

BAB I

PENDAHULUAN

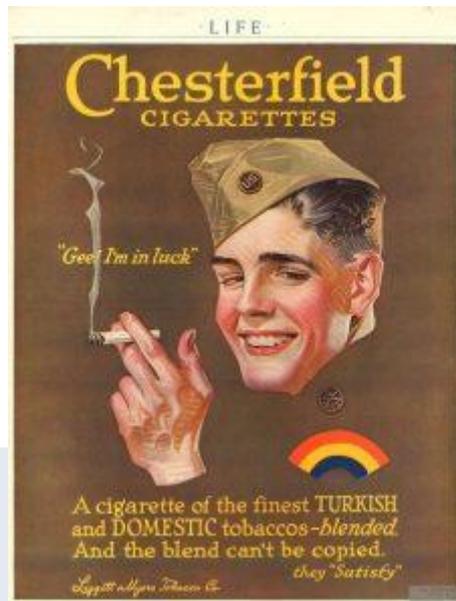
1.1 Latar Belakang Penelitian

Media memiliki peran yang kuat dalam membentuk persepsi audiensnya. Media tidak hanya menampilkan realitas sebagaimana adanya, tetapi juga memilih dan membingkai isu-isu tertentu yang ingin disorot. Dalam proses ini, media membentuk cara pandang publik terhadap dunia, karena kenyataan yang ditampilkan telah melalui proses seleksi dan penyesuaian sesuai agenda media itu sendiri. Ketika media terus-menerus menyoroti isu tertentu, hal tersebut dapat membentuk prioritas perhatian masyarakat. Apa yang dianggap penting oleh media cenderung ikut dianggap penting oleh publik, dan pada akhirnya dapat memengaruhi kebijakan yang diambil oleh para pengambil keputusan. Namun, hubungan ini bersifat dua arah, masyarakat dan pembuat kebijakan juga bisa memengaruhi apa yang diliput oleh media melalui tekanan sosial, opini publik, atau keputusan strategis mereka (West & Turner, 2021, p. 184).

Kekuatan media memengaruhi berbagai kelompok dalam masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pertama, publik umum merupakan pihak yang paling luas terdampak, di mana media membentuk opini dan persepsi sosial melalui penyajian isu, nilai, serta framing tertentu. Apa yang dianggap penting oleh media sering kali dianggap penting pula oleh masyarakat, meskipun belum tentu sesuai dengan realitas objektif (Wiryany & Pratami, 2019, p. 29). Kedua, pembuat kebijakan juga tidak lepas dari pengaruh media. Tekanan publik yang dibentuk oleh pemberitaan media dapat mendorong para pengambil keputusan untuk merespons isu tertentu dengan cepat, karena perhatian media dapat menentukan arah kebijakan. Ketiga, kelompok marginal, seperti kelompok minoritas, masyarakat miskin, atau kelompok rentan lainnya, sering kali mengalami representasi yang tidak adil atau bahkan dihilangkan sama sekali dari media arus utama. Representasi negatif atau stereotip dapat memperkuat stigma sosial, sementara ketiadaan representasi membuat suara mereka tidak terdengar dalam wacana publik (Amanu

& Letikarmila, 2021, p. 6). Terakhir, generasi muda merupakan kelompok yang sangat rentan terhadap pengaruh media. Melalui paparan konten visual, tokoh populer, dan media sosial, generasi muda cenderung meniru perilaku, gaya hidup, bahkan nilai-nilai yang mereka lihat tanpa memiliki kemampuan kritis yang matang. Media turut membentuk identitas, gaya bahasa, hingga persepsi terhadap diri dan dunia luar pada kalangan remaja (Nurrizka, 2020, p. 36). Oleh karena itu, kekuatan media bukan hanya terletak pada kemampuannya menyampaikan informasi, tetapi juga dalam membentuk struktur kesadaran dan orientasi perilaku di berbagai lapisan masyarakat.

Salah satu contoh kekuatan media bisa dilihat dari bagaimana media menggiring opini atau pandangan publik terhadap produk rokok. Pada saat penelitian ini dibuat, banyak aturan atau *guidelines* yang perlu diterapkan dalam pembuatan iklan rokok. Iklan rokok dilarang menampilkan bentuk fisik rokok secara langsung, mencantumkan nama merek yang secara eksplisit menunjukkan produk tembakau, maupun menyarankan konsumsi rokok dalam bentuk apa pun. Selain itu, iklan tidak boleh menggunakan pernyataan yang bersifat menyesatkan, serta tidak diperkenankan menampilkan anak-anak, remaja, wanita hamil, atau karakter bergaya kartun. Setiap iklan rokok juga diwajibkan mencantumkan keterangan bahwa merokok hanya diperuntukkan bagi individu berusia 18 tahun ke atas (Damaiana, 2023). Peraturan-peraturan ini ada tentu karena pengaruh merokok yang buruk bagi kesehatan. Media-media memberikan opini yang dilandaskan juga dengan WHO secara langsung mengenai dampak buruk merokok. Merokok merupakan salah satu penyebab utama kematian yang dapat dicegah di dunia. Menurut data WHO, konsumsi tembakau menyebabkan lebih dari 8 juta kematian setiap tahun, termasuk sekitar 1,3 juta di antaranya berasal dari paparan asap rokok oleh perokok pasif. Merokok berkontribusi besar terhadap berbagai penyakit kronis seperti kanker paru-paru, penyakit jantung, stroke, diabetes, dan gangguan pernapasan seperti PPOK. Anak-anak dan wanita hamil yang terpapar asap rokok berisiko tinggi mengalami komplikasi kesehatan serius, termasuk infeksi saluran pernapasan dan kematian bayi mendadak (World Health Organization, 2025).



Gambar 1. 1 Chesterfield advertisement *Life*
Sumber: (The University of Alabama, 1919)

Di sisi lain, iklan pada era perang dunia 1 memiliki perbedaan dengan aturan-aturan yang ada sekarang. Contoh di atas merupakan iklan yang menampilkan seorang tentara di mana terdapat slogan "A cigarette of the finest *TURKISH and Domestic tobaccos-blended. And the blend can't be copied.*" Bisa dilihat pemasaran rokok pada era perang dunia bahwa rokok sering diasosiasikan dengan tentara. Tentu iklan-iklan rokok pada era perang dunia lebih terlihat dan jelas dalam memasarkan produknya dibanding zaman sekarang, Bahkan rokok direkomendasikan oleh dokter-dokter. Perusahaan rokok menjalankan kampanye yang dirancang secara strategis dan berlangsung selama beberapa dekade untuk memengaruhi dokter spesialis tenggorokan agar meredakan kekhawatiran masyarakat yang semakin meningkat terhadap dampak negatif merokok terhadap kesehatan. Upaya ini dimulai sejak tahun 1920-an dan terus berlanjut selama lebih dari setengah abad (Standford Medicine, 2012). Hal ini juga menyebabkan pastinya adanya perbedaan pemaknaan antara masyarakat zaman sekarang dengan masyarakat yang hidup di era perang dunia mengenai perilaku merokok. Dari pandangan dokter yang didukung oleh media sekitar yang ikut serta dalam peningkatan risiko merokok. Menurut Utari (2020, p. 302), anak remaja yang menggunakan yang sering terpapar konten rokok di media sosial akan cenderung merokok juga, sehingga pada masa sekarang penggunaan media sosial yang lebih

sering dikaitkan dengan kemungkinan lebih tinggi untuk menggunakan rokok saat ini. Hubungan ini bersifat independen dari faktor lain yang berhubungan dengan peningkatan kebiasaan merokok. Hal ini dikarenakan perusahaan rokok memanfaatkan media sosial untuk mengiklankan dan mempromosikan produk mereka seperti iklan langsung yang ditargetkan secara algoritmik serta penggunaan influencer media sosial berbayar yang menampilkan merokok dan vaping sebagai aktivitas yang modis dan menarik. Semakin banyak waktu yang dihabiskan di media sosial, semakin besar kemungkinan individu terpapar bentuk pengaruh semacam ini. Penggunaan media sosial yang tinggi dapat meningkatkan kerentanan terhadap perilaku adiktif lainnya, seperti merokok. Sebagai ruang yang sebagian besar tidak diawasi oleh orang tua atau pengasuh, penggunaan media sosial dapat mendorong perilaku yang bersifat transgresif, termasuk merokok (Hopkinson et al., 2024).

Untuk mengerti perbedaan opini mengenai merokok, maka harus mengerti konteks dari merokok pada zaman perang dunia 1 terlebih dahulu. Merokok secara umum merujuk pada tindakan menghisap asap dari bahan tembakau yang dibakar, baik menggunakan rokok, cerutu, pipa, atau alat lainnya. Proses merokok biasanya dimulai dengan menyalakan ujung tembakau, menghisap asap melalui mulut, menahannya sebentar di paru-paru (pada rokok yang dihisap dalam), dan menghembuskannya kembali ke udara (World Health Organization, 2021, p. 24). Dalam konteks sosial budaya, tindakan ini memiliki banyak makna, mulai dari simbol kedewasaan, pelarian emosional, hingga pernyataan status. Dalam sejarah, merokok bahkan dilakukan dengan gaya tertentu, cara menggenggam rokok, waktu menyalakannya, dan dengan siapa kegiatan itu dilakukan bisa menjadi tanda status atau kondisi emosional tertentu. Oleh karena itu, merokok bukan hanya tindakan biologis semata, tetapi juga sarat makna sosial dan simbolik yang kompleks (Brandt, 2007, p. 243).

Penggunaan tembakau pertama kali berasal dari suku Indian di amerika. Mereka mempercayai dengan mengunyah tembakau merupakan bagian dari ritual spritual yang bertujuan untuk memuja dewa atau roh. Beberapa suku Indian, seperti suku Aztec dan Maya, telah lama memanfaatkan tembakau dalam kehidupan sehari-

hari. Selain digunakan dalam ritual keagamaan, tembakau juga sering dicampurkan ke dalam ramuan obat-obatan sebagai analgesik atau pereda nyeri. Pada tahun 1492, Christopher Columbus sebagai pendatang di pulau San Salvador disambut oleh suku Indian. Setelah itu ia membawa daun tembakau dan memperkenalkannya sebagai komoditas dagang ke Spanyol dan Portugis (Aspara, 2023). Seiring dengan penyebaran tembakau ke wilayah lainnya, penggunaan tembakau juga semakin meluas dan menjadi bagian dari budaya serta kebiasaan. Hal ini menyebabkan manfaat tembakau yang tadinya dipergunakan untuk makna sakral di Amerika menjadi memiliki makna yang luas. Sebagai contoh seperti masyarakat Inggris yang mengonsumsi tembakau dengan menggunakan pipa (Prasetyo, 2023). Di daerah terpencil seperti di Prancis dan Spanyol, penduduk miskin mulai merokok cerutu yang mereka linting sendiri secara manual, sehingga menciptakan alternatif merokok yang lebih terjangkau. Popularitas cerutu semakin menyebar pada akhir abad ke-19 hingga awal abad ke-20. Kemajuan mekanisasi, terutama setelah penemuan mesin pelinting rokok memungkinkan produksi massal yang lebih cepat, menekan biaya, dan memperluas akses rokok ke masyarakat umum (Prasetyo, 2023).

Industri tembakau menargetkan promosi mereka kepada berbagai lapisan masyarakat. Perusahaan-perusahaan besar memanfaatkan pengaruh mereka untuk membentuk persepsi bahwa merokok adalah kebiasaan umum yang dapat diterima oleh semua gender, kelas sosial, serta kelompok usia. Hal ini juga menyebabkan mudahnya penyebaran tembakau (Prasetyo, 2023). Pada tahun 1991, industri tembakau menghabiskan sekitar \$4,6 miliar untuk periklanan dan promosi konsumsi rokok, yang setara dengan lebih dari \$12,6 juta per hari atau \$8.750 per menit. Selain itu, lebih dari \$100 juta dialokasikan untuk pemasaran produk tembakau tanpa asap. Selama 15 tahun terakhir, pengeluaran industri tembakau untuk pemasaran hampir meningkat empat kali lipat, meskipun terjadi penurunan dalam konsumsi tembakau. Setiap harinya, sekitar 3.500 orang di Amerika Serikat berhenti merokok, sementara 1.200 orang lainnya, terdiri dari konsumen tembakau saat ini maupun mantan perokok meninggal akibat penyakit yang berhubungan dengan rokok. Untuk menjaga stabilitas tingkat konsumsi dan pendapatan, industri

tembakau perlu merekrut sekitar 5.000 perokok baru setiap hari, atau sekitar 2 juta per tahun. Hal ini didukung dari promosi atau *advertising* yang menggebu-gebu pada zamannya terhadap rokok dan tembakau (Lynch & Bonnie, 1994, p. 105). Di Asia sendiri, tembakau menyebar pada abad ke-16 oleh pelaut Spanyol, di mana cara penggunaannya dihisap dengan pipa, digulung dengan kertas, atau juga menggunakan daun jagung yang disebut rokok klobot (Prasetyo, 2023).

Pada awal abad ke-20, khususnya setelah perang dunia 1 (1914–1918), banyak veteran perang Inggris yang tidak mampu beradaptasi kembali ke kehidupan sipil. Banyak dari mereka menjadi pengangguran, mengalami trauma (PTSD), dan mengalami kesulitan ekonomi (Jackson, 2014, p. 55). Menurut sejarawan budaya visual, perilaku merokok di geng Inggris sendiri adalah bagian dari semacam “penampilan teatral”. Gangster sering ditampilkan atau menampilkan diri sebagai laki-laki yang tenang, dingin, dan berkuasa, dan rokok adalah alat bantu visual utama untuk itu. Saat sedang merokok, seorang gangster menunjukkan bahwa ia tidak tergesa-gesa. Menyalakan rokok di tengah ancaman kekerasan juga sebagai perilaku menunjukkan kontrol atas situasi (Mihailă, 2020).

Untuk menganalisa mengapa adanya perbedaan ini, dalam penelitian ini menggunakan film/serial agar mendapatkan konteks simbol merokok pada era perang dunia 1. Hal ini dapat membantu penelitian ini agar dapat menggambarkan suasana yang tepat pada latar tempat maupun waktu yang sesuai yaitu perang dunia. Film/serial TV adalah media komunikasi visual yang menggunakan gambar bergerak sebagai sarana untuk menyampaikan pesan-pesan tertentu. Proses pembuatan film/serial TV melibatkan banyak komponen seperti teknologi kamera, penggunaan warna, dan suara yang bekerja secara bersamaan untuk membentuk suasana yang imersif bagi penontonnya. Film juga dipandang sebagai bentuk seni pengetahuan yang beragam, seperti sutradara, penulis naskah, aktor, dan tim lainnya (Bordwell et al., 2024, p. 2). Di setiap adegan yang ditampilkan, terdapat usaha untuk menghadirkan informasi, cerita, dan pengalaman yang sering kali dikemas secara dramatis agar dapat terhubung dengan audiens. Hal ini dikarenakan dapat menarik perhatian penonton dan memengaruhi cara mereka memaknai berbagai peristiwa yang ditampilkan. Film bukan hanya sekadar menyampaikan

informasi dan ide, tetapi juga memperkenalkan pada tempat serta gaya hidup yang mungkin tidak diketahui sebelumnya. Meskipun manfaat ini penting, ada hal yang lebih mendalam yang ditawarkan oleh film. Film memberikan cara baru untuk melihat dan merasakan sesuatu, yang sering kali memuaskan secara emosional. Melalui film, audiens diajak untuk mengalami berbagai situasi. Pengalaman ini biasanya dibangun melalui cerita yang berfokus pada tokoh-tokoh yang membuat audiens peduli, namun film juga bisa menggali gagasan tertentu atau mengeksplorasi elemen visual dan tekstur suara (Bordwell et al., 2024, p. 2).

Walaupun banyak kemiripan, film dan Serial TV membawa pendekatan yang berbeda. Menurut CNN Indonesia (2023), hal yang paling menonjol pertama adalah bagian durasi, di mana tentu film diperuntukkan untuk hanya sekali duduk sehingga hanya beberapa jam saja, rata-rata dari 1,5-2 jam saja. Di sisi lain, Serial televisi memiliki keunikan dibandingkan dengan film, terutama dalam hal durasi dan format penayangannya. Jika film biasanya selesai dalam satu kali penayangan dengan durasi rata-rata 1,5 hingga 3 jam, serial televisi dapat berlangsung jauh lebih lama, sering kali menyebar selama berminggu-minggu atau bahkan berbulan-bulan. Sebagai contoh, terdapat serial yang memiliki durasi sekitar 1 jam untuk setiap episodnya, dengan jumlah total episode yang bervariasi, mulai dari 8, 10, hingga 12 episode atau lebih. Penayangan yang dilakukan secara berurutan ini menjadikan durasi keseluruhan serial jauh lebih panjang dibandingkan dengan film, memungkinkan pengembangan cerita dan karakter yang lebih mendalam. Dengan demikian, serial televisi mampu menawarkan pengalaman menonton yang lebih berkesinambungan dan kompleks bagi para penontonnya (CNN Indonesia, 2023).

Durasi dari film dan serial TV juga mengarah pada ojektif yang ingin disampaikan. Film diarahkan untuk audiens yang menikmati seluruh alur cerita sampai klimaks hanya dalam sekali menonton. Di sisi lain, serial TV mengarahkan audiens untuk terus menonton sehingga lupa waktu (*binge watching*). Hal ini didukung pada setiap ending di akhir episode yang menggantung agar audiens dapat penasaran dan menonton episode selanjutnya. Perkembangan karakter dalam serial TV tidak harus terjadi dalam 1 episode saja, tetapi seiring serial tersebut berjalan si

karakter akan terus berkembang. Hal ini menyebabkan serial TV lebih bisa memperdalam karakter seseorang (CNN Indonesia, 2023).

Contoh yang digunakan dalam penelitian ini adalah serial TV dan dalam penelitian ini mengambil contoh serial TV *Peaky Blinders* musim atau *season* yang kedua. Serial TV *Peaky Blinders* merupakan serial yang sudah dirilis dari tahun 2013. Sampai sekarang laporan ini ditulis, terdapat 6 musim dengan masing-masing memiliki 6 episode. Serial ini penting untuk dikaji karena dianggap sebagai salah satu tayangan televisi yang memiliki pengaruh budaya populer yang kuat, terutama dalam menampilkan simbolisme maskulinitas, kekerasan, dan gaya hidup merokok yang kuat pada masanya (Nurlaina, 2022, p. 30). Tema-tema seperti kriminal, kekeluargaan, politik, dan bisnis menjadi elemen utama yang mendukung latar serta plot dalam serial ini.

Peaky Blinders berhasil menggambarkan keadaan di tahun 1920 sesuai sejarah pasca perang dunia 1 secara akurat. Mulai dari mental, suasana latar, dan aktivitas-aktivitas lainnya (Nurlaina, 2022, p. 30). Para veteran perang sering kali mengalami trauma mendalam yang berusaha mereka hadapi dengan berbagai cara. Jika tidak mendapatkan bantuan profesional, trauma ini dapat meninggalkan dampak jangka panjang berupa *Post-Traumatic Stress Disorder* (PTSD). Sindrom PTSD berkaitan erat dengan ketegangan emosional yang serius, kecemasan, dan depresi. Selain itu, trauma perang juga dapat menyebabkan perubahan kepribadian dan perilaku agresif. Dalam banyak kasus, perilaku agresif ini tidak masuk akal, sering kali diarahkan kepada orang-orang secara acak, dengan tingkat kebrutalan yang tinggi. Trauma akibat perang dirasakan dengan cara yang sangat menyakitkan dan sering kali dialami dalam kesendirian. Ketika menghadapi ancaman langsung terhadap nyawa, setiap individu merasakan keterasingan yang mendalam. Trauma ini tidak hanya melibatkan ancaman kematian tetapi juga pengalaman menyaksikan kematian orang lain, cedera parah, kelelahan, kekurangan kebutuhan dasar, keharusan menjalankan perintah secara ketat, perasaan menjadi bagian dari mesin perang yang kejam, dan kewajiban untuk membunuh musuh (Piotrowski et al., 2020).

Penelitian ini, berfokus dalam aspek simbolik merokok pada serial TV *Peaky Blinders season* kedua yang menyampaikan suatu pesan tersirat tentang perilaku merokok. Tanda simbolik mengkomunikasikan suatu kebiasaan yang melekat dalam sebuah objek kepada interpretan, sebagai hasil dari keteraturan dalam hubungan antara tanda dan objek (Trifonas, 2015, p. 206). Simbol tidak memiliki hubungan langsung secara fisik (seperti kemiripan bentuk) maupun hubungan sebab-akibat dengan objek yang diwakilinya. Sebaliknya, simbol berfungsi karena adanya keteraturan atau aturan sosial yang disepakati bersama, sehingga makna dari simbol tersebut dipahami oleh penafsir (Trifonas, 2015, p. 242).

Seperti yang sudah dibahas di atas, penelitian ini menggunakan *season* kedua dari serial TV ini karena jika dibandingkan dengan musim-musim lainnya, *season* kedua lebih menampilkan adegan merokok yang lebih dominan, baik dari segi kuantitas maupun estetika visual. Tercatat Aktor Cillian Murphy sendiri telah menggunakan rokok palsu atau herbal sebanyak 3.000 batang pada *season* kedua ini (Barker, 2024). Thomas Shelby selaku tokoh utama, lebih sering digambarkan merokok dalam berbagai situasi, seperti saat berpikir, bernegosiasi, atau menghadapi tekanan emosional. Hal ini menciptakan asosiasi yang lebih kuat antara kegiatan merokok dan karakteristik tertentu seperti kecerdasan, ketangguhan, dan kendali atas situasi. Pada *season* ini, Thomas Shelby juga mulai memperluas pengaruhnya ke tingkat yang lebih tinggi, termasuk dunia bisnis dan politik di London sehingga dapat diperlihatkan juga beberapa kelas-kelas sosial dengan simbolisasi merokoknya.

Mengkaji serial TV tertentu seperti *Peaky Blinders* merupakan pilihan topik yang cukup segar dan menarik, terutama karena masih relatif jarang diteliti secara spesifik oleh peneliti lain. Topik ini memiliki daya tarik tersendiri karena mampu menghadirkan perspektif baru yang belum banyak dieksplorasi. Salah satu aspek yang menarik perhatian adalah kebiasaan merokok yang ditampilkan dalam serial ini. Berbeda dengan merokok di zaman modern, serial ini berfokus pada periode pasca Perang Dunia 1, tepatnya pada tahun 1921. Latar waktu tersebut menghadirkan gambaran unik tentang bagaimana merokok memiliki makna pada

masa itu, mencerminkan nilai-nilai sosial, budaya, dan gaya hidup yang berbeda secara signifikan dari era sekarang yang berbeda dengan sekarang. Iklan rokok pada zaman sekarang memiliki banyak aturan-aturan atau *guideline* agar tidak menampilkan produk rokok secara *hard selling* (World Health Organization, 2021, p. 24). Namun, di sisi lain, masih banyak masyarakat terutama anak remaja dalam melakukan aktivitas merokok. Umur yang paling banyak melakukan merokok adalah umur 13 sampai 22 di mana, masih menduduki kursi SMA (Mahmudah & Mirasari, 2020, p. 37). Hal ini juga perlu melihat keefektifan dari penggunaan film sebagai penyampai pesan. Menurut Anggelina (2020, p. 123), penggunaan film terhadap perokok aktif remaja pada sosialisasi kesehatan tentang bahaya merokok sangat berpengaruh. Terdapat 30% anak remaja yang memiliki niat berhenti merokok. Hal ini menandakan peran dari media film akan berpengaruh pada perilaku audiensnya. Jika dibalik, tontonan audiens ketika dipenuhi oleh adegan-adegan merokok. masyarakat yang sangat terpapar oleh adegan merokok di film memiliki kemungkinan dua sampai tiga kali lebih besar untuk merokok daripada mereka yang kurang terpapar (Ruhana, 2020).

Hal ini menyebabkan adanya kesenjangan penelitian terhadap penelitian-penelitian sebelumnya di mana fokus utama dari penelitian ini mengarah pada bagaimana simbolik merokok dalam serial TV era pasca perang dunia 1 memengaruhi persepsi budaya populer masa kini, tetapi juga memberikan kontribusi dalam memahami perubahan simbolik merokok dari waktu ke waktu. Sedikit juga penelitian yang secara spesifik meneliti bagaimana simbol merokok dalam serial TV terutama yang berlatar pasca perang dunia 1 yang membentuk makna simbolik tertentu (Hal ini bisa divalidasi dari penelitian terdahulu pada bab 2). Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan atau *research gap* tersebut dengan menerapkan analisis semiotika visual serta mengeksplorasi perkembangan makna simbolik merokok dalam budaya populer. Penelitian ini juga menyediakan pendekatan baru dengan titik fokus mengkaji simbolisme merokok dalam serial TV *Peaky Blinders season* kedua melalui kacamata Charles Sanders Peirce, yang masih jarang digunakan pada objek visual berlatar di era Perang Dunia 1.

Teori semiotika visual dari kacamata Peirce menjadi landasan teori yang akan digunakan dalam penelitian ini. Hal ini dikarenakan semiotika merupakan cabang ilmu yang membahas tentang tanda-tanda dan makna yang terkandung di dalamnya. Kajian ini mencakup analisis terhadap berbagai jenis tanda, baik yang bersifat linguistik seperti kata dan kalimat, maupun yang bersifat non-linguistik seperti gambar, suara, gestur, serta objek fisik lainnya. Berdasarkan jenis objek yang dianalisis, Peirce mengelompokkan tanda menjadi tiga kategori utama, yaitu ikon, indeks, dan simbol (Maharani et al., 2024, p. 115). Menurut pendekatan semiotika Peirce, unsur-unsur visual yang ditampilkan dalam film memiliki beberapa peran, tidak hanya sebagai bentuk *entertainment* atau hiburan, tetapi juga sebagai media penyampaian pesan moral dan nilai-nilai sosial yang bermakna bagi penonton (Yunus & Aswar, 2024, p. 78). Menurut Putra (2024, p. 5), analisis terhadap tanda-tanda dan penafsiran maknanya tidak dapat dipisahkan dari konteks latar belakang, seperti di mana suatu karya diciptakan, di mana karya tersebut akan ditampilkan, serta siapa audiens yang akan menjadi sasarannya. Berdasarkan penelitian terdahulu di bab 2, teori semiotika Peirce seringkali digunakan untuk memaknai tanda-tanda visual (termasuk film). Penelitian ini secara khusus menyoroti aktivitas merokok sebagai simbol sosial dan psikologis dengan pendekatan visual semiotika Peirce.

Untuk memperoleh analisa yang tepat maka langkah-langkah yang tepat adalah pertama akan mengambil adegan-adegan merokok di *season* kedua melalui platform *streaming* Netflix. Kedua akan dilakukan seleksi unit untuk dianalisa lebih dalam. Analisa dilakukan sesuai dengan teori semiotika Peirce mulai dari *representamen*, objek, dan *interpretant*. Untuk memudahkan analisa, konsep *mise en Scène* dapat membantu titik fokus yang akan dianalisa. Adegan yang memiliki kesamaan atau kemiripan di bagian *interpretant* akan menjadi Setiap adegan yang dipilih nantinya juga akan dianalisa berdasarkan ikon, indeks, dan simbol. Argumen-argumen yang ada akan didukung dengan sumber berupa penelitian lainnya, artikel, dan buku.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas serta merujuk pada sejarah yang ada, salah satu pesan tersirat yang disampaikan oleh serial TV *Peaky Blinders* adalah melalui adegan-adegan merokok yang sering muncul di dalamnya. Oleh karena itu, fokus penelitian ini diarahkan pada makna simbolik dari adegan merokok dalam serial tersebut. Dalam *Peaky Blinders*, khususnya pada *season* kedua, adegan merokok tidak hanya sekadar menggambarkan aktivitas sehari-hari, tetapi juga berfungsi sebagai simbol naratif yang bermakna. Rokok digunakan sebagai alat untuk merepresentasikan emosi, keadaan psikologis, serta dinamika perasaan karakter tertentu (Sæbø et al., 2017, p. 493). Selain itu, adegan-adegan ini juga sering kali menjadi medium yang memperkuat suasana, menunjukkan status sosial, atau menggambarkan konflik batin yang dialami oleh para karakter. Dengan kata lain, setiap kali adegan merokok muncul, terdapat tanda atau simbol yang ingin disampaikan, baik mengenai karakter tersebut maupun konteks sosial dan budaya yang melingkupinya, menjadikan rokok lebih dari sekadar atribut fisik, tetapi juga alat narasi yang signifikan. Dengan beragamnya aktivitas merokok dalam serial ini, bagaimana tanda-tanda yang ada menurut Charles Sanders (Ikon, Indeks, Simbol) merepresentasikan kebiasaan merokok sebagai status sosial maupun kondisi psikologis atau emosi dari si karakter dalam adegan-adegan *Peaky Blinders season* kedua? Teori Charles Sanders dipilih karena kemampuannya dalam menganalisa tanda secara mendalam menjadi ikon, indeks, dan simbol, yang relevan untuk menggali makna visual seperti aktivitas merokok dalam media visual.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, peneliti berusaha memahami makna simbolik tindakan merokok dengan menggunakan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce. Maka dari itu, terdapat 1 pertanyaan penelitian dengan 3 pertanyaan turunan untuk mendapatkan gambaran jelas mengenai makna simbolik dalam *Peaky Blinders season* kedua.

1. Bagaimana makna simbolik tindakan merokok yang ditampilkan karakter-karakter utama dalam serial TV Peaky Blinders menurut analisis semiotika Peirce?
2. Bagaimana ikon menggambarkan adegan merokok dalam serial TV Peaky Blinders *season* kedua?
3. Bagaimana indeks menghubungkan tindakan merokok dengan kondisi sekitar karakter dalam serial TV Peaky Blinders *season* kedua?
4. Bagaimana simbol dapat merepresentasikan adegan-adegan merokok dalam serial TV Peaky Blinders *season* kedua?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dilakukan untuk mengetahui fokus utama yang menjadikan jawaban dari pertanyaan penelitian di atas. Melalui pendekatan Peirce, dapat mengungkap makna-makna tersembunyi di balik tindakan merokok dalam konteks visual dan naratif serial televisi. Secara khusus, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui makna simbolik tindakan merokok yang ditampilkan karakter-karakter utama dalam serial TV Peaky Blinders menurut analisis semiotika Peirce.
2. Untuk mengetahui bagaimana indeks menghubungkan tindakan merokok dengan kondisi sekitar karakter dalam serial TV Peaky Blinders *season* kedua.
3. Untuk mengetahui bagaimana simbol dapat merepresentasikan adegan-adegan merokok dalam serial TV Peaky Blinders *season* kedua.

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian bermanfaat untuk mendapatkan tujuan yang dapat diperoleh dari hasil penelitian.

1.5.1 Kegunaan Akademis

penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam ranah semiotika visual, kajian budaya populer, dan analisis wacana media. Pendekatan semiotika Peirce yang digunakan dalam

penelitian ini dapat membantu pemahaman tentang bagaimana tanda-tanda visual, khususnya tindakan merokok, dapat mengandung makna simbolik yang kompleks dalam narasi media visual seperti serial televisi. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa model triadik Peirce (ikon, indeks, simbol) dapat diterapkan secara efektif dalam menganalisa simbolik yang muncul dalam konteks budaya populer.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi para praktisi media, penulis naskah, produser film/serial, maupun kreator konten visual mengenai bagaimana elemen visual seperti tindakan merokok dapat mencari simbolik dan ideologis tertentu yang memengaruhi persepsi penonton. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi lembaga sensor, edukator media, maupun komunitas kesehatan publik dalam memahami bagaimana simbolik merokok di media dapat membentuk persepsi atau normalisasi perilaku tertentu di tengah masyarakat.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Penelitian ini memiliki kegunaan sosial dengan meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pengaruh budaya populer, khususnya aktivitas merokok, terhadap persepsi dan nilai sosial. Dengan memahami bagaimana adegan merokok digambarkan sebagai simbol naratif dalam *Peaky Blinders season* kedua, penelitian ini dapat memicu diskusi tentang dampak media terhadap pembentukan norma dan perilaku.

1.5.4 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini berfokus hanya pada *season* kedua sehingga tidak mencakup seluruh adegan dalam serial tersebut. Hal ini menyebabkan jika terdapat perbedaan penggunaan rokok dalam adegan lainnya di luar *season* kedua penelitian ini tidak akan akurat. Seperti yang sudah dijelaskan di bagian latar belakang, serial ini berlatar waktu setelah perang dunia 1 dan memiliki konteks budaya Inggris, sehingga simbolik merokok dalam serial ini mungkin tidak sepenuhnya relevan dengan konteks sosial Indonesia saat ini.