

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi, media massa pun semakin canggih dan kompleks serta memiliki kekuatan yang lebih dari media massa sebelumnya, terutama dalam hal menjangkau komunikan. Dengan adanya media modern memungkinkan berjuta-juta orang di seluruh dunia untuk berkomunikasi ke hampir seluruh pelosok dunia.

Elvinaro & Lukiati (2007:3) mengatakan bahwa “*mass communication is message communicated throught a mass medium to large number people*” (komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang). Menurut Liliweri (dalam Deddy Mulyana dan Solatun 2008:29), komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara masal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), sangat heterogen dan meninggalkan efek tertentu.

Lebih lanjut dalam Severin dan Tankard menjelaskan dalam bukunya

*Teori Komunikasi Masa :*

“Apapun bentuknya, komunikasi massa akan terus menerus berperan penting dalam kehidupan kita. komunikasi massa menjadi mata dan telinga bagi masyarakat. Komunikasi massa memberi sarana untuk mengambil keputusan dan membentuk opini kolektif yang bisa digunakan untuk untuk lebih memahami diri mereka sendiri. Ia merupakan sumber utama untuk mengembangkan nilai-nilai dalam masyarakat. (Severin dan Tankard, 4:2008)

Pengertian proses komunikasi massa pada hakikatnya merupakan proses pengoperasian lambang-lambang yang berarti, yang dilakukan melalui saluran yang biasanya dikenal dengan media. Dalam hal ini yang dimaksud dengan media adalah alat yang digunakan untuk mencapai massa. Dari uraian tersebut diatas dapat dijelaskan bahwa komunikasi massa merupakan suatu proses yang melukiskan bagaimana komunikator menggunakan teknologi media massa secara proporsional. Dalam hal tersebut menyebarkan pesannya melampaui jarak untuk mempengaruhi khalayak dalam jumlah yang banyak. Menurut Vivian (2008: 4) media massa biasanya dianggap sebagai sumber berita dan hiburan, media massa juga membawa pesan persuasi.

Saat ini media massa sebagai produk komunikasi massa, berkembang pesat seiring dengan perkembangan teknologi yang terus memberikan inovasi terbaru. Semula berawal dari media cetak, lalu media elektronik, dan sekarang di tambah media *online*. Kebutuhan masyarakat dalam perkembangan media massa saat ini mulai berjalan efektif, karena banyak kantor-kantor media massa yang telah men-*setting* beberapa program maupun rubrik yang disajikan untuk khalayak. Dimanapun, kapanpun media massa telah dekat dengan khalayak dalam realitasnya

Dalam perkembangan media massa elektronik seperti televisi misalnya, penambahan jumlah stasiun televisi sekarang ini terhitung cukup banyak, baik stasiun televisi lokal, maupun setingkat nasional. Dalam perkembangan media elektronik memperkenalkan, *Audio* (suara) dan *Visual* (gambar), Menurut Askurifai Baskin (2009:71), “Sesuai dengan salah satu sifat media televisi, yaitu

dinamis (audio visual gerak-sinkron) setiap gambar yang disajikan dipilih yang mengandung unsur gerak. Gambar yang mengandung unsur gerakan lebih menarik ditonton dalam layar televisi yang relatif kecil (ukuran rasio 4:3).”

Mengarah pada uraian tersebut peneliti berpendapat, bahwa televisi mengandung gambar yang bergerak dan sinkron, maka dari itu disebut dinamis. Khalayak dengan mudah mengakses media televisi untuk memenuhi kebutuhan informasi serta dapat terhibur lewat program-program yang telah dikemas secara menarik menuju ruang publik.

Secara teoritis, media massa bertujuan menyampaikan informasi dengan benar secara efektif dan efisien. Pada praktiknya, apa yang disebut sebagai kebenaran ini sangat ditentukan oleh jalinan banyak kepentingan. Akan tetapi, di atas semua itu, yang paling utama tentunya adalah kepentingan *survival* media itu sendiri, baik dalam pengertian bisnis maupun politis. Dalam kaitan ini menurut Budi Susanto (1992: 62) bahwa kebenaran milik perusahaan menjadi penentu atau acuan untuk kebenaran-kebenaran lainnya. Atas nama kebenaran milik perusahaan itulah realitas yang ditampilkan oleh media, bukan sekedar realitas tertunda, namun juga realitas tersunting (leksono, 1998: 23), suatu keadaan sebetulnya memang tidak bisa tidak, harus dikembalikan ke faktor luar perusahaan itu sendiri, terutama sekali politik.

Realitas tersunting tersebut terdapat pemilahan atas fakta atau informasi yang dianggap penting dan dianggap tidak penting, serta yang dianggap penting namun demi kepentingan *survival* menjadi tidak perlu disebarluaskan. Media menyunting bahkan menggunting realitas dan kemudian memolesnya menjadi

suatu kemasan yang layak disebarluaskan. Dalam hal ini, media menjadi sebuah kontrol yang bukan lagi semata-mata sebagaimana dicita-citakan dalam (leksono, 1998:28) (bahwa media merupakan kontrol, kritik dan koreksi pada setiap bentuk kekuasaan agar kekuasaan selalu bermanfaat. . . ), tetapi kontrol yang mampu mempengaruhi bahkan mengatur isi pikiran dan keyakinan-keyakinan masyarakat itu sendiri.

Pandangan mereka mengenai kekuasaan media tidak terlepas dari gagasan yang menekankan pelestarian tatanan yang berlaku, bukannya perubahan. Penekanan masalah yang ditunjukkan pada media sebagai suatu mekanisme ampuh yang mampu mengarahkan perubahan, masih tetap berlanjut dan dikaitkan dengan pendekatan hegemoni. Teori hegemoni dicetuskan Gramsci (1971) untuk menyebutkan ideologi penguasa. Teori ini kurang memusatkan perhatian pada faktor ekonomi dan struktur ideologi yang mengunggulkan kelas tertentu, tetapi lebih menekankan ideologi itu sendiri, bentuk ekspresi, cara penerapan, dan mekanisme yang dijalankannya untuk mempertahankan dan mengembangkan diri melalui kepatuhan para korbannya, sehingga upaya itu berhasil memengaruhi dan membentuk alam pikiran mereka (McQuail: 1987)

Dalam McQuail (1987), ideologi sebagai suatu definisi realitas yang kabur dan gambaran hubungan antarkelas tidaklah dominan, dalam pengertian bahwa ideologi itu dipaksakan oleh kelas penguasa, tetapi merupakan pengaruh budaya yang disebarkan secara sadar dan dapat meresap, serta berperan dalam menginterpretasikan pengalaman tentang kenyataan. Proses interpretasi itu

memang berlangsung secara tersembunyi (samar), tetapi terjadi secara terus-menerus.

Seperti yang disebutkan Louis Althusser dalam Bruton (2007: 36):

Televisi adalah sebuah agen atau pembawa ideologi atau ISA (*Ideological State Apparatus*) atau aparatur ideologi Negara. Ia adalah sebuah cara dimana berbagai kepentingan dan pemegang kekuasaan dikeokkan terhadap mereka yang menjadi sasaran kekuasaan, meskipun penerapan kekuasaan itu sebagian besar bersifat tak nampak.

Penyertaan ideologi juga diterapkan pada saat menganalisa kajian budaya (*culture studies*), khususnya budaya pop. *Cultural studies* merupakan suatu kajian ilmu untuk membongkar ideologi yang tersembunyi atau sengaja disembunyikan oleh suatu budaya. Budaya disini maksudnya budaya populer seperti televisi. Televisi bukanlah media yang bebas nilai dan tanpa kepentingan. Ada penilaian baik-buruk, benar-salah, atau penting-tidak penting dalam sebuah tayangan televisi dan penilaian itulah yang membentuk ideologi dibenak masyarakat.

Dalam Ardianto (2007: 182), ideologi disebutkan sebagai pemikiran yang sama tentang segala sesuatu atau pemahaman bersama. Dengan demikian, televisi memengaruhi penonton secara halus sehingga apa yang ditayangkannya dianggap sebagai pengalaman bersama yang memiliki kebenaran.

Seperti yang kita tahu, beberapa televisi nasional ada yang dimiliki oleh para pengusaha yang memiliki kepentingan terutama kepentingan politik. mereka diantaranya ada MNC group meliputi RCTI, GLOBAL Tv dan MNC Tv yang dimiliki oleh Harry Tanoesoedibyo. Di mana belum lama ini Ia gencar memperkenalkan partai Nasdem (Nasional Demokrasi), tetapi akhirnya berbelok ke HANURA. Selain MNC group ada juga MetroTv yang dimiliki oleh Surya

Paloh, sebagai aktor politik Ia terkenal dulu sebagai Politisi Partai Golkar namun kini Ia membuat partai politik (parpol) baru dengan nama Partai Nasdem. Selain itu ada juga TvOne dan Antv yang dimiliki oleh Aburizal Bakrie, sebagai aktor politik Ia sekarang menjadi ketua umum Partai Golkar.

Persaingan inilah yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti komunikasi politik dalam penguatan pencitraan yang dilakukan oleh para Politisi lewat media massa yang mereka punya guna membentuk opini publik. Hal ini semakin menarik karena televisi pada saat ini merupakan media yang paling efektif untuk menyampaikan pesan-pesan politik dibanding media lain. Lewat audiovisual yang dimiliki televisi menjadi senjata ampuh sebagai alat pencitraan kepada masyarakat Indonesia. Dalam hal ini peneliti memilih *Tv One* sebagai objek yang akan diteliti. Peneliti memilihnya karena *Tv One* merupakan televisi yang termasuk memiliki rating bagus dalam program *news* dibanding rivalnya MetroTv yang juga sama-sama fokus sebagai televisi *news*. Hal yang menarik lainnya bahwa saat ini pemilik *Tv One* yaitu Aburizal Bakrie sedang gencar mensosialisasikan dirinya sebagai calon Presiden 2014.

Episode lima, enam, dan tujuh program "Tanda Mata Istimewa" di *Tv One* mengangkat tayangan mengenai seorang anak berprestasi disuatu daerah yang berprestasi, minimal sudah menjuarai kejuaraan yang membawa harum nama sekolah atau universitas. Karena perjuangan dan prestasinya tersebut, sehingga pada suatu ketika Aburizal Bakrie datang ke sekolah dan universitas yang berada di pelosok daerah untuk memberikan ceramah motivasi dan cinderamata berupa

laptop atau beasiswa kepada siswa berprestasi di sekolah dan universitas yang dikunjunginya.

Pada saat pemutaran program tersebut, kesan *human interest* lebih dominan karena memperlihatkan sosok suatu orang membanggakan dari seorang anak daerah yang walaupun hidupnya sulit tetapi memiliki tekad yang kuat sehingga Ia bisa menjadi orang berprestasi. Isi pesannya memancing emosi penonton karena memiliki nilai *human interest* yang dikupas secara mendalam. Namun hal tersebut menjadi berbeda saat aktor politik ada di dalam program ini. Terlebih aktor politik tersebut adalah pemilik langsung dari *Tv One*. Oleh karena itulah peneliti ingin meneliti program "Tanda Mata Istimewa".

Penelitian ini menjadi menarik karena bagaimana komunikasi politik dalam fokus penguatan pencitraan direpresentasikan melalui ukuran *shot*, *angle*, pergerakan objek, *soundbite*, narasi dan *trick effect*, yang secara 'sadar' atau 'tidak' pasti memiliki makna. Peneliti memakai model signifikansi dua tahap Roland Barthes pengungkapan tanda-tanda yang ada dalam program Tanda Mata Istimewa, maka setiap adegan yang bernuansa pencitraan direpresentasikan melalui makna denotasi, konotasi, mitos dan ideologi. Inilah yang berusaha peneliti uraikan melalui penelitian tersebut.

## **B. Identifikasi Masalah**

Dari uraian latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas dapat dikemukakan suatu perumusan masalah sebagai berikut :

"Bagaimana Analisis Semiotika Mengenai Representasi Komunikasi Politik dalam Penguatan Pencitraan pada Program 'Tanda Mata Istimewa' di TvOne ?"

### **C. Perumusan Masalah**

1. Bagaimana makna denotasi mengungkapkan representasi komunikasi politik dalam penguatan pencitraan Aburizal Bakrie di program ‘Tanda Mata Istimewa’ di TvOne ?
2. Bagaimana makna konotasi mengungkapkan representasi komunikasi politik dalam penguatan pencitraan Aburizal Bakrie di Program ‘Tanda Mata Istimewa’ di TvOne ?
3. Bagaimana mitos dan ideologi mengungkapkan representasi Komunikasi Politik dalam penguatan pencitraan Aburizal Bakrie di Program ‘Tanda Mata Istimewa’ di TvOne ?

### **D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini diantaranya :

- a. Untuk mengetahui bagaimana representasi komunikasi politik dalam pencitraan Aburizal Bakrie di Program ‘Tanda Mata Istimewa’ ditinjau dari makna denotasi.
- b. Untuk mengetahui bagaimana representasi komunikasi politik dalam pencitraan Aburizal Bakrie di Program ‘Tanda Mata Istimewa’ ditinjau dari makna konotasi.
- c. Untuk mengetahui bagaimana representasi komunikasi politik dalam pencitraan Aburizal Bakrie di Program ‘Tanda Mata Istimewa’ ditinjau mitos dan ideologinya



## 2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini meliputi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

Secara lebih jelas dapat dikemukakan sebagai berikut :

### a. Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis ini diharapkan menambah pengetahuan dan pengalaman peneliti dalam menelaah masalah-masalah yang terjadi di lapangan, sehingga berkaitan dengan bentuk-bentuk pemahaman tentang tanda atau Semiotika.

### b. Kegunaan Akademis

Melalui kegunaan akademis, diharapkan menjadi sumbangan pemikiran dalam kajian ilmu komunikasi, khususnya di bidang komunikasi media massa dan program televisi.

### c. Kegunaan Praktis

Melalui kegunaan praktis, diharapkan penelitian ini dapat menumbuhkan kesadaran tentang pesan yang disampaikan melalui program televisi agar mencerdaskan masyarakat.

## E. Kerangka Pemikiran

### 1. Tinjauan Pustaka

Penelitian tentang komunikasi politik dengan menggunakan Analisis semiotika Roland Barthes belum pernah ditemukan oleh peneliti. Namun yang meneliti dengan menggunakan Analisis semiotika banyak dibuat. Penelitian sebelumnya yang cukup relevan dengan penelitian ini antara lain dilakukan oleh

Wilda Asmarini (2009) yang meneliti “*Representasi Pelanggaran Kampanye Pemilu Legislatif 2009 Dalam Tayangan Program Mata Kamera Di Tv One Jakarta*”, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui representasi pelanggaran kampanye dalam tayangan mata kamera di *Tv One* Jakarta pada aspek denotasi, konotasi, mitos dan ideologi. Objek penelitian melibatkan total dua puluh sembilan adegan dari dua episode “Warna-Warni Kampanye”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi pelanggaran kampanye pada tayangan ini digambarkan dengan suasana kampanye yang melibatkan anak-anak, arak-arakan atau pawai kendaraan bermotor tanpa mengindahkan peraturan lalu lintas, adanya politik uang, dan pengelakan sejumlah caleg saat dikonfirmasi.

Penelitian lain dilakukan oleh Rizkita Sari (2011) yang meneliti “*Mitos Profesionalisme Wartawan dalam Tayangan Breaking News di Tv One Jakarta. Pada saat Peliputan Penyergapan Teroris di Temanggung, 8 Agustus 2009*”. Hasil penelitian menunjukkan mitos profesionalisme wartawan yang muncul pada tayangan *Breaking News*. (1) Wartawan ingin menjadi yang tercepat dalam menyampaikan berita; (2) Wartawan ingin terlihat serba tahu tentang peristiwa, (3) Wartawan mengutamakan sumber anonim; (4) Wartawan mengutamakan asumsi dan opini pribadi dalam pemberitaan.

Penelitian lain yang menggunakan analisis semiotika Roland Barthes adalah Suryanti Rahayu (2009) yang meneliti “*Representasi Laki-Laki dan Wanita dalam Film Wanita Berkalung Sorban*.” Hasil penelitian menunjukkan makna denotasi yang muncul dalam film perempuan berkalung sorban menggambarkan perlakuan diskriminatif antara laki-laki dan perempuan

dilingkungan pesantren Jawa dan usaha tokoh utama untuk melawan perlakuan diskriminatif yang diterimanya. Mitos yang terbentuk yaitu (1) Perempuan seringkali mendapat perlakuan tidak adil dan dianggap lebih lemah dari laki-laki; (2) Laki-laki dan perempuan diciptakan berbeda bukan untuk menjadikan satunya lebih tinggi dari yang lain, melainkan untuk saling melengkapi; (3) Perbedaan latar pendidikan dan budaya menyebabkan perbedaan interpretasi terhadap ajaran agama; (4) Agama Islam sering diartikan secara sempit yang menyebabkan perlakuan tidak adil. Ideologi yang muncul adalah laki-laki dan perempuan diciptakan berbeda secara karakteristik fisik dan psikologis tanpa menjadikan satu diantaranya lebih tinggi derajatnya dibandingkan yang lain.

Penelitian lain yang melakukan penelitian di *Tv One* tetapi tidak menggunakan analisis Roland Barthes juga dilakukan oleh Diana Siti Rahmawati (2012) yang meneliti "*Representasi Korban Bencana Lumpur Sidoarjo Melalui Tayangan Yang Terlupakan Tv One: Analisis Wacana Krisis Norman Fairclough Tentang Representasi Keadaan Korban Bencana Lumpur Sidoarjo Melalui Tayangan Feature "Yang Terlupakan" Tv One Episode 173 Berjudul Dibalik Sebuah Cerita, Rabu 25 Mei 2011.*" Hasil penelitian Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada level teks, penggunaan kata-kata, tata bahasa, relasi dan identitas wartawan menempatkan para korban bencana sebagai orang yang beruntung karena telah mendapatkan ganti rugi. Pada level praktik wacana, reporter memandang penanganan bencana Lumpur Sidoarjo telah dilakukan dengan baik melalui penggambaran mengenai para korban yang mendapat bantuan. Pada level *social culture*, *Tv One* memandang permasalahan Lumpur Sidoarjo telah selesai,

berbeda dengan wacana yang berkembang di masyarakat. *Tv One* melalui tayangan ini melakukan upaya untuk menghegemoni masyarakat dengan pengalihan fokus mengenai wacana bencana lumpur sidoarjo.

## 2. Landasan Teoritis.

Gambar bergerak (program televisi) merupakan bentuk dominan dari komunikasi massa visual yang berkembang pesat saat ini. Lebih dari ratusan juta orang menonton televisi setiap menit dan hari-harinya. Maka dari itulah sarana informasi terbaik yaitu menggunakan media elektronik televisi.

Program televisi terutama program *reality show* adalah suatu bentuk kebudayaan manusia yang mencakup beragam seni di dalamnya. Dalam menggabungkan *soundbite*, narasi, dan *background*, menciptakan representasi yang termasuk paling hebat yang diciptakan oleh kecerdasan manusia.

Program *reality show* dengan mudah memainkan sisi kemanusiaan para penontonnya. Hal ini menjadi salah satu sarana yang efektif dalam menyebarkan suatu pesan dan bisa jadi pembentuk opini masyarakat. Hampir semua program *reality show* bertipe *human interest* pada dasarnya adalah narasi visual yang membaurkan *soundbite*, *background*, narasi dan pemandangan, sehingga membuat representasi *human interest* yang kuat. Segala sesuatu yang menyangkut manusia, dengan segala perilakunya dan aspek kehidupannya (kegembiraan, kebahagiaan, kesedihan, penderitaan, perjuangan, keberhasilan, dan sebagainya), memang selalu menarik. Topik-topik itu, misalnya: profil seorang guru yang mengabdikan diri di daerah terpencil, kehidupan nelayan miskin di Indramayu, upaya seorang pecandu

untuk lepas dari jeratan narkoba, nasib tenaga kerja Indonesia yang terlunta-lunta di luar negeri; dan sebagainya.

Tayangan program televisi seperti tersebut, terjadi penyampaian tanda-tanda dan lambang. Fiske mengkategorikan komunikasi sebagai 2 mazhab, yaitu mazhab pertama tentang komunikasi sebagai transmisi pesan, disebut juga mazhab “proses” sedangkan mazhab kedua melihat komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil mazhab komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna, atau yang disebut **semiotika**.

Semiotika berasal dari bahasa Yunani: *semeion* yang berarti tanda. Semiotika adalah model penelitian yang memperhatikan tanda-tanda. Tanda tersebut mewakili sesuatu objek representatif. Istilah semiotik sering digunakan bersama dengan istilah semiologi. Istilah pertama merujuk pada sebuah disiplin sedangkan istilah kedua merujuk pada ilmu tentangnya. Istilah semiotik lebih mengarah pada tradisi Saussurean yang diikuti oleh Charles Sanders Peirce dan Umberto Eco, sedangkan istilah semiologi lebih banyak dipakai oleh Roland Barthes. Baik semiotik ataupun semiologi merupakan cabang penelitian sastra atau sebuah pendekatan keilmuan yang mempelajari hubungan antara tanda-tanda.

Dalam buku “*Elemen-Elemen Semiologi*” Barthes (2012: 9) menjelaskan :

Semiologi merepresentasikan rangkaian bidang kajian yang sangat luas, mulai dari seni, sastra, antropologi, media massa, dan sebagainya. Mereka yang menggunakan semiologi sebagai pendekatan diantaranya adalah linguist, filsuf, sosiolog, antropolog, sastrawan, sampai teoritis media dan komunikasi. Secara sederhana, semiologi bisa didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari tentang tanda dan makna dalam bahasa seni, media massa, musik, dan setiap usaha manusia yang dapat diproduksi atau direpresentasikan.

Bila Saussure menggunakan istilah *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda) dalam sistem pertandaan, maka Barthes menggunakan istilah denotasi dan konotasi untuk menunjukkan tingkatan makna. Menurut Pawito (2007, dalam Asmarini, 2009: 103) :

Makna denotasi adalah makna tingkat pertama bersifat objektif (*first order*) dengan mengaitkan secara langsung antara lambang dengan realitas atau gejala yang ditunjuk. Sementara makna konotasi adalah makna-makna yang dapat diberikan pada sejumlah lambang dengan mengacu pada nilai-nilai budaya yang karenanya berada pada tingkatan kedua (*second order*).

Salah satu area penting yang dirambah Barthes dalam studinya tentang tanda adalah peran pembaca. Konotasi, walau merupakan sifat asli tanda, membutuhkan keaktifan pembaca agar dapat berfungsi. Oleh karena itu, Barthes menguraikan sistem pemaknaan tataran kedua yang disebut dengan *konotatif*, setelah adanya sistem pemaknaan tataran pertama (*denotatif*).

Menurut Budiman (dalam Sobur, 2009: 71) menjelaskan :

Dalam semiologi Roland Barthes, denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua. Denotasi diasosiasikan dengan ketutupan makna dan sensor. sementara konotasi identik dengan operasi ideologi yang disebutnya sebagai mitos dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu.

Dalam kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebutnya sebagai 'mitos', dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku pada suatu periode tertentu. Di dalam mitos juga terdapat pola tiga dimensi penanda, petanda, dan tanda, namun juga sebagai suatu sistem yang unik. Mitos dibangun oleh suatu rantai pemaknaan

yang telah ada sebelumnya, dengan kata lain, mitos juga adalah suatu sistem pemaknaan tataran kedua.

Pertimbangan Barthes menempatkan ideologi dengan mitos karena, baik dalam mitos maupun ideologi, hubungan antara penanda *konotatif* dan petanda *konotatif* terjadi secara termotivasi (Budiman, 2001 dalam Sobur, 2009: 71). Seperti Marx, Barthes juga memahami ideologi sebagai kesadaran palsu yang membuat orang hidup di dalam imajiner dan ideal, meski realitas hidupnya yang sesungguhnya tidaklah demikian. Ideologi mewujudkan dirinya melalui berbagai kode yang merembes masuk ke dalam teks dalam bentuk penanda-penanda penting, seperti, tokoh, latar, sudut pandang, dan lain-lain.

Dalam pandangan Van Zoest, segala sesuatu yang dapat diamati dan dibuat teramati dapat disebut tanda. Karena itu, tanda tidaklah terbatas pada benda, adanya peristiwa, tidak adanya peristiwa, struktur yang ditemukan dalam sesuatu, suatu kebiasaan, semua ini dapat disebut tanda. Tayangan televisi merupakan bidang kajian yang amat relevan bagi analisis struktural atau semiotika. Seperti dikemukakan Van Zoest (1993: 109), Tayangan televisi dibangun dengan tanda semata-mata, termasuk berbagai sistem tanda yang bekerja dengan baik untuk mencapai efek yang diharapkan.

Menurut Eriyanto (2001: 113) setidaknya terdapat dua hal penting berkaitan dengan representasi; *pertama*, bagaimana seseorang, kelompok, atau gagasan tersebut ditampilkan bila dikaitkan dengan realias yang ada, dalam arti apakah ditampilkan sesuai dengan fakta yang ada atau cenderung diburukkan sehingga menimbulkan kesan meminggirkan atau hanya menampilkan sisi buruk

seseorang atau kelompok tertentu dalam pemberitaan. *Kedua*, bagaimana eksekusi penyajian objek tersebut dalam media. Eksekusi representasi objek tersebut bisa mewujud dalam pemilihan kata, kalimat, aksentuasi dan penguatan dengan foto atau imaji macam apa yang akan dipakai untuk menampilkan seseorang, kelompok atau suatu gagasan dalam pemberitaan.

Menurut John Fiske (1997: 5) representasi merupakan sejumlah tindakan yang berhubungan dengan teknik kamera, pencahayaan, proses editing, musik dan suara tertentu yang mengolah simbol-simbol dan kode-kode konvensional ke dalam representasi dari realitas dan gagasan yang akan dinyatakannya.

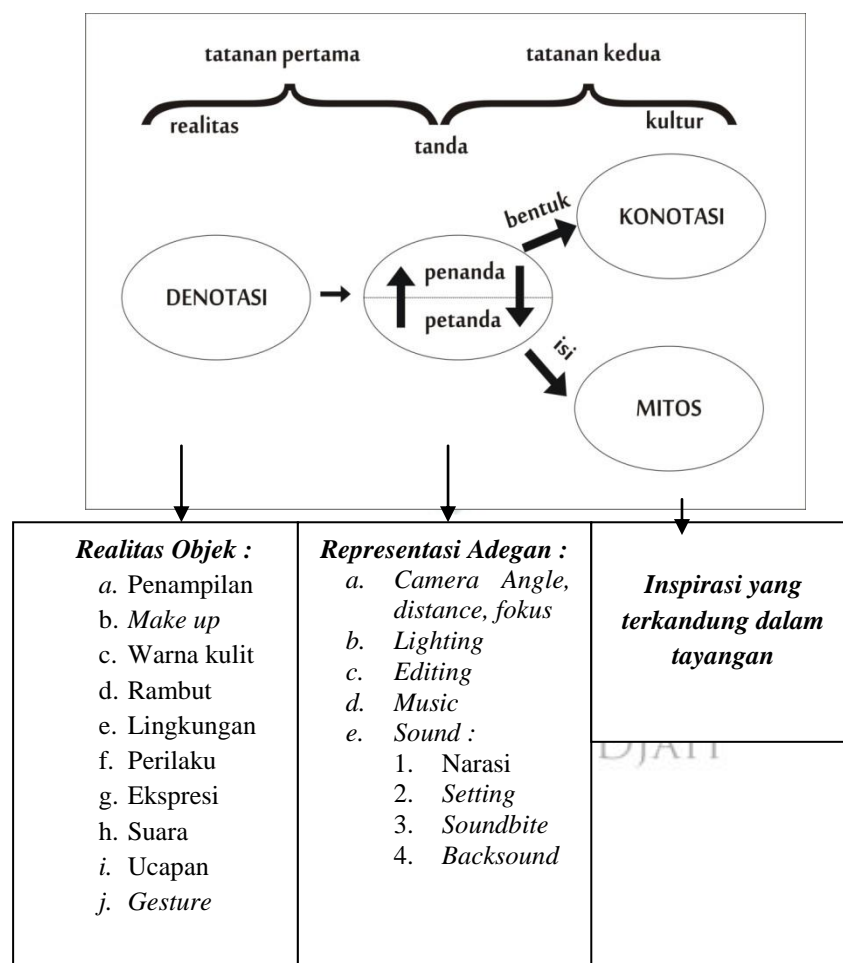
Fiske menilai bahwa televisi merupakan “teks” yang bisa dibaca. Tentu di sini, teks dalam arti yang sangat luas. Setiap yang ditampilkan oleh televisi akan selalu dimaknai oleh penontonnya. televisi memiliki tiga bentuk, yakni ikon yang terdiri dari suara dan gambar, simbol (dialog dan tulisan), serta indeks sebagai efek dari audiovisual itu sendiri. Dalam buku *Introduction to Mass Communication*, Ia menyatakan tentang analisis film atau tayangan dalam hal ini sebagai prinsip sinematografi atau tata bahasa.

Menurut John Fiske (2007: 60), setidaknya ada 3 area penting dalam studi semiotik, yaitu:

- 1) Tanda itu sendiri. Bagaimana tanda itu dibuat dan dapat mengantarkan makna, serta tanda adalah buatan manusia di mana tanda hanya bisa dimengerti oleh manusia yang menggunakannya.
- 2) Kode atau sistem yang menjadi tempat tanda diciptakan. Bagaimana berbagai macam tanda dibangun untuk memudahkan pemenuhan kebutuhan masyarakat dalam sebuah kebudayaan.
- 3) Kebudayaan dimana tanda itu dipakai.



Model utama dalam menganalisis bagaimana representasi komunikasi politik dalam pencitraan Aburizal Bakrie di Program ‘Tanda Mata Istimewa’ episode V,VI dan VII di *Tv One* yaitu integrasi model signifikansi dua tahap (*Two Order of Signification*) Roland Barthes dan urutan analisis tayangan dari John Fiske seperti di bawah ini:



Skema 1.1

Dua Pertandaan Roland Barthes (Fiske, 2005: 122). Pada tatanan kedua, sistem tanda pertama disiapkan dalam sistem budaya. Model ini diintegrasikan dengan kode-kode televisi John Fiske.

## F. Langkah-Langkah Penelitian

### 1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian di kantor stasiun televisi *Tv One*. Alamat kantor televisi tersebut Jalan Rawa Teratai II No.2, Kawasan Industri Pulo Gadung, Jakarta Timur. Waktu penelitian dilakukan pada bulan April-Juli 2013.

### 2. Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan menggunakan jenis penelitian kualitatif. Menurut Mulyana dan Solatun (2008:5) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat interpretatif (menggunakan penafsiran) yang melibatkan banyak metode, dalam menelaah masalah penelitiannya.

Berdasarkan sifat realitas, penelitian kualitatif mengandung persepsi subjektif bahwa realitas (komunikasi) bersifat ganda, rumit, semu, dinamis (mudah berubah), dikonstruksikan, dan holistik sehingga kebenaran realitas bersifat relatif (Mulyana dalam M. Hikmat, 2011: 36).

Karakteristik penelitian ini terdiri atas ciri-ciri penelitian yang meliputi: latar alamiah, sehingga data diperoleh secara utuh (*entity*), manusia sebagai instrument utama, terjadi hubungan langsung antara peneliti dan data, analisis dilakukan secara induktif, yang diperoleh dari wawancara, catatan pengamatan, serta pengkajian dokumen, berkecenderungan ke arah proses daripada hasil.

### 3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes, yaitu analisis semiotika dengan dua konsep yang berintegrasi, signifikansi dua tahap dan kode-kode televisi John Fiske.

Penelitian diuraikan melalui pemikiran tokoh Semiotik Roland Barthes untuk menunjukkan representasi komunikasi politik di program ‘Tanda Mata Istimewa’ episode V,VI, dan VII, 2012 di TvOne. Dibandingkan dengan tokoh Semiotik sebelumnya Ferdinand de Saussure dan Charles Sanders Peirce yang lebih merujuk pada linguistik semata. Roland Barthes lebih analitis dalam menyingkap segala sesuatu di balik tanda, melalui signifikansi dua tahap, yaitu makna denotasi dan konotasi yang tersimpan dalam sebuah produksi tanda.

Berbagai simbol dan teks dalam sebuah program *reality show* dapat diungkap, dan diartikan maknanya, serta direpresentasikan secara kritis dengan sebuah metode yang dapat menguraikan tanda-tanda di dalamnya. Semiotika merupakan metode yang paling sesuai. Alasan inilah yang mendasari peneliti untuk menggunakan semiotika dalam menganalisis program *reality show* Tanda Mata Istimewa dengan menguraikan makna denotasi, konotasi, mitos, dan ideologi sesuai skema 1.1 signifikansi dua tahap Barthes.

#### 4. Jenis Data

Jenis data yang diidentifikasi dalam penelitian ini yaitu *copy-tayang* berupa program ‘Tanda Mata Istimewa’ episode V,VI, dan VII yang tayang pada bulan September, Oktober dan November 2012.

#### 5. Sumber Data

##### a. Data Primer

Data primer yaitu dokumentasi yang terdapat dalam *copy-tayang* berupa program ‘Tanda Mata Istimewa’ episode V,VI, dan VII melalui komponen sinematografis berupa *visual*, *soundbite*, *background* dan lain-lain.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu sumber data penunjang berupa wawancara dengan produser.

#### 6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi, yaitu *copy-tayang* berupa program ‘Tanda Mata Istimewa’ episode V, VI, dan VII atau data lainnya yang relevan dengan penelitian.

#### 7. Teknis Analisis Data

Peneliti menggunakan pendekatan analisis semiotika melalui *Cultural Studies*. *Cultural Studies* merupakan kajian budaya dan media yang identik dengan pendekatan semiotik. Istilah *Cultural Studies* berasal dari *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS) di Universitas Birmingham, yang didirikan pada tahun 1964. Awal kemunculannya didasari oleh beberapa karya tulis para penggagas pertama, yaitu Richard Hoggart, Raymond Williams, EP Thompson, dan Stuart Hall. pada tahun 1972, dengan tujuan meletakkan *cultural studies* dalam wacana intelektual Inggris, CCCS menerbitkan edisi perdana *Working Paper in Cultural Studies*.

Gagasan tentang pencerdasan, informatif, dan inspirasi adalah sentral bagi *Cultural Studies*. Sasaran *Cultural Studies* adalah mengekspos bagaimana cara memberikan informasi untuk mencerdaskan bangsa agar tidak ketinggalan peradabannya. Kebanyakan hasil karya dalam studi kritis diterapkan pada media massa. Alasannya jelas, media merupakan instrumen ideologi yang kuat dalam masyarakat.

Adapun langkah-langkah analisisnya sebagai berikut:

- 1) Mendefinisikan objek analisis.
- 2) Mengumpulkan teks; Dalam arti teks berupa tayangan dari komunikasi yang terdiri dari narasi, soundbite, dan backsound.
- 3) Menjelaskan teks tersebut; Memisahkan pesan linguistik dengan citra visual.
- 4) Menafsirkan teks tersebut; Tahapan selanjutnya memungkinkan peneliti untuk menguraikan makna dan implikasi masing-masing tanda secara terpisah, kemudian secara kolektif.
- 5) Mengklasifikasikan data; mengidentifikasi adegan dan memberi alasan mengapa adegan tersebut dipilih dan perlu diidentifikasi serta menentukan kekhasan wacananya dengan mempertimbangkan elemen semiotika yang ada.
- 6) Analisis data menggunakan metode analisis semiotika.
- 7) Membuat kesimpulan (Stokes, 2003:181)