

# Representasi Etnis Tionghoa di Indonesia Dalam Film Cek Toko Sebelah

Yuta Kogawa, Desi Yoanita, Daniel Budiana  
Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya  
*m51413041@john.petra.ac.id*

## Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana representasi etnis Tionghoa di Indonesia dalam film Cek Toko Sebelah. Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah Semiotika John Fiske melalui 3 level, yaitu level realitas, level representasi, dan level ideologi.

Hasil dari penelitian ini menggambarkan bagaimana etnis Tionghoa di Indonesia yang masih distereotipkan lewat ciri-ciri fisik mereka, namun menggeseser stereotip etnis Tionghoa yang selalu berada di ranah ekonomi, mereka mulai bekerja di bidang profesi dan karier. Ideologi yang ditemukan dalam penelitian ini adalah ideologi sosialisme yang menganut cinta kasih, kerjasama, dan persaudaraan.

**Kata Kunci:** Representasi, Etnis Tionghoa, Semiotika, , Film, Cek Toko Sebelah.

## Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan terbesar di dunia, yang berarti masyarakat Indonesia merupakan masyarakat yang multikultural yaitu masyarakat yang tersusun dari berbagai macam budaya. Budaya-budaya tersebut ada karena Indonesia dihuni oleh banyak sekali kelompok etnis yang tidak kurang menggunakan dari 300 jenis bahasa lokal atau dialek (Susetyo, 2010. p.1).

Salah satu etnis yang ada di Indonesia yaitu etnis Tionghoa. Etnis Tionghoa memiliki sejarah yang menarik, yaitu masih dianggap sebagai pendatang dan bukan bagian dari bangsa Indonesia sendiri. Alasan masyarakat Tionghoa dianggap sebagai pendatang karena mereka mulai mendatangi kepulauan Nusantara yang diperkirakan pada awal abad ke-9 Masehi (Usman, 2009. p.1). Pada awalnya etnis Tionghoa merantau ke Indonesia karena tidak memiliki apa-apa kecuali koneksi serta kemampuan untuk bernegosiasi.

Sejak zaman orde Baru orang keturunan Tionghoa memang diarahkan untuk bergerak di sektor ekonomi karena stereotip etnis Tionghoa yang selalu digambarkan sebagai pemilik sebuah toko, atau yang berbau dengan berdagang, bahkan dianggap pintar dalam berdagang (Noordjanah, 2004, p.39). Dikarenakan

oleh stereotip tersebut sejak zaman Orde Baru orang keturunan Tionghoa memang diarahkan untuk bergerak di sektor ekonomi.

Berbagai penggambaran seperti stereotip tentang etnis Tionghoa seringkali ditampilkan di media massa, sehingga mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap setiap pesan yang disampaikan oleh suatu media. Media massa sendiri adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan dari sumber untuk diterima oleh khalayak dengan menggunakan alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi (Cangara, 2002, p.134).

Film sebagai salah satu alat komunikasi massa kedua yang muncul di dunia, dan mempunyai masa pertumbuhannya pada akhir abad ke – 19. Isi dari film seiring pertumbuhan zaman akan terus berkembang dan penuh dengan pengertian-pengertian, atau simbol-simbol serta mempunyai konteks dengan lingkungan yang menerimanya. Kekuatan serta kemampuan suatu film dapat menjangkau banyaknya segmen sosial, hal tersebut mempengaruhi pandangan terhadap sebuah film yang dikatakan memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayaknya. Oleh karena itu tidak heran jika banyak kehadiran film-film yang mengangkat sebuah tema dan ide yang awalnya berangkat dari fenomena yang ada di dunia nyata. Fenomena yang sudah ada tersebut pada akhirnya direpresentasikan dalam sebuah film. Marcel Danesi mendefinisikan representasi sebagai proses perekaman gagasan, pengetahuan, atau pesan secara fisik. Lebih tepatnya didefinisikan sebagai penggunaan ‘tanda-tanda’ (gambar, suara, dan sebagainya) untuk menampilkan ulang sesuatu yang diserap, diindra, dibayangkan, atau dirasakan dalam bentuk fisik (Danesi, 2010. p.3-4).

Dalam dunia perfilman di Indonesia, sudah banyak film yang mengangkat tema atau topik seperti permasalahan kekerasan, persahabatan, percintaan, kehidupan dunia malam, dan lain sebagainya. Tidak hanya dibuat secara fiksi saja yang diangkat ke dalam layar lebar tetapi juga ada beberapa judul film yang mulai mencoba untuk mengangkat dari sebuah fenomena atau isu hangat yang terjadi di kalangan masyarakat dengan menceritakan kembali ke dalam layar lebar namun dikemas semenarik mungkin agar mampu mengambil perhatian dari publik atau masyarakat. Tanpa disadari pun, apa yang telah disaksikan juga dapat mempengaruhi cara pandang kita. Karena itu, di balik sebuah pesan yang akan disampaikan dalam film untuk khalayak sangat mempengaruhi dan membentuk masyarakat (Sobur, 2004, p.127).

Peneliti memilih film *Cek Toko Sebelah* yang merupakan film kedua Ernest Prakasa dan lagi-lagi mengangkat tema tentang Etnis Tionghoa setelah film *Ngenest* sebagai teks yang diteliti. Menurut Catherine Keng, *Corporate Secretary XXI*, setiap film Indonesia yang tayang di XXI memiliki jatah tayang selama seminggu. Terkadang memang ada yang cepat menghilang di bioskop karena dilihat dari hari pertama sampai hari ke-4, tergantung seberapa banyak jumlah penonton. Namun bukan berarti film-film Indonesia hanya mampu bertahan selama seminggu (Armadani, 2014, para 7-9). Film *Cek Toko Sebelah* mampu bertahan di bioskop lebih dari dua bulan, yakni rilis pertama pada tanggal 28 Desember 2016 hingga 25 Februari 2017.

Film *Cek Toko Sebelah* ini berbeda dengan film garapan pertama yaitu *Ngenest* yang merupakan adaptasi dari novel yang berjudul “*Ngenest*”, sedangkan film *Cek Toko Sebelah* merupakan original story yang dibangun memang berlatar belakang kehidupan sehari-hari seorang komedian Ernest bagaimana menjadi keluarga dalam etnis Tionghoa di Indonesia. Latar belakang pembuatan film dimulai dari yang dulunya mama Ernest sejak 1985 yang memang mengelola toko kelontong. Serta ide tentang keluarga Tionghoa berasal dari keluarga, saudara, dan teman yang sudah jauh-jauh lulus kuliah dari luar negeri ujung-ujungnya disuruh untuk meneruskan toko keluarga. Terlebih yang menjadi nilai tambah dan keunikan dari film *Cek Toko Sebelah* ini meskipun ceritanya sedikit serius namun dikemas dalam sebuah situasi komedi yang mengundang gelak tawa sehingga dapat menjadi tontonan yang ringan untuk para penontonnya tanpa menimbulkan perdebatan diantara kedua etnis yang bersangkutan.

Film “*Cek Toko Sebelah*” mengangkat isu sensitif namun tetap bisa dibawa dengan sopan dan dikemas kedalam drama, komedi dan serta terdapat penggambaran sekilas bagaimana rasanya menjadi keluarga Tionghoa di Indonesia.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan memberikan gambaran dan pemahaman mengenai gejala-gejala atau realitas yang ada (Pawito, 2007, p.36). Peneliti memberikan gambaran dan pemahaman mengenai representasi etnis Tionghoa di Indonesia dalam film *Cek Toko Sebelah*. Metode penelitian menggunakan semiotika John Fiske. Sebab metode ini menurut peneliti memiliki tingkatan yang rinci dalam menganalisis sebuah film. Tingkatan pengkodean tersebut antara lain level realitas, level representasi, dan level ideologi. Berdasarkan tingkatan itu peneliti dapat melihat tentang apa yang ditampilkan di layar kaca termasuk film menunjukkan suatu realitas sosial. Maka dari itu, peneliti memakai kode-kode televisi John Fiske untuk meneliti representasi etnis Tionghoa di Indonesia dalam film “*Cek Toko Sebelah*”.

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : “Bagaimana representasi etnis Tionghoa di Indonesia dalam film *Cek Toko Sebelah*?”

## **Tinjauan Pustaka**

### **Film Sebagai Media Komunikasi Massa**

Salah satu media untuk menyampaikan sebuah pesan dan sekaligus menjadi alat komunikasi massa adalah film. Bahkan film sendiri dapat mempengaruhi sikap dan perilaku sosial masyarakat. Film merupakan bentuk komunikasi massa elektronik berupa media audio visual. Penemuan film sebagai teknologi baru muncul pada akhir abad ke sembilan belas. Film berperan sebagai sarana baru yang digunakan untuk menyebarkan hiburan yang sudah menjadi kebiasaan

terdahulu, serta menyajikan cerita, peristiwa, musik, drama, lawak, dan sajian teknis lainnya kepada masyarakat umum (McQuail, 1987, p.13).

Dalam banyak penelitian tentang dampak film terhadap masyarakat, hubungan antara film dan masyarakat seringkali di pahami secara linier. Artinya, film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan muatan pesan (message) di baliknya, tanpa pernah berlaku sebaliknya. Segala kritik yang muncul terhadap perspektif ini didasari lewat argumen bahwa film merupakan potret dari masyarakat di mana film itu dibuat. Film selalu merekam realitas yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat, dan kemudian memproyeksikannya ke atas layar (Irawanto, 1999, p.13 dalam Sobur, 2004, p.127).

Prof Onong U Effendy (2003, p.201)) mencatat dua bentuk film, pertama adalah film teatrical, merupakan film yang diproduksi secara khusus untuk dipertunjukkan di gedung-gedung pertunjukkan atau bioskop (cinema) Film ini dibuat secara mekanik. Kedua film televisi atau sinetron, yaitu film yang dibuat secara khusus untuk ditayangkan sebagai bagian dari siaran televisi. Film jenis ini dibuat secara elektronik.

### **Etnis Tionghoa di Indonesia**

Etnis Tionghoa di Indonesia dibagi menjadi dua kelompok menurut kebudayaan dan asal usulnya, yaitu peranakan dan totok. Menurut Suryadinata, peranakan adalah orang Tionghoa yang sudah lama tinggal di Indonesia dan umumnya sudah berbaur, bahasa yang mereka gunakan yaitu bahasa Indonesia dan bertingkah laku seperti Pribumi. Etnis Tionghoa peranakan adalah mereka yang memiliki ciri-ciri :

- a. Lahir di Indonesia dari ibu dan ayah orang Tionghoa, namun masih memiliki identitas Cina.
- b. Lahir dari perkawinan campuran antara laki-laki Tionghoa dengan wanita pribumi dan diakui sah oleh sang ayah, serta diberi nama keluarga (she).
- c. Lahir dari perkawinan campuran antara laki-laki pribumi dengan wanita Tionghoa, karena pengaruh sosial-ekonomi anak tersebut kemudian diberi nama keluarga dan mendapat kedudukan di lingkungan komunitas Tionghoa.
- d. Lahir dari perkawinan antara laki-laki dan wanita keturunan dari perkawinan campuran antara wanita/laki-laki Tionghoa dengan wanita/laki-laki pribumi (Afif, 2012. p.163).

Sedangkan totok adalah pendatang baru, umumnya baru satu sampai dua generasi dan masih berbahasa Tionghoa (Suryadinata, 2002. p.17).

Ciri-ciri fisik, orang Tionghoa umumnya mudah untuk dikenali, dari postur dan ciri-ciri fisik, mereka juga mempunyai perbedaan dengan orang pribumi atau yang bukan keturunan Tionghoa. Misalnya, berkulit putih dan bermata sipit (Rachman, 2014, p.181). Menurut Nagian, orang Tionghoa dikatakan memiliki sifat yang menonjol, yaitu suka cari aman dan untung. Artinya adalah mereka tidak mau memiliki banyak urusan, selalu mengalah, yang paling penting adalah usaha sehingga hidup mereka aman (Petebang, Sutrisno, 2000. p.117). Kwatanada

(dalam Darini, 2011, p.2) mengemukakan bahwa stigma tentang golongan etnis Tionghoa yang bersifat oportunistik, tidak memiliki loyalitas politik dan hanya memikirkan kepentingan diri sendiri.

Selanjutnya menurut Mely G. Tan, seorang sosiolog senior dalam bidang sinologi, membenarkan bahwa dimanapun etnis Tionghoa berada, mereka tetaplah lekat dengan kebudayaan Tionghoa, hal ini disebabkan oleh karakter negeri Tiongkok yang mempunyai tradisi menghormati negeri leluhur. Oleh karena itu, meskipun keturunan rakyat negeri tirai bambu ini tersebar ke seluruh dunia dan telah beranak-cucu di tempat mereka tinggal, namun budaya Tionghoa tetap lekat dalam kehidupan sehari-hari mereka (Tan, 2007, p.32).

Sebagian besar etnis Tionghoa di Indonesia bermata pencaharian sebagai pedagang. Selain berdagang, orang-orang etnis Tionghoa juga membuka perusahaan atau toko sebagai lahan usaha. Dalam perkembangannya tidak sedikit juga dari etnis Tionghoa yang bekerja sebagai orang kantoran, guru, dokter, petani, buruh, serta pekerjaan profesional lainnya (Suryadinata, 1984, p.25).

## Representasi

Representasi merupakan konsep yang memiliki beberapa pengertian. Proses sosial dari “representing”. Representasi juga produk dari proses sosial “*representing*”. Representasi menunjuk baik pada proses maupun produk dari pemaknaan suatu tanda. Representasi juga bisa berarti proses perubahan konsep-konsep ideologi yang abstrak dalam bentuk-bentuk kongkret. Representasi merujuk pada suatu proses yang dengannya realitas disampaikan dalam komunikasi, melalui kata-kata, bunyi, citra, atau kombinasinya (Fiske, 2005. p.282).

## Semiotika

Kata semiotika berasal dari bahasa Yunani, *simeion* yang berarti “tanda” (Sudjiman dan Van Zoest, 1996, p.12). Semiotika merupakan ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda merupakan perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencapai jalan di dunia ini (Sobur, 2004, p.15). Singkatnya, semiotika merupakan suatu disiplin yang menyelidiki semua bentuk komunikasi yang terjadi dengan sarana *sign* ‘tanda-tanda’ dan berdasarkan pada *sign-system (code)* ‘sistem tanda’ (Segers, 2000, p.4).

Menurut John Fiske semiotika merupakan studi tentang pertandaan dan makna dari sistem dan tanda; ilmu tentang tanda, tentang bagaimana makna dibangun dalam “teks” media; atau studi tentang bagaimana tanda dari jenis karya apapun dalam masyarakat yang mengkomunikasikan makna (Fiske, 2004, p.282).

## Metode

### Konseptualisasi Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, situasi yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian itu (Bungin, 2001, p. 48). Data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata dan gambar.

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah semiotika khususnya kode-kode televisi John Fiske. Fiske membagi kode-kode televisi menjadi tiga level, pertama adalah level realitas (*reality*) yang terdiri dari penampilan, pakaian, make up, lingkungan, kebiasaan, perkataan, gerak tubuh, dan ekspresi. Level representasi (*representation*) yang terdiri dari, kamera, pencahayaan, editing, musik, suara, naratif, konflik, karakter, percakapan, dan setting. Level ideologi (*ideology*) yang terdiri dari individualism, ras, kelas, patriartik, dan kapitalisme (Fiske, 1987, p.5).

### *Subjek Penelitian*

Sasaran dalam penelitian ini teks film Cek Toko Sebelah yang dirilis pada bulan Desember 2016. Subjek dalam penelitian ini adalah representasi etnis Tionghoa di Indonesia. Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah film Cek Toko Sebelah.

### *Analisis Data*

Dalam menganalisis data, peneliti mengumpulkan teks yang berupa *screenshot* kumpulan adegan dalam *scene* yang relevan, lalu dianalisis dengan kode-kode televisi John Fiske yang dibagi dalam tiga level, yaitu level realitas, representasi serta ideologi untuk memahami makna yang ada dibalik tanda-tanda yang ada di dalam teks. Setelah itu untuk interpretasi datanya, hasil temuan peneliti dipaparkan dengan teori-teori yang ada, kemudian dapat terlihat cocok atau tidaknya hasil temuan peneliti dengan teori-teori yang ada.

## Temuan Data

Dalam film yang diteliti representasi etnis Tionghoa yang ditemukan adalah karakter etnis Tionghoa (menyukai rasa aman, dan penuh privasi, menyukai sifat kerukunan, oportunistis, dan menjaga marga keturunan), bahasa etnis Tionghoa, dan terakhir mata pencaharian etnis Tionghoa.

### Karakter Etnis Tionghoa



Gambar 1. Koh Afuk dan Yohan berbicara di rumah Koh Afuk

Karakter menyukai rasa aman dan penuh privasi ditunjukkan pada gambar 1. Hal itu ditunjukkan oleh jendela rumah Koh Afuk yang dipasang teralis. Karena adanya teralis yang dipasang, jendela menjadi lebih kuat terhadap benturan, nampak lebih tebal, dan menjadi tahan terhadap dorongan, selain itu penggunaan teralis adalah untuk memberikan privasi tersendiri untuk pemilik rumah (Blair, 2001, para 1).



Gambar 2. Erwin dan Ojak berpelukan

Pada gambar 2 Koh Afuk menerima kabar bahwa tokonya memenangkan lomba display dan langsung mengumumkan ke anak-anak. Erwin ditunjukkan sedang berpelukan dengan Ojak. Berpelukan merupakan sebuah simbol kedekatan dan keakraban (Budiman p1, 2015). Meskipun Erwin dan Ojak berbeda etnis namun hal tersebut tidak membatasinya untuk berinteraksi dengan etnis lain, bahkan dengan karyawannya sendiri Erwin menunjukkan keakrabannya dengan saling berpelukan. Hal ini juga bisa dibilang sebagai bentuk kerukunan yang terjadi diantara mereka.

Bahasa Etnis Tionghoa



Gambar 3. Koh Afuk berbicara dengan pak Ali

Pada gambar 3 jika dilihat dari kode dialog, Pak Ali menyapa dengan sebutan “Koh”. Panggilan Koh tersebut merupakan singkatan Engkoh yang berarti bapak atau panggilan untuk laki-laki yang lebih tua (Hian, 2011, para 3). Panggilan Koh diucapkan Pak Ali karena Pak Ali mengenali dengan ciri-ciri fisik bermata sipit dan berkulit putih yang ditampilkan oleh Koh Afuk melalui level realitas pada kode penampilan fisik bermata sipit dan berkulit putih yang merupakan stereotip etnis Tionghoa yang didukung juga oleh kode pengambilan gambar Close Up untuk menampilkan lebih jelas penampilan fisik Koh Afuk.

#### Mata Pencaharian



Gambar 4. Koh Afuk di depan toko

Dalam gambar 4 ini jika dilihat dengan level representasi menggunakan kode *angle* kamera yang diambil dengan *wide shot*. *Wide shot* dalam *scene* ini bertujuan untuk menunjukkan toko kelontong yang dimiliki oleh Koh Afuk. Dalam film Cek Toko Sebelah terdapat 2 generasi etnis Tionghoa, yang pertama ada pada generasi Koh Afuk yang masih berkuat pada mata pencahariannya sebagai pedagang yang karenanya dulu pada masa pemerintahan Belanda hingga Orde Baru pemerintah cenderung membatasi ruang gerak etnis Tionghoa (Suryadinata, 2003, p.3).



Gambar 5. Erwin berangkat ke kantor

Pada gambar 5 ditunjukkan bahwa Erwin sedang berangkat ke kantor. Pekerjaan Erwin di kantor menunjukkan bahwa tidak menjadi sebuah stereotip pada umumnya etnis Tionghoa yang selalu mengelola sebuah toko atau menjadi pedagang, Erwin memilih pekerjaan di bidang lainnya, yaitu bekerja di kantor dan berfokus pada karier, sedangkan di kalangan Tionghoa peranakan ada kecenderungan untuk tidak lagi meneruskan pekerjaan dagang milik orang tuanya, tetapi mereka lebih menyukai bidang-bidang profesi (Noordjanah, 2004, p44).



Gambar 6. Yohan memotret klien

Pada gambar 6 Yohan diceritakan sedang memotret kliennya, tidak seperti Koh Afuk yang berketat pada pekerjaan berdagang, Yohan sama dengan Erwin ia memilih profesi lain sebagai seorang fotografer. Profesi Yohan sebagai fotografer tersebut keluar dari stereotip yang lekat pada etnis Tionghoa yang sejak awal dikenal sebagai pedagang (Noordjanah, 2004, p.55).

## Analisis dan Interpretasi

Film Cek Toko Sebelah merupakan original story yang dibangun memang berlatar belakang kehidupan sehari-hari seorang komedian Ernest bagaimana menjadi keluarga dalam etnis Tionghoa di Indonesia. Dimulai dari yang dulunya mama Ernest sejak 1985 yang memang mengelola toko kelontong. Serta ide tentang keluarga Tionghoa berasal dari keluarga, saudara, dan teman yang sudah jauh-jauh lulus kuliah dari luar negeri ujung-ujungnya disuruh untuk nerusin toko keluarga.

Penampilan fisik etnis Tionghoa dari tokoh Koh Afuk, Erwin, dan Yohan digambarkan bermata sipit dan berkulit putih, penggambaran penampilan fisik

karakter tokoh Koh Afuk , Erwin, dan Yohan tersebut sejalan dengan pernyataan orang Tionghoa yang memiliki kulit putih, serta mata yang sipit, sehingga mereka mudah dikenali (Noordjanah, 2004, p.2).

Karakter etnis Tionghoa dari tokoh Koh Afuk yang digambarkan berpikiran terbuka dengan budaya orang lain. Terlihat pada awal scene ketika Koh Afuk berada di depan toko miliknya, lalu Koh Afuk menyapa pak Ali, dan pak Ali juga menyapa balik, mereka sempat mengobrol. Ketika akan pergi untuk mengantar cucunya sekolah, pak Ali memberikan salam Assalamualaikum, dan Koh Afuk membalas salam tersebut dengan Waalamualaikumsalam. Rasa peduli juga terlihat dari tokoh Erwin yang diceritakan peduli dengan orang lain terlihat dari scene ketika dia melihat Diding sebagai karyawan Koh Afuk yang kelelahan dan lemas karena mengangkat karung beras, Erwin bertanya apakah Diding baik-baik saja. Dari hal tersebut sikap peduli ditunjukkan oleh Erwin kepada orang lain, bahkan karyawannya sendiri.

Sikap oportunistis juga lekat dengan etnis Tionghoa, pada tokoh Erwin sifat tersebut ditunjukkan ketika Erwin di promosikan ke kantor Asia Tenggara, yaitu di Singapura, sedangkan dia sekarang berada di Jakarta. Sampai akhirnya dia mengambil kesempatan itu dan berhasil untuk ngantor di Singapura. Sedangkan sifat oportunistis juga diambil oleh Koh Afuk, ditunjukkan ketika ada lomba display toko melawan toko-toko kelontong yang lain dengan hadiah sebesar 10 juta, Koh Afuk pada akhirnya juga diceritakan memenangkan lomba tersebut. Penggambaran sifat oportunistis etnis Tionghoa yang ditunjukkan oleh Koh Afuk dan Erwin tersebut sejalan menurut Kwatanada (dalam Darini, 2011, p.2) yang mengemukakan bahwa stigma tentang golongan etnis Tionghoa yang bersifat oportunistis.

Pada indikator penggunaan bahasa yang banyak digunakan adalah kata panggilan seperti Kokoh, Cici. Penggunaan bahasa Hokkian yang digunakan memiliki maksud bahwa etnis Tionghoa yang masih memegang kukuh budaya leluhur mereka. Masih menggunakan kata panggilan khas etnis Tionghoa tersebut membuktikan dimanapun etnis Tionghoa berada, mereka tetaplah lekat dengan kebudayaan Tionghoa, penggambaran tersebut sejalan dengan teori dalam buku Etnis Tionghoa di Indonesia yang menjelaskan karakter negeri Tiongkok yang mempunyai tradisi menghormati negeri leluhur dan tetap lekat dengan kehidupan sehari-hari mereka.

Bahasa Hokkian yang digunakan di film Cek Toko Sebelah hanya sedikit digunakan oleh Koh Afuk, namun ketiga tokoh yang diteliti menjadikan bahasa Indonesia sebagai bahasa utama pada awal hingga akhir film, hal tersebut menunjukkan bahwa tokoh etnis Tionghoa yang ditampilkan merupakan etnis Tionghoa peranakan. Peranakan adalah orang Tionghoa yang sudah lama tinggal di Indonesia dan umumnya sudah “terbaur” dan menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa sehari-hari. Sedangkan totok adalah “pendatang baru”, yang tinggal di Indonesia selama satu hingga dua generasi dan masih menguasai bahasa Tionghoa (Suryadinata, 2010, p.183).

Pada indikator mata pencaharian dalam film *Cek Toko Sebelah* diceritakan ada 2 generasi etnis Tionghoa. Tokoh Koh Afuk dalam film *Cek Toko Sebelah* digambarkan sebagai pemilik sebuah toko kelontong miliknya yang masih lekat dengan budaya leluhur mereka, yang sejak awal golongan Tionghoa dikenal sebagai pedagang. Tetapi pada akhirnya mereka dikenal sebagai pedagang perantara (Noordjanah, 2004, p.55). Sama seperti Koh Afuk, toko miliknya juga merupakan pedagang perantara, ditunjukkan ketika Koh Afuk akan menjual tokonya lalu mengobrol dengan pak Nandar yang memiliki toko di sebelah Koh Afuk, diceritakan bahwa nanti merasa kasihan kepada toko-toko kecil yang akan pergi ke pasar induk. Hal tersebut dapat kita lihat jika toko milik Koh Afuk merupakan toko perantara. Sedangkan dari Erwin dan juga Yohan mereka cenderung untuk tidak lagi meneruskan pekerjaan milik orang tuanya, mereka lebih memilih bidang pekerjaan yang lain, seperti Erwin yang mengejar kariernya di kantor. Hal tersebut berlawanan dengan stereotip bahwa etnis Tionghoa yang selalu bekerja sebagai pedagang. Yohan juga sama, meskipun diberikan warisan toko, tetapi ia tidak menekuni pekerjaan toko kelontong milik Koh Afuk, di akhir cerita justru diceritakan jika Yohan membuka studio foto sendiri.

Ideologi dalam film yang peneliti temukan adalah ideologi sosialisme. George Lansbury dari buku *My England* (1934) itu sosialisme berarti cinta kasih, kerjasama, dan persaudaraan setiap masal kemanusiaan. Ideologi sosialisme ditunjukkan oleh karakter tokoh Koh Afuk, Erwin, dan juga Yohan. Ketika Yohan sama Erwin yang sama-sama menyelamatkan toko milik Koh Afuk supaya tidak dijual, sekaligus menyelamatkan sekretaris yang merasa terpaksa bekerja dengan Pak Robert demi menghidupi anaknya dan akhirnya diberikan lapangan pekerjaan lainnya yakni menjadi sekretaris di kantor Erwin, dari situ peneliti nilai jika mereka tidak memikirkan kepentingan diri sendiri saja.

## Simpulan

Melalui penelitian ini, peneliti menarik kesimpulan dalam film *Cek Toko Sebelah* merepresentasikan etnis Tionghoa di Indonesia yang digambarkan melalui ciri-ciri fisik mereka yang berkulit putih dan bermata sipit, serta karakteristik mereka yang memiliki sifat oportunistis, menyukai sifat kerukunan, menyukai situasi yang aman dan penuh privasi, dan menjaga marga keturunan. Pada segi mata pencaharian film *Cek Toko Sebelah* menggeser stereotip tentang etnis Tionghoa yang selalu berada di ranah ekonomi atau berdagang namun mereka mulai masuk ke bidang profesional. Ideologi yang terkandung dalam film *Cek Toko Sebelah* merupakan ideologi sosialisme, yang menganut cinta kasih, kerjasama, dan persaudaraan.

## Daftar Referensi

- Cangara Hafied. (2002). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Danesi, Marcel. (2010). *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti.

- Fiske, John. (2004). *Cultural and communication studies*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Fiske, John (1987). *Television culture*. London and New York: Routledge
- McQuail, Denis. (1987). *Teori komunikasi massa: suatu pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LkiS Pelangi Aksara.
- Petebang ,Edi & Sutrisno, Edi (2000). *Konflik stnik di sambas*. Institut Studi Arus Informasi.
- Sobur, Alex. (2004). *Semiotika komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Susetyo, D.P. Budi. (2010). *Stereotip dan Relasi Antarkelompok*. Yogyakarta: Grah Ilmu.
- Usman,R. (2009). *Etnis Cina Perantauan di Aceh*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.