Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB II

KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menggunakan dua penelitian terdahulu sebagai referensi. Penelitian yang pertama adalah "Propaganda Dalam Video Klip 'JOKOWI DAN BASUKI' Karya Cameo Project: Analisa Semiotika Charles Sanders Peirce". Penelitian ini dilakukan oleh Angela Winda Andini Nastiti, Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Jurnalistik, Universitas Multimedia Nusantara, tahun 2013.

Penelitian ini membahas mengenai dari propaganda yang digunakan oleh pembuat video klip berjudul Jokowi dan Basuki, yang dikombinasikan dengan media sosial, yakni Youtube yang sudah dilihat kurang lebih 1,7 juta pasang dari tanggal 25 Agustus 2012 hingga 5 Januari 2013. Dalam video klip tersebut, peneliti terdahulu ini menemukan adanya lima tanda propaganda dari tujuh tanda propaganda yang ada, yaitu *bandwagon, card-stacking, name calling, plain-folks,* dan *glittering generalities*.

Penelitian terdahulu yang kedua adalah "Representasi Propaganda Heroisme Amerika Dalam Captain Amerika: "The First Avenger"". Penelitian ini dilakukan oleh Naomi Theresa, Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Jurnalistik, Universitas Multimedia Nusantara, tahun 2012. Sama halnya dengan penelitian terdahulu sebelumnya, dalam penelitian ini menggunakan metode analisis Charles Sanders Peirce. Di mana dalam penelitian yang sudah dilakukan menunjukkan dan

menjelaskan bagaimana propaganda dibentuk melalui tanda-tanda visual serta non-visual yang meliputi adegan per adegan.

Dalam penelitian milik Angela Winda, ia menggunakan kajian dari teori semiotika milik Charles Sanders Peirce dan objek analisis yang dia pilih adalah video klip. Sama halnya seperti penelitian terdahulu milik Naomi Theresa yang menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce, yang berbeda hanya objek analisisnya, yakni film.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode analisis semiotika Charles Sanders Peirce, yang memandang bahwa dalam memaknai suatu simbol terdapat alur dan tidak bisa terputus. Metode ini digunakan untuk menganalisis bagaimana konflik yang terjadi di Semenanjung Korea Selatan dan Korea Utara. Objek penelitian yang digunakan yakni media visual film yang berjudul *R2B: Return to Base*.

2.2 Teori

2.2.1. Propaganda

Propaganda merupakan suatu cara untuk meyakinkan orang lain dengan menggunakan keahlian dalam berkomunikasi. Istilah propaganda yang digunakan dalam ilmu komunikasi terdapat dalam teori komunikasi, di mana propaganda itu adalah teknik mempersuasif satu arah yang dilakukan oleh satu orang ke orang lain.Bila melihat propaganda dalam teori komunikasi, propaganda masuk ke dalam teori *Agenda Setting*, keefektifan sebuah propaganda tergantung dari pesan yang disampaikan melalui media yang digunakan.

> "Isi pesan menjadi sesuatu yang dibutuhkan dalam mempengaruhi cara berpikir khalayak. Prinsipnya ialah '*to tell what to think about*", artinya membentuk persepsi khalayak tentang apa yang dianggap penting."(Heryanto&Rumaru, 2013:75).

Propaganda berasal dari kata *propagare*, yang berarti menyemaikan tunas suatu tanaman (Heryanto&Rumaru, 2013: 77). Penggunaan kata ini sudah berlangsung sejak tahun 1622 oleh Paus Gregorius XV untuk mendoktrin masyarakat pada masa itu untuk memeluk atau mengimani Kristiani. Sehingga, muncullah kata propaganda. Sedangkan, orang yang melakukan proses propaganda atau pencari pengikut disebut dengan *propagandis*. (Arifin dalam Heryanto&Rumaru, 2013: 77)

Kata propaganda, lalu diambil alih oleh para politikus dan aktivis politik untuk digunakan sebagai salah satu cara mempengaruhi, mendoktrin, untuk menggiring massa dalam sebuah opini publik yang sudah disesuaikan, menjadi propaganda politik.

Definisi lainnya mengenai propaganda yakni menurut Lasswell dalam Heryanto dan Rumaru (2013:76) mengatakan propaganda dalam arti luas ialah teknik untuk mempengaruhi tindakan manusia dengan memanipulasi representasi (penyajian). Representasinya bisa berupa lisan, tulisan, gambar, atau musik. Maka dari itu, bidang periklanan dan publisitas yang beredar dapat dinyatakan sebagai salah satu bentuk dari propaganda.

Propaganda didefinisikan sebagai komunikasi yang bertujuan untuk menyebarluaskan tujuan yang diinginkan terhadap para pemirsa, dan dilakukan dengan pengaruh yang kurang lebih diinginkan oleh komunikatornya (Combs,

1994: 23). Tujuan yang dimaksud oleh Combs, diperjelas dengan memberikan penggambaran yang sudah dikumpulkannya, yakni:

> "Sebuah usaha untuk mempengaruhi opini dan tingkah laku"
> "Semua usaha yang membujuk setiap orang untuk suatu kepercayaan atau untuk suatu bentuk tindakan"
> "Usaha untuk mempengaruhi personalitas dan mengontrol tingkah laku individual menuju tujuan akhir yang dianggap tidak ilmiah atau nilainya meragukan dalam masyarakat pada waktu yang ditentukan"

Konsep propaganda yang digunakan cenderung bersifat langsung, dan lebih menggunakan sebuah metafora "injeksi" atau "bola billiard", dimana propaganda dimulai dengan tujuan yang diperkenalkan ke masyarakat dengan menggunakan jarum suntik yang diinjeksikan atau bola-bola yang dipukul, untuk mendapatkan hasil (Combs, 1994: 24).

Namun, permasalahan dari penggunaan propaganda seperti yang dijelaskan diatas adalah tujuan maupun hasil dari sumber propaganda tidak selalu jelas, tidak hanya bersifat ambigu, tetapi juga bermacam-macam. Sehingga memunculkan sifat kontradiktif dan tersembunyi.

Penggunaan unsur propaganda sudah dimulai sejak Perang Dunia I. para pemfitnah ulung berkembang jumlahnya dan mewaspadai. Mereka membicarakan tentang penemuan baru kekuatan propaganda yang digunakan melalui media apa. Pada masa itu, media yang digunakan melalui buku murah, majalah, dan Koran, papan iklan, serta poster-poster, film, dan radio (Combs, 1994: 56).

Kemudian berkembang hingga pada tahun 1920-an, muncullah Harold Lasswell yang menganalisis penggunaan propaganda dan menekankan bahwa ada konsekuensi negatif.

> "Kita hidup di antara lebih banyak orang yang bingung, ragu-ragu, atau terpaku pada sesuatu yang licik yang tampaknya menipu dan menjatuhkan mereka" (Combs, 1994: 56).

Pernyataan yang diungkapkan Lasswell tersebut, lalu dibantah oleh Edward Bernays, bahwa propaganda bukanlah "usaha beberapa orang yang patut dicela untuk meracuni pikiran kita dengan kebohongan", tetapi lebih dari itu, propaganda merupakan "suatu usaha terorganisasi untuk menyebarluaskan suatu kepercayaan atau opini" (Combs, 1994: 57).

Pada abad ke 20, pandangan mengenai propaganda mulai berkembang secara konsisten dan eksplosif bagi pengguna media yang dikarakteristikkan oleh masyarakat (Combs, 1994: 62). Propaganda menjadi media komunikasi yang paling diminati hingga saat ini. Karena, propaganda merupakan media yang paling efektif dalam menyampaikan suatu pesan, tanpa harus didemonstrasikan. Propaganda menjadi bahasa baru dibidang ekonomi, kultural, dan politik, serta memberikan kekuatan organisasi baru yang membantu mengatur komunikasi massa (Combs, 1994: 62).

Menurut Harold Laswell sebagaimana tercantum dalam buku *Propaganda Baru* (1994: 62) menyatakan bahwa pembicara mempunyai kekuasaan untuk mengontrol bermacam-macam pendapat di tengah pembelaan di masyarakat. Lasswell mengatakan, "siapa yang mengatakan apa kepada siapa melalui saluran apa." Sehingga, dengan kemungkinan banyaknya suara yang menenggelamkan satu sama lain, maka seseorang yang mempunyai kekuasaan mempunyai kontrol untuk mengatur pendapat (opini).

2.2.2.1.Tipe Propaganda

Dalam propaganda, memiliki banyak tipe yang secara sadar maupun tidak, setiap individu terpengaruh oleh propaganda. Tipe propaganda (Cangara dalam Heryanto&Rumaru, 2013: 76), yakni:

1. Propaganda politik, yaitu orang yang melakukan propaganda (propagandis) politik ialah aktivis atau politikus yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi, merayu, membujuk publik dalam upaya pembentukan citra dan membentuk opini publik yang positif.
2. Propaganda tersembunyi (L.W. Dood (1966)), yaitu kegiatan propaganda yang dilakukan dengan mengalihkan perhatian khalayak melalui aktivitas lain, tetapi tetap mempunyai tujuan-tujuan tertentu dibaliknya. Kata lainnya ialah berbasa-basi.
3. Propaganda terang-terangan, merupakan kebalikan dari propaganda tersembunyi. Tipe propaganda ini, melakukan kegiatan propaganda secara terang-terangan dengan tujuan untuk memperoleh dukungan suara secara nyata.
4. Propaganda disengaja ialah propaganda yang sudah di persiapkan dan sudah dirancang terlebih dahulu. Misalkan, pidato politik.

5. Propaganda tidak disengaja adalah tipe propaganda yang terjadi secara spontan dan tidak ada perencanaan sebelumnya.
6. Propaganda vertikal atau satu-kepada-banyak, artinya propaganda yang lebih mengandalkan retrorika dan penggunaan media. Jadi, dari satu pihak sebagai propagandis, yang disebarkan kepada khayalak banyak.
7. Propaganda horizontal yakni kegiatan propaganda yang berlangsung dalam kegiatan berkelompok atau lebih banyak menggunakan komunikasi interpersonal. Contohnya, dari bos untuk karyawannya.

2.2.2. Propaganda Politik

Propaganda politik merupakan kegiatan komunikasi politik yang dilakukan secara terencana dan sistematik, untuk menggunakan sugesti (mempermainkan emosi), untuk tujuan mempengaruhi seseorang atau kelompok orang, khalayak atau komunitas yang lebih besar (bangsa) agar melaksanakan atau menganut suatu ide (ideologi, gagasan sampai sikap), atau kegiatan tertentu dengan kesadarannya sendiri tanpa merasa dipaksa atau merasa terpaksa. (Heryanto&Rumaru, 2013: 77).

Rata-rata setiap negara menggunakan propaganda politik untuk mempengaruhi warga di negara sendiri maupun negara lain. Salah satu negara yang melakukannya adalah Amerika, di mana negara ini menggunakan propaganda politik untuk memberikan efek kekuatan kepada perkembangan ekonomi dan

kehidupan politiknya yang menurun setelah kejadian *World Trade Centre* (WTC) 11 September 2001 silam melalui media massa.

Propaganda politik yang dilakukan oleh Amerika seperti itu merupakan salah satu bentuk propaganda politik yang dilakukan terang-terangan tetapi terselubung, yakni melalui pemberitaan dengan menggunakan agenda setting untuk tujuan tertentu.

Menurut Jacquas Ellul (Heryanto&Rumaru, 2013:77), propaganda politik adalah suatu kegiatan politik yang dilakukan oleh pemerintah, partai politik dan kelompok yang memiliki kepentingan untuk membentuk atau membina opini public dalam mencapai tujuan politik dengan menggunakan slogan-slogan yang mudah diingat oleh khalayaknya. Selain itu, kegiatan ini juga lebih banyak memainkan emosi dan sugesti dari khalayak. Tujuannya, untuk memengaruhi, membentuk, dan membina opini public. (Heryanto&Rumaru, 2013: 77)

Dalam buku *Propaganda & Persuasion 4th Edition* (Jowett & O'Donnel, 2006: 237) dijelaskan, bahwa terdapat sebuah institut yang memiliki media bulletin berjudul *Propaganda Analysis* dengan artikel pembahasan "*How to Detect Propaganda*" (1973) yang didalamnya menganalisis tujuh bentuk propaganda, yakni:

1. *Name-calling*, yakni pemberian julukan yang buruk. Disini propagandis menggunakan sebutan-sebutan yang buruk untuk menjatuhkan lawannya. Biasanya teknik ini digunakan melalui lisan.

2. *Glittering Generality*, yakni mengasosiasikan sesuatu dengan "kata bijak" atau kata-kata positif dan menciptakan penerimaan dan persetujuan tanpa melakukan pemeriksaan bukti atau klarifikasi terlebih dahulu atas kebenaranya. Artinya adalah sebuah pesan yang disampaikan memiliki implikasi bahwa sebuah pernyataan diinginkan banyak orang, tetapi tidak memeriksakan faktanya.
3. Transfer, yaitu teknik propaganda dimana seseorang yang memiliki pengaruh dan kewenangan atas kebijakan terhadap suatu hal agar diterima. Begitu juga, bila seseorang memiliki pengaruh dan kewenangan yang negatif, maka akan ditolak.
4. *Testimonial*, yakni salah satu teknik propaganda yang paling sering dilakukan dengan memberikan kesaksian atau pendapat pribadi terhadap produk tertentu. Biasanya, dalam kesaksian tersebut disinggung juga dengan kejelekan dari produk lainnya.
5. *Plain Folks*, adalah teknik propaganda dengan menunjukkan bahwa orang yang bersangkutan memiliki ide yang merupakan suara banyak orang.
6. *Card Stacking*, suatu teknik propaganda yang menggunakan fakta atau kebohongan, ilustrasi atau gangguan, dan pernyataan logika atau tidak logika yang diberikan baik atau buruk dari sebuah ide, program, tokoh, dan produk. Tujuannya agar penerima pesan hanya melihat dari satu sisi saja, dan tidak menyadari bahwa dia sudah mengikuti dari pesan tersebut.

7. *Bandwagon*, merupakan teknik propaganda yang menggunakan persuasif atau kata-kata yang mempunyai nilai jamak dan kemudian meyakinkan khalayak lain untuk menerima dan khalayak yang tidak menerimanya akan merasa terkucilkan.

2.2.3. Film sebagai Media Komunikasi Propaganda

Film merupakan salah satu bentuk media massa yang berkembang sangat pesat. Tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi dalam perkembangannya film digunakan sebagai alat propaganda (Antieyamirda, 2005: 89). Dalam hal ini, peran produser sebagai pembuat film mempunyai peran penting untuk merefleksikan kondisi sosial agar khalayak terpuaskan ketika menonton film dan memunculkan ideologi secara terselubung (Antieyamirda, 2005: 91).

Penggunaan ini sudah mulai digunakan dalam film produksi Hollywood, terutama yang berkaitan dengan heroisme. Sebagai contoh, film yang menggambarkan Perang Vietnam, yaitu *The Deer Hunter* (1978), *Rambo* (1984), *Born Forth of July* (1989), dan *Platoon* (1990). Kemudian yang berlatar belakang Perang Dunia I, yakni *Iron Eagle* (1985), *The Delta Force* (1986), *Steal The Sky* (1988), dan *Courage Under Siege* (1991). Terakhir, film buatan Hollywood yang menggambarkan Perang Dunia II, yaitu *Pearl Harbour* (2001) yang menjadi *box office* (Antieyamirda, 2005: 89-90).

Definisi film yang diungkapkan Danesi (Antieyamirda, 2005: 91) ialah film merupakan teks yang berisikan serangkaian foto (gambar) yang menciptakan gambaran akan kehidupan nyata. Film merupakan karya seni yang mengandung

unsur gambar dan gerak (*motion picture*), dengan tujuan untuk menggabungkan sekumpulan gambar dalam kecepatan tetap (Straubhaar dalam Antieyamirda, 2005: 91). Sehingga film menjadi sebuah karya dengan gambar yang bergerak sesuai dengan cerita.

Sejak Perang Dunia I, film sudah digunakan sebagai media komunikasi, khususnya dalam penyebaran propaganda (Combs, 1994: 55). Karena, film ialah media komunikasi paling cepat dalam penyampaian pesan dan seseorang yang membuat film ini bisa mengontrol pesan yang ingin disampaikan kepada khalayaknya (Combs, 1994: 54).

Maka dari itu, film bukan lagi sebuah karya seni gambar bergerak saja, tetapi kini sudah bisa mempengaruhi orang lain dengan menampilkan tanda, kode, simbol, atau yang berhubungan dengan komunikasi. Realitas yang terdapat dalam film, mampu dipercaya oleh penontonnya, ketika apa yang ditampilkan sesuai dengan gambaran yang mengenai kehidupan sehari-hari dan dapat di visualkan secara baik.

2.2.4. Sejarah Korea Selatan dan Korea Utara

Pada tahun 1945, negara Korea terpecah menjadi Korea Selatan dan Korea Utara. Sebelumnya, kedua negara ini merupakan satu bagian negara Korea yang dahulunya adalah negara 3 kerajaan di abad pertama sebelum Masehi, yakni Kerajaan Koguryo di bagian Utara Semenanjung Korea dan wilayah Mancuria, kerajaan Baekje di bagian barat Semenanjung Korea, dan kerajaan Baekje di bagian timur Semenanjung Korea. Ketiga kerajaan ini walaupun berbeda tapi tetap

memercayai satu pemahaman bahwa mereka adalah keturunan dari Dangun. (data dari KBS World diakses 19 September 2013).

Setelah 3 (tiga) kerajaan sebelum Masehi itu runtuh. Berlanjut dengan masa kerajaan lainnya, seperti Masa Kerajaan Shilla Bersatu, Masa Kerajaan Goryo, dan Masa Kerajaan Chosun (data KBS World diakses 19 September 2013).

2.2.4.1.Awal Mula Perang Korea

Letak Korea yang berada di garis strategis antara Cina, Jepang, dan Rusia, membuat negara ini disebut juga sebagai "udang yang menjadi korban di tengah-tengah pertempuran ikan paus". Artinya adalah Korea bisa dianggap sebagai pisau yang mengarah ke jantung Jepang, dan jembatan yang bisa dipakai kekuatan-kekuatan di Pasifik untuk menghancurkan Cina. (Oktorino, 2013: 8).

Pada tahun 1910 hingga tahun 1945, Korea dijajah oleh Jepang. Mereka dilarang untuk menggunakan bahasa Korea dan nama Korea. Seusai Perang Dunia ke II atau tahun 1945, masa penjajahan Jepang usai. (data KBS World diakses 19 September 2013).

Sejak penjajahan Jepang usai, pada 14 Agustus 1945, Korea dibagi dalam dua wilayah kedudukan, yakni bagian Selatan yang dikuasai oleh Amerika Serikat, dan bagian Utara yang dikuasai oleh Uni Soviet. Alasan pembagian negara ini adalah pertimbangan militer dengan membaginya sama rata. Padahal, bila dilihat dalam peta, wilayah Korea Selatan dan Korea Utara tidak sama besar.

Pembagian wilayah Korea Selatan dan Korea Utara (http://www.gokorean.com/)

Pembagian negara ini, awalnya sementara hingga pada akhirnya kedua negara ini terbagi dan tidak bisa disatukan kembali akibat Amerika dan Uni Soviet yang tidak memutuskan hingga kapan mereka akan menduduki wilayahnya. (Oktorino, 2013:10). Tokoh utama yang menjadi pencetus terjadinya Perang Korea ialah Jendral MacArthur. Seorang penganut doktrin peperangan yang menang dalam Perang Pasifik.

Kemudian, pada tanggal 10 Juli 1951 di Kaesong, wilayah barat Korea Selatan, terjadi perundingan gencatan senjata. Perundingan ini ditutup dengan agenda terakhir pada tanggal 26 Juli, dengan 5 hal, yakni diterimanya suatu agenda, pembentukan sebuah garis gencatan senjata, pengawasan pengaturan gencatan senjata, pertukaran tawanan perang, dan rekomendasi bagi suatu penyelesaian politik dari konflik tersebut. (Oktorino, 2013:130).

Tetapi, ketika keinginan penyelesaian perang ini ingin disepakati, Syngman Rhee, Pemimpin Korea Selatan, menolaknya, dengan alasan masih ingin mengimpikan untuk berbaris ke utara dan menyatukan seluruh korea. Dirinya juga mengancam untuk menarik seluruh pasukan di bawah komando PBB, dan maju menghadapi Korea Utara sendiri. Namun, usaha itu hanyalah sebuah ancaman semata. Karena, pada dasarnya, Korea Selatan tidak bisa melawan tanpa ada bantuan dari Amerika Serikat.

Para pejabat Amerika Serikat yang pada saat itu membantu pihak Korea Selatan dalam perang ini, mempertimbangkan untuk menggulingkan pemerintahan Rhee, apabila ia masih berusaha untuk melanjutkan usahanya menyabot penyelesaian damai. Pada akhirnya, Rhee terpaksa menerima keputusan tersebut.

Pada tanggal 27 Juli 1953, kedua negara ini akhirnya menandatangani perjanjian gencatan senjata, dan menetapkan garis lintang 38˚ sebagai perbatasan kedua Korea. Korban dari Korea Utara sebanyak 1,5 juta prajurit dan penduduk sipil yang terbunuh. Sementara itu di pihak Korea Selatan jumlah korban sebanyak 500 ribu hingga 1 juta orang penduduk sipil tewas atau hilang, dan 87.000 orang prajurit tewas, serta 30.000 prajurit hilang (Oktorino, 2013:158-159).

Namun, kedua negara ini sempat memanas kembali pada tahun 2010, ketika Korea Utara menembaki Pulau Yeonpyeong dengan meriam yang berdekatan dengan perbatasan kedua negara dan menewaskan empat orang. (data BBC Indonesia, diakses 14 Oktober 2013).

Beberapa fakta lainnya ialah pada tanggal 26 Maret 2010, Korea Selatan pernah menuding Korea Utara, karena telah menenggelamkan kapal perang Korea Selatan dan menewaskan 46 pelaut Korea Selatan (diakses 22 Januari 2014, data international.okezone.com). Kemudian pada bulan oktober 2012, Korea Utara kembali mengancam Korea Selatan terkait selembaran anti-Pyongyang yang akan dikirim menggunakan balon udara (diakses 22 Januari 2014, data international.kompas.com).

Pada akhir tahun 2012, Semenanjung Korea kembali memanas. Setelah Korea Utara meluncurkan roket jarak jauh dan mendapatkan kritik sebagai percobaan perang. Selain itu, Februari 2013 juga terjadi percobaan nuklir yang dilakukan oleh Korea Utara. (diakses 14 Oktober 2013, data republika.co.id).

2.2.5. Teori Tanda dan Makna

Manusia berkomunikasi tidak hanya menggunakan perkataan atau secara verbal, tetapi manusia juga menggunakan bahasa non-verbal dengan gerak-gerik tubuh, intonasi suara, dan pemaknaannya.

Dalam buku *Pengantar Ilmu Komunikasi* karangan Mulyana, dijelaskan bahwa suatu arti atau makna yang berada dalam sebuah kata ketika diucapkan, berasal dari diri sendiri. Pemaknaan terhadap apa yang dimaknai sebelumnya akan berbeda juga dengan pemaknaan pada benda yang sama, tetapi berbeda ruang dan waktu.

Pemaknaan atau segala sesuatu yang berhubungan dengan memaknai sebuah tanda-tanda disebut dengan semiotika. Pada dasarnya, semiotika merupakan ilmu yang mempelajari atas kode-kode, yakni segala sesuatu yang memungkinkan untuk memandang entitas-entitas tertentu sebagai sebuah tanda-tanda atau sebagai sesuatu yang bermakna (Scholes sebagaimana dalam buku Budiman, 2011: 3).

Dalam buku Semiotika Visual karya Budiman (2011), semiotika dapat dibagi dalam tiga cabang penelitian, yaitu:

(1) Sintaktik yakni cabang semiotika yang mengkaji mengenai hubungan antar tanda.

(2) Semantik yakni cabang yang mempelajari mengenai tanda dengan objek-objek sekitarnya.

(3) Pragmatik yaitu cabang yang mempelajari mengenai hubungan antara tanda dengan pemaknanya atau secara tidak langsung, cabang ini bersinggungan dengan aspek komunikasi.

Dari propaganda di atas dapat disimpulkan bahwa semiotik merupakan analisis yang menggunakan makna dan tanda termasuk segala macam bentuk yang tersembunyi dalam sebuah teks, video, maupun film. Subjek dan objek dalam sebuah analisis tidak saling berhubungan.

Semiotik pada dasarnya terbagi menjadi dua, yakni semiotik pragmatis dikotomis dan semiotik pragmatis trikotomis. Untuk semiotik pragmatis dikotomis adalah semiotik yang melihat tanda sebagai hubungan antara dua komponen secara terstruktur. Sedangkan semiotik pragmatis trikotomis adalah semiotik yang melihat

tanda sebagai suatu proses semiosis tiga tahap yang bertolak dari sesuatu yang dapat ditangkap oleh pancaindera (Hoed, 2011: 6).

Ada banyak tokoh yang mengemukakan mengenai semiotika dengan berbagai model. Tokoh-tokoh besar yang membahas mengenai semiotika yakni Ferdinand de Saussure, Roland Barthes, Jacques Derrida, dan Charles Sanders Peirce. Untuk penelitian ini, penulis menggunakan model semiotika Charles Sanders Peirce.

2.2.5.1 Semiotika Menurut Charles Sanders Peirce

Semiotik yang digunakan untuk memaknai model tanda yang dikemukakan oleh Peirce ialah trikotomis, atau semiotik yang melihat tanda sebagai suatu proses semiosis tiga tahap yang bertolak dari sesuatu yang dapat ditangkap oleh pancaindera (Hoed, 2011: 6).

Menurutnya, prinsip dasar dari sebuah tanda adalah sifatnya yang representatif, yakni tanda adalah "sesuatu yang mewakili sesuatu yang lain" (Hoed, 2011: 46). Semiotika yang digambarkan oleh Peirce dalam buku *Semiotika Sebagai Ilmu*, karangan Tinarbuko (2012) ialah

> *"tanda (representamen) ialah sesuatu yang dapat mewakili sesuatu yang lain dalam batas-batas tertentu (Eco, 1975:15)."*

Pierce mengatakan bahwa tanda akan selalu mengacu kepada sesuatu hal yang lain atau disebut objek. Sebuah tanda dapat berfungsi dengan baik apabila dapat diinterpretasikan dalam bentuk penerima tanda melalui *interpretant* (Tinarbuko, 2012: 13). Jadi, bila sebuah tanda tidak

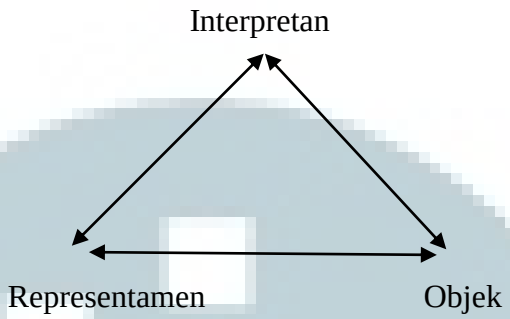
mengacu atau berhubungan dengan objek, maka tanda tersebut tidak dapat diinterpretasikan untuk mendapatkan maknanya.

Menurut Berger dalam Tinarbuko (2012: 11), bagi Peirce yang seorang ahli filsafat dan logika, manusia senantiasa menggunakan nalarnya melalui tanda. Artinya, bahwa manusia hanya dapat bernalar melalui tanda. Dalam pemikiran Peirce, logika sama dengan semiotika dan semiotika dapat diterapkan pada segala macam tanda.

Dalam teori yang dikemukakan oleh Peirce terdapat proses yakni disebut proses *semiosis*, yaitu proses pemaknaan dan penafsiran atas benda atau perilaku berdasarkan pengalaman budaya seseorang (Hoed, 2011: 21). Proses ini mengikuti tiga tahap, yakni *representament* ("sesuatu") → *objek* ("sesuatu yang di dalam kognisi manusia") → *interpretan* ("proses penafsiran") (Hoed, 2011: 20). Jadi, dalam proses *semiosis* ini, interpretan dapat berubah menjadi representamen baru, dan akan terus berlanjut, tidak terbatas.

Seperti yang dijelaskan dalam Hoed (2011: 4), Peirce menjelaskan bahwa *Representamen* adalah suatu "perwakilan" atau sesuatu yang mewakili sesuatu yang lainnya. Sedangkan, sesuatu yang ada di dalam kognisi disebut *objek*. Kemudian, proses selanjutnya adalah *interpretan* atau proses penafsiran dari "perwakilan" dari objek. Sehingga, dalam proses semiosis yang saling berkaitan dengan tiga sisi tersebut, maka proses *semiosis* dalam teori semiotik bersifat *trikotomis*.

Gambar 2.1 Piramida Trikomotis Peirce



Sumber: Budiman, 2011: 74

Eco (1979) dalam buku Hoed (2011: 91) mengatakan bahwa proses pemaknaan tanda (semiosis) oleh Peirce dinyatakan sebagai tak terbatas (*unlimited semiosis*), sangat bergantung dengan sejauh mana masing-masing individu dalam menafsirkannya. Bila individu tersebut dapat menafsirkan sebuah tanda menjadi lebih luas, maka proses semiosis ini akan menjadi lebih luas juga.

Dalam kehidupan tanda, berdasarkan proses *semiosis* terdapat hubungan antara representamen dan objeknya, di mana memiliki tiga jenis tanda, yaitu ikon, indeks, dan lambang. Menurut Tinarbuko (2012: 16-17), acuan saling berhubungan dalam tanda atau disebut tanda sinematik yaitu:

- Ikon

  Ikon adalah tanda yang mengandung kemiripan dengan objek aslinya, baik berupa bentuk replikasi, simulasi, imitasi, atau persamaan yang mewakili sumber. Ikonitas dapat ditemukan dalam wilayah nonverbal (Danesi, 2012: 33), misalkan, peta Korea Selatan

adalah ikon dari wilayah Korea Selatan yang digambarkan dalam peta menyerupai bentuk aslinya.

- Indeks

  Bila sebuah ikon dalam tanda memiliki hubungan sebab-akibat dengan objek yang diwakilinya disebut indeks. Dalam indeks, antara tanda dan objeknya bersifat konkret. Di mana sebuah tanda yang muncul, dalam indeks bisa menjadi sebuah bukti. Contohnya, piring kotor adalah indeks dari seseorang yang menggunakan piring itu untuk makan.

- Simbol

  Simbol adalah tanda yang sudah disepakati bersama. Ketika simbol itu sudah disepakati bersama maka simbol akan mudah dipahami. Misalkan, batik bagi Indonesia adalah ciri khas atau jati diri. Tetapi, jika batik dilihat dari pandangan budaya lain hanya sebagai sebuah kain dengan corak yang berbeda-beda.

  Selain itu, simbol yang mewakili sumber acuannya dalam cara yang konvensional. Tiap negara memiliki simbol nasional yang resmi maupun tidak, contohnya lagu kebangsaan bisa melambangkan simbol sebuah negara, Patung Liberty dan Paman Sam simbol familiar untuk Amerika Serikat (Danesi, 2012: 38-40).

Pemilihan metode semiotika Charles Sanders Peirce, pada dasarnya film merupakan media yang dibangun dengan banyak tanda-tanda. Tanda-tanda tersebut yang menjadi kesatuan untuk mencapai efek yang diharapkan (Sobur, 2004: 128).

Dalam sebuah film yang terpenting ialah gambar dan suara yang ditampilkan. Ketika sebuah gambar dan suara yang dihasilkan dan ditangkap oleh seorang individu, ia akan melakukan proses interpretasi. Sebab, tanda dalam sebuah film bisa dihubungkan dengan representamen dan adanya objek.

Selain itu, dalam film juga lebih banyak terdapat ikonitas atau sesuatu yang mirip dengan realitasnya. Bila dilihat dari penjelasan diatas, penelitian ini menggunakan model semiotika yang dikemukakan oleh Charles Sanders Peirce, karena Peirce menjelaskan bagaimana proses pembentukan interpretan dari representamen dan objek, serta penggunaan tanda sinematik yakni ikon, indeks, dan simbol.

UMN