

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan kumpulan dari hasil-hasil penelitian dari peneliti sebelumnya dalam kaitannya dengan lama mencari kerja tenga kerja terdidik.

Penelitian terdahulu yang diambil dalam penelitian ini adalah:

1. Christina Ineke Widhiastuti, Skripsi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2012, Serang.

Judul : “Representasi Nasionalisme Dalam Film Merah Putih (Analisis Semiotika Roland Barthes)”.

Dalam penelitian ini diteliti bagaimana representasi nasionalisme dalam film Merah Putih dan teori yang digunakan adalah teori Roland Barthes. Hasil penelitian diketahui bahwa representasi nasionalisme dalam film Merah Putih masih disimbolkan dengan hal-hal yang bersifat fisik. Nasionalisme hanya dihubungkan dengan senjata, bambu runcing, bendera, tentara, ataupun perang yang sifatnya lebih mengarah pada pertempuran fisik. Sifat kenasionalisme dalam film ini bersifat dangkal karena menilai nasionalisme hanya dari atribut dan simbol-simbol kenegaraan yang dipakai. Lidya Ivana Rawung, Skripsi, Universitas Sam Ratulangi, 2012, Manado Sulawesi Utara.

Judul : “Analisis Semiotika Pada Film Laskar Pelangi”.

Peneliti menjelaskan analisis semiotika dengan menggunakan teori dari Ferdinand De Saussure serta menganalisis data berdasarkan Kamus, Ideologi, Frame Work Budaya dan Interpretan Kelompok. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa film Laskar Pelangi memiliki makna pesan yang positif untuk mendidik dan mencerdaskan anak bangsa. Dalam film ini, terdapat makna tentang semangat dan tekad yang kuat untuk belajar ditengah keterbatasan serta mencerikatakan tentang pengabdian guru meski hidup dibawah garis kemiskinan. Dengan memiliki semangat, tekad yang kuat serta dididik oleh guru yang benar-benar ingin mengabdikan maka siswa-siswa SD Muhamadiyah bisa mencapai impian mereka.

2. Hendra Harahap, Skripsi, Universitas Sumatra Utara, 2011, Medan.

judul : “Representasi Feminisme Dalam Film (Analisis Semiotika Representasi Feminisme Dalam Film “Sex And The City 2”.

Penelitian ini menggunakan metode semiotika khususnya kode-kode televisi John Fiske. Subtema yang digunakan untuk menganalisa film tersebut adalah feminisme dalam hubungan dunia kerja, feminisme dalam hubungan dengan pasangan dan keluarga, feminisme dalam hubungan dunia sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam proses encodingnya yang menghasilkan sebuah teks film, faktor-faktor eksternal di luar maksud pembuat film dapat berperan dalam membentuk muatan ideologisnya. Lalu, kesimpulan dalam penelitian ini adalah pada akhirnya, ditemukan bahwa film dapat menjadi media untuk menyampaikan pesan berupa representasi atas

realita sosial dari kesetaraan hak antara perempuan dan laki-laki dalam berbagai bidang, sebagai manusia yang sederajat yang disebut feminisme.

Dalam penelitian yang di buat oleh penulis sangat berbeda dengan penelitian terdahulu yang sudah ada, karena penelitian dari film *Tendangan Dari Langit* merepresentasikan nasionalisme melalui penggambaran melalui kecintaan, kesetiaan, kekaguman, kebanggaan, serta pengabdian yang menjadi unsur dari simbol sosial dan simbol teknis berupa scene, shot, visual, audio, maupun dialog.

B. Komunikasi Massa

Menurut Bittner seperti yang dikutip oleh Jalaludin Rakhmat, komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (Rakhmat. 2005:188). Perkembangan media komunikasi massa terbilang begitu cepat. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio siaran dan televisi (media elektronik); surat kabar dan majalah (media cetak); serta media film. Film sebagai media komunikasi massa adalah film bioskop (Ardianto, 2007:3).

Elvinaro menyebutkan komunikasi massa dapat dijelaskan melalui beberapa karakteristik. Karakteristik tersebut antara lain : komunikator dalam komunikasi massa terlembagakan. Komunikasi massa menggunakan media massa, baik media cetak maupun elektronik. Komunikasi massa juga melibatkan lembaga dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks (Ardianto, 2007: 6).

Pesan yang disampaikan komunikasi massa bersifat umum. Komunikasi massa bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak untuk sekelompok orang tertentu. Komunikasi massa bersifat anonim dan heterogen. Komunikator dalam komunikasi massa tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Selain itu, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokkan berdasarkan faktor: usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama, dan tingkat ekonomi (Ardianto, 2007: 7).

Komunikasi massa menimbulkan keserempakan. Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama pula. Komunikasi massa mengutamakan dimensi isi ketimbang dimensi hubungan. Sedangkan pada komunikasi antar personal unsur hubungan sangat penting. Dimensi isi menunjukkan muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu (Ardianto, 2007: 8).

Komunikasi massa bersifat satu arah artinya komunikator dan komunikan dalam komunikasi massa tidak dapat melakukan kontak langsung. Di antara keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana halnya terjadi dalam komunikasi antarpersonal. Dengan demikian komunikasi massa bersifat satu arah.²⁸ Dalam

komunikasi massa stimulasi alat indra bersifat terbatas. Stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa. Tidak seperti pada komunikasi antar personal yang bersifat tatap muka, maka seluruh alat indra pelaku komunikasi dapat digunakan secara maksimal (Ardianto, 2007: 9).

Umpan balik pada komunikasi massa bersifat tertunda (*delayed*) atau tidak langsung (*indirect*). Artinya, komunikator komunikasi massa tidak dapat dengan segera mengetahui bagaimana reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya. Tanggapan khalayak bisa diterima lewat telepon, email, atau surat pembaca. Proses penyampaian *feedback* lewat telepon, email, atau surat pembaca itu menggambarkan *feedback* komunikasi massa bersifat *indirect* (Ardianto, 2007: 10).

C. Film sebagai Komunikasi Massa

Menurut Agee seperti yang dikutip oleh Ardianto dan Lukiati Komala, film (gambar bergerak) adalah bentuk dominan dari komunikasi massa visual. Lebih dari ratusan juta orang menonton film di bioskop, film TV, dan film laser setiap minggunya (Ardianto, 2007:134). Menurut Oey Hong Lee yang juga dikutip oleh Alex Sobur, film sebagai alat komunikasi massa yang kedua muncul di dunia, mempunyai masa pertumbuhannya pada akhir abad ke-19. Dengan perkataan lain pada waktu unsur-unsur yang merintang perkembangan surat kabar sudah dibikin lenyap. Ini berarti bahwa dari permulaan sejarahnya film dengan lebih mudah dapat menjadi alat komunikasi yang sejati, karena ia tidak mengalami unsur-unsur teknik, politik, ekonomi, sosial, dan demografi yang merintang kemajuan surat

kabar pada masa pertumbuhannya dalam abad ke-18 dan permulaan abad ke-19 (Sobur. 2006:126).

Namun seiring dengan kebangkitan film pula muncul film-film yang mengumbar seks, kriminal, dan kekerasan. Inilah yang kemudian melahirkan berbagai studi komunikasi massa. Kekuatan dan kemampuan film menjangkau banyak segmen sosial, lantas membuat para ahli menyatakan bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayaknya (Sobur. 2006:127). Film melalui medianya sendiri merupakan media komunikasi massa yang bisa dijadikan alat pembelajaran untuk kita. Banyak film yang mengandung nilai-nilai positif di dalamnya. Dan ini bisa dijadikan alat untuk mendidik masyarakat, yang juga merupakan fungsi komunikasi massa.

Sebagaimana media massa umumnya film merupakan cermin atau jendela masyarakat di mana media massa itu berada. Nilai, norma, dan gaya hidup yang berlaku pada masyarakat akan disajikan dalam film yang diproduksi. Film juga berkuasa menetapkan nilai-nilai budaya yang “penting” dan “perlu” dianut oleh masyarakat, bahkan nilai-nilai yang merusak sekalipun. Meskipun secara teoretis hubungan antara film dan budaya bersifat dua arah, para pakar lebih sering mengkaji pengaruh film terhadap nilai budaya khalayaknya daripada pengaruh nilai budaya khalayak terhadap film (Mulyana. 2008: 89). Pada akhirnya, hubungan antara film dan masyarakat selalu dipahami secara linier. Kritik yang muncul terhadap perspektif ini didasarkan atas argumen bahwa film adalah potret dari masyarakat di mana film itu dibuat (Sobur. 2006:127).

Alex Sobur menunjukkan faktor-faktor yang menunjukkan karakteristik film. Faktor-faktor tersebut antara lain film memiliki layar yang luas/ lebar yang memberikan keleluasaan penontonnya untuk melihat adegan-adegan yang disajikan dalam film. Penonton pun bisa menikmati film dengan leluasa. Pengambilan gambar atau *shot* dalam film bioskop memungkinkan dari jarak jauh atau *extreme long shot*, dan *panoramic shot*, yakni pengambilan pemandangan menyeluruh. *Shot* tersebut dipakai untuk memberi kesan artistik dan suasana yang sesungguhnya. Dengan pengambilan shot-shot yang berbeda inilah film menjadi lebih menarik. Film di bioskop membuat kita berkonsentrasi penuh. Kita akan terbebas dari gangguan hiruk-pikuknya suara di luar karena biasanya ruangan kedap suara. Semua mata hanya tertuju pada layar, sementara pikiran perasaan kita tertuju pada alur cerita. Dalam keadaan demikian emosi kita juga terbawa suasana (Ardianto, 2007: 145-147).

Film juga dapat mengidentifikasi psikologis kita. Kita dapat merasakan bahwa suasana di gedung bioskop telah membuat pikiran dan perasaan kita larut dalam cerita yang disajikan. Karena penghayatan kita yang amat mendalam, seringkali secara tidak sadar kita menyamakan (mengidentifikasi) pribadi kita dengan salah seorang pemeran dalam film itu, sehingga seolah-olah kita lah yang sedang berperan. Menurut Ardianto jenis-jenis film dapat dikelompokkan menjadi 4 jenis. Adapun jenis-jenis film tersebut antara lain, film cerita (*story film*) adalah jenis film yang mengandung suatu cerita yang lazim dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop dengan bintang film tenar dan film ini didistribusikan sebagai barang dagangan. Cerita yang diangkat menjadi topik film bisa berupa cerita fiktif atau berdasarkan kisah nyata yang dimodifikasi (Ardianto, 2007: 148-149).

Jenis film selanjutnya adalah film berita. Film berita atau *newsreel* adalah film mengenai fakta, peristiwa yang benar-benar terjadi. Karena sifatnya berita, maka film yang disajikan kepada publik harus mengandung nilai berita (*news value*).⁴⁴ Selain film cerita dan film berita, ada juga film dokumenter. Film dokumenter (*documentary film*) didefinisikan oleh Robert Flaherty yang dikutip oleh Ardianto sebagai “karya ciptaan mengenai kenyataan”. Berbeda dengan film berita yang merupakan rekaman kenyataan, maka film dokumenter merupakan hasil interpretasi pribadi (pembuatnya) mengenai kenyataan tersebut. Dan yang jenis film terakhir adalah film kartun. Film kartun (*cartoon film*) dibuat untuk dikonsumsi anak-anak. Sekalipun tujuan utamanya menghibur, film kartun bisa juga mengandung unsure pendidikan (Ardianto, 2007: 149).

D. Nasionalisme

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, nasionalisme diartikan sebagai (1) paham (ajaran) untuk mencintai bangsa dan negara sendiri; politik untuk membela pemerintahan sendiri; sifat kenasionalan; (2) kesadaran keanggotaan dalam suatu bangsa yang potensial atau actual bersama-sama mencapai, mempertahankan, dan mengabadikan identitas, integritas, kemakmuran, dan kekuatan bangsa itu; semangat kebangsaan (Kamus Besar Bahasa Indonesia. 1995: 610). Rasa kebangsaan menumbuhkan faham kebangsaan atau nasionalisme yaitu cita-cita atau pemikiran-pemikiran bangsa dengan karakteristik yang berbeda dengan bangsa lain (jati diri). Rasa kebangsaan dan faham kebangsaan melahirkan semangat kebangsaan yaitu semangat untuk mempertahankan eksistensi bangsa dan semangat untuk menjunjung tinggi martabat bangsa. Pada era menjelang

kemerdekaan, semangat kebangsaan bangsa Indonesia terfokus pada semangat anti kolonial. Tantangan baru dalam mengisi kemerdekaan jauh berbeda dengan tantangan pada waktu merebut kemerdekaan. Tantangan yang kita hadapi dewasa ini adalah mensejajarkan diri dengan bangsa-bangsa yang telah maju (Kansil, 1993:1).

Kebangunan bangsa jajahan dan perlawanan terhadap system kolonial itu disebut dengan istilah sosiologisnya Nasionalisme. Adapun Nasionalisme itu mempunyai bermacam-macam bentuk dan unsur-unsur tetapi yang pokok ialah unsur kebangsaan. Unsur ini merupakan unsure yang terpenting. Di samping itu maka gerakan menuju ke perubahan masyarakat dan perekonomian, merupakan unsur kedua. Tentang nasionalisme Indonesia sendiri telah banyak dikemukakan pendapat oleh penulis-penulis kenamaan, antara lain Verdoorn yang dikutip oleh Kansil, mengatakan bahwa Nasionalisme di Indonesia tujuannya ialah menenyapkan tiap-tiap bentuk kekuasaan penjajahan dan mencapai suatu keadaan yang memberi tempat untuk perkembangan merdeka dan mencapai suatu keadaan yang memberi tempat untuk perkembangan merdeka bangsa Indonesia (Kansil, 1993: 17).

Sedangkan menurut Bouman yang juga dikutip Kansil menjelaskan bahwa Nasionalisme Indonesia itu lebih luas sifatnya ialah perasaan menjadi anggota masyarakat besar yaitu bangsa Indonesia, tetapi syarat mutlak untuk mencapai maksud itu ialah menenyapkan sistem kolonialisme yang menekan bangsa Indonesia dalam keadaannya yang buruk. Nasionalisme adalah satu paham yang berpendapat bahwa kesetiaan tertinggi individu harus diserahkan kepada

kebangsaan (Kohn. 1984:11). Perasaan sangat mendalam akan suatu ikatan yang erat dengan tanah tumpah darahnya, dengan tradisi-tradisi setempat dan penguasa-penguasa resmi di daerahnya selalu ada di sepanjang sejarah dengan kekuatan yang berbeda-beda.

Kita harus meninggalkan cara pandang Ernest Renan bahwa nasionalisme bukan lagi sekadar kehendak untuk bersatu (*le desir d'etre ensemble*) sebagai sebuah negara-bangsa. Sejatinya, nasionalisme yang utuh adalah ide dan cita-cita tentang sebuah masa depan: bagaimana karakter sebuah bangsa yang merdeka kukuh di tengah arus globalisasi. Karena itu, nasionalisme lama harus direkonstruksi menjadi nasionalisme baru yang berpijak pada tantangan-tantangan kebangsaan yang makin kompleks.

E. Komunikasi Simbolik

Film umumnya dibangun dengan banyak tanda. Tanda-tanda itu termasuk berbagai sistem tanda yang bekerja sama dengan baik dalam upaya mencapai efek yang diharapkan. Hal yang paling penting dalam film adalah gambar dan suara: kata yang diucapkan (ditambah dengan suarasuara lain yang serentak mengiringi gambar-gambar) dan musik film. Sistem semiotika yang lebih penting lagi dalam film adalah digunakannya tanda-tanda ikonis, yakni tanda-tanda yang menggambarkan sesuatu.

(Anonim, *Rekonstruksi Nasionalisme Kaum Muda.*

<http://www.tempointeraktif.com>, diakses tanggal 2 Juni 2013)

Sebuah film pada dasarnya bisa melibatkan bentuk-bentuk symbol visual dan linguistik untuk mengodekan pesan yang sedang disampaikan. Pada tingkatan paling dasar, misalnya, “suara di luar layar” mungkin hanya menguraikan objek dan tindakan yang ada di layar. Namun, unsur suara (*voice over*) dan dialog dapat juga mengkodekan makna kesusastraan. Pada tataran gambar bergerak, kode-kode gambar dapat diinternalisasikan sebagai bentuk representasi mental (Sobur. 2007: 128).

Film memaknai realitas sosial dengan simbol. Fiske membagi pengkodean dalam tiga level pengkodean tayangan televisi, yang juga berlaku pada film, yaitu : *Level Reality*: Kode yang tercakup dalam level ini adalah penampilan, kostum, riasan, lingkungan, tingkah laku, cara berbicara, bahasa atau gerak tubuh, ekspresi, suara, dll. *Level Representation*: Di level kedua ini kode yang termasuk di dalamnya adalah seputar kode kode teknik, seperti kamera, pencahayaan, *editing*, musik, dan suara. Di mana level ini mentransmisikan kode-kode konvensional. Dan *Level Ideology* : Level ini adalah hasil dari level realita dan level representasi yang terorganisir atau terkategoriikan kepada penerimaan dan hubungan sosial oleh kode-kode ideologi, seperti individualisme, patriarki, ras, kelas, materialisme, kapitalisme, dan lain-lain.

(Television Culture. *Memaknai Realitas Sosial Dengan Simbol*
<http://id.shvoong.com>, diakses tanggal 2 Juni 2013).

F. Semiotika Film

Film merupakan bidang kajian yang amat relevan bagi analisis struktural atau semiotika. Seperti yang dikemukakan oleh van Zoest, film dibangun dengan tanda semata-mata. Tanda-tanda itu termasuk berbagai sistem tanda yang bekerja sama dengan baik untuk mencapai efek yang diharapkan. Berbeda dengan fotografi statis, rangkaian gambar dalam film menciptakan imaji dan sistem penandaan. Pada film digunakan tandatanda ikonis, yakni tanda-tanda yang menggambarkan sesuatu. Ciri gambar-gambar film adalah persamaannya dengan realitas yang ditunjuknya. Gambar yang dinamis dalam film merupakan ikonis bagi realitas yang dinotasikannya (Sobur. 2007: 31).

Film menuturkan ceritanya dengan cara khususnya sendiri. Kekhususan film adalah mediumnya, cara pembuatannya dengan kamera dan pertunjukannya dengan proyektor dan layar. Ada hal-hal yang dapat dilakukan film yang tidak dapat dilakukan cerita tertulis dan sebaliknya (Sobur. 2007: 128). Film dan televisi memiliki bahasanya sendiri dengan sintaksis dan tata bahasa yang berbeda. Tata bahasa itu terdiri atas semacam unsur yang akrab, seperti pemotongan (*cut*), pemotretan jarak dekat (*close-up*), pemotretan dua (*two shot*), pemotretan jarak jauh (*long shot*), pembesaran gambar (*zoom-in*), pengecilan gambar (*zoom-out*), memudar (*fade*), pelarutan (*dissolve*), gerakan lambat (*slow motion*), gerakan yang dipercepat (*speeded-up*), efek khusus (*special effect*) (Sobur. 2007: 130).

Semiotika sebagai suatu cara untuk mengkaji tentang film. Semiotika beroperasi dalam wilayah tanda. Film dikaji melalui system tanda, yang terdiri dari lambang

baik verbal maupun yang berupa ikonikon atau gambar. Dari berbagai tanda dalam semiotika film, dikenal pula istilah *mise en scene* yang terkait dengan penempatan posisi dan pergerakan aktor pada set (*blocking*), serta sengaja dipersiapkan untuk menciptakan sebuah adegan (*scene*) dan sinematografi yang berkaitan dengan penempatan kamera. *Mise en scene* berarti menempatkan sesuatu pada satu layar, unsur-unsurnya antara lain *actor's performance* yang terdiri dari *script* adalah sebuah naskah yang berisi semua kalimat yang diucapkan oleh pemain film, dan *movement* yaitu semua hal dan berbagai tindakan yang dilakukan oleh pemain film. Selain itu *mise en scene* juga terdiri dari unsur suara (*sound*). *Sound* yaitu latar belakang suara pemain, lagu, *sound effect*, atau *nat sound* (suara di sekeliling pemain film). Suara yang dapat didengar mendampingi visualisasi gambar pada layar (Sobur. 2007: 131).

Adapun kategori suara antara lain: *Spoken word* berupa perkataan, komentar, dialog, maupun monolog dari seorang pemain film. *Natural sound* berupa semua suara selain ucapan pemain film dan musik yang berfungsi sebagai ilusi realitas dan simbolisasi keadaan. Serta, *music* berupa instrumen atau nyanyian yang berfungsi untuk membantu transisi antar *sequence*, membentuk suasana latar tempat, membentuk kesan emosi pemain lebih hidup, untuk membentuk atmosfer, menambah kesan dramatis ataupun sekedar menyampaikan pesan non verbal (Bordwell, 1993: 45).

Unsur selanjutnya dalam *mise en scene* yaitu *production design*. *Production design* yang terdiri dari *setting* berupa lokasi pengambilan gambar, *property* berupa segala peralatan atau barang yang mendukung pelaksanaan produksi film,

dan *costum* berupa segala pakaian yang dipakai oleh pemain film. Penerapan metode semiotika dalam film berkaitan erat pula dengan media televisi. Karena televisi merupakan medium yang kompleks yang menggunakan bahasa verbal, gambar dan suara untuk menghasilkan impresi dan ide-ide pada orang. Aspek-aspek yang diperhatikan dari medium yang berfungsi sebagai tanda, untuk membedakan sebagai pembawa tanda. Apa yang menarik dari TV adalah pengambilan gambar dari kamera yang dilakukan (Barger. 1999: 33).

Hal di atas menunjukkan semacam “tata bahasa” televisi seperti pengambilan gambar, kerja kamera, dan teknik penyuntingan. Hal tersebut membantu kita untuk memahami apa yang terjadi pada sebuah program. Terdapat pula hal lain yang mungkin juga menarik, seperti teknik pencahayaan, penggunaan warna, efek suara, dan musik. Semua penanda tersebut menolong kita untuk menerjemahkan apa yang kita lihat dan yang kita dengar dari televisi.

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Kata “semiotika” berasal dari bahasa Yunani, *semeion* yang berarti “tanda” atau *seme*, yang berarti “penafsir tanda”. Semiotika berakar dari studi klasik dan skolastik atas seni logika, retorika, dan poetika. “Tanda” pada masa itu masih bermakna sesuatu hal yang menunjuk pada adanya hal lain (Sobur. 2007:15).

Suatu tanda menandakan sesuatu selain dirinya sendiri, dan makna (*meaning*) ialah hubungan antara suatu objek atau idea dan suatu tanda. Konsep dasar ini mengikat bersama seperangkat teori yang amat luas berurusan dengan simbol,

bahasa, wacana, dan bentuk-bentuk nonverbal, teori-teori yang menjelaskan bagaimana tanda berhubungan dengan maknanya dan bagaimana tanda disusun. Secara umum, studi tentang tanda merujuk kepada semiotika (Sobur. 2007:15).

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode semiotika Roland Barthes karena dalam semiotika Roland Barthes terdapat dua tingkatan makna yaitu denotasi dan konotasi dimana di dalam tingkatan konotasi terdapat unsur mitos, dan semiotika Roland Barthes dianggap sebagai menyempurna semiotika Peirce dan Saussure.

Roland Barthes berpendapat bahwa bahasa adalah sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu (Sobur. 2007:17). Dalam setiap esainya, Barthes menghabiskan waktu untuk menguraikan dan menunjukkan bahwa konotasi yang terkandung dalam mitologi-mitologi tersebut biasanya merupakan hasil konstruksi yang cermat.

Tabel 2.2 Peta Tanda Roland Barthes

1. Signifier (penanda)	2. signified (petanda)	
3. denotative sign (tanda denotatif)		
4. CONNOTATIVE SIGNIFIER (PENANDA KONOTATIF)		5. CONNOTATIVE SIGNIFIED (PETANDA KONOTATIF)
6. CONNOTATIVE SIGN (TANDA KONOTATIF)		

Sumber: Sobur. 2006:69.

Berdasarkan peta Barthes di atas, terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Jadi, dalam konsep Barthes, tanda konotatif

tidak sekadar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Pada dasarnya, ada perbedaan antara denotasi dan konotasi dalam pengertian secara umum serta denotasi dan konotasi yang dimengerti oleh Barthes. Dalam pengertian umum, denotasi biasanya dimengerti sebagai makna harfiah, makna yang “sesungguhnya”, bahkan kadangkala juga dirancukan dengan referensi atau acuan. Proses signifikasi yang secara tradisional disebut sebagai denotasi ini biasanya mengacu kepada penggunaan bahasa dengan arti yang sesuai dengan apa yang terucap. Dalam hal ini denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua. Dalam hal ini denotasi justru lebih diasosiasikan dengan ketertutupan makna dan dengan demikian, sensor atau represi politis. Sedangkan konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebutnya sebagai ”mitos”, dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu.

G. Semiotika dalam Tanda Dan Makna

Semiotika (*Semiotic*) adalah teori tentang pemberian 'tanda'. Secara garis besar semiotika digolongkan menjadi tiga konsep dasar, yaitu semiotika pragmatik (*semiotic pragmatic*), semiotika sintaktik (*semiotic syntactic*) dan semiotika sematik (*semiotic sematic*) (Sobur, 2007:31).

1. Semiotika Pragmatik (*semiotic pragmatic*)

Semiotika pragmatik menguraikan tentang asal usul tanda, kegunaan tanda oleh yang menerapkannya dan efek tanda bagi yang menginterpretasikan dalam batas perilaku subjek. Dalam arsitektur, semiotika prakmatik

merupakan tinjauan tentang pengaruh arsitektur (sebagai sistem tanda) terhadap manusia dalam menggunakan bangunan. Semiotika pragmatik arsitektur berpengaruh terhadap indra manusia dan perasaan pribadi (kesinambungan, posisi tubuh, otot dan persendian). Hasil karya arsitektur akan dimaknai sebagai suatu hasil persepsi oleh pengamatnya, hasil persepsi tersebut kemudian dapat mempengaruhi pengamat sebagai pemakai dalam menggunakan hasil karya arsitektur. Dengan kata lain, hasil karya arsitektur merupakan wujud yang dapat mempengaruhi pemakainya.

2. Semiotika Sintaktik (*semiotic syntactic*)

Semiotika sintaktik menguraikan tentang kombinasi tanda tanpa memperhatikan 'maknanya' ataupun hubungannya terhadap perilaku subjek. Semiotika sintaktik ini mengabaikan pengaruh akibat bagi subjek yang menginterpretasikannya. Dalam arsitektur, semiotika sintaktik merupakan tinjauan tentang perwujudan arsitektur sebagai panduan dan kombinasi dari berbagai sistem tanda. Hasil karya arsitektur akan dapat diuraikan secara komposisional dan ke dalam bagianbagiannya, hubungan antar bagian dalam keseluruhan akan dapat diuraikan secara jelas.

3. Semiotika Sematik (*semiotic sematic*)

Semiotika sematik menguraikan tentang pengertian suatu tanda sesuai dengan 'makna' yang disampaikan. Dalam arsitektur, semiotika sematik merupakan tinjauan tentang sistem tanda yang dapat sesuai dengan arti yang disampaikan. Hasil karya arsitektur merupakan perwujudan makna yang ingin disampaikan oleh perancangnya. Makna tersebut disampaikan melalui ekpresi wujudnya, wujud tersebut akan dimakanai kembali sebagai suatu hasil persepsi oleh

pengamatnya. Perwujudan makna suatu rancangan dapat dikatakan berhasil jika makna atau 'arti' yang ingin disampaikan oleh perancang melalui rancangannya dapat dipahami dan diterima secara tepat oleh pengamatnya, jika ekspresi yang ingin disampaikan perancangnya sama dengan persepsi pengamatnya.

Dunia komunikasi visual, sematik menjadi panutan yang tepat dalam menelaah, meneliti dan menganalisis makna tanda-tanda visual. Visualisasi dari image merupakan simbol dari suatu makna. Dalam lingkup pemaknaan terhadap pesan terdapat istilah Asosiasi dan Sinestesia. Asosiasi adalah perubahan makna yang terjadi karena persamaan sifat (Sobur, 2007:35).

Penelaahan makna dan tanda-tanda visual digunakan dengan dua cara yaitu pemaknaan denotatif dan pemaknaan konotatif yang akan dijelaskan secara lengkap dalam semiologi Roland Barthes. Makna tanda maupun simbol yang ada biasanya bersifat refleks dan datang dari alam. Tetapi ada juga yang merupakan representasi simbolik dan interpretasi manusia berdasarkan budaya atau peraturan yang telah disepakati bersama dalam masyarakat. Simbol-simbol yang diciptakan dalam masyarakat tertentu disebarkan melalui komunikasi sehingga symbol-simbol tersebut dimiliki secara luas dan distandarisasi maknanya. Dalam hal ini, peran menonjol dimainkan oleh tenaga komunikasi (komunikasi massa). Sebagai contoh, film-film Hollywood yang booming di abad ini mempengaruhi cara berpakaian, berbicara, life style kita. Kita seakan-akan menjiplak style kebaratang akibat pengaruh media massa (televisi, internet maupun bioskop) yang kita lihat.

H. Representasi

Menurut David Croteau dan William Hoynes (dalam Wibowo, 2010: 120), representasi merupakan hasil dari suatu proses penyeleksian yang menggarisbawahi hal-hal tertentu dan hal lain diabaikan. Dalam representasi media, tanda yang akan digunakan untuk melakukan representasi tentang sesuatu mengalami proses seleksi. Mana yang sesuai dengan kepentingan-kepentingan dan pencapaian tujuan-tujuan komunikasi ideologisnya itu yang digunakan sementara tanda-tanda lain diabaikan. Marcel Danesi mendefinisikan representasi sebagai, proses perekaman gagasan, pengetahuan, atau pesan secara fisik. Secara lebih tepat dapat diidefinisikan sebagai penggunaan 'tanda-tanda' (gambar, suara, dan sebagainya) untuk menampilkan ulang sesuatu yang diserap, diindra, dibayangkan, atau dirasakan dalam bentuk fisik. Didalam semiotika dinyatakan bahwa bentuk fisik sebuah representasi, yaitu X, pada umumnya disebut sebagai penanda. Makna yang dibangkitkannya (baik itu jelas maupun tidak), yaitu Y, pada umumnya dinamakan petanda; dan makna secara potensial bisa diambil dari representasi ini

($X = Y$) dalam sebuah lingkungan budaya tertentu, disebut sebagai signifikasi (sistem penandaan).

Hal ini bisa dicirikan sebagai proses membangun suatu bentuk X dalam rangka mengarahkan perhatian sesuatu, Y, yang ada baik dalam bentuk material maupun konseptual, dengan cara tertentu, yaitu $X = Y$. Meskipun demikian, upaya menggambarkan arti $X = Y$ bukan suatu hal yang mudah. Maksud dari pembuat bentuk, konteks historis dan sosial yang terkait dengan terbuatnya bentuk ini,

tujuan pembuatannya, dan seterusnya merupakan faktor-faktor kompleks yang memasuki gambaran tersebut. Agar tugas ini bisa dilakukan secara sistematis, terbentuklah disini suatu terminologi yang khas (Danesi, 2010: 3-4).

Contoh seperti proses yang dilakukan dalam merepresentasikan seks bisa dirangkum dalam diagram dibawah ini. Untuk menunjukkan pelbagai penanda dan petanda yang ada didalam masing-masing representasi ini, dipakai subskrip dalam bentuk angka. Meskipun demikian, ini bukanlah praktik standar dalam semiotika; hal ini dipakai di sini untuk memberikan kejelasan saja. Di sini tidak ada cara untuk menentukan hal menjadi petanda atau meramalkan signifikasi mana yang akan diterapkan untuk bisa menggambarkan secara tepat representasi ($X = Y$) seperti apa yang berlaku pada satu kelompok orang tertentu. Meskipun demikian, proses penurunan makna dari representasi tertentu bukan merupakan proses terbuka karena dibatasi oleh konvensi sosial, pengalaman komunal, serta banyak hal faktor kontekstual yang membatasi pelbagai pilihan makna yang mungkin berlaku pada pilihan tertentu. Analisis semiotika adalah upaya menggambarkan pelbagai pilihan makna yang tersedia. Danesi mencontohkan representasi dengan sebuah konstruksi X yang dapat mewakili atau memberikan suatu bentuk kepada suatu materil atau konsep tentang Y. (Wibowo, 2010: 122).

Menurut Stuart Hall ada dua proses representasi. Pertama, representasi mental, yaitu konsep tentang 'sesuatu' yang ada di kepala kita masing-masing (peta konseptual), representasi mental masih merupakan sesuatu yang abstrak. Kedua, 'bahasa' yang berperan penting dalam proses konstruksi makna. Konsep abstrak

yang ada dalam kepala kita harus diterjemahkan dalam ‘bahasa’ yang lazim, supaya kita dapat menghubungkan konsep dan ide-ide kita tentang sesuatu dengan tanda dari simbol-simbol tertentu. Media sebagai suatu teks banyak menebarkan bentuk-bentuk representasi pada isinya. Representasi dalam media menunjuk Pada bagaimana seseorang atau suatu kelompok, gagasan atau pendapat tertentu ditampilkan dalam pemberitaan (Wibowo, 2010: 123).

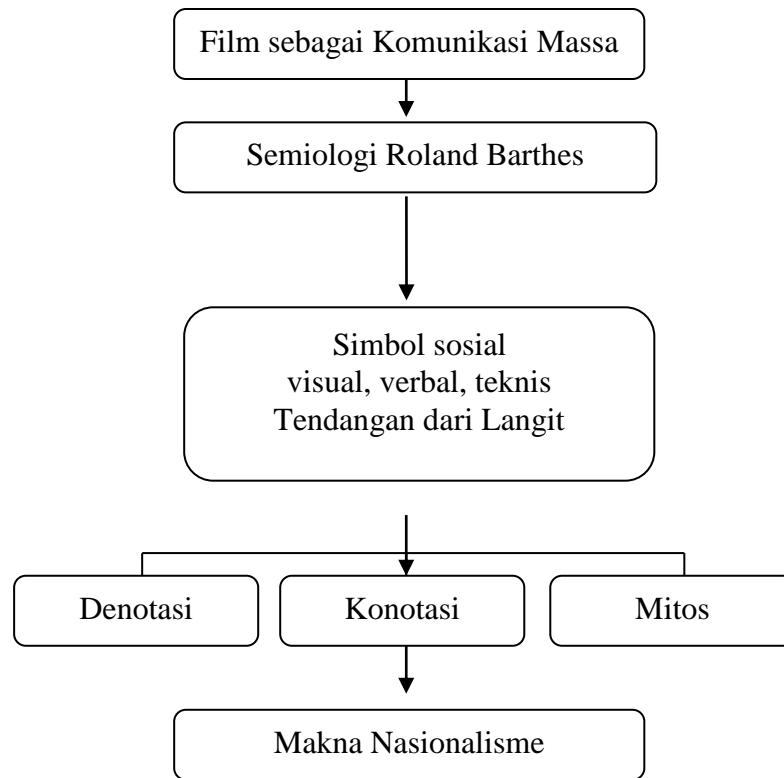
Isi media bukan hanya pemberitaan tetapi juga film dan hal-hal lain di luar pemberitaan intinya bahwa sama dengan berita, film juga merepresentasikan orang-orang, kelompok atau gagasan tertentu. John Fiske merumuskan tiga proses yang terjadi dalam representasi:

- a. Realitas dalam proses ini peristiwa atau ide dikonstruksi sebagai realitas oleh media dalam bentuk bahasa gambar ini umumnya berhubungan dengan aspek seperti pakaian, lingkungan, ucapan ekspresi dan lain-lain. Di sini realitas selalu siap ditandakan.
- b. Representasi dalam proses ini realitas digambarkan dalam perangkat-perangkat teknis seperti bahasa tulis, gambar, grafik, animasi, dan lain-lain.
- c. Tahap ideologis dalam proses ini peristiwa-peristiwa dihubungkan dan diorganisasikan ke dalam konvensi konvensi yang diterima secara ideologis. Bagaimana kode-kode representasi dihubungkan dan diorganisasikan ke dalam koherensi sosial atau kepercayaan dominan yang ada dalam masyarakat. Representasi bekerja pada hubungan tanda dan makna. (Wibowo, 2010: 123)

Konsep representasi sendiri bisa berubah-ubah, selalu ada pemaknaan baru. Representasi berubah-ubah akibat makna yang juga berubah-ubah. Setiap waktu terjadi proses negoisasi dalam pemaknaan. Jadi representasi bukanlah suatu kegiatan atau proses statis tapi merupakan proses dinamis yang terus berkembang seiring dengan kemampuan intelektual dan kebutuhan para pengguna tanda yaitu manusia sendiri yang juga terus bergerak dan berubah. Representasi merupakan suatu proses usaha konstruksi. Karena pandangan-pandangan baru yang menghasilkan pemaknaan baru, juga merupakan hasil pertumbuhan konstruksi pemikiran manusia, melalui representasi makna diproduksi dan dikonstruksi. Ini menjadi proses penandaan, praktik yang membuat suatu hal bermakna sesuatu.

I. Kerangka Pikir

Film yang merupakan produk dari komunikasi massa di dalamnya mempunyai tanda-tanda yang mengandung suatu makna tertentu. Sebagai contoh dalam film Merah Putih yang berdasarkan teori semiotika Roland Barthes akan ditemukan sejumlah *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda) berupa *mise en scene* (set, properti, aktor, kostum) dan sinematografi (penempatan kamera) yang bentuknya terlihat dari audio, visual, serta sejumlah tanda lainnya yang hasilnya merepresentasikan nasionalisme dalam film tersebut. Berikut tabel yang menjelaskan kerangka berpikir penelitian.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian