

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Istilah atau terminology Propaganda mungkin sering kita dengar dari percakapan, atau kita lihat dan baca dari berbagai sumber bahan bacaan seperti buku, surat kabar atau dokumen lain. Membaca atau mendengar istilah propaganda acapkali membuat orang langsung menafsirkannya sebagai suatu kegiatan atau tindakan yang negatif. Kata “propaganda” langsung mencetak gambaran di benak orang sebagai suatu tindakan yang buruk.¹

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menjelaskan bahwa propaganda adalah penerangan (paham, pendapat, dan sebagainya) yang benar atau salah yang dikembangkan dengan tujuan meyakinkan orang agar menganut suatu aliran, sikap, atau arah tindakan tertentu.²

Propaganda dalam arti luas merupakan teknik mempengaruhi tindakan manusia dengan memanipulasi penyajian baik dalam bentuk lisan, tulisan, gambar atau musik. Universitas Yale pada tahun 1937 membentuk Lembaga Riset *Institute of Propaganda Analysis* kemudian memformulasikan 7 (tujuh) alat dalam propaganda yang bisa dijadikan acuan dalam mengkritisi pesan-pesan propaganda. Tujuh alat propaganda tersebut adalah; *Name Calling* (pemberian label buruk pada suatu

¹ Moeryanto Ginting Munthe, “Propaganda dan Ilmu Komunikasi”, *Tesis Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jakarta, 2010), h. 39. t.d.

² <https://kbbi.web.id/propaganda> diakses pada tanggal 11 Mei 2019 pukul 15.33 WIB

gagasan agar timbul penolakan), *Glittering Generality* (menghubungkan sesuatu dengan kata yang baik supaya khalayak menerima tanpa memeriksa), *Transfer* (membawa otoritas, dukungan dan suatu yang dihargai kepada suatu yang lain agar dapat diterima masyarakat), *Testimony* (memberi kesaksian), *Plain Folks* (menunjukkan bahwa dia adalah orang biasa), *Card Stacking* (meliputi pemilihan dan pemanfaatan fakta atau kebohongan, ilustrasi atau penyimpangan dan pernyataan-pernyataan logis atau tidak logis untuk memberikan kesan terbaik atau terburuk pada suatu gagasan, program atau produk), *Bandwagon* (meyakinkan masyarakat bahwa semua anggota suatu kelompok dimana kita menjadi anggotanya menerima programnya, oleh karena itu kita harus mengikuti dan menggabungkan diri ke dalam kelompok itu.³

Di dalam dunia perpolitikan, kekuasaan menjadi visi utama yang akan dicapai oleh politikus, baik itu kekuasaan untuk menerapkan kebijakan-kebijakan yang berhaluan kepada kepentingan konstituennya, atau kebijakan yang hanya untuk kepentingan kelompok atau golongan tertentu yang itu sangat jelas terlihat pada saat ini. Terutama di kalangan partai-partai yang sedang memperebutkan simpati dan dukungan, terlihat banyak sekali kegiatan propaganda yang dilakukan. Hal ini terjadi karena propaganda merupakan suatu bentuk kegiatan penyebaran secara

³ Atik Dinarti Ary, "Bentuk=Bentuk Propaganda Dalam Media Online", *Skripsi Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta: Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga, 2017), h. 6-7. t.d.

sistematis doktrin tertentu atau pernyataan yang direkayasa yang merefleksikan suatu aliran pikiran, pandangan, atau kepentingan.⁴

Sejarah membuktikan bahwa negara-negara di dunia tidak dapat lepas dari propaganda. Adofl Hitler yang terkenal dengan kediktatorannya, menggunakan propaganda untuk meyakinkan rakyat Jerman dan dunia bahwa Nazi yang terbaik. Setiap berpidato, isi dari pidato propagandistik Hitler dipersiapkan secara konseptual yang dirancang oleh Goebbles.⁵

Di Indonesia, terdapat pula perilaku propaganda yang dilakukan oleh para pemimpin yang erat kaitannya dengan perpolitikan. Di era Soekarno, ada propaganda yang mengguncangkan dunia tentang gerakan Non Blok yang dimotori oleh Indonesia. Pada saat Soeharto, ada propaganda yang mengatasnamakan pembangunan ekonomi dan sakralisasi Pancasila dan UUD 1945. Di era B.J. Habibie, walaupun hanya sementara menjabat sebagai orang nomor satu di Indonesia, propaganda yang diluncurkan oleh Habibie yakni demokratisasi. Namun, ini tidak ditanggapi serius oleh masyarakat, sebab masyarakat sedang mencapai titik kulminasi. Selanjutnya di era Abdurrahman Wahid terdapat berbagai propaganda yang membuat bingung masyarakat dan

⁴ Mohammad Shoelhi, *Propaganda Dalam Komunikasi Internasional*, (Bandung: Simbiosis Rekamata Media, 2010), h. 34.

⁵ Mahir Pratama, "Propaganda Dalam Film" *Skripsi Jurnalistik* (Palembang: Perpustakaan UIN Raden Fatah, 2016), h. 1. t.d.

terkadang membuat lembaga negara menjadi tidak berdaya. Salah satu propaganda “Gus Dur” yaitu negara tanpa tentara.⁶

Dalam proses propaganda, faktor media menduduki peran yang sangat penting dalam proses penyebaran pesan. Bahkan bisa dikatakan, suatu pesan dari propaganda bisa efektif atau tidak, tersebar luas atau tidak sangat bergantung dalam ketepatan memilih media. Kesalahan dalam memilih media tentu akan mengakibatkan pesan yang disampaikan kurang mengena. Dalam proses propaganda, beberapa media yang bisa digunakan diantaranya selebaran, buku, media massa dan film.⁷

Berita-berita di media massa, seperti televisi dan surat kabar memberikan andil dalam memperkuat pengaruh terhadap propaganda, karena tidak bisa dihindari bahwa media massa mempunyai fungsinya sendiri untuk mengkonstruksi realitas. Selain dua media di atas, dan juga media internet yang semakin mudah melakukan penetrasi ideologi kepada masyarakat, film juga menjadi salah satu media yang paling efektif digunakan karena kepopulerannya.⁸

Hampir setiap orang menonton film untuk sekedar hiburan atau untuk mengisi waktu luang, dan banyak juga yang menjadikan film sebagai hobi dan pekerjaan. Film dinyatakan sebagai bentuk dominan dari komunikasi massa visual di belahan dunia,

⁶ *Ibid*, h. 2.

⁷ Nurudin, *Komunikasi Propaganda*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), h. 7.

⁸ Mahir Pratama, *Op. Cit.*, h. 4

karena lebih dari ratusan juta orang menonton film di bioskop, film televisi atau lewat *Digital Video Disc (DVD)*.⁹

Hollywood adalah contoh industri film Amerika yang sukses mampu membuat film yang bukan hanya dapat menghibur penontonnya secara afektif tapi juga dapat mempengaruhi kognisi. Salah satunya dengan mengkonstruksi propoganda dengan berbagai teknik untuk memberikan pengaruh pemikiran dan ideologi yang marak dilakukan seorang pemimpin maupun politikus. Propaganda Amerika Serikat tentang terorisme dengan jelas ditunjukkan oleh beberapa film garapan Hollywood. Memang film adalah salah satu media yang paling efektif dalam melancarkan serangan udara berupa persuasi bahkan propaganda . Hollywood adalah industry film terbesar di dunia yang dikuasai oleh Amerika Serikat. Tentunya film-film garapan Hollywood menjadi senjata yang ampuh untuk melakukan propaganda terorisme. Mengingat film punya nuansa entertainment yang kental dan secara tidak langsung mampu mendekonstruksi para penontonnya secara pelan-pelan.¹⁰

Ini berarti film dapat menjangkau banyak segmen sosial sehingga film memiliki potensi besar untuk mempengaruhi khalayak, karena selain berfungsi sebagai hiburan, film juga perpanjangan pemikiran dan ideologi dari pembuatnya. Pada tahun 2007, jumlah produksi film di Indonesia adalah 77 dan di tahun 2008

⁹ Elvinaro Ardianto & Lukiati Komala, *Komunikasi Massa*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), h. 134

¹⁰ <https://www.kompasiana.com/www.burhanhernandez.com/5558c380739773226c33ff23/propaganda-terorisme-amerika-serikat-melalui-filmfilm-hollywood> diakses pada 12 Mei 2019 pukul 23.21 WIB

meningkat menjadi 87 judul film, sementara di Thailand mencapai 353 judul film, Korea berhasil membuat 400 judul film, Amerika menghasilkan 630 judul film dan India mempunyai jumlah produksi film terbesar di dunia yaitu 877 judul film.¹¹

Di Indonesia, salah satu film propaganda yaitu “Pengkhianatan G 30 S/PKI” yang pada zaman pemerintahan Soeharto di putar setiap satu tahun sekali pada malam 30 September di TVRI. Dalam film yang berdurasi 220 menit ini, Partai Komunis Indonesia digambarkan sebagai gerakan yang radikal, berbahaya dan harus diberantas. Film ini sukses menghadonai pemikiran rakyat di kala itu, terbukti dengan tanggapan sebagian besar responden, komunisme itu paham yang antiagama (69 persen) dan sangat radikal (24 persen). Meskipun komunisme sudah ditumpas puluhan tahun silam dari bumi Indonesia dan tidak laku dijual sebagai ideologi di berbagai negara, banyak yang masih percaya ia akan bangkit kembali (47 persen). Karena itu, separuh responden berpendapat sebaiknya komunisme tidak diajarkan sebagai ilmu pengetahuan. Buku-buku tentang komunisme juga sebaiknya dilarang beredar.¹²

Pengaruh film dalam menyebarkan proses propaganda yang membangun pemikiran pada masyarakat sangat besar, terlihat dari bagaimana reaksi masyarakat setelah menonton film “Pengkhianatan G 30S/PKI”. Hal yang sama juga dapat dilihat pada film *Glass* yang di sutradari oleh M. Night Shymalan, mengambil latar belakang

¹¹ Mahir Pratama, *Loc. cit.*

¹² <https://nasional.tempo.co/read/432667/film-pengkhianatan-g30spki-propaganda-berhasilkah> diakses pada tanggal 12 Mei 2019 pukul 23.31 WIB

di Philadelphia pada masa depan. Pada film ini diperlihatkan sebuah organisasi yang mewakili kehidupan seluruh dunia, organisasi ini meyakini kehadiran orang dengan kekuatan tidak diperlukan, dengan alasan sederhana bahwa saat kekuatan baik muncul, akan ada pula hal jahat yang akan muncul sebagai lawannya. Untuk mencegah hal ini, Dr. Ellie Staple mewakili organisasi dengan lambang seperti daun bercabang tiga bertindak sebagai psikiater dan berusaha meyakinkan orang dengan daya tahan yang berbeda bahwa mereka hanya berdelusi, delusi yang dimaksud adalah keyakinan bahwa orang tersebut menganggap dirinya adalah pahlawan.

Dengan berlandaskan pada teori yang bertujuan untuk meyakinkan orang-orang bahwa mereka sedang berdelusi, Ellie bersama organisasi dibelakangnya mengatur kehidupan dunia dengan mengekang para pemilik kemampuan super agar tidak muncul dan diketahui masyarakat luas, tujuannya adalah menjaga keseimbangan dan tidak menghadirkan sosok yang seharusnya hanya ada di dunia komik pahlawan.

Ada tiga tokoh utama yang akan jadi pasien psikiater dan dianggap gila oleh Ellie, tentu hal ini hanya anggapan agar keluarga, kerabat, ataupun sahabat yakin bahwa orang terdekat mereka sedang berdelusi dan harus disembuhkan. Pasien pertama adalah Elijah atau lebih dikenal dengan nama Mr. Glass, pada delusi yang dijelaskan Ellie, Elijah diyakini memiliki kemampuan berfikir diatas rata-rata dan itu hanya delusi, penyebabnya adalah penyakit yang dideritanya, penyakit tulang keropos yang membuat Elijah rapuh memaksa pemikirannya berdelusi dan membayangkan hal yang tidak seharusnya.

Tokoh yang kedua adalah David Dunn seorang yang selamat tunggal pada kecelakaan kereta api, tubuhnya sangat kuat dan bahkan bisa membelokkan beton dengan mudah, hal ini diyakini sebagai selaput awan akibat trauma masa kecil yang membuat David takut pada air. Yang ketiga adalah Kevin, sosok dengan 24 kepribadian, hal ini sangat terlihat mencolok saat Kevin berganti ganti dialog saat berbicara seolah itu orang lain, sosok yang paling kuat adalah Beast, kemampuan mirip seperti hewan yang membuat Kevin bisa berbuat apa saja.

Film umumnya dibangun dengan banyak tanda. Tanda yang ada dalam film dikolaborasi untuk mencapai efek yang diinginkan, karena film merupakan produk audio visual maka tanda-tanda ini berupa suara dan gambar. Tanda-tanda tersebut adalah sebuah gambaran tentang sesuatu. Dalam memunculkan tanda dalam film, tentunya sutradara dalam membuat film bukan tanpa tujuan. Ada ideologi tersirat yang ingin disampaikan. Hal ini menarik karena selain menunjukkan propaganda perlawanan dalam film *Glass*, sutradara juga ingin menyampaikan ideologi yang tersirat tersebut kepada penonton dengan cara melakukan propaganda dalam bentuk film. Untuk mengetahui hal itu semua, kita dapat menelitinya menggunakan pendekatan semiotika, karena tanda tidak pernah benar-benar mengatakan suatu kebenaran secara keseluruhan.¹³

Ia hanya merupakan representasi dan bagaimana suatu hal direpresentasikan, dan medium yang dipilih untuk melakukan itu bisa sangat

¹³ Marcel Danesi, *Pengantar Memahami Semiotika Media*, (Yogyakarta: Jala Sutra, 2010), h. 21.

berpengaruh pada bagaimana orang menafsirkannya. Dari sekian banyak model semiotika yang ada, peneliti memilih model semiotika Roland Barthes (1915-1980), karena menurut Roland Barthes semua objek kultural dapat diolah secara tekstual. Teks yang dimaksud bukan hanya berkaitan dengan linguistik saja, tetapi semua yang dapat terkodefikasi. Jadi, semiotika dapat meneliti berbagai macam teks seperti berita, film, iklan, fashion, fiksi, puisi dan drama.¹⁴

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dalam skripsi dengan judul **“Propaganda Dalam Film (Analisis Semiotika Tentang Perlawanan Dalam Film *Glass* Karya M. Night Shymalan)”**

B. Rumusan Masalah

Untuk memfokuskan penelitian, maka masalah dalam penelitian ini mengacu pada model semiotika yang digunakan, yaitu semiotika Roland Barthes yang dikenal dengan makna denotasi, konotasi dan mitos. Sehingga rumusan masalahnya adalah apa makna denotasi, konotasi, dan mitos yang merepresenasikan tentang persuasi, propaganda dan perlawanan pada film *Glass*?

C. Batasan Masalah

Batasan dalam penelitian ini adalah rangkaian gambar (*scene*) dalam film *Glass* yang berkaitan dengan perlawanan. Terdapat 14 *scene* dari 79 *scene* yang mengandung unsur propaganda perlawanan untuk memberontak. Konteks besar film ini membawa ideologi tentang perlawanan salah satunya dengan propaganda untuk

¹⁴ Alex Sobur, *Analisis Teks Wacana: Suatu Pengantar Untuk Analisis Teks Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), h. 123.

mengerahkan massa, agar mereka percaya pada apa yang terjadi disekitarnya dan melakukan pemberontakan pada sistem dunia (dalam hal ini organisasi dibalik bayangan dengan tanda daun bercabang tiga) yang selama ini mengekang dan menganggap mereka gila. Mereka dalam hal ini adalah orang-orang dengan kekuatan diatas normal.

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah dan batasan masalah yang ada diatas, maka tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui makna denotasi, konotasi, dan mitos yang merepresentasikan tentang propaganda dan perlawanan dalam film *Glass* karya M. Night Shymalan.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitiannya adalah :

1. Segi Akademis

Dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur-literatur tentang kajian semiotika, khususnya semiotika dalam film yang menggunakan model analisis Roland Barthes dalam bidang Ilmu Jurnalistik.

2. Segi Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi praktisi perfilman terutama dalam membuat film yang ber-genre propaganda. Sedangkan untuk praktisi komunikasi, diharapkan penelitian ini dapat

memberikan gambaran ideal tentang bagaimana membaca makna melalui pendekatan semiotika.

F. Tinjauan Pustaka

Pembahasan yang berkaitan dengan judul penelitian penulis dapat ditemukan di perpustakaan UIN Raden Fatah dan juga penulis mencari contoh skripsi pada media *online* berupa file berbentuk *pdf*.

Penelitian Mahir Pratama mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi jurusan Jurnalistik pada tahun 2016 dengan judul *Propaganda Dalam Film (Analisis Semiotika Tentang Perlawanan Dalam Film The Hunger Game : Mocking Jay Part I Karya Francis Lawrence)*. Dalam skripsi ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan teori pendekatan semiotika Roland Barthes (1915-1980), dalam penelitiannya dapat disimpulkan bahwa tokoh propagandis bisa sangat berpengaruh untuk menggerakkan massa dalam melakukan pemberontakan, semakin besar kharismatik yang di pancarkan tokoh itu, semakin efektif pula propaganda pemberontakan bisa dilakukan, perbedaan dengan penelitian ini adalah objek penelitannya, jika dalam penelitian ini penulis menggunakan film karya Francis Lawrence, maka penulis menggunakan film karya M. Night Shymalan.

Penelitian Maryatul Kiptiya skripsi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komuniiasi UIN Raden Fatah Palembang Jurusan KPI tahun 2013 dengan judul *Pesan Dakwah Dalam Film (Analisis Isi Film Dalam Mihrab Cinta Karya Habiburahman El-Shirazy)*. Penulis menggunakan metode kualitatif dengan

menggunakan model semiotika Ferdinand De Saussure. Dalam penelitiannya dapat disimpulkan pesan dalam sebuah film bisa sangat beragam, begitu pun dalam film karya *Habiburrahman El-Shirazy* ini. Perbedaannya dengan penelitian ini adalah model semiotik, dimana peneliti menggunakan model Roland Barthes. Dalam konteks penelitiannya juga memiliki perbedaan, dimana peneliti memperhatikan makna perlawanan yang ada dalam film ini.

Penelitian Siti Sopianah jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2010 dengan judul *Analisis Semiotik Terhadap Iklan Susu Bendera Edisi Rmadhan 1430 H di Televisi*. Dalam skripsi ini penulis menggunakan metode kualitatif dan menggunakan model teori Roland Barthes. Kesimpulan dalam penelitiannya berfokus pada efektifitas iklan susu bendera di televisi, perbedaan penelitian ini adalah terletak pada objeknya. Penelitian ini fokus terhadap iklan sedangkan peneliti mengambil objek film.

Penelitian Hani Taqiyya skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Jurusan KPI tahun 2011, dengan judul *Analisis Semiotik Terhadap Film In The Name Of God*, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode analisis Roland Barthes. Kesimpulan dalam penelitiannya adalah Konsep jihad dalam film ini dimaknai sebagai peperangan, jihad dalam menuntut ilmu, dan jihad dalam mempertahankan diri dari ketidakadilan yang menimpa seseorang. Perbedaan dari kajian penelitian ini yakni dari segi objek filmnya, dimana penelitian ini melihat makna perlawanan yang ada dalam film *Glass*.

G. Kerangka Teori

1. Propaganda

Menurut Harold D. Laswell dalam tulisannya *Propaganda* (1937) mengatakan propaganda adalah teknik untuk mempengaruhi kegiatan manusia dengan memanipulasikan representasinya. Namun, Ralph D. Casey mengatakan propaganda modern adalah suatu usaha yang dilakukan secara sengaja dan sadar untuk memantapkan suatu sikap atau merupakan suatu pendapat yang berkaitan dengan suatu doktrin atau program dan di pihak lain, merupakan usaha yang sadar dari lembaga-lembaga komunikasi untuk menyebarkan fakta dalam semangat objektivitas dan kejujuran.¹⁵ Propaganda merupakan suatu bentuk komunikasi yang ditujukan untuk memengaruhi sikap masyarakat terhadap beberapa penyebab atau posisi dengan menghadirkan hanya satu sisi dari sebuah argumen. Propaganda pada umumnya selalu diulang dan disebar diberbagai media untuk menciptakan hasil yang dipilih dalam sikap penonton.¹⁶

Propaganda dihadirkan untuk memperoleh tujuan pembuatnya, dalam propaganda tindakan lebih ditujukan untuk mendapatkan simpati masyarakat secara luas, apabila simpati sudah terbentuk, akan lebih mudah untuk memberikan pengaruh, karena masyarakat di rasa sudah memiliki ikatan

¹⁵ Nurudin, *Op. Cit*, h. 10.

¹⁶ Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), h. 493-494.

secara emosional, padahal hal itu dibentuk secara tidak sadar melalui paham propaganda, dalam hal ini film menjadi salah satu media penghubungnya.

2. Semiotika

Semiotika merupakan suatu model dari ilmu pengetahuan sosial yang memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki unit dasar yang disebut tanda. Menurut John Fiske, semiotika melihat komunikasi sebagai penciptaan atau pemunculan makna di dalam pesan, baik oleh pengirim maupun penerima. Makna tidak bersifat absolut, bukan suatu konsep statis yang bisa ditemukan terbungkus rapi di dalam pesan.¹⁷

Menurut Little John, semiotika menjadi salah satu kajian yang bahkan menjadi tradisi dalam teori komunikasi. Tradisi semiotika terdiri atas sekumpulan teori tentang bagaimana tanda-tanda merepresentasikan benda, ide, keadaan, situasi, perasaan dan kondisi di luar tanda-tanda itu sendiri. Semiotika bertujuan untuk mengetahui makna-makna yang terkandung dalam sebuah tanda atau menafsirkan makna tersebut sehingga diketahui bagaimana komunikator mengkonstruksi pesan. Konsep pemaknaan ini tidak terlepas dari perspektif atau nilai-nilai ideologis tertentu serta konsep kultural yang menjadi ranah pemikiran masyarakat di mana simbol tersebut diciptakan.¹⁸

¹⁷ John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), h. 76-77.

¹⁸ Mahir Pratama, *Op. cit*, h. 16

Selanjutnya, menurut pandangan Kriyantono, kode kultural yang menjadi salah satu faktor konstruksi makna dalam sebuah simbol menjadi aspek yang penting untuk mengetahui konstruksi pesan dalam tanda tersebut. Konstruksi makna yang terbentuk inilah yang kemudian menjadi dasar terbentuknya ideologi dalam sebuah tanda. Sebagai salah satu kajian pemikiran dalam *cultural studies*, semiotika tentunya melihat bagaimana budaya menjadi landasan pemikiran dari pembentukan makna dalam suatu tanda. Semiotika mempelajari sistem-sistem, aturan-aturan, konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda-tanda tersebut mempunyai arti.¹⁹

Ada beberapa tokoh dalam kajian semiotika, diantaranya Ferdinand de Saussure, Charles Sanders Peirce, dan Roland Barthes. Pada konsep Barthes menyebutkan tiga bagian analisis semiotika, yaitu denotasi, konotasi dan mitos. Denotasi yaitu makna paling nyata dari tanda. Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaannya.

Menurut John Fiske, pada signifikasi tahap kedua yang berhubungan dengan isi, tanda bekerja melalui mitos (*myth*). Mitos

¹⁹ <http://arifbudi.lecture.ub.ac.id/2014/03/semiotik-simbol-tanda-dan-konstruksi-makna/>
diakses pada tanggal 15 Mei 2019 pukul 15.21 WIB

merupakan bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Mitos merupakan produk kelas sosial yang sudah mempunyai suatu dominasi. Mitos primitif misalnya mengenai hidup dan mati, manusia dan dewa dan sebagainya. Sedangkan mitos masa kini misalnya mengenai femininitas, maskulinitas, ilmu pengeahuan dan kesuksesan.²⁰

3. Film

Film adalah gambar hidup yang juga sering disebut *movie*. Film secara kolektif sering disebut sebagai sinema. Sinema itu sendiri bersumber dari kata kinematik atau gerak. Film juga sebenarnya merupakan lapisan-lapisan cairan selulosa, biasa di kenal di dunia parasineas sebagai seluloid. Film adalah sekedar gambar yang bergerak, adapun pergerakannya disebut sebagai *intermitten movement*, gerakan yang muncul hanya karena keterbatasan kemampuan mata dan otak manusia menangkap sejumlah pergantian gambar dalam sepersekian detik. Film menjadi media yang sangat berpengaruh, melebihi media yang lain, karena secara audio dan visual dia bekerja sama dengan baik dalam membuat penontonnya tidak bosan dan lebih mudah mengingat, karena formatnya yang menarik.²¹

²⁰ John Fiske, *Op. cit*, h. 128.

²¹ <http://e-journal.uajy.ac.id/821/3/2TA11217.pdf> diunduh pada 15 Mei 2019 pukul 15.34

Definisi Film Menurut UU 8/1992 adalah karya cipta seni dan budaya yang merupakan media komunikasi massa pandang-dengar yang dibuat berdasarkan asas sinematografi dengan direkam pada pita seluloid, pita video, piringan video, dan/atau bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala bentuk, jenis, dan ukuran melalui proses kimiawi, proses elektronik, atau proses lainnya, dengan atau tanpa suara, yang dapat dipertunjukkan dan/atau ditayangkan dengan sistem proyeksi mekanik, elektronik, dan lainnya.²²

Menurut jenisnya, film terdiri dari dua yaitu Film Fiksi dan Non Fiksi. Film Fiksi merupakan film yang dibuat atau diproduksi berdasarkan cerita yang dikarang dan dimainkan oleh aktor dan aktris. Pada umumnya film cerita bersifat komersial. Pengertian komersial diartikan bahwa film dipertontonkan di bioskop dengan harga karcis tertentu. Artinya, untuk menonton film itu di gedung bioskop, penonton harus membeli karcis terlebih dulu. Demikian pula bila ditayangkan di televisi, penayangannya didukung dengan sponsor iklan tertentu.

Film Non Fiksi adalah film yang mengambil kenyataan sebagai subyeknya. Film non cerita ini terbagi atas dua kategori, yaitu :

- Film Faktual : menampilkan fakta atau kenyataan yang ada, dimana kamera sekedar merekam suatu kejadian. Sekarang,

²² *Ibid*, h. 2.

film faktual dikenal sebagai film berita (news-reel), yang menekankan pada sisi pemberitaan suatu kejadian aktual.

- Film dokumenter: selain fakta, juga mengandung subyektifitas pembuat yang diartikan sebagai sikap atau opini terhadap peristiwa, sehingga persepsi tentang kenyataan akan sangat tergantung pada si pembuat film dokumenter tersebut.²³

4. Persuasif

Komunikasi persuasif adalah komunikasi yang bertujuan mengubah atau memengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku seseorang sehingga bertindak sesuai dengan yang diharapkan oleh komunikator.²⁴ Dalam melakukan komunikasi persuasif, kita harus memahami kriteria tanggung jawab persuasi, sebagaimana yang dikemukakan oleh Larson, yaitu adanya kesempatan yang sama untuk saling memengaruhi, memberi tahu audiens tentang tujuan persuasi dan mempertimbangkan kehadiran audiens.²⁵

Pada umumnya sikap-sikap individu yang ingin dipengaruhi terdiri atas tiga komponen, yaitu:

- a. Kognitif, perilaku individu yang mencapai tingkat “tahu” pada objek yang diperkenalkan.

²³ *Ibid*, h. 18-19.

²⁴ Suryanto, *Op. cit*, h. 354.

²⁵ *Ibid*, h. 355.

- b. Afektif, perilaku individu yang mempunyai kecenderungan untuk suka atau tidak pada suatu objek.
- c. Konatif, perilaku yang sudah sampai tahap hingga individu melakukan sesuatu (perbuatan) terhadap objek.

Dalam penelitian penulis, proses persuasif ini sangat penting dan menjadi kegiatan yang harus diperhatikan. Hal ini dikarenakan dalam proses propaganda, komunikasi persuasif menjadi cara seorang propagandis untuk menyampaikan pesan agar tercapinya tahap konatif, tahap yang menjadikan reaktor atau audiens melakukan apa yang diinginkan oleh propagandis.

H. Metodologi Penelitian

1. Metode Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut Strauss & Corbin (1997), seperti yang dikutip Basrowi dan Sukidin (2002:1), bahwa *qualitative research* (riset kualitatif) merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau cara kuantifikasi lainnya.²⁶ Peneliti berusaha menggambarkan fakta-fakta tentang bagaimana adegan adegan dalam film *Glass* yang merepresentasikan teknik komunikasi propaganda lewat tanda-tanda yang disebut Roland Barthes.

²⁶ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations & Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), h. 214.

2. Objek Penelitian dan Unit Analisis

Objek penelitian ini adalah film *Glass*. Sedangkan unit analisisnya adalah 14 *scene* dari 67 *scene* yang terdapat dalam film *Glass* yang berkaitan dengan rumusan masalah penelitian.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data-data dikumpulkan melalui observasi, yaitu mengamati langsung data-data yang sesuai dengan pertanyaan penelitian. Adapun instrument penelitiannya, yaitu:

- a. Data primer, berupa dokumen elektronik, 1 buah DVD film *Glass* dengan subtitle bahasa Indonesia.
- b. Data sekunder, berupa dokumen tertulis yaitu literatur-literatur seperti resensi film *Glass* baik dari surat kabar, wawancara-wawancara di majalah, atau pun internet serta buku-buku yang relevan dengan penelitian.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dimulai dari mengklasifikasikan adegan-adegan dalam film *Glass* yang sesuai dengan rumusan masalah penelitian. Kemudian data diproses dengan model semiotik Roland Barthes yaitu dengan cara mencari makna denotasi, konotasi, dan mitos dalam setiap masing-masing adegan. Indikator masing-masingnya adalah:

a. Denotasi

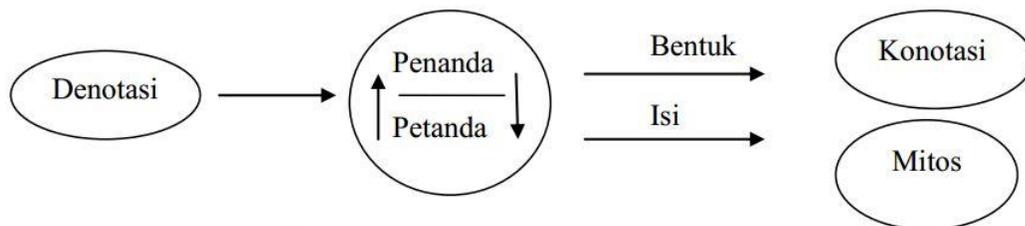
Makna paling nyata dari tanda, apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek. Pada tahap ini menjelaskan relasi antara penanda (signifier) dan petanda (signified) di dalam tanda.

b. Konotasi

Konotasi menjelaskan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pengguna dan nilai-nilai dalam budaya. Hal ini terjadi ketika makna bergerak ke arah pemikiran subjektif atau setidaknya intersubjektif, yakni ketika interpretasi (interpretant) dipengaruhi sama kuatnya antara penafsir (interpreter) dan objek atau tanda itu sendiri.

c. Mitos

Merupakan produk kelas sosial yang sudah mempunyai suatu dominasi. Dalam dunia modern, mitos dikenal dengan bentuk feminisme, maskulinitas, ilmu pengetahuan dan kesuksesan.²⁷



Gambar 1.1 Semiotika Roland Barthes
Sumber : John Fiske, Pengantar Ilmu Komunikasi

²⁷ John Fiske, *Op. cit*, h. 140-145.

I. Sistematika Penulisan

Hasil penelitian ini akan disajikan dalam bentuk karya tulis ilmiah yang terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan Berisikan Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Tinjauan Pustaka, Kerangka Teori, Metode Penelitian, dan Sistematika Pembahasan.

BAB II membahas tentang ruang lingkup propaganda dan film terutama dalam analisis model Roland Barthes.

BAB III membahas gambaran umum objek penelitian yang meliputi: profil film *Glass* yang terdiri dari profil sang sutradara M. Night Shymalan, dan sinopsis cerita.

BAB IV hasil penelitian dan pembahasan, bab ini menjelaskan Propaganda dalam Film *Glass*, Identifikasi Umum Temuan Data, Makna Denotasi, Konotasi dan dan Mitos yang Merepresentasikan Tentang Propaganda dan Perlawanan dalam film *Glass*, Propaganda dan Perlawanan dalam Film *Glass*.

BAB V Kesimpulan dan Saran, Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan hasil penelitian, dan saran dari peneliti atas permasalahan yang diteliti.

DAFTAS PUSTAKA

Buku:

Shoelhi, Mohammad. *Propaganda Dalam Komunikasi Internasional*. Bandung: Simbiosis Rekamata Media. 2010

Nurudin. *Komunikasi Propaganda*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2002

Ardianto, Elvinaro & Lukiati Komala. *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2007

Danesi, Marcel. *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta: Jala Sutra. 2010

Sobur, Alex. *Analisis Teks Wacana: Suatu Pengantar Untuk Analisis Teks Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2006

Suryanto. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia. 2015

Fiske, John. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2012

Ruslan, Rosady *Metode Penelitian Public Relations & Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2017

Internet:

<https://kbbi.web.id/propaganda> diakses pada tanggal 11 Mei 2019 pukul 15.33 WIB

<https://www.kompasiana.com/www.burhanhernandez.com/5558c380739773226c33ff23/propaganda-terrorisme-amerika-serikat-melalui-filmfilm-hollywood> diakses pada 12 Mei 2019 pukul 23.21 WIB

<https://nasional.tempo.co/read/432667/film-pengkhianatan-g30spki-propaganda-berhasilkah> diakses pada tanggal 12 Mei 2019 pukul 23.31 WIB

<http://arifbudi.lecture.ub.ac.id/2014/03/semiotik-simbol-tanda-dan-konstruksi-makna/> diakses pada tanggal 15 Mei 2019 pukul 15.21 WIB

<http://e-journal.uajy.ac.id/821/3/2TA11217.pdf> diunduh pada 15 Mei 2019 pukul 15.34 WIB