora* (Doctoral dissertation, Universitas Sebelas Maret).
- Van Dijk, T. A. (1993). Principles of critical discourse analysis. *Discourse & society*, 4(2), 249-283.
- Wodak, R., & Chilton, P. (Eds.). (2005). *A new agenda in (critical) discourse analysis: theory, methodology and interdisciplinarity* (Vol. 13). John Benjamins Publishing.