BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

1. Simbol dan Makna Pesan dalam Komunikasi

Secara Etimologis, simbol *(symbol)* berasal dari kata Yunani *"symballin"* yang berarti melemparkan bersama suatu (benda, perbuatan) dikaitkan dengan suatu ide. Ada pula yang menyebutnya *symbollos* yang berarti tanda atau ciri yang memberitahukan suatu hal kepada seseorang. Biasanya simbol terjadi berdasarkan *metonimi,* yakni nama untuk benda lain yang berasosiasi atau yang menjadi attributnya, (misalnya Si kaca mata untuk orang yang berkaca mata) dan Metafora *(Metaphor)* yaitu pemakaian kata atau ungkapan lain untuk objek atau konsep lain berdasarkan kias atau persamaan (misalnya kaki gunung, kaki meja berdasarkan kias pada kaki manusia). Semua simbol melibatkan tiga unsur : simbol itu sendiri, satu rujukan atau lebih, dan hubungan antara simbol dan rujukan. Ketiga hal ini merupakan dasar bagi semua makna simbolik.

Salah satu sifat dasar manusia, menurut Wieman dan Walter, adalah kemampuan menggunakan simbol. Kemampuan ini, sebagian orang mungkin menyebutnya keharusan, untuk mengubah data mentah hasil pengalaman indra menjadi simbol – simbol dipandang sebagai khas manusia. Daya simbolisasi ini, menurut Wieman dan Walter bertanggungjawab atas pertumbuhan kepribadian manusia

Simbol adalah bentuk yang menandai sesuatu yang lain diluar perwujudan bentuk simbol itu sendiri. Simbol yang tertuliskan sebagai bunga, misalnya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengacu dan mengemban gambaran fakta yang disebut "bunga" sebagai sesuatu yang ada diluar bentuk simbolik itu sendiri. Dalam kaitan ini Pierce mengemukakan bahwa *"A symbol is a sighn which refers to the object that is denotes by virtue of a law, usually an association of general ideas, which operates to cause the symbol to be interpreted as refering to that object"*. Dengan demikian, dalam konsep Pierce simbol diartikan sebagai tanda yang mengacu pada objek tertentu diluar tanda itu sendiri. Hubungan antara simbol sebagai tenanda dengan sesuatu yang ditandakan (petanda) sifatnta konvensional. Berdasarkan konvensi itu pula masyarakat pemakainya menafsirkan ciri hubungan antara simbol dengan objek yang diacu dan menafsirkan maknanya.

Komunikasi adalah proses menyampaikan pesan. Menyampaikan pesan dilakukan melalui komunikasi antarpersonal (*face to face communication*) atau komunikasi kelompok (berkomunikasi pada banyak interpretan sekaligus) dengan kata, isyarat tubuh (*body language*) serta ekspresi wajah. Komunikasi seperti ini disebut komunikasi primer.[50] Ada juga komunikasi sekunder, yaitu komunikasi yang dilakukan melalui media untuk menyampaikan pesan.

Semiotika merupakan salah satu pendekatan yang menarik untuk meninjau kata atau tanda menjadi pesan yang mengandung gagasan komunikan untuk disampaikan sehingga pesan yang sampai lebih dramatik atau menimbulkan interpretasi yang lebih luas. Semiotika tidak hanya soal pemaknaan. Semiotika adalah prinsip dasar bahwa bahasa tidak semata-mata untuk menamai objek, tetapi lebih untuk memperbedakan sistem simbol. Setiap kata atau tanda yang digunakan

[50] Usnadibrata, *Makna Tanda pada Iklan*, dalam Wacana Seni Rupa, Jurnal Seni Rupa dan Desain, (Bandung: P3M STISI, 2001)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pada suatu objek atau ide dapat dimengerti dan diidentifikasi karena dapat diperbedakan dari setiap kata atau tanda lainnya yang mungkin sudah pernah digunakan.[51] Komunikasi sekunder sangat berguna untuk melestarikan pesan tanpa mengandalkan memori komunikan. Terjadi proses dokumentasi, keberlanjutan pesan dan potensi untuk menyampaikan pesan menembus batas ruang dan waktu melalui simbolisasi pesan. Komunikasi sekunder juga berfungsi untuk menyampaikan pesan dalam jangkauan wilayah yang luas di waktu yang sama.

Akibat dari adanya komunikasi sekunder adalah pesan membutuhkan media untuk mendokumentasikan informasi yang terjadi baik itu tulisan di atas kertas, ukiran di batu, foto, *metafile* dan bentuk dokumentasi lainnya. Kaitan dengan hal tersebut adalah pesan harus mengalami proses perancangan agar isi pesan yang berlanjut tetap menarik untuk disimak dan relevan dengan perjalanan waktu. Pesan yang telah mengalami simbolisasi bisa memaparkan isi pesan lebih luas menembus batasan budaya dan bahasa.

Media yang digunakan dalam komunikasi sekunder tentunya memerlukan alat pendukung lain sehingga pesan lebih efektif disampaikan. Alat pendukung tersebut bersifat mempertontonkan pesan. Penyampaian pesan dalam komunikasi sekunder dilakukan tanpa ada upaya repetitif (tindakan pengulangan) untuk setiap individu yang berbeda karena dalam praktiknya medialah yang melakukan upaya repetitif tersebut.

[51] Chirato, Tony & Webb, Jen. 2004. *Reading the Visual*. Australia: Allen & Unwin.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Tikus dan Representasi Simbol

Tikus merupakan salah satu hewan pengerat yang bisa dibilang sangat rakus, apapun bisa di makan olehnya. Mulai dari bahan lunak sampai kabel listrik. Simbol "tikus" sudah lama dipakai oleh masyarakat Indonesia sebagai simbol dari korupsi. Sebagaimana kita ketahui bahwa tikus (hewan) merupakan hama yang sangat dibenci oleh petani karena merusak hasil pertanian dan sering memakan persediaan pangan di lumbung. Dan sekarang tikus dipakai untuk melambangkan para koruptor.

Contoh lainnya yaitu buaya dan cicak atau yang lebih kita kenal dengan Buaya vs Cicak dalam kasus Polri vs KPK yang terjadi pada tahun 2009 lalu. Disana buaya dan cicak sendiri merupakan penggambaran dari dua buah instansi yang "sama" tetapi memiliki kekuatan yang berbeda. Dimana Buaya merupakan Polri yang memiliki kekuasaan/kekuatan yang lebih besar dari pada Cicak yaitu KPK.

Kasus lainnya yaitu Kerbau Si Bu Ya. Kerbau di sini oleh para demonstran di ibaratkan sebagai Presiden SBY yang terjadi pada peringatan 100 hari pemerintahannya. Disini kerbau merupakan kritik atas ketidakberanian SBY/pemerintah dalam mengambil keputusan. Lain lagi dengan kasus Celengan Babi di majalah Tempo dengan judul laporan utama: Rekening Gendut Perwira Polisi. yang terakhir mencuat karena mengkritk tentang kasus pemberitaan soal transaksi yang mencurigakan dalam rekening milik sejumlah perwira Polri oleh majalah tersebut.[52]

[52] http://fanargiant.blogspot.com/2011/02/analisis-simbol-hewan-dalam-kritik.html

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pelibatan hewan-hewan itu dalam kritik sosial memang bukan pertama kali. Selain buaya, cicak, kerbau dan babi, masih ada banyak hewan lain yang digunakan untuk mengkritik. Bisa jadi, bahan yang dapat dianalisis dari kritik social ini karena 'hewan' di sini merupakan symbol atas ketidakpusasan masyarakat (rakyat) terhadap sebuah pemerintahan dan menjadi sebuah krtikik social.

3. Definisi dan Sejarah video klip

Video klip (music video), menurut definisi Encarta merupakan *"song-length film or videotape production that combines the music of a particular musician or musical group with complementary visual images"*, yang dapat diartikan sebagai suatu hasil produksi dari penggabungan musik

dari suatu band atau penyanyi dengan tampilan visual yang komplementer. Video klip ini, kemudian disiarkan melalui media televisi, dan bisa juga dijual dalam bentuk VCD ataupun DVD di toko-toko musik.

Randy Sosin, seorang penanggungjawab video di A&M Records mengatakan bahwa video klip merupakan suatu ekspresi dari budaya pop yang ada sekarang. Fiturnya yang pendek, langsung menarik perhatian, dapat terus berganti,dan mempengaruhi budaya pop,merupakan kelebihan dan pengaruh yang sangat besar dari video klip. Alasan ini ditambah dengan kelebihan video klip yang dapat dimengerti oleh setiap orang di setiap belahan dunia yang kemudian menjadikannya suatu industri baru yang tidak bisa dipisahkan dari musik dan pertelevisian.

Video klip adalah sarana bagi para produser musik untuk memasarkan produknya lewat medium televisi. Di Indonesia video klip

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berkembang menjadi bisinis seiring dengan pertumbuhan televisi swasta. Akhirnya video klip tumbuh sebagai aliran dan industri tersendiri. Di Indonesia tak kurang dari 60 video klip diproduksi tiap tahunnya.

Pada tahun 1960an grup musik dari inggris, The Beatles, memproduksi songfilms yang digunakan untuk mempromosikan album rekaman terbaru mereka. Bisa dibilang merekalah pionir yang memperkenalkan cikal bakal video klip. Barulah pada saat MTV mulai berkembang di tahun 1981 video klip mencapai popularitasnya. Dalam waktu singkat video klip menjadi suatu satu kesatuan yang tak terpisahkan pada saat suatu grup musik/band mengeluarkan album baru.

Pada awalnya video klip hanya merupakan suatu tampilan visual sederhana yang menampilkan penyanyi/band. Namun, lama kelamaan produser musik mulai menyadari bahwa tampilan visual sangat berperan dalam mempromosikan musik, artis beserta albumnya. Terlebih lagi saat banyak penyanyi/band yang melakukan hal yang sama dengan cara promosi lewat video klip. Persaingan dalam video klip semakin lama semakin ketat, oleh karena itu tampilan visual semakin diperhatikan dan semakin digarap. Semakin berbeda tampilan dan konsep suatu video klip maka kemungkinan ia untuk dilihat dan digemari akan semakin tinggi. Hal yang sama juga terjadi di Indonesia, sejak masuknya MTV di tahun 1990an praktisi musik kemudian menyadari bahwa peran audio-visual sangatlah penting dalam mempromosikan sebuah album. Apalagi dengan perkembangan musik dan juga video klip di tanah air sekarang ini menumbuhkan persaingan yang ketat diantara sesamanya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Video klip sebagai Saluran Pesan Komunikasi

Video klip merupakan salah satu bentuk produk media massa di zaman modern seperti sekarang ini. Dengan kemajuan teknologi komunikasi semua orang bisa mem – publish berbagai hal yang bisa dilihat oleh orang lain secara bersamaan. Media awalnya sebagai gagasan. Saat gagasan tumbuh di tengah masyarakat dan digunakan bersama, maka disebut media massa. Saat berbagai gagasan dan kepentingan massa dirangkum dalam satu sarana/media maka fenomena ini bisa juga disebut media massa. Dalam media massa, gagasan sifatnya hanya permukaan, bersifat opini karena sifat beritanya temporer.

Media massa adalah tempat menyimpan gagasan lalu gagasan itu mengendalikan massa melalui media tersebut. Massa sifatnya selektif, tidak bersifat total massal, dan proses seleksinya adalah pada siapa yang bisa mengakses media tersebut. Media menyeleksi realitas karena ada kepentingan tertentu. Akibatnya adalah batas yang semakin tipis antara informasi dan disinformasi, antara fakta dan gosip.

Tak disangsikan bahwa kemajuan teknologi komunikasi/ informasi senantiasa mengandung resiko – resiko yang menyertainya. Disini perlu dicermati bahwa memusatkan kembali pandangan mengenai dampak dan resiko dari kemajuan teknologi komunikasi lewat tiga buah metafora yang diangkat dari dunia mitos dan cerita .[53] Secara aktual, manusia justru semakin dipandang sebagai faktor resiko yang nyata. Sebagai akibatnya masyarakat modern mengembangkan semua jenis aktifitas untuk mereduksi resiko ini, seperti memantau secara ekspansif tingkah laku manusia melalui pengawasan kamera

[53] Idi Subandy Ibrahim, *Kritik Budaya Komunikasi,* (Yogyakarta : Jalasutra 2011) hlm155

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang ada dimana – mana dan registrasi secara elektronik gerakan orang – orang. Logika selanjutnya dalam proses ini adalah menggantikan tempat manusia (*human being*) dengan robot humanoid.[54]

Media massa adalah penarik perhatian publik untuk menerima gagasan dan memiliki kemampuan untuk memfasilitasi kepentingan. Media massa dapat membentuk stereotip namun di sisi lain media massa adalah lingkungan publik. Media tidak hanya ada di tengah masyarakat, tetapi juga mendominasi aspek sosial, kultural, dan politik secara virtual. Desain komunikasi visual bertanggungjawab terhadap berjalannya pesan yang disampaikan sesuai kepentingan tersebut. Penerima pesan dapat tertarik untuk menerima pesan bila ada pengolahan dan perancangan gagasan sehingga menarik. Media massa menjadi alat untuk mengubah sebuah paradigma tertentu melalui pencitraan yang diproduksi lewat desain komunikasi visual.

Satu hal yang menarik adalah kepentingan terkadang tidak "sabar" sehingga pesan yang disampaikan tidak berada dalam visualisasi yang menarik meskipun menggunakan media yang baik dan banyak. Pesan yang tidak tervisualisasikan dengan menarik tidak mempengaruhi isi pesan dan tidak mengubah isi pesan, hanya saja penerima pesan tidak memiliki ketertarikan untuk menerima pesan. Hal tersebut dapat dikategorikan sebagai kegagalan komunikasi.

Sebagus apapun gagasan yang ditawarkan, namun tanpa ada hal yang dapat menarik perhatian penerima pesan, maka pesan terancam tidak dapat diterima. Desain komunikasi visual berperan banyak untuk memberi nilai tambah terhadap visualisasi pesan agar pesan menjadi menarik bagi penerima pesan.

---

[54] Ibid, hlm 156

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Video adalah kumpulan potongan-potongan visual yang dirangkai dengan atau tanpa efek-efek tertentu dan disesuaikan berdasarkan ketukan-ketukan pada irama lagu, nada, lirik dan instrumennya. Kata *video* berasal dari sebuah singkatan yang berasal dari bahasa inggris yaitu visual dan audio. Kata vi adalah singkatan dari visual yang berarti gambar, kemudian deo adalah singkatan dari audio yang berarti suara. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan pemahaman *video* adalah seperangkat komponen atau media yang mampu menampilkan gambar sekaligus suara dalam waktu bersamaan. Pada dasarnya **hakekat video** adalah mengubah suatu ide atau gagasan menjadi sebuah tayangan gambar dan suara.

5. Macam – macam Video Klip

Menurut Ispantoro, video dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis antara lain :

a. Video Training dan Pembelajaran

Video training dapat diproduksi untuk menjelaskan secara detil suatu proses tertentu, cara pengerjaan tugas tertentu, cara latihan, untuk memudahkan tugas para *trainner* atau *instruktur* atau guru atau manager. Dalam proses produksi *video* klip, akan menampikan dalam berbagai bentuk (*syuting video*, grafis, *animasi*, narasi, *teks)* yang memungkinkan informasi tersebut terserap secara optimal oleh permirsa.

b. Video Klip Musik

Video klip termasuk ke dalam media *audio visual*, yaitu media yang mempunyai *unsure* suara dan *unsure* gambar yang dibuat untuk memvisualisasikan sebuah lagu. Dengan pernyataan diatas dapat disimpulkan *video* klip adalah tayangan lagu yang berbentuk *audio visual*, dalam hal ini

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penonton bisa melihat gerak dari personil ataupun penyanyi yang membawakan lagu tersebut dan juga bisa mendegarkan lagu yang sedang dinyanyikan yang berdurasi 3-5 menit. *Video* klip bisa ditayangkan dalam bentuk format seperti format untuk televisi, DVD, VCD, dan masih banyak lagi. *Video* klip juga merupakan sarana untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat melalui lagu yang dinyanyikan dan diharapkan penonton dapat menerima pesan yang disampaikan melalui lagu tersebut. Selain itu *video* klip juga bisa dapat disajikan sebagai media promosi seperti melalui televisi atau VCD, sehingga band atau penyanyi yang sedang membawakan lagu tersebut bisa di kenal oleh masyarakat.

Mesikpun *video* klip musik professional yang sehari-hari kita saksikan di televisi kebanyakan merupakan *masterpiece* karya *professional* yang melibatkanbanyak tenaga ahli dan memakai biaya produksi besar. Namun *video* klip musik "Indie" tetap dapat dibuat untuk memenuhi sejumlah tujuan yang tidak komersil, misalnya untuk demo *video*, *just fun*, kenangan pribadi atau keluarga, atau sekedar *eksperimental*. *Video* klip musik ini juga sering dibuat untuk tampil sebagai *opening* pada produk *video wedding*, atau menjadi materi visual yang ditampilan di layar lebar (melalui proyektor) pada acara resepsi pernikahan dengan mengambil materi gambar dari foto-foto dokumentasi yang telah ada.

c. Video Dokumenter

Video Dokumenter sejak lama telah menjadi alat komunikasi yang secara efektif menyampaikan pesan-pesan tertentu kepada *audiens*, dengan menampilkan realitas mengenai suatu objek atau peristiwa dalam kehidupan yang ditampilkan dalam cara tertentu.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Video Amatir

Video amatir adalah *video* yang menampilkan peristiwa penting di dunia, terutama yang bersifat *tragedy* (tidak direncanakan), yang laporan saksi matanya kita lihat ditelevisi sebagai kontribusi *video* amatir, yaitu bukan hasil syuting cameramen stasiun televisi yang melakukan pekerjaan sebagai *professional* atau komersial. Hasil pengambilan gambar ini tidak saja berguna bagi banyak orang yang sekedar ingin mengetahui terjadinya peristiwa tersebut, namun juga mungkin bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan untuk menyelidiki dan mengambil hikmah dalam peristiwa tersebut.

e. Video Pendek dan Iklan

Jika dilihat sebagai alat komunikasi, maka tayangan audio-visual dapat mengambil bentuk panjang seperti *full feature film* berdurasi lebih dari 60 menit, maupun bentuk berdurasi pendek seperti *video* pendek (durasi 5 menit) bahkan iklan yang berdurasi 30 detik. Kesemuanya bisa memiliki tujuan yang sama, yaitu bagaimana mempengaruhi pemirsa untuk menerima pesan-pesan yang disampaikan, baik secara langsung maupun yang tersirat.

f. Video For Fun

Video juga dapat digunakan sebagai sarana ekspresi diri seperti yang difasilitasi oleh program narsis tv. Produk lain sejenis *fun family video* dapat diproduksi untuk merekam kegiatan-kegiatan dalam keluarga yang berpotensi menimbulkan kelucuan tertentu. Semacam kegiatan "*Reality show*" baik dengan kamera terbuka maupun tersembunyi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

g. Video Liputan Acara

Dokumentasi suatu acara menjadikan suatu peristiwa abadi dengan menyimpannya dalam format *video* yang kemudian ditonton bersama dan disebarluaskan kepada yang berkepentingan, atau disimpan untuk kenangan dari generasi ke generasi sehingga pesan atau hikmah yang terkandung dalam acara tersebut menjadi tersebarluaskan.

h. Video Profile

Suatu *video profile* dibuat oleh penyampaian pesan (**komunikator**) kepada khalayak atau audiens tertentu yang menjadi target komunikasinya, untuk membangun citra *positif* tertentu yang pada akhirnya bertujuan agar *audiens* mengubah sikap dan melakukan suatu tindakan.

6. Film dalam Kajian Politik

Perkembangan film di dunia khususnya di Indonesia sangat cepat. Film yang mulanya media suatu rumah produksi guna meyebarkan dan membuat suatu bingkai realitas sekarang telah merambah dalam dunia politik. Tidak jarang para polititisi – politisi merepresentasikan hidupnya dalam sebuah film. Sebagai contoh film Jokowi, Habibi dan Ainun dan masih banyak lagi.

Pertanyaan tentang "bagaimana" itu lalu membawa implikasi politis yang lebih luas sebagai berikut: Pertama, representasi mengingatkan kita pada politik representasi. Suatu media memberikan kita citraan tertentu, yaitu suatu cara menggambarkan sebuah kelompok tertentu sehingga kita seakan sampai pada pengertian tentang bagaimana kelompok tersebut mengalami dunianya, dan bagaimana kelompok tersebut bisa dipahami dan bahkan bagaimana mereka bisa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diterima oleh kelompok lainnya. Kedua, dalam praktek representasi suatu media besar memiliki kekuasaan untuk menghadirkan kembali suatu kelompok tertentu, berulang-ulang, beberapa citraan tertentu, beberapa asumsi, dan kuasa untuk meniadakan kelompok yang lain, dan karenanya menjadikan kelompok yang lain itu menjadi asing.[55]

Pendapat Branston dan Stafford mengenai representasi di atas bila dikaitkan dengan, misalnya, representasi suatu identitas seseorang atau kelompok tertentu dalam suatu media tampaknya akan memiliki kemiripan dengan pendapat Stuart Hall. Menurut Hall.[56] Dalam politik representasi: "It conceives of representation as not merely expressive but formative of identities; and it conceives of difference not as unbridgeable separation but as positional, conditional and conjunctural".

Membandingkan konsepsi representasi menurut Hall dan Branston dan Stafford di atas bisa kita pahami bahwa keduanya sepakat representasi itu tidak sekedar proses penyajian kembali suatu objek di dalam sebuah media namun lebih dari itu media ternyata juga menjalankan proses pembentukan suatu identitas tertentu atau suatu positioning tertentu terhadap objek yang dicitrakan dalam suatu media.

Konsepsi atau peta teoritik mengenai representasi dalam sebuah media akan lebih lengkap bila kita mencoba menukik lebih dalam mengenai 'makna' yang lalu dihadirkan melalui representasi. Menurut Sturken dan Cartwrigth,

---

[55] Branston, Gill & Roy Stafford. *The Media Student's Book.*(New York, N.Y.: Roudledge, 1996,) hlm 78

[56] Gillespie, Marie. *Television, Ethnicity and Cultural Change.* London &New Yok : Routledge, 1995. Hlm 11

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

representasi tidak hanya diyakini senantiasa melekat pada konstruksi tetapi juga pada proses pemaknaannya sebagaimana tercermin dalam penjelasan dalam bukunya Practice of Looking bahwa "Representasi merujuk pada penggunaan bahasa dan imaji untuk menciptakan makna tentang dunia sekitar kita."[57]

Dari beberapa konsep mengenai representasi di atas, mulai kelihatan bahwa media – representasi – konstruksi – realitas dan makna ternyata memiliki jalinan yang tak terpisahkan. Demikian bisa kita simak dari pendefinisian mengenai representasi sebagaimana dikemukakan oleh O'Sullivan, Dutton dan Rayner[58] yang meski singkat namun bisa merangkumkan pemahaman tentang representasi : " The concept of representation embodies the theme that the media construct meanings abaout the world – they represent it, and in doing so, help audiences to make sense of it." (Konsep representasi mencakup tema dasar media mengkonstruksikan makna dunia ini—media menampilkannya, dan sekaligus membantu audiens untuk memahaminya).

7. Film dalam Kajian Ekonomi

Film merupakan salah satu produk media massa modern. Dimana para pemilik modal bersaing untuk mendapatkan keuntungan dari publik. Film merupakan bingkai dari *culture studies*. Douglas Kellner menyebutkan *culture studies* sebagian sebagai proyek pendekatan budaya melalui cara pandang kritis dan banyak menggunakan banyak disipin ilmu. "*Culture Studies* Inggris

[57] Sturken, M. dan Lisa Cartwright. *Practices of Looking, an Introduction to Visual Culture*. New York: Oxford University Press, 2001. Hlm 66

[58] O'Sullivan, Brian Dutton & Philip Rayner. *Studying The Media: an Introduction*, London: Arnold, 1998. Hlm 71

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menempatkan budaya dalam teori produksi dan reproduksi sosial, memperjelas beragam cara bentuk – bentuk budaya dapan berperan, baik untuk memajukan penguasaan sosial maupun untuk membuat masyarakat mampu menolak dan berjuang melawan penguasaan."[59]

Douglas Kellner secara terang – terangan menawarkan teori kristis atas televisi. kendati meletakkan karyanya pada aspek budaya yang tradisi Marxian lainnya untuk menyajikan konsep yang lebih menyeluruh tentang industri pertelevisian. Ia mengkritik mazhab kritis karena mengabaikan analisis terperinci atas ekonomi politik media, dan mengonseptualisasikan budaya massa semata – mata sebagai instrumen ideologi kapitalis. Selain merupakan industri kebudayaan, Kellner juga menghubungkan televisi dengan kapitalisme korporat dan sistem politik. Menurut Kellner kapitalisme korporat (meso) dan sistem politik (makro) berperan penuh atas penyajian budaya yang dimaksud (mikro).

Menurut Yasraf Amir Piliang, media merupakan ruang yang menyediakan pertukaran ide – ide itu melalui bahasa dan simbol – simbol yang diproduksi dan disebarluaskan. Media membentuk sebuah tempat berlangsungnya perang bahasa dan simbol (*symbolic battlefield*), untuk memeperebutkan penerimaan publik atas gagasan ideologis yang diperjuangkan. Dan didalamnya sebuah ide hegemonik mendapatkan tandingan oleh berbagai hegemoni tandingan lainnya (*counter hegemony*).[60] Ekonomi politik Media adalah prespektif tentang kekuasaan pemilik modal dan politik sebagai basis ekonomi dan ideologi industri media dalam

---

[59] Kellner, Douglas, *Budaya Media : Culture Studies, Indentitas, dan Politik : antara Modern dan Postmoder* (Yogyakarta: Jalasutra 2010) hlm 41

[60] Yasraf Amir Piliang, *Post realitas : Realitas Kebudayaan dalam era post Metafisika,* (Yogyakarta: Jalasutra 2010) hlm 73

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memenuhi kebutuhan dan kepuasan masyarakat, yang ditandai kompromi kepada pasar melalui produk – produk budaya komersial.

B. Kajian Teori

1. Semiotika Charles Sander Pierce

Semiotik atau ada yang menyebut dengan semiotika berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti "tanda". Istilah *semeion* tampaknya diturunkan dari kedokteran hipokratik atau asklepiadik dengan perhatiannya pada simtomatologi dan diagnostik inferensial. Tanda pada masa itu masih bermakna sesuatu hal yang menunjuk pada adanya hal lain.[61] Secara terminologis, semiotik adalah cabang ilmu yang berurusan dengan dengan pengkajian tanda dan segala sesuatu yang berhubungan dengan tanda, seperti sistem tanda dan proses yang berlaku bagi tanda.[62] Semiotik merupakan ilmu yang mempelajari sederetan luas obyek - obyek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda. Ahli sastra Teew mendefinisikan semiotik adalah tanda sebagai tindak komunikasi dan kemudian disempurnakannya menjadi model sastra yang mempertanggungjawabkan semua faktor dan aspek hakiki untuk pemahaman gejala susastra sebagai alat komunikasi yang khas di dalam masyarakat mana pun. Semiotik merupakan cabang ilmu yang relatif masih baru. Penggunaan tanda dan segala sesuatu yang berhubungan dengannya dipelajari secara lebih sistematis pada abad kedua puluh.[63]

Para ahli semiotik modern mengatakan bahwa analisis semiotik modern telah di –warnai dengan dua nama yaitu seorang linguis yang berasal dari Swiss

---

[61] Alex Sobur, *Analisis Teks Media* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004) hal 95

[62] Van Zoest, Aart, *Semiotika: Tentang Tanda, Cara Kerjanya dan Apa yang kita Lakukan Dengannya* (Jakarta: Yayasan Sumber Agung, 1993)

[63] Teew, A., *Khasanah Sastra Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1984) hal 6

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bernama Ferdinand de de Saussure (1857 - 1913) dan seorang filsuf Amerika yang bernama Charles Sanders Peirce (1839 - 1914). Peirce menyebut model sistem analisisnya dengan semiotik dan istilah tersebut telah menjadi istilah yang dominan digunakan untuk ilmu tentang tanda. Semiologi de Saussure berbeda dengan semiotik Peirce dalam beberapa hal, tetapi keduanya berfokus pada tanda. Seperti telah disebut-kan di depan bahwa de Saussure menerbit -kan bukunya yang berjudul *A Course in General Linguistics* (1913).

Dalam buku itu de Saussure memba -yangkan suatu ilmu yang mempelajari tanda -tanda dalam masyarakat. Ia juga menjelas -kan konsep-konsep yang dikenal dengan dikotomi linguistik. Salah satu dikotomi itu adalah *signifier dan signified* (penanda dan petanda). Ia menulis… *the linguistics sign unites not a thing and a name,but a concept and a sound image a sign* . Kombinasi antara konsep dan citra bunyi adalah tanda (*sign*). Jadi de Saussure mem-bagi tanda menjadi dua yaitu komponen, *signifier* (atau citra bunyi) dan *signified* (atau konsep) dan dikatakannya bahwa hubungan antara keduanya adalah *arbitrer*.

Semiologi didasarkan pada anggapan bahwa selama perbuatan dan tingkah laku manusia membawa makna atau selama berfungsi sebagai tanda, harus ada di belakang sistem pembedaan dan konvensi yang memungkinkan makna itu. Di mana ada tanda, di sana ada sistem.[64] Sekalipun hanyalah merupakan salah satu cabangnya, namun linguistik dapat berperan sebagai model untuk se-miologi. Penyebabnya terletak pada ciri *arbiter* dan konvensional yang dimiliki tanda bahasa. Tanda -tanda bukan bahasa pun dapat dipandang sebagai fenomena *arbiter* dan konvensional seperti mode, upacara, kepercayaan dan lain -lainya.

[64] de Saussure, F., *Course in General Linguistics* , (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1988) hal 26

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam perkembangan terakhir kajian mengenai tanda dalam masyarakat didominasi karya filsuf Amerika. Charles Sanders Peirce (1839 - 1914). Kajian Peirce jauh lebih terperinci daripada tulisan de Saussure yang lebih pragramatis. Oleh karena itu istilah semiotika lebih lazim dalam dunia Anglo-Sakson, dan istilah semiologi lebih dikenal di Eropa Kontinental.

Teori dari Pierce seringkali disebut sebagai *Grand Theory* dalam semiotika, ini disebabkan karena gagasan Pierce bersifat menyeluruh, deskripsi struktural dari semua sistem penandaaan. Pierce ingin mengidentifikasi partikel dasar dari tanda dan menggabungkan kembali semua komponen dalam struktur tunggal. Sebuah tanda atau representamen menurut Charles Sander Pierce adalah sesuatu yang bagi seseorang mewakili sesuatu yang lain dalam beberapa hal atau kapasitas. Sesuatu yang lain itu oleh Pierce disebut *interpretant*, dinamakan sebagai interpretant dari tanda yang pertama, pad gilirannya akan mengacu pada objek tertentu. Dengan demikian menurut Pierce, sebuah tanda atau *representamen* memiliki relasi "*triadik*" langsung dengan interpretant dan objeknya. Apa yang dimaksud dengan proses semiosis merupakan suatu proses yang memadukan entitas (berupa representamen) dengan entitas lain yang disebut sebagai objek. Proses ini oleh Pierce disebut sebagai signifikasi.

Tipologi Tanda versi Charles Sander Pierce

Upaya klasifikasi yang dilakukan oleh Pierce terhadap tanda memiliki kekhasan meski tidak bisa dibilang sederhana. Pierce membedakan tipe – tipe tanda menjadi : **Ikon** (icon), **Indeks** (index) dan **Symbol** (symbol) yang didasarkan atas relasi diantara representamen dan objeknya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. **Ikon** adalah tanda yang mengadung kemiripan "rupa" sehingga tanda itu mudah dikenali oleh para pemakainya. Didalam ikon hubungan antara representamen dan objeknya terwujud sebagai kesamaan dalam beberapa kualitas. Contohnya sebagian rambu lalu lintas merupakan tanda ikonik karena menggambarkan bentuk yang memiliki kesamaan dengan objek yang sebenarnya.
2. **Indeks** adalah tanda yang memiliki keterkaitan fenomenal atau eksistensial diantara representamen dan objeknya. Didalam indeks hubungan antara tanda dan objeknya bersifat kongkrit, aktual dan biasanya melalui suatu cara yang sekuensial atau kausal. Contoh jejak kaki diatas permukaan tanah, misalnya merupakan indeks dari seseorang atau binatang yang telah lewat disana, ketukan pintu merupakan indeks dari kehadiran seseorang "tamu" dirumah kita.
3. **Symbol** merupakan jenis tanda yang bersifat abriter dan konvensional sesuai kesepakatan atau konvensi sejumlah orang atau masyarakat. Tanda – tanda kebahasaan pada umumnya adalah simbol – simbol. Tak sedikit dari rambu lalu lintas yang bersifat simbolik. Salah satu contohnya adalah rambu lalu lintas yang sangat sederhana ini.[65]

[65] Indiwan Seto Wahyu Wibowo, *Semiotika Komunikasi (*Jakarta *: Mitra Wacana Media, 2011)hlm 13-14*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel Jenis Tanda dan cara kerjanya[66]

Jenis Tanda	Ditandai dengan	Contoh	Proses Kerja
Ikon	- Persamaan - Kemiripan	Gambar, foto, dan patung	- dilihat
Indeks	- Hubungan sebab akibat - Keterkaitan	- Asap---api - Gejala—penyakit	- Diperkirakan
Simbol	- Konvensi atau - Kesepakatan sosial	- Kata-kata - Isyarat	- Dipelajari

Tabel 2.1

Bagi Pierce, tanda "*is something which stands to somebody for something in some respect or capacity".* Sesuatu yang digunakan agar tanda bisa berfungsi, oleh Pierce disebut *Ground.* Konsekuensinya, tanda (sign atau representamen) selalu terdapat dalam hubungan triadik, yakni *ground, objek, dan interpretand*. Tanda yang dikaitkan dengan ground dibaginya menjadi *qualisign*, *sinsign,* dan *legisign*. *Qualisign* adalah kualitas yang ada pada tanda, misalnya kata – kata kasar, keras, lemah, lembut, merdu. *Sinsign* adalah eksistensi aktual benda atau peristiwa yang ada pada tanda, misalnya *kabur* atau *keruh* yang ada pada urutan

[66] Dimodifikasi dari karya Berger, Arthur Asa, Tanda – tanda dalam kebudayaan Kontemporer, (Yogyakarta : Tiara Wacana, 2000) hlm 14

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kata *air sungai keruh* yang menandakan bahwa ada hujan dihulu sungai. *Lesign* adalah norma yang di kandung oleh tanda, misalnya rambu – rambu lalu litas yang menandakan hal – hal yang boleh atau tidak boleh dilakukan manusia.

Berdasarkan objeknya, Pierce membagi tanda atas *icon* (ikon), *index)* (indeks), dan *symbol* (simbol). Ikon adalah tanda yang hubungan antara petanda dan penanda bersifat bersamaan bentuk alamiah. Atau dengan kata lain, *ikon* adalah hubungan antara tanda dan objek atau acuan yang bersifat kemiripan, misalnya, potret dan peta. *Indeks* adalah tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah antara tanda dan petanda yang bersifat kausal atau hubungan sebab akibat, atau tanda yang langsung mengacu pada kenyatan. Contoh yang paling jelas adalah asap sebagai tanda adanya api. Tanda dapat pula mengacu ke *denotatum* melalui konvensi. Tanda seperti itu adalah tanda konvensional yang biasa disebut *simbol*. Jadi simbol adalah tanda yang menunjukkan hubungan alamiah antara penanda dengan petandanya. Hubungan diantaranya bersifat arbitrer atau semena, hubungan berdasarkan konvensi (perjanjian) masyarakat. Berdasarkan *interpretant,* tanda (*sign,representamen*) dibagi atas *rheme*, *dicent sign* atau *dicisign* dan *argument. Rheme* adalah tanda yang memungkinkan orang menafsirkan berdasarkan pilihan, misalnya, orang yang merah matanya dapat saja menandakan bahwa orang itu baru menangis, atau menderita penyakit mata atau mata dimasuki insekta, atau baru bangun, atau ingin tidur. *Dicent sign* atau *dicisign* adalah tanda sesuai kenyataan. Misalnya pada suatu jalan sering terjad kecelakaan, maka ditepi jalan dipasang rambu lalu lintas yang menyatakan bahwa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

disitu sering terjadi kecelakaan. *Argumen* adalah tanda yang langsung memeberikan sesuatu.[67]

2. Teori Makna

Dalam hal ini peneliti lebih memfokuskan pada teori yang berkaitan dengan judul yang diambil, yaitu Representasi Simbol Tikus dan Uang pada video klip lagu 'House of Greed' oleh group band Burgerkill memfokuskan dua teori, adapun teori yang diajukan dalam peneliti ini dalam rumusan masalah yang kedua. Pengujian teori ini tidak dimaksudkan untuk mengujinya, melainkan sebagai dasar pijakan atau kerangka dalam mengkaji makna pesan yang terkandung dalam video klip ini. Teori ini menurut peneliti mampu meneropong makna yang tersurat maupun tersirat dalam video klip "House of Greed" oleh group band Burgerkill. Adapun teori yang digunakan peneliti ini antara lain : Pertama, teori acuan Teori Acuan (Referental Theory) dan Teori Ideasi (Ideasional Theory).[68]Menurut Alston, teori acuan/teori referensial ini merupakan salah satu jenis teori makna yang mengenali dan mengidentifikasi makna suatu ungkapan dengan apa yang diacunya atau dengan hubungan acuan itu.[69]

Acuan atau referensi dalam hal ini dapat berupa dalam berbagai bentuk benda, peristiwa, proses, atau kenyataan. Sebagai contohnya dolar Amerika Serikat, maka lambang yang umumnya digunakan ialah $, tentu lambang $ akan diketahui sebagai lambang dari dolar Amerika Serikat apabila orang yang melihat

---

[67] Drs. Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi,* (Bandung : PT Rosdakarya 2006) hal 41-42

[68] Alex Sobur, Semiotika Komunikasi (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2003), hlm. 259.

[69] Ibid, Alex Sobur, hlm. 259

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lambang tersebut sudah „akrab‟ melihat atau menggunakan lambang tersebut. Secara praktis ini memudahkan siapa saja dalam memaknai suatu kejadian, gambar, ataupun teks yang terdapat di berbagai media. Bagi peneliti teori ini dianggap tepat untuk merangkai pemahaman akan makna pesan simbol yang terkandung dalam *video klip Burgerkill*, mengingat teori ini mampu memberikan suatu jawaban atau pemecahan yang sederhana serta mudah diterima karena teori ini mengakomodasi peneliti berdasarkan cara-cara berfikir alamiah tentang permasalahan peneliti; disamping itu juga teori ini mendasarkan diri pada hubungan antara istilah atau ungkapan itu dengan sesuatu yang diacunya Teori ideasional, teori ini menyatakan bahwa makna atau ungkapan berhubungan dengan ide atau representasi psikis sebagai akibat dari timbulnya penggunaan kata atau ungkapan tersebut. Dengan kata lain teori ini berusaha membantu peneliti dalam mengidentifikasi makna ungkapan dengan gagasan-gagasan yang berkaitan dengan ungkapan tersebut. Fungsi ideasional merupakan bagian bahasa sebagai ekspresi pengalaman baik apa yang ada di dunia luar sekitar diri kita maupun yang ada di dalam dunia kesadaran kita sendiri. Dengan demikian, makna ideasional merupakan representasi pesan dari simbol tersebut. Satu unit pengalaman yang sempurna direalisasikan dalam klausa terdiri atas tiga unsur, yaitu proses (process), partisipan (participant), dan sirkumstan (circumstance). Proses menunjuk kepada kegiatan atau aktivitas yang terjadi dalam klausa yang menurut tata bahasa tradisional dan formal disebut kata kerja atau verbal. Partisipan dibatasi sebagai orang atau benda yang terlibat dalam proses tersebut. Sirkumstan adalah lingkungan tempat proses yang melibatkan partisipan terjadi. Inti dari satu pengalaman adalah proses.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Teori Simbol

Teori simbol yang di ciptakan Susanne Langer adalah teori yang terkenal dan dinilai bermanfaat karena mengemukakan sejumlah konsep dan istilah yang biasa digunakan dalam ilmu komunikasi. Sedemikian rupa, teori ini memberikan semacam standart atau tolak ukur bagi tradisi semiotika di dalam studi ilmu komunikasi. Menurut Langer, kehidupan binatang diatur oleh perasaan *(feeling)*, tetapi perasaan manusia diperantarai oleh sejumlah konsep, simbol, dan bahasa. Binatang memberikan respons terhadap tanda, tetapi manusia membutuhkan lebih dari sekedar tanda, tetapi manusia membutuhkan simbol.[70]

Suatu "tanda" *(sign)* adalah suatu stimulus yang menandai kehadiran sesuatu yang lain. Misalnya Tikus yang muncul di dalam pikiran orang adalah hewan pengerat, mamalia, berkaki 2 bertangan 2, kemudia muncul asumsi mempunyai sifat rakus. Dan bila dikaitkan jika simbol tikus memakan uang maka muncul dalam benak pikiran adalah seorang koruptor.dengan demikian suatu tanda berhubungan erat dengan maksud tindakan yang sebenarnya.

Simbol sebaliknya bekerja dengan cara yang lebih kompleks yaitu dengan memperbolehkan seseorang untuk berfikir mengenai sesuatu yang terpisah dari kehadiran suatu tanda. Dengan kata lain, simbol adalah *"suatu instrumen pikiran" (Instrument of thought)*.[71] Simbol memjadi sesuatu yang sentral dalam kehidupan manusia. Manusia memiliki kemampuan untuk menggunakan simbol dan manusia memiliki kebutuhan terhadap simbol yang sama pentingnya dengan kebutuhan terhadap makan dan tidur. Langer memandang memandang "makna" sebagai

[70] Susanne Langer, *Philosphy in New Key*, Harvard University Press, 1942 dalam Littlejohn dan Foss, hlm 101-102

[71] Susanne Langer, Pilosphy in New Key, ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

suatu hubungan yang kompleks diantara simbol, objek dan orang. Jadi makna terdiri dari atas aspek logis dan aspek psikologis. Aspek logis adalah hubungan antar simbol dan referennya, oleh Langer dinamakan "denotasi" *(denotation).* Adapun aspek atau makna psikologis adalah hubungan antara simbol dan orang yang disebut "konotasi" *(connotation).*

Manusia menggunakan simbol yang terdiri atas satu kata, namun lebih sering kita menggunakan kombinasi sejumlah kata. Makna yang sesungguhnya dari bahasa terdapat pada wacana *(discourse)* dimana manusia mengikat sejumlah kata kedalam kalimat dan paragraf. Setiap simbol menyampaikan suatu "konsep" yaitu suatu ide umum, pola atau bentuk. Menurut Langer, konsep adalah makna bersama diantara sejumlah komunikator yang merupakan denotasi dari simbol. Sebaliknya gambaran personal *(personal image)* adalah pengertian yang bersifat pribadi *(privat conception)*[72]

[72] Morissan, Teori Komunikasi Individu hingga Massa, (Jakarta : Kencana Prenadamedia Group 2013) hlm 136-137.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id