

# **SISTEM PENILAIAN PERIKLAMAN MUSEUM NASIONAL: STUDI KASUS PENGGUNAAN BAHASA DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PARIWISATA MUSEUM NASIONAL**

**Asisda Wahyu Asri Putradi, Nada Lutfiyah, Reni Agustiningsih**

*Prodi Sastra Indonesia FBS Universitas Negeri Jakarta<sup>1,2,3</sup>  
lasisda@gmail.com<sup>1</sup>, nadalutfiyah.nl@gmail.com<sup>2</sup>, rewni19@gmail.com<sup>3</sup>*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi perangkat penilaian apa saja yang terdapat dalam video profil Museum Nasional. Video profil biasanya menampilkan visi dan misi lembaga. Video profil Museum Nasional mencoba merangkum koleksi dan kelebihannya dalam sebuah video profil yang dibatasi waktu dan dibuat semenarik mungkin sehingga membangkitkan gairah pemirsa untuk berkunjung ke Museum Nasional. Penelitian ini menggunakan teknik referensial matching dimana peneliti mencocokkan teks iklan yang dianalisis dengan mencocokkan klausa, frasa, dan kata dengan alat penilaian serta menganalisis sikap dan penilaian konten koleksi Museum Nasional dalam video profil. Data yang dianalisis kurang lebih 64 kalimat yang merupakan transkripsi video profil Museum Nasional. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa terdapat 24 kalimat apresiasi sikap, 5 kalimat penilaian sikap dan 11 kalimat sikap. Pada ranah pertunangan, terdapat 13 jenis heteroglos dan 3 monoglos. Dalam ranah kelulusan, ada 4 jenis angkatan kelulusan dan 4 jenis fokus kelulusan.

**Kata kunci:** sistem penilaian, video profil, museum nasional

Abstract. This study aims to identify what assessment tools are contained in the National Museum's profile video. Profile videos usually display the company's vision and mission the institution. The National Museum profile video tries to summarize the collection and its advantages in a time-limited and attractive profile video that is made as attractive as possible so as to excite viewers to visit the National Museum. This study also uses a descriptive approach. because the purpose of this study is to describe the ad text and describe the attitudes used by the video profile producer in positioning the audience in the video profile. This study uses a referential matching technique where the researcher matches the analyzed ad text by matching clauses, phrases, and words with an assessment tool and analyzes attitudes and assessments of the contents of the National Museum collection in profile videos. The data analyzed is approximately 64 sentences which are transcripts of the National Museum's profile video. Based on the data analysis that has been done, the results show that there are 24 attitude appreciation sentences, 5 attitude assessment sentences and 11 attitude sentences. In the realm of engagement, there are 13 types of heteroglosses and 3 types of monoglosses. In the realm of graduation, there are 4 types of graduation force and 4 types of graduation focus.

**Keywords:** rating system, profile video, national museum

## **PENDAHULUAN**

Video profile merupakan media elektronik yang digunakan untuk menyampaikan informasi dalam segala bidang, baik itu perusahaan atau instansi, produk, ke suatu daerah atau tempat wisata. Rekaman audio visual ini digunakan untuk berbagai kebutuhan, terutama untuk kebutuhan promosi. Visualisasi video profil yang dikemas dalam penyajian yang ringan dan menarik memudahkan masyarakat dalam mencari informasi secara efektif. Umumnya, video profil ditampilkan di tempat-tempat yang mudah diakses publik, seperti di instansi terkait atau bisa diakses di internet.

Penggunaan video profil sebagai sarana promosi telah dimanfaatkan oleh berbagai instansi salah satunya Museum Nasional. Museum Nasional Republik Indonesia atau biasa disebut Museum Gajah adalah lembaga, tempat penyimpanan, pemeliharaan, pengamanan, dan pemanfaatan barang bukti budaya manusia serta alam dan lingkungan dalam rangka mendukung

upaya pelestarian. dan melestarikan kekayaan budaya bangsa Indonesia. Museum ini terletak di Jalan Merdeka Barat 12, Jakarta Pusat. Museum ini membagi koleksinya menjadi beberapa jenis, antara lain arkeologi, etnografi, geografi, keramik, numestatik dan heladrik, prasejarah, dan sejarah. Hingga saat ini, koleksi yang dikelola Museum Nasional sebanyak 140.000 butir.

Video profil Museum Nasional terdiri dari teks, gambar dan video. Video ini berisi tentang sejarah, visi misi, benda koleksi, bahkan fasilitas dan acara yang diadakan di Museum Nasional. Video ini bertujuan untuk menyajikan informasi tentang museum dengan penyajian yang lebih menarik dan lengkap dari sekedar tulisan. Pemutaran video ini dapat dilihat pada acara-acara yang diselenggarakan oleh Museum Nasional, pada LCD di museum, serta di media sosial resmi milik Museum Nasional.

Sebagai wacana, tentunya wacana pada video profil Museum Nasional tidak lepas dari faktor ideologis. Bahasa tidak netral tetapi membawa pesan ideologis tertentu yang dipengaruhi oleh pembuat teks (Fauzan, 2014). Ideologi dianggap sebagai gagasan utama yang diusung oleh pengguna bahasa. Ide tersebut kemudian dituangkan dalam penggunaan bahasa sebagai maksud dari pemakai bahasa. Dengan kata lain, ideologi dapat dipahami melalui penggunaan bahasa, baik dalam bentuk tulisan maupun ucapan. Ideologi adalah studi sentral Analisis Wacana Kritis. Ideologi yang dibangun oleh kelompok dominan bertujuan untuk menghasilkan dan melegitimasi dominasi mereka. Ideologi dalam hal ini bersifat sosial dan analisis wacana kritis melihat wacana sebagai bentuk praktik sosial. Analisis wacana kritis tidak hanya dipahami sebagai studi bahasa yang mengkaji bahasa tidak hanya dari aspek kebahasaannya, tetapi juga mengaitkannya dengan konteks. Konteks dalam analisis wacana kritis berarti penggunaan bahasa dalam tujuan atau praktik tertentu.

Teori penilaian berkaitan dengan sumber-sumber linguistik di mana teks merupakan wadah untuk mengekspresikan, merundingkan, dan mengkonstruksi intersubjektivitas khusus dan pada akhirnya memposisikan ideologi. Kerangka *Apraisal* adalah pengembangan karya dalam linguistik fungsional linguistik yang dikembangkan oleh Halliday (1985/1994), dan berkaitan dengan makna interpersonal dalam teks - menegosiasikan hubungan sosial dengan mengkomunikasikan emosi, penilaian, dan apresiasi. Berbeda dengan linguistik tradisional, *Functional Systemic Linguistics (LSF)* tidak hanya berfokus pada struktur unsur-unsur yang ada dalam bahasa, tetapi juga makna yang dihasilkan dari susunan kata-kata yang membentuk kalimat. Menurut Eggins, LSF berkaitan dengan pilihan bahasa yang digunakan penutur untuk menyampaikan ide-idenya, karena LSF memfokuskan kajiannya pada bagaimana bahasa disusun dan diatur untuk digunakan dalam berkomunikasi (1994:11). Karena sebagai makhluk sosial, manusia sebagai penutur bahasa berinteraksi dan berkomunikasi dengan tujuan untuk saling memahami dengan manusia lainnya. Oleh karena itu, dalam LSF, teks merupakan unit dasar analisis, dan melalui teks itulah makna dapat dinegosiasikan.

Jika linguistik tradisional hanya membahas unsur-unsur yang ada dalam bahasa, tanpa melibatkan konteks; maka kajian LSF akan selalu melibatkan konteks sosial, misalnya status sosial, usia, lingkungan dan kedudukan, untuk merumuskan bahasa yang digunakan untuk menyampaikan makna. Menurut Halliday yang dikutip oleh Eggins (1994:11-12), ketika seorang penutur menggunakan bahasa, ia secara bersamaan mewujudkan tiga makna sekaligus. Dalam *Tata Bahasa Fungsional Sistemik*, ketiga domain ini disebut metafungsi. Tiga makna pertama adalah makna ideasional atau eksperimental. Dalam ranah ini, ia berperan dalam konstruksi makna yang terkait dengan fisik dan pengalaman pengguna bahasa. Area ini berfokus pada bagaimana pengalaman sosial seseorang dikonstruksi dalam bahasa (makna yang diwujudkan dari elemen leksikogramatika yang digunakan untuk memahami alam sekitar dan dunia nyata).

Kedua, makna interpersonal berkaitan dengan penyampaian pendapat dan sikap antara penulis dan pembaca, antara pembicara dan pendengar. Fungsi ini menunjukkan tindakan atau tindakan yang dilakukan untuk mengalami dalam interaksi sosial, yang diwujudkan melalui *protoaction*. Interaksi dalam fungsi ini menunjukkan klausa sebagai subjek pertukaran makna (makna yang dihasilkan dari unsur-unsur leksikogramatika untuk memahami hubungan antara

penutur dan penutur, penulis dan pembaca). Ketiga, makna tekstual menjadi penghubung antara makna ideasional dan interpersonal. Makna yang mengacu pada bagaimana suatu tuturan atau teks yang dihasilkan atau diucapkan berkaitan dengan teks dan tuturan yang telah dihasilkan atau diucapkan sebelumnya; dan juga berkaitan dengan konteks di mana kalimat atau ucapan itu dihasilkan.

Pendekatan penilaian mengkaji bagaimana sikap, penilaian, dan tanggapan emotif secara jelas tercermin dalam teks dan bagaimana hal-hal ini dapat tersirat secara tidak langsung, diprediksi, atau dibayangkan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa konsep penilaian adalah konsep evaluasi yang digunakan untuk mengungkapkan penilaian pembicara, baik tersirat maupun tersurat, terhadap subjek, lawan bicara, atau dunia yang mungkin terkait dengan parameter evaluatif, seperti sikap, positioning, yang meliputi epistemik, reliabilitas, pembuktian, dan kelulusan. Kerangka penilaian menggambarkan taksonomi jenis bahasa yang digunakan untuk menghubungkan evaluasi dan posisi seseorang dengan menghormati evaluasi orang lain (Read & Carrol 2012). Kerangka kerja untuk analisis opini dalam linguistik sistemik fungsional dikembangkan atas nama penilaian dengan tiga subkategori yaitu sikap, posisi dan kelulusan (lihat Martin dan White 2005), dan ada juga analisis substansial berdasarkan korpus (lihat Biber dan Conrad 2009). Sebagai media yang membentuk dan dibentuk oleh proses sosial, bahasa mengandung aspek dialogis (Martin & White, 2005; White & Sano, 2006). Aspek dialogis ini mempertahankan, mereproduksi, atau mengubah hubungan partisipan teks. Aspek-aspek ini dapat diidentifikasi dengan alat penilaian.

## **METODOLOGI**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, karena sesuai dengan tujuan penelitian yaitu mendeskripsikan dan menjelaskan data dengan kata-kata atau kalimat yang dipisahkan menurut kategorinya untuk memperoleh kesimpulan (Arikunto, 1993: 195). Penelitian ini juga menggunakan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif digunakan karena tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan teks iklan dan mendeskripsikan sikap yang digunakan oleh produser video profile dalam memposisikan penonton dalam video profile. Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian kepustakaan, karena data penelitian berupa teks iklan komersial dalam video profil museum nasional yang diunduh melalui saluran youtube <https://www.youtube.com/watch?v=DcsKmapxgW0>.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik referensial matching dimana peneliti mencocokkan teks iklan yang dianalisis dengan mencocokkan klausa, frasa dan kata dengan alat penilaian dan menganalisis sikap dan penilaian koleksi Museum Nasional dalam video profil. Metode selanjutnya yang peneliti gunakan untuk menganalisis data adalah metode perubahan substitusi atau metode perubahan perubahan (Sudaryanto, 1993: 48) dan teknik multi-ekspansi (Sudaryanto, 1993: 56), yang digunakan untuk memperkuat dan menguji validitas hasil analisis. Data yang dianalisis kurang lebih 64 kalimat yang merupakan transkripsi video profil Museum Nasional.

## **PEMBAHASAN**

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa ditemukan 24 kalimat apresiasi sikap, 5 kalimat penilaian sikap dan 11 kalimat pengaruh sikap. Pada ranah pertunangan, terdapat 13 jenis heteroglos dan 3 monoglos. Dalam ranah kelulusan, ada 4 jenis angkatan kelulusan dan 4 jenis fokus kelulusan. Dapat dijelaskan bahwa dalam video profil Museum Nasional, konten dominan berisi sikap apresiasi, yang dapat diartikan bahwa video profil museum nasional menanggapi atau mengevaluasi benda-benda koleksi seiring dengan proses pengembangan atau pemasarannya. produk koleksi sehingga dapat dikenal oleh masyarakat luas. Hal ini dapat dilihat dalam bentuk atribut pada item dalam koleksi dan proses pemasaran seperti pada contoh berikut:

- a. Arca Manjusri Sikhadara yang merupakan koleksi ruang koleksi arkeologi museum. Patung Buddha Amitabha, Durga, dan Mukhalingga melengkapi koleksi .
- b. Ruang sejarah yang berisi koleksi benda-benda berharga sejarah Indonesia dan benda-benda peninggalan dari masa pendudukan bangsa Eropa di Indonesia antara abad ke-16 Masehi hingga abad ke-19 Masehi.
- c. Selain jumlah koleksi yang terus bertambah, gedung baru didesain untuk dapat berkumpul berkumpulnya warga kota sekaligus pusat pembelajaran budaya dan sejarah.

Temuan selanjutnya adalah appraisal engagement, yang ditemukan pada 13 tipe heterogen. Hal ini menunjukkan bahwa dalam pembuatan video profile Museum Nasional pembuat iklan mengambil sikap selain penulis. Artinya isi video profil Museum Nasional dapat dipastikan telah melalui serangkaian saran, masukan, dan pengeditan yang ketat untuk menghasilkan video profil berkualitas yang mencerminkan visi dan misi Museum Nasional sebagai museum kebanggaan Indonesia. Hal ini diilustrasikan dalam contoh berikut.

- a. Koleksi etnografi ditempatkan pada ruang-ruang yang berbeda berdasarkan letak kepulauan di Indonesia, seperti Sumatra, Jawa, Bali, Kalimantan. Sulawesi, Nusa Tenggara, Maluku, dan Papua.
- b. Koleksi dalam ruangan ini, antara lain dinding gantung dari Sangir Talaud, Sulawesi Utara; Ulos Radum Idup dari Toba, Sumatra Utara, tas dari Papua; dan Pasren dari Jawa.

Temuan dominan terakhir adalah pengaruh penilaian 11 kalimat. Pengaruh penilaian ini menunjukkan bahwa cara pembicara mengekspresikan konten video mereka banyak dipengaruhi oleh perasaan ekspresi dan perasaan emosional yang positif. Perasaan positif tersebut digunakan untuk membangun perasaan positif, perasaan tertarik dan bangga terhadap koleksi Museum Nasional. Hal ini tercermin dalam diksi yang bersifat positif dan konstruktif sebagai berikut:

Sebuah. “ ... kekayaan tekstil tradisional yang memesona ...”,

b. “ ... budaya dan peradaban di Indonesia ... budaya dan peradaban di Indonesia ... “

c. “ ... kebanggaan bangsa Indonesia ... ”.

## PENUTUP

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa video profil Museum Nasional banyak menampilkan apresiasi sikap dalam 24 kalimat, ditemukan 13 jenis engagement dan afek sikap yang heterogen, terdapat 11 kalimat. Hal ini menunjukkan bahwa dalam konten atau konten video, profil Museum Nasional merespon atau menilai objek koleksi seiring dengan proses pengembangan atau pemasaran produk koleksi agar dapat dikenal oleh masyarakat luas. Selain itu, cara bercerita atau bercerita dalam video mengungkapkan keterlibatan perasaan atau emosi positif sehingga mampu menyentuh hati pemirsa. Perasaan positif tersebut berhasil disampaikan dalam rangka membangun perasaan positif, rasa tertarik dan bangga terhadap koleksi Museum Nasional.

## KATA PENGANTAR

Bednarek, Monika. (2007). “Local Grammar and Register Variation: Explorations in Broadsheet and Tabloid Newspaper Discourse”, *ELR Journal*<http://ejournals.org.uk/ELR/article/2007/1> (11 Januari 2016).

Besnier, N. (1990). ‘Language and affect’. *Annual Review of Anthropology* 19: 59-88.

Bhatia, V. K. (1993). *Analysing Genre: Language Use in Profesional Settings*.

Biber, Douglas and Susan Conrad. (2009). *Register, Genre, and Style*. Cambridge: Cambridge University Press. Djuroto, Totok dan Bambang Suprijadi. 2003. *Menulis*

- Artikel & Karya Ilmiah*. Bandung: Remaja Rosda Karya. Halliday, M.A.K. 1985/1994. *Introduction to Functional Grammar*. London: Arnold.
- Eggs, Suzanne. (2004). *An Introduction to Systemic Functional Linguistics 2<sup>nd</sup> edition*. New York: Continuum International Publishing group.
- Gerot, Linda and Peter Wignell. (1995). *Making Sense of English Grammar*. Sydney: Gerd Stabler.
- Guinn, Thomas C.O'; Allen, Chris T; Semenik, Richard J. *Advertising and Integrated Brand Promotion*. Mason: Cengage Learning
- Halliday, M.A.K and Ruqaiya Hasan. 1985. *Language, Context, and Text: Aspect of Language in Social-Semiotics Perspective*. Melbourne: Deakin University
- Halliday, M.A.K. 1985. *An Introduction to Functional Grammar*. London: Longman Group Ltd
- Hunston, Susan & Geoff Thompson. (2000). *Evaluation in Text: Authorial Stance and the Construction of Discourse*. Oxford: Oxford University Press.
- Johanson, Lars. and Bo Utas. Ed. (2000). *Evidentials. Turkic, Iranian and Neighbouring Languages*. Berlin/New York: Mouton de Gruyter.
- Khrisna, D.A.N. (2018). *Kajian terjemahan pada penokohan Santiago dalam novel The Old Man and the Sea dan tiga versi terjemahannya "Lelaki Tua dan Laut"*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret. London/New York: Routledge. London: Casell.
- Martin, J. R., & Rose, D. (2003). *Working with Discourse: Meaning beyond the Clause*. London and New York: Continuum.
- Martin, J.R., White, P.R.R. (2005). *The language of evaluation: appraisal in English*.
- Read, J dan Carroll, J. (2012). "Annotating expressions of appraisal in English". *Language Resources & Evaluation*, Vol. 46, pp. 421 – 447.
- Sudaryanto. 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press
- White, P. R. R. (1998). *Telling Media Tales: The News Story As Rhetoric*. Tesis, Department of Linguistics, University of Sydney.
- White, P. R. R. (2002). Appraisal--The Language of Evaluation and Stance, dalam Jef Verschueren, Jan-Ola Östman, Jan Blommaert and Chris Bulcaen (eds.), *The Handbook Of Pragmatics* (pp. 1-27), Amsterdam/ Philadelphia: John Benjamins Publishing Co.
- White. (2001). Appraisal Homepage (<http://www.grammatics.com/appraisal/index.htm/>)