



### **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.

## BAB II

### KERANGKA TEORI

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjadi referensi penulis dalam mengerjakan penelitian ini, yaitu skripsi berjudul “Propaganda Barat Terhadap Islam dalam Film (Studi Tentang Makna Simbol dan Pesan Film “Fitna” Menggunakan Analisis Semiologi Komunikasi) karya Anggid Awiyad dari Universitas Sebelas Maret dan “Propaganda Pluralisme dalam Film Hati Merdeka: Merah Putih III (Analisis Semiotika)” karya Maydelin Tandipuang dari Universitas Hassanuddin.

Di dalam penelitian yang dilakukan oleh Anggid Awiyad pada tahun 2009, permasalahan mengenai apa makna simbol dan pesan film “Fitna” sebagai bentuk propaganda Barat terhadap Islam dan fakta apa yang dilakukan Barat mempropaganda Islam dalam film “Fitna” menjadi acuan peneliti untuk melakukan penelitian tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui makna simbol dan pesan film “Fitna” sebagai bentuk propaganda Barat terhadap Islam dan untuk mengetahui fakta apa yang dilakukan Barat mempropaganda Islam dalam film “Fitna”. Penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi ini menggunakan semiotika Roland Barthes sebagai pisau analisis. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Anggid Awiyat menunjukkan bahwa: pertama, Geert Wilders sebagai komunikator melakukan propaganda anti

Islam dalam film “Fitna” hanya melihat sisi negatif dari potret agama Islam dan menganggap agama Islam adalah agama yang menggalakan kekerasan serta orang-orang Muslim sebagai kaum radikal dan teroris dan kedua, komunikator melakukan propaganda anti Islam terhadap Barat adalah menebarkan gejala Islamophobia di kalangan masyarakatnya.

Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Maydelin Tandipuang pada tahun 2012 memiliki pertanyaan mengenai bagaimana pluralisme dan propaganda pluralisme ditampilkan dalam film Hati Merdeka: Merah Putih III. Bertujuan untuk mengetahui pluralisme dan propaganda pluralisme yang ditampilkan dalam film Hati Merdeka: Merah Putih III, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi serta semiotika Roland Barthes sebagai pisau analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pluralisme, propaganda, dan dualisme yang ditampilkan dalam film Hati Merdeka: Merah Putih III.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

Keterangan	Natasha R. Sinsoe, 2015. (Universitas Multimedia Nusantara)	Anggid Awiyat, 2009. (Universitas Sebelas Maret)	Maydelin Tandipuang, 2012. (Universitas Hasanuddin)
Judul	REPRESENTASI PROPAGANDA PUTIH DALAM FILM “DER FÜHRER’S FACE” KARYA WALT DISNEY STUDIOS TAHUN 1942 (Analisis	PROPAGANDA BARAT TERHADAP ISLAM DALAM FILM (Studi Tentang Makna Simbol dan Pesan Film “Fitna” Menggunakan Analisis Semiologi Komunikasi)	PROPAGANDA PLURALISME DALAM FILM HATI MERDEKA: MERAH PUTIH III (Analisis Semiotika)

	Semiotika Film Christian Metz		
Permasalahan	<p>1. Bagaimana representasi propaganda putih dalam film “<i>Der Führer’s Face</i>” karya Walt Disney Studios Tahun 1942?</p> <p>2. Bagaimana analisis sintagmatik <i>image track</i> dalam film “<i>Der Führer’s Face</i>” karya Walt Disney Studios Tahun 1942?</p>	<p>1. Apa makna simbol dan pesan film “<i>Fitna</i>” sebagai bentuk propaganda Barat terhadap Islam?</p> <p>2. Fakta apa yang dilakukan Barat mempropaganda Islam dalam film “<i>Fitna</i>”?</p>	<p>1. Bagaimana pluralisme ditampilkan dalam film <i>Hati Merdeka: Merah Putih III</i>?</p> <p>2. Bagaimana propaganda pluralisme ditampilkan dalam film <i>Hati Merdeka: Merah Putih III</i>?</p>
Tujuan	<p>1. Untuk mengetahui representasi propaganda putih dalam film “<i>Der Führer’s Face</i>” karya Walt Disney Studios Tahun 1942?</p> <p>2. Untuk mengetahui analisis sintagmatik <i>image track</i> dalam film “<i>Der Führer’s Face</i>” karya Walt Disney Studios Tahun 1942?</p>	<p>1. Untuk mengetahui makna simbol dan pesan film “<i>Fitna</i>” sebagai bentuk propaganda Barat terhadap Islam.</p> <p>2. Untuk mengetahui Fakta apa yang dilakukan Barat mempropaganda Islam dalam film “<i>Fitna</i>”.</p>	<p>1. Untuk mengetahui pluralisme yang ditampilkan dalam film <i>Hati Merdeka: Merah Putih III</i>.</p> <p>2. Untuk mengetahui Bagaimana propaganda pluralisme ditampilkan dalam film <i>Hati Merdeka: Merah Putih III</i></p>
Metodologi	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif
Konsep	<p>1. Representasi</p> <p>2. Film dan Propaganda</p> <p>3. Komunikasi Tanda dan Makna</p> <p>4. Semiotika Film Christian Metz</p>	<p>1. Film Sebagai Media Komunikasi Massa</p> <p>2. Semiologi Sebagai Sebuah Bidang Kajian</p> <p>3. Film Sebagai Representasi Realitas Sosial Masyarakat</p>	<p>1. Film dan Sejarahnya</p> <p>2. Film Sebagai Bagian dari Media Massa</p> <p>3. Film Sebagai Media</p>

	5. Seputar Film “ <i>Der Führer’s Face</i> ”	4. Semiologi Sebagai Alat dalam Mengkaji Makna Film 5. Semiotika Roland Barthes	Propaganda 4. Tinjauan Historis Semiotika 5. Pluralisme dalam Bingkai Kebhinekaan 6. Semiotika Roland Barthes
Hasil Penelitian	<p>1. Representasi propaganda putih ditampilkan baik secara terus terang maupun melalui majas ironi dan sarkasme melalui teknik-teknik propaganda (<i>cardstacking, testimonial, name calling, bandwagon, dan glittering generalities</i>).</p> <p>2. Analisis sintagmatik <i>image track</i> di dalam film ini memiliki hasil 29 segmen terpisah namun tidak semua tipe sintagma ada (hanya 6 saja dari 8 tipe).</p>	<p>1. Geert Wilders sebagai komunikator melakukan propaganda anti Islam dalam film “<i>Fitna</i>” hanya melihat sisi negatif dari potret agama Islam, dan menganggap Islam adalah agama yang menggalakan kekerasan serta orang-orang Muslim sebagai kaum radikal dan teroris.</p> <p>2. Komunikator melakukan propaganda anti Islam terhadap Barat adalah menebarkan gejala Islamophobia di kalangan masyarakatnya.</p>	<p>1. Ada pluralisme yang ditampilkan dalam film <i>Hati Merdeka: Merah Putih III</i>, yakni pluralisme suku, agama, ras, antargolongan, dan gender.</p> <p>2. Ada propaganda pluralisme yang ditampilkan dalam film <i>Hati Merdeka: Merah Putih III</i> yang ditampilkan secara berulang-ulang, secara informatif, dan edukatif, berjenis propaganda vertikal, menampilkan teknik transfer.</p> <p>3. Adanya dualisme propaganda pluralisme yang ditampilkan (secara terbuka namun juga tersembunyi).</p> <p>4. Propaganda</p>

			pluralisme yang ditampilkan merupakan sarana atau medium yang tepat dengan situasi khalayak.  5. Propaganda pluralisme yang ditampilkan memanfaatkan status pembuat film.
Perbedaan	Penelitian ini menganalisis representasi propaganda putih film kartun " <i>Der Führer's Face</i> ".  Menggunakan pisau semiotika film Christian Metz.	Penelitian ini menganalisis propaganda Barat film " <i>Fitna</i> ".  Menggunakan analisis semiologi komunikasi Roland Barthes.	Penelitian ini menganalisis propaganda pluralisme film <i>Hati Merdeka: Merah Putih III</i> .  Menggunakan analisis semiotika Roland Barthes.
Persamaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi.</li> <li>- Menganalisis propaganda di dalam film.</li> <li>- Menggunakan semiotika sebagai pisau analisis.</li> </ul>		

Berdasarkan tabel di atas, dapat ditemukan bahwa perbedaan dari penelitian yang dilakukan terletak pada analisis semiotika yang digunakan. Peneliti menggunakan semiotika film Christian Metz, Anggid Awiyat dan Maydelin Tandipuang menggunakan semiotika Roland Barthes. Selain itu, perbedaan juga terletak pada film yang diteliti.

Persamaan dari ketiga penelitian di atas terletak pada pendekatan dan metode yang digunakan yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif

dengan metode analisis isi. Konsep besar yang diteliti juga sama yaitu propaganda dan pisau analisis yang digunakan adalah semiotika.

## 2.2 Representasi

Seperti yang dikatakan oleh Hall di dalam bukunya (1997, h. 1), representasi memiliki arti sebagai penggunaan bahasa untuk mengatakan sesuatu yang bermakna atau mewakili sesuatu kepada orang lain. Representasi juga merupakan bagian penting dari proses di mana makna diproduksi dan dipertukarkan antara anggota dari suatu budaya. Hal ini tentu saja melibatkan penggunaan dari bahasa, tanda, dan gambar yang mana berdiri untuk mewakili sesuatu.

Terdapat 3 pendekatan di dalam representasi (Hall, 1997, h. 10):

a. *Reflective*

Makna diduga terletak pada objek, orang, ide, atau peristiwa di dunia nyata, dan fungsi bahasa diibaratkan seperti sebuah cermin untuk merefleksikan makna sesungguhnya yang telah ada.

b. *Intentional*

Menyatakan bahwa semua bergantung kepada pembicara atau pengarang dalam menciptakan makna yang unik di dunia melalui bahasa.

c. *Constructionist*

Pendekatan ini memahami bahwa bukan hal-hal dalam dirinya ataupun pengguna bahasa dapat membenarkan arti di dalamnya. “*Things don’t mean: we construct meaning, using representational system—concept and sign.*” Bukan berarti kita mengkonstruksi makna menggunakan sistem representasi, yaitu konsep dan tanda.

**Tabel 2.2**  
**Proses Representasi Fiske**

<b>PERTAMA</b>	<b>REALITAS</b>
	Dalam bahasa tulis, seperti dokumen wawancara, transkrip, dan sebagainya. Dalam televisi seperti perilaku, <i>make up</i> , pakaian, ucapan, gerak-gerik, dan sebagainya.
<b>KEDUA</b>	<b>REPRESENTASI</b>
	Elemen tadi ditandakan secara teknis. Dalam bahasa tulis seperti kata, proposisi, kalimat, foto, <i>caption</i> , grafik, dan sebagainya. Dalam TV seperti kamera, musik, tata cahaya, dan lain-lain.  Elemen-elemen tersebut ditransmisikan ke dalam kode representasional yang memasukkan di antaranya bagaimana objek digambarkan (karakter, narasi, <i>setting</i> , dialog, dan lain-lain).
<b>KETIGA</b>	<b>IDEOLOGI</b>
	Semua elemen diorganisasikan dalam koherensi dan kode-kode ideology, seperti individualisme, liberalisme, sosialisme, patriarki, ras, kelas, materialisme, dan sebagainya.

(Fiske, 1987 dikutip dalam Wibowo, 2011, h. 123)

Realitas di dalam proses ini berupa peristiwa atau ide yang dikonstruksi sebagai realitas oleh media ke dalam bentuk bahasa gambar, misalnya aspek-aspek seperti pakaian, lingkungan, ucapan, ekspresi, dan lain-lain.

Di dalam proses representasi, realitas digambarkan ke dalam perangkat-perangkat teknis, seperti bahasa tulis, gambar, grafik, animasi, dan lain-lain.



Sampai di tahap ideologis, peristiwa-peristiwa dihubungkan dan diorganisasikan ke dalam konvensi-konvensi yang diterima secara ideologis. Bagaimana kode-kode representasi tersebut dihubungkan dan diorganisasikan ke dalam koherensi sosial atau kepercayaan yang dominan di dalam masyarakat (Wibowo, 2011, h. 123)

## **2.3 Film dan Propaganda**

### **2.3.1 Film sebagai bagian dari media massa**

Fungsi media massa adalah untuk memberi informasi, untuk mendidik, dan untuk menghibur. Media massa dapat dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

1. Media cetak (*Printed Media*), adalah media massa yang dicetak dalam lembaran kertas, meliputi koran atau surat kabar, tabloid, majalah, buku, *newsletter*, buletin, *leaflet*, brosur, pamphlet, poster, katalog, *flier*, *billboard*, megatron, baliho, dan *banner*.

Isi media massa umumnya terbagi tiga bagian atau tiga jenis tulisan, yaitu berita, opini, dan *feature*.

2. Media elektronik (*Electronic Media*), adalah jenis media massa yang isinya disebarluaskan melalui suara atau gambar dengan menggunakan teknologi elektro, seperti radio, televisi, dan film.

3. Media Online (*Online Media* atau *Cybermedia*), yakni media massa yang menggunakan internet (situs web) sebagai pengirim berita utamanya ke seluruh penjuru dunia (Prihatiny, 2011).

Berdasarkan UU Nomor 8 Tahun 1992 pasal 1 ayat (1) tentang Perfilman disebutkan bahwa yang dimaksud dengan film adalah karya cipta seni dan budaya yang merupakan media komunikasi massa pandangdengar yang dibuat berdasarkan asas sinematografi dengan direkam pada pita seluloid, pita video, piringan video/atau bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala bentuk, jenis dan ukuran melalui proses kimiawi, proses elektronika, atau proses lainnya, dengan atau tanpa suara, yang dapat dipertunjukkan dan/atau ditayangkan dengan sistem mekanik, elektronik, dan/atau lainnya (KPI, 1992).

Sebagai media massa, film digunakan sebagai media yang merefleksikan realitas, atau bahkan membentuk realitas (Simanjuntak, para. 1). Melalui karakternya yang audio visual, film menjadi media yang kuat dalam menyampaikan pesan kepada khalayak yang multikultur dan lintas kelas sosial.

### **2.3.2 Propaganda sebagai bagian dari komunikasi politik**

Propaganda adalah suatu kegiatan komunikasi yang erat kaitannya dengan persuasi. Propaganda diartikan sebagai proses diseminasi informasi untuk memengaruhi sikap dan tingkah laku seseorang atau

kelompok masyarakat dengan motif indoktrinasi ideologi. Tujuan propaganda adalah untuk mengubah alam pikiran kognitif dan membangkitkan emosi para targetnya. Propaganda kerap digunakan sebagai sarana untuk ‘memenangkan peperangan di luar medan perang’. Dalam konteks ini, hal terpenting adalah desain propaganda sengaja dirancang untuk memberikan informasi yang berdaya pengaruh kuat saat menerpa target yang mendengar atau melihatnya. Pada pokoknya, propaganda dilancarkan untuk memengaruhi pikiran, perasaan, serta tindakan massa di manapun, baik di Negara sendiri maupun di negara lain, baik negara lawan maupun negara kawan (Shoelhi, 2012, h. 50).

Santosa Sastroputro (1991 dikutip dalam Shoelhi, 2012, h. 51-52) menyatakan bahwa komponen propaganda adalah sebagai berikut:

1. Komunikator atau propagandis, yaitu seseorang yang dilembagakan atau lembaga yang menyampaikan pesan dengan isi dan tujuan tertentu.
2. Komunikan atau target propaganda, yaitu massa penerima pesan yang—setelah terkena paparan propaganda—diharapkan akan melakukan sesuatu sikap atau tindakan sesuai pola yang ditentukan oleh komunikator atau propagandis.
3. Pesan tertentu yang telah di-*encode* atau dirumuskan sedemikian rupa agar tujuan dapat tercapai secara efektif

4. Sarana atau medium yang tepat dan sesuai atau serasi dengan situasi dan kondisi komunikasi atau target propaganda.
5. Teknik yang seefektif mungkin, yang dapat memberikan pengaruh dan mampu mendorong target propaganda melakukan sesuatu sesuai dengan keinginan atau pola yang ditentukan propagandis.
6. Kondisi dan situasi yang memungkinkan dilakukannya kegiatan propaganda bersangkutan.
7. Politik propaganda yang menentukan isi dan tujuan propaganda yang hendak dicapai.

McLung dan Lee (eds. 1939, h. 6-11) mengungkapkan teknik-teknik propaganda yang biasanya dilakukan oleh propagandis:

1. *Name Calling*, yaitu memberikan label buruk kepada sebuah ide untuk membuat kita menolak dan mengutuk ide tersebut tanpa memeriksa bukti-bukti terlebih dahulu. Teknik propaganda ini telah memainkan peranan yang sangat kuat dalam sejarah dunia dan dalam pengembangan pribadi kita sendiri.
2. *Glittering Generalities*, yaitu mengasosiasikan sesuatu dengan “kata-kata yang baik” yang digunakan untuk membuat kita menerima dan menyetujui suatu hal tanpa memeriksa bukti.

Singkatnya, *glittering generalities* adalah kebalikan dari *name calling*.

3. *Transfer*, yaitu mengidentifikasi suatu maksud dengan lambang otoritas, sanksi, dan prestis atas sesuatu yang dihormati atau dipuja yang akan menyetir emosi kita.
4. *Testimonial*, yaitu teknik untuk memperoleh ucapan orang yang dihormati atau dibenci untuk mempromosikan atau meremehkan suatu maksud. Testimonial digunakan oleh propagandis yang sangat handal untuk meyakinkan kita akan sebuah ide sebelum kita mengkritisi atau menelusuri bukti-bukti terlebih dahulu.
5. *Plain Folks*, yaitu teknik di mana pembicara mencoba untuk meyakinkan pendengarnya bahwa ia dan ide-idenya merupakan hal yang baik. Pembicara menciptakan gambaran bahwa ia berpihak kepada khalayaknya dalam usaha bersama yang kolaboratif.
6. *Card Stacking*, yaitu memilih dengan teliti pernyataan yang akurat dan tidak akurat, logis dan tidak logis, dan sebagainya untuk membangun suatu kasus.

7. *Bandwagon*, yaitu teknik untuk membuat kita mengikuti orang banyak dan menerima program propagandis secara keseluruhan dan tanpa memeriksa bukti-bukti yang mendukung atau menentang hal tersebut.

Selain itu, propaganda juga dapat digolongkan menurut sifatnya (Shoelhi, 2012, h. 43-44), yaitu:

1. *White propaganda*, yaitu propaganda putih yang dilakukan secara terbuka. Isi pesan yang disampaikan serta sumbernya jelas. Propaganda ini sering juga disebut *overt propaganda* atau propaganda terbuka, sering digunakan untuk menyebarkan informasi atau ideologi dengan menyebut sumber dan dilakukan secara terang-terangan.
2. *Black propaganda*, yaitu propaganda hitam yang dilancarkan secara licik sebagai senjata taktis untuk menipu, penuh kepalsuan, tidak jujur, tidak mengenal etika, dan cenderung berpikir sepihak. Propaganda ini tidak menunjukkan sumber yang sebenarnya, bahkan kerap juga menuduh sumber lain yang melakukan kegiatan tersebut. Propaganda ini disebut juga *covert propaganda* atau propaganda terselubung. Propaganda ini bagaikan istilah ‘lempar batu sembunyi tangan’, atau istilah ‘menghantam dengan meminjam tangan orang lain’, kerap digunakan saat

suasana genting atau pada waktu perang untuk menjatuhkan moral lawan.

3. *Grey propaganda*, yaitu propaganda abu-abu yang dilakukan oleh kelompok atau sumber yang tidak jelas. Biasanya isi pesannya menimbulkan keraguan, untuk mengacaukan pikiran orang, adu domba, intrik, dan gosip. Propaganda ini memang sengaja dirancang sedemikian agar massa menjadi ragu atas suatu persoalan yang tengah berkembang. Oleh karena itu, ada yang menganggapnya sama seperti menanggapi propaganda hitam atau propaganda terselubung yang kurang mantap.
4. *Rational propaganda*, atau propaganda rasional, yaitu propaganda yang mengungkap dengan jelas sumbernya dan tujuannya pun dijelaskan secara rasional.

### **2.3.3 Film sebagai media propaganda**

Dengan mengangkat tema realitas sosial masyarakat guna memperlihatkan kepada khalayak adanya sisi lain kehidupan masyarakat, dapat dikatakan bahwa film merupakan sebuah media untuk berkreasi yang tak bisa dipisahkan dari konteks masyarakat yang memproduksi dan mengonsumsinya.

Melihat kekuatan dan kemampuan sebuah film dalam menjangkau banyak segmen sosial, film memiliki potensi untuk memengaruhi

khalayak. Film merupakan dokumen kehidupan sosial sebuah komunitas yang mewakili realitas kelompok masyarakat. Baik realitas bentuk imajinasi ataupun realitas dalam arti sebenarnya. Perkembangan film begitu cepat dan tidak terprediksi, membuat film semakin disadari sebagai fenomena budaya yang progresif.

Film sangat besar pengaruhnya dan paling banyak digunakan sebagai alat propaganda, baik secara terang-terangan maupun secara terselubung. Pemimpin yang ingin mencapai kinerja kepemimpinan optimal dengan massa pengikut yang luas dan dikenang sepanjang zaman, akan memilih propaganda sebagai alat untuk menanamkan pengaruh yang kokoh di tengah massanya (Shoelhi, 2012, h. 157).

Dalam perkembangannya, film tidak hanya dijadikan sebagai media hiburan semata, tetapi juga digunakan sebagai alat propaganda, terutama menyangkut tujuan sosial atau nasional. Berdasarkan pada pencapaiannya yang menggambarkan realitas, film dapat memberikan imbas secara emosional dan popularitas karena film mempunyai pengaruh besar terhadap jiwa manusia (Rani, 2011, h. 2-3)

McQuail (1994, h. 14) mengatakan bahwa ada semacam aneka pengaruh yang menyatu dan mendorong kecenderungan sejarah film menuju ke penerapannya yang bersifat didaktik-propagandis, atau dengan kata lain bersifat manipulatif. Mungkin karena pada dasarnya film memang mudah dipengaruhi oleh tujuan yang manipulatif. Sehingga film memiliki efektifitas yang tinggi jika digunakan sebagai media propaganda.



## 2.4 Komunikasi Makna dan Tanda

Gejala penandaan tidak bisa lepas di dalam komunikasi sehari-hari yang dilakukan oleh manusia yang pada dasarnya hidup di dalam dunia tanda yang memengaruhi cara-cara untuk bertindak dan berinteraksi (Littlejohn, 1996, h. 64).

Di dalam bukunya, Wilbur Schramm (1973, h. 64) berpendapat bahwa makna selalu bersifat individual, di mana makna dibangun berdasarkan pengalaman pribadi atau kombinasi tanggapan yang berbeda-beda di antara dua individu. Makna hadir akibat adanya rangsangan dari luar diri manusia. Rangsangan tersebut berupa sebuah pesan komunikasi yang terdiri dari seperangkat tanda-tanda dan tanda-tanda ini kemudian ditanggapi di dalam diri manusia dan menghasilkan suatu pemaknaan (Shimp, 1997, h. 108).

Ahli semiotika Umberto Eco menyebut tanda sebagai suatu 'kebohongan' dan di dalam Tanda ada sesuatu yang tersembunyi di baliknya dan bukan merupakan Tanda itu sendiri. Tanda merupakan cerminan dari sebuah realitas yang dikonstruksikan lewat kata-kata. Menurut Saussure, persepsi dan pandangan kita tentang realitas dikonstruksikan oleh kata-kata dan tanda-tanda lain yang digunakan dalam konteks sosial (Wibowo, 2009, h.8-9). Jadi, tanda merupakan suatu media untuk mengemas maksud atau pesan dalam setiap peristiwa komunikasi dimana manusia saling melempar tanda tanda tertentu dan dari tanda tanda itu terstrukturulah suatu makna makna tertentu yang berhubungan dengan eksistensi masing masing individu.

Karena makna dari tanda berbeda beda pada setiap individu maka tanda dikatakan bersifat arbiter, yaitu setiap tanda memiliki makna yang berbeda di

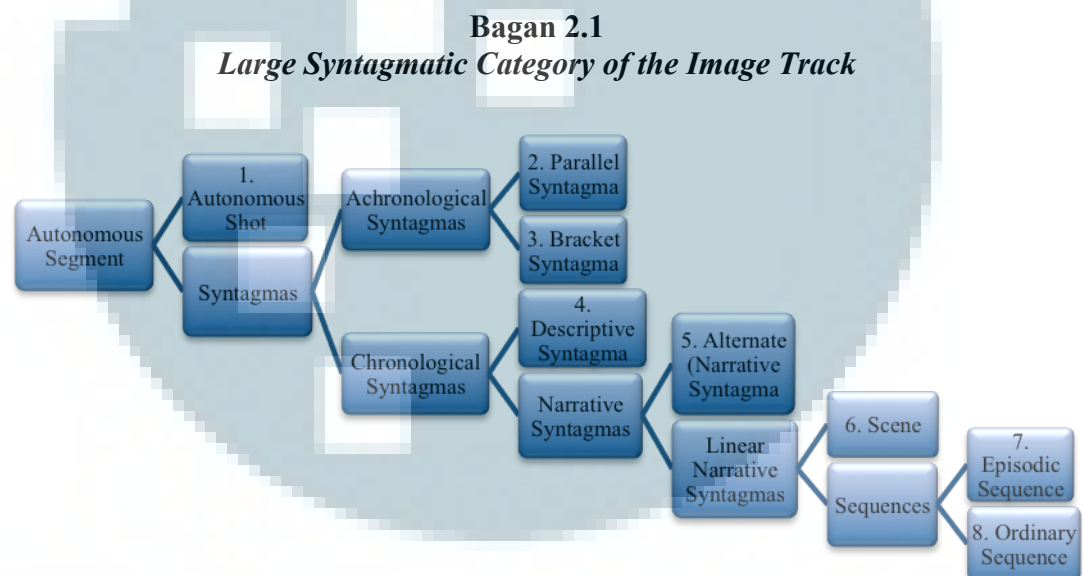
setiap bingkai pengalaman dan budaya seorang individu. Dari hubungan makna tanda yang tercipta antara komunikator dan komunikan tercapailah suatu bentuk konvensi, konvensi tentang tanda yang di mengerti bersama oleh peserta komunikasi ini disebut kode (Cobley dan Jansz, 2002, h. 12-13).

## 2.5 Semiotika Film Christian Metz

Di dalam buku *Film Language*, Metz menganalisa sebuah film melalui apa yang disebut sebagai Analisis Sintagmatik. Dapat diartikan sebagai sebuah analisis yang melibatkan bagaimana masing-masing *shot*, adegan (*scene*), atau urutan (*sequence*) saling terkait satu sama lain untuk menguraikan kategori sintagmatik dalam film narasi (Metz, 1974, h. 119-133).

Metz berpendapat bahwa modus utama analisis untuk film (dan implikasinya) didasarkan pada hubungan sintagmatik, yaitu sebuah makna yang dikembangkan dan diartikulasikan melalui ekspresi rantai sementara dari sebagian otonom. Hal ini sangat berbeda dengan model bahasa alami, dan sangat berbeda dengan bagaimana kita bisa memahami puisi dan ucapan-ucapan kreatif lainnya. Berdasarkan hal ini, Metz mengembangkan serangkaian yang terbagi dalam dua cabang di dalam hubungan sintagmatik. Skema Metz berasal dari serangkaian oposisi sederhana, di mana setiap perbedaan berkisar pada apa yang dapat dicirikan sebagai urutan plot (terus menerus atau diskontinyu) dan waktu cerita (terus menerus atau diskontinyu). Hal ini menghasilkan serangkaian kelompok sintagmatik yang kemudian dapat dipasangkan pada setiap divisi yang dapat dibagi lagi berdasarkan pembagian sederhana (Miles, 2004, para. 1-2).

Sintagmatik sendiri memiliki arti sebagai segala sesuatu yang ada dalam bahasa didasarkan atas relasi-relasi yang merujuk kepada hubungan *in prasentia* (waktu sekarang) antara sebuah kata dengan lainnya, di dalam ujaran atau tindak tutur tertentu. Karena tuturan selalu diekspresikan sebagai suatu rangkaian tanda-tanda verbal dalam dimensi waktu, maka relasi-relasi sintagmatik disebut relasi linier yang ada dalam proses komunikasi verbal (Awiyat, 2009, h. 23)



(Metz, 1974, h. 146).

Tipe-tipe sintagmatik yang dapat diidentifikasi dalam film (metode secara induktif) tetapi akhirnya tersampaikan dalam sistem tersebut (metode deduktif) dan dari hal itu terdapat 8 tipe sintagmatis utama.

Metz mengkategorikan 8 tipe utama *autonomous segment* yang disebut *sequences* (tetapi untuk selanjutnya Metz hanya akan menggunakan terminologi

*sequence* untuk dua dari delapan tipe tersebut, yaitu tipe 7 dan tipe 8. Berikut ini adalah penjelasan mengenai tipe-tipe sintagmatik (Metz, 1974, h. 123-131):

1. *Autonomous segment*

Dalam konteks ini, terminologi “otonomi” dari istilah *autonomous segment* itu bukan merupakan tanda bahwa tiap segmen bisa berdiri sendiri (otonomi) karena tiap segmen baru mencapai tujuan utama jika itu dikemas sebagai suatu kesatuan. Maka dari itu, *autonomous segment* adalah kesatuan atau keseluruhan dari suatu film.

1. (1) *Autonomous Shot*

Merupakan suatu *single shot* yang menunjukkan keseluruhan segmen atau episode dalam suatu plot film. Satu *shot* sama dengan satu segmen. *Autonomous shot* memiliki dua subdivisi. Subdivisi pertama terdiri dari satu sintagmatik subtype, yaitu *sequence shot*. Subdivisi kedua terdiri dari empat sintagmatik subtype yang disebut sebagai *insert* dan diidentifikasi menurut fungsi masing-masing.

- a. *Sequence Shot* yang mengelaborasi aksi utama.
- b. *Nondiegetic Insert* menunjukkan sebuah objek yang berada di luar aksi film. Metz menggambarkan hal ini sebagai penggunaan tertentu dari apa yang dikenal sebagai *cutaway*. Sebuah *cutaway* adalah *shot* yang dimasukkan ke dalam aksi utama untuk menunjukkan sesuatu yang lain di lokasi yang berbeda .

c. *Subjective Insert* yang tidak menampilkan karakter utama, namun menampilkan sudut pandang dari karakter tersebut, seperti kenangan, mimpi, ketakutan, atau antisipasi.

d. *Displaced Diegetic Insert* yang merupakan sebuah *cutaway* dari satu aksi *shot* yang terjadi di tempat lain.

e. *Explanatory Insert* yang menunjukkan suatu detail dari suatu *scene*.

## 2. *Syntagmas*

*Syntagmas* merupakan sebuah unit linguistik yang terdiri dari fonem, kata, atau frase yang berada dalam hubungan berurutan satu sama lain.

## 3. *Achronological Syntagma*

Sintagma Akronologis adalah segmen otonom yang terdiri dari beberapa *shot* di mana sekuens tidak tampil berurutan. Ada dua bentuk segmen ini akronologikal untuk Metz, yaitu *parallel* dan *bracket syntagma*.

## 4. *Parallel Syntagma (2)*

Metz lebih memilih untuk menggunakan terminologi *parallel syntagma* ketimbang *parallel montage sequence* karena ia akan menggunakan terminologi *sequence* untuk maksud selanjutnya yang lain. Definisi dari sintagma paralel adalah penggabungan dua atau lebih jalan cerita yang berbeda dan tidak memiliki hubungan secara langsung (secara waktu

ataupun tempat). Sintagma paralel memiliki nilai simbolik yang langsung dapat diambil (saat suatu adegan menunjukkan kehidupan orang kaya dan kehidupan orang miskin, gambaran ketenangan kontras dengan gambaran kekacauan, pengambilan gambar dari kota yang mewah dan pengambilan gambar dari perkampungan yang sederhana, pengambilan gambar dari laut dan pengambilan gambar dari ladang gandum, dan lain-lain).

#### 5. *Bracket Syntagma (3)*

*Bracket syntagma* dapat didefinisikan sebagai serangkaian adegan yang singkat yang mewakili peristiwa atau kejadian yang sedang berlangsung di dalam film. Dengan kata lain, *bracket syntagma* memberi gambaran singkat tentang inti cerita (maka dari itu biasanya terletak di awal cerita).

#### 6. *Chronological Syntagma*

Kebalikan dari *achronological syntagma*, *chronological syntagma* terdiri dari beberapa *shot* berurutan—dengan kata lain, sintagma kronologis ingin menunjukkan dua bidang tindakan yang terjadi pada saat yang sama (penggunaan kata “sementara...”) atau mungkin yang terjadi berurutan (penggunaan kalimat “jika..., maka...”).

#### 7. *Descriptive Syntagma (4)*

Merupakan satu-satunya contoh sikap konsekutif dalam layar yang tidak berkorespondensi terhadap sikap konsekutif secara diegetis (harus diingat

bahwa layar menunjukkan lokasi dari si penanda sementara diegesis menunjukkan lokasi dari yang ditandakan oleh si penanda), sintagma deskriptif merupakan hubungan antara semua motif berurutan yang disajikan di layar sebagai salah satu simultan yang digunakan untuk menjelaskan suatu *setting* dari objek, bukan subjek. Contohnya: deskripsi dari suatu pemandangan (sebuah pohon, diikuti dengan pengambilan gambar arus air di sebelah pohon tersebut, diikuti dengan pengambilan gambar dari bukit yang terlihat dari pohon tersebut).

#### 8. *Narrative Syntagma*

Saat di mana segmen otonom tidak deskriptif (misalnya, tidak menceritakan peristiwa) dan konsisten secara kronologis, maka Metz memberikan kategori sintagma narasi yang memiliki dua kemungkinan bentuk: mungkin mencakup serangkaian progresif tunggal suatu peristiwa cerita atau mungkin diselingi dua atau lebih dari peristiwa cerita yang progresif. Seperti *descriptive syntagma*, *narrative syntagma* adalah sintagma kronologis dan menunjukkan hubungan sementara yang didefinisikan oleh diegesis atau alur cerita.

#### 9. *Alternate Syntagma (5)*

Digunakan untuk untuk menjelaskan dua kejadian atau lebih dalam satu waktu bersamaan. Berbeda dengan sintagma paralel, *alternate syntagma*

terjadi dalam cerita yang sama dan memiliki hubungan secara langsung (secara waktu dan tempat).

#### 10. *Linear Narrative Syntagmas*

Sebuah rangkaian peristiwa tunggal yang menghubungkan semua tindakan yang terlihat pada gambar. Rangkaian peristiwa ini bersifat sementara dan dapat terjadi secara terus-menerus atau terputus-putus.

#### 11. *Scene (6)*

Digunakan untuk menjelaskan kejadian spesifik di tempat dan waktu yang spesifik pula. Contoh: adegan percakapan.

#### 12. *Sequences*

Sekuens adalah peristiwa temporal yang terputus-putus. Sekuens harus dibedakan dari *scene* di mana kontinuitas cerita dipertahankan sehingga menjadi urutan yang tepat.

#### 13. *Episodic Sequence (7)*

*Episodic Sequence* digunakan untuk menyingkat waktu secara kronologis, berurutan, dan simbolis.



#### 14. Ordinary Sequence (8)

*Ordinary Sequence* digunakan untuk memuat satu aksi dari *shot* yang hanya hal-hal penting saja; sama seperti *Episodic sequence*, namun sekuens ini tidak digunakan secara berurutan.

### 2.6 Kerangka Pemikiran

**Bagan 2.2**  
**Kerangka Pemikiran**

