

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap individu memiliki rasa ingin tahu (*human curiosity*). Rasa ingin tahu tersebut termotivasi oleh keinginan manusia untuk lebih memahami dunia. Baik dunia sains maupun dunia sosial. Motivasi untuk memaknai pemahaman tersebut dipermudah dengan kemampuan manusia untuk menginterpretasi abstraksi dan bahasa. Kemampuan tersebut memungkinkan manusia untuk mengembangkan pengetahuannya dari waktu ke waktu hingga dapat memahami sebuah konsep baru (Faisal,2010, p.5). Penelitian adalah aktivitas dan metode berpikir yang terstandarisasi, terancang dan sistematis. Penelitian memberikan jawaban atas semua permasalahan sosial dan sains yang terjadi. Pengembangan sains, teknologi dan pemahaman, serta fakta baru berawal dari dilakukannya penelitian.

Penelitian merupakan elemen esensial untuk setiap lembaga dan institusi. Seperti contoh penelitian yang dilakukan oleh setiap lembaga kesehatan di dunia untuk mengembangkan vaksin COVID-19 agar memutus rantai penyebaran virus SARS-Cov-2 yang sudah setahun lebih menjadi pandemik. Dilansir dari artikel berita Kompas Sains, setidaknya, terdapat 3 institusi dan perusahaan yang melakukan penelitian untuk mengembangkan vaksin dan telah mendapat persetujuan. Yaitu adalah, (1) Gamaleya Research Institute, (2) CanSinoBIO, dan (3) Sinovac. Diharapkan kedepannya wabah pandemic COVID-19 diseluruh dunia berakhir melalui pengembangan dari penelitian-penelitian.

Penelitian dalam dunia perguruan tinggi keilmuan merupakan aktivitas yang wajib dilakukan untuk mahasiswa untuk memenuhi syarat kelulusan dengan menulis skripsi untuk Program Sarjana (S1), penulisan tesis untuk Program Magister (S2) dan disertasi untuk Program Doktor (S3). Selain itu, dosen juga diwajibkan untuk melaksanakan penelitian sebagai bentuk salah satu pelaksanaan Tri Dharma Perguruan

Tinggi, yaitu pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Seorang sarjana diwajibkan memiliki *hard skill* untuk mengembangkan kemampuan intelektualnya dalam bidang teori, penelitian atau keilmuan. Seluruh pihak perguruan tinggi, baik mahasiswa maupun dosen diwajibkan untuk mengembangkan kehidupan masyarakat disekitarnya agar lebih baik. Segala permasalahan sains ataupun sosial yang terjadi akan memberikan solusi serta inovasi melalui penelitian. Yang pada akhirnya, akan bermanfaat dan berguna untuk masyarakat. Selain memberikan jawaban atas problematik sains dan sosial yang terjadi, penelitian yang bermanfaat untuk masyarakat akan menciptakan citra positif atau reputasi dari sebuah perguruan tinggi, organisasi dan institusi.

Penelitian yang dilakukan di perguruan tinggi keilmuan memerlukan manajemen penelitian yang baik. Dimulai dari mencari permasalahan penelitian, mencari referensi dari sumber yang valid, melakukan penulisan jurnal hingga pada tahap publikasi penelitian. Hal tersebut perlu dilakukan agar penelitian tersebut menghasilkan sesuatu atau data yang berkualitas serta dapat berguna dan menjadi solusi. Faisal (Ardianto, 2010, p.2) menuturkan bahwa penelitian ilmiah setidaknya dilakukan untuk memecahkan permasalahan dan membantah teori dalam penelitian ilmiah praktis, menguji teori melalui penelitian kuantitatif dan menemukan teori melalui penelitian kualitatif.

Universitas Multimedia Nusantara menunjukkan keseriusannya dalam pengembangan penelitian melalui pembukaan program yang bernama Proyek Independen. Proyek independen ini berada dalam naungan divisi Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Multimedia Nusantara. Proyek independen tersedia untuk seluruh jurusan dari berbagai fakultas di Universitas Multimedia Nusantara. Program ini memberikan kesempatan kepada mahasiswanya melakukan penelitian dengan cara *work from home* (WFH) dan meminimalisir aktivitas diluar rumah untuk mencegah penyebaran virus Covid-19. Secara spesifik, jenis penelitian dalam proyek independen yang dilakukan di fakultas Ilmu Komunikasi adalah; (1) Pembuatan Mini Dokumenter, (2) Riset Pola *Hubungan Green Marketing, Environment Consciousness & Purchase Decision*, (3) Rancangan Model Aplikasi Penapis Kesalahan Bahasa Ejaan dan Diksi sebagai Upaya Peningkatan Kemahiran Berkomunikasi Ilmiah Mahasiswa UMN, (4) *Digital Public Relation Strategy*, (5) Model Pengarsipan Foto

Jurnalistik Analog ke Digital, (6) *Access to Mobile Gaming for People with Sensory Impairment*, dan (7) Semiotika iklan dan *official* film.

Dalam program proyek independen, mahasiswa memiliki tanggung jawab sebagai peneliti. Peneliti menurut Stock (2020) adalah seseorang atau pihak yang melakukan kegiatan akademis berupa penelitian dalam bidang pendidikan, sejarah, seni dan ekonomi, dengan tujuan untuk menemukan sesuatu yang baru dan menafsirkan sebuah makna. Mahasiswa terlibat dalam proses penelitian dengan *output* yang dihasilkan adalah pembelajaran penulisan jurnal penelitian hingga pada tahap publikasi.

Dari awal proses penelitian dilakukan hingga pada tahap proses publikasi, hal pertama yang dilakukan adalah mendengar *briefing* dari ketua peneliti bersama dengan peneliti lainnya. Seluruh hal terkait dengan penelitian dijelaskan dan diarahkan oleh ketua peneliti. Peneliti dituntut untuk mengerti dan mendalami topik-topik penelitian yang dikerjakan. Penentuan topik, judul, metode hingga proses analisis penelitian dikerjakan oleh peneliti dalam arahan ketua peneliti. Proses pertama dalam penelitian adalah penentuan topik. Topik tersebut ditentukan bersama dengan ketua peneliti untuk mendapatkan arahan agar topik dan kajian atau teori yang digunakan dalam penelitian sesuai. Proses penelitian dilakukan dengan fokus utama pada referensi buku dan jurnal penelitian dalam penelitian. Selanjutnya, peneliti diwajibkan untuk menggunakan *template* penulisan berdasarkan ketentuan dari setiap penerbit, baik dalam skala nasional maupun internasional.

Topik penelitian yang dilakukan selama kerja magang dalam program proyek independen adalah penelitian semiotika dalam iklan dan *official* film. Maka dari itu, objektif program penelitian ini adalah untuk membuat penelitian semiotika sebagai peneliti dan mencari referensi dari berbagai sumber. Sumber tersebut berasal dari film dan iklan yang menarik untuk diteliti dengan arahan dari ketua peneliti. Untuk meningkatkan kualitas referensi, film dan iklan yang dijadikan referensi harus bersifat edukasional, kontroversial dan fenomenal sehingga menarik untuk dijadikan penelitian. Setelah penelitian selesai dilakukan, nantinya akan diajukan kepada para penerbit untuk dipublikasikan.

Penelitian di bidang komunikasi telah banyak dilakukan, penelitian tentang ahli yang meneliti siapa, mengatakan apa, kepada siapa dan menimbulkan efek apa. Kini penelitian telah berkembang dalam tahap selanjutnya yaitu muncul pertanyaan yang

lebih mendasar tentang bagaimana komunikasi dan timbalbaliknya diinterpretasikan dalam wacana. Tanda dan makna sebagai objek penelitian dapat berupa artefak yang telah ditafsirkan secara holistik sebagai bentuk, gaya, aliran yang mendalami teks. Dalam penelitian semiotika, sebuah teks dapat menginterpretasikan sebuah struktur koheren dari *signifiers* (Mudjiyanto dan Nur, 2013, p.73). Ide yang mendasari penelitian kajian semiotika adalah pesan dan kode. Pesan dapat dikirimkan ke orang lain menggunakan kode. *Encoding* adalah sebuah proses perubahan dari ide atau pikiran ke dalam pesan. *Decoding* adalah proses membaca pesan dan memaknai artinya. (Mudjiyanto dan Nur, 2013, p.74)

Semiotika, secara terminologis adalah ilmu yang mempelajari suatu objek, peristiwa dan seluruh kebudayaan sebagai tanda (Piliang, 2013, p.8). Charles Morris mengkategorikan semiotika menjadi 3 cabang penyelidikan (*branches of inquiry*) yaitu; (1) Sintaktik, adalah cabang yang mempelajari suatu hubungan formal di antara satu tanda dengan yang lainnya.. (2) Semantik, cabang penyelidikan yang mengkaji ‘hubungan di antara tanda dengan objek objek sekitar’ dan (3) Pragmatik, cabang penelitian semiotika yang mempelajari hubungan antara tanda dengan penggunaannya. (Wibowo, 2016, p.5) Penelitian dilakukan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, dengan menggunakan konotasi dan denotasi sebagai acuan analisa. Barthes dalam (Wahjuwibowo, 2018, p.21) mengemukakan bahwa tanda sebagai sistem yang tercipta dari ekspresi atau *signifier* dalam keterkaitannya dengan *content* atau *signified*.

Alasan memilih topik penelitian semiotika dalam iklan dan *official* film karena adanya ketertarikan mahasiswa dalam bidang kajian semiotika, terutama jika dikaitkan dengan bidang *advertising*. Peran semiotika dalam ranah komunikasi, terutama pada iklan, yaitu terkadang konsep kebenaran yang dimiliki oleh sebuah media bukanlah kebenaran sejati, tetapi apa yang telah diterima oleh sebagian besar masyarakat dan dianggap benar. Tanpa memahami secara menyeluruh, sebuah ‘kebenaran’ yang ditampilkan dalam sebuah media dan dianggap sebagai kebenaran dapat menjadi kebenaran yang semu. Kebenaran dapat bermakna subjektif. Menurut Saussure dalam (Wahjuwibowo, 2018. p.10) sebuah persepsi, pandangan tentang realitas dapat diciptakan oleh permainan kata dan tanda yang digunakan dalam konteks sosial.

Seperti contoh dalam penelitian semiotika yang dilakukan oleh Delfiero Senna, yang berjudul ‘Representasi Makna Kebahagiaan Semu Pada Iklan Perbankan’ (2020).

Penelitian tersebut menganalisa iklan yang dipublikasikan oleh bank BNI tentang pencegahan COVID-19, dengan menganalisis tanda-tanda visual dan non-visual dalam iklan tersebut. Sehingga hasil penelitian itu menyimpulkan bahwa iklan tersebut merepresentasikan kebahagiaan semu, dibuktikan dari tanda dan simbol serta makna dalam iklan tersebut. Dibuktikan dari adanya bias makna atau tidak ada relevansi dalam adegan tersebut dengan realitas sosial yang terjadi. Selain itu, representasi makna kebahagiaan semu digambarkan melalui ekspresi bahagia yang ditampilkan. Hal tersebut menjadi kebenaran yang subjektif. Karena antara wabah pandemik dan muka bahagia merupakan suatu hal yang bertentangan (Senna, 2020, p.94)

Penelitian semiotika pada iklan juga dapat menjadi tolak ukur efektivitas sebuah iklan yang dibuat oleh perusahaan atau organisasi. Contohnya penelitian semiotika yang dilakukan oleh Stefanus Bayu Yubillianto pada tahun 2020 yang berjudul ‘Representasi Citra Garuda Indonesia Pada Masa Covid-19’. Peneliti menganalisa tanda-tanda visual dan nonvisual dari video yang diunggah di kanal youtube Garuda Indonesia yang berjudul ‘Kami Di Sini Untuk Anda, Anda Di Rumah Untuk Semua’ dan ‘Hari Kesehatan Dunia’. Penelitian tersebut menghasilkan kesimpulan bahwa citra garuda dapat direpresentasikan secara maksimal dalam iklan tersebut. Citra tersebut direpresentasikan dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Garuda Indonesia, memberikan pelayanan premium untuk tenaga medis dan program Garuda Indonesia yang mendukung pemerintah untuk menghimbau masyarakat agar tetap dirumah. (Yubillianto, 2020, p.109)

1.2 Tujuan Kerja Magang

Praktek kerja magang merupakan hal yang wajib dilakukan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara. Selain sebagai salah satu syarat kelulusan, praktek kerja magang juga memberikan pengalaman kerja profesional, memberikan pengetahuan serta memberikan *network*. Tujuan dilaksanakannya program proyek independen Universitas Multimedia Nusantara 2020 adalah;

1. Kegiatan penelitian yang dilakukan dalam proyek independen dari divisi LPPM meningkatkan pemahaman tentang praktik melakukan penelitian dalam ranah perguruan tinggi.

2. Meningkatkan ketrampilan dalam manajemen penelitian dan menambah wawasan dalam kajian penelitian. Khususnya penelitian semiotika, serta meningkatkan kemampuan dalam penulisan karya ilmiah berbasis penelitian yang terancang dan sistematis, sehingga dapat diimplementasikan ke dalam bidang *Research & Development*.
3. Kegiatan penelitian yang dilakukan dalam proyek independen mengasah kemampuan *soft skill* dalam dunia riset khususnya kerjasama dalam tim, kreativitas dalam memecahkan masalah, imajinatif serta mengasah pola pikir secara sistematis dan kritis.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu pelaksanaan kerja magang berdasarkan ketentuan Universitas Multimedia Nusantara yaitu minimal 3 bulan. Laporan ini dibuat dengan praktik kerja magang selama 60 hari, efektif dari tanggal 3 Agustus 2020 hingga 27 Oktober 2020. Jam kerja magang sebagai peneliti yang ditentukan oleh ketua peneliti proyek independen Penelitian Semiotika adalah:

Hari : Senin - Sabtu

Waktu Magang : 11:00 s/d 16:00

Hari dan waktu kerja magang terbilang fleksibel karena sebagian besar pekerjaan dilakukan secara wfh (*work from home*) karena regulasi pemerintah untuk menerapkan *social distancing* dan PSBB. Tetapi bimbingan tatap muka juga dilakukan setiap seminggu atau dua minggu sekali. Bimbingan secara *online* juga dilakukan jika *project leader* atau ketua peneliti tidak dapat melakukan bimbingan tatap muka.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang sebagai peneliti bagian dari proyek independen Program Penelitian Semiotika dari LPPM-UMN melalui berbagai tahap, yaitu;

1. Tahap pertama, melakukan persiapan kerja magang dengan membuat CV (*curriculum vitae*) dan mengirimkan transkrip nilai dari semester awal hingga

semester akhir. CV dan transkrip nilai tersebut langsung dikirimkan melalui form pendaftaran *Proyek independen* Pengganti Magang Universitas Multimedia Nusantara 2020.

2. Tahap kedua, bu Made Satvika selaku ketua program *Proyek independen* melalui kak Citra Selarosa mengirim email balasan dengan lampiran daftar mahasiswa yang masuk kedalam program *Proyek independen* pada tanggal 28 Juli 2020.
3. Tahap ketiga, *project leader* atau pembimbing lapangan melakukan *briefing* awal terhadap seluruh anggota peneliti tentang penjelasan program penelitian semiotika.
4. Tahap keempat, kegiatan kerja magang efektif dilakukan setelah *briefing* dari ketua peneliti.
5. Tahap kelima, mengisi form KM-01 di MyUMN menyatakan bahwa kerja magang dapat dilaksanakan di Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Multimedia Nusantara.
6. Tahap keenam, kaprodi memberikan persetujuan surat izin kerja magang dan Universitas memberikan kertas absensi magang, lembar penilaian kerja magang yang harus diisi oleh ketua peneliti.