

**PESAN KOMUNIKASI POLITIK DALAM FILM SUARA  
APRIL  
(ANALISIS SEMIOTIKA MODEL FERDINAND DE SAUSSURE**

**SKRIPSI**

**Diajukan Oleh**

**NADIA ULFA  
NIM. 150403023**

**Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
1441 H / 2020 M**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh sebagai  
Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah Jurusan  
Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**Oleh**

**NADIA ULFA  
NIM. 150401023**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**



**Drs. Syukri Syamaun, M. Ag  
NIP. 196412311996031006**

**Anita, S. Ag, M. Hum  
NIP.197109062009012002**

**SKRIPSI**

**Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry  
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai  
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah  
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**Diajukan Oleh**

**NADIA ULFA  
NIM. 150401023**

**Pada Hari/Tanggal**

**Jum'at, 24 Januari 2020 M  
28 Jumadil Awal 1441**

**di**

**Darussalam, Banda Aceh**

**Panitia Sidang Munaqasyah**

**Ketua,**



**Drs. Syukri Syamaun, M. Ag  
NIP. 196412311996031006**

**Sekretaris,**



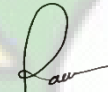
**Anita, S. Ag, M. Hum  
NIP.197109062009012002**

**Anggota I,**



**Zainuddin T, M.Si  
NIP. 197011042000031002**

**Anggota II,**



**Arif Ramdan, S.Sos, I., M.A  
NIP. 2031078001**

**Mengetahui,  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry**

**S**



**Dr. Fakhri, S.Sos., MA  
NIP. 196412291998031001**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Nadia Ulfa

NIM : 150401123

Jenjang : Strata Satu (S-1)

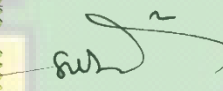
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 17 Januari 2020

Yang Menyatakan,



  
Nadia Ulfa

NIM. 150401078

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah Swt yang telah memberi nikmat Islam, iman, taufiq serta hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang sederhana ini. Shalawat dan salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah mengubah dunia dari kejahilan ke alam berilmu pengetahuan. Tak lupa salam serta doa kepada para mujahidin dan mujahidat yang telah syahid di medan pertempuran kala berjuang untuk menegakkan kedaulatan Islamiyah di persada bumi ini. *Allahu Akbar*.

Skripsi ini berjudul “*Pesan Komunikasi Politik dalam Film Suara April (Analisis Semiotika Model Ferdinand de Saussure)*”. Penulis menyusun karya ilmiah ini guna untuk menyelesaikan studi pada Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN AR-Raniry, Banda Aceh, yang merupakan suatu kewajiban bagi setiap mahasiswa untuk mencapai gelar sarjana yang sesuai dengan visi dan misi kejuruan. Dalam menyelesaikan skripsi tentunya penulis banyak menemui hambatan, akan tetapi berkat rahmat Allah dan bantuan dari berbagai pihak, *Alhamdulillah* akhirnya penulis bisa menyelesaikan tugas ini dengan cermat.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dorongan semangat dan bantuan materil dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini, penulis ucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada pihak keluarga yang telah mendoakan dan mendukung dari awal perkuliahan hingga selesai tugas akhir ini. Kepada Ayahanda

tercinta Tarmizi, S.pd dan Ibunda tersayang Rusmini, S.Pd.I, serta saudara-saudari saya tercinta, Abang Reza, Hafidz, Imam, Munira, Gelbina, dan Sulthan.

2. Dr. Fakhri, S.Sos, M.A, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Drs. Yusri, M. LIS, selaku Wadek I, Zainuddin T, M.Si selaku Wadek II, dan Dr. T. Lembong Misbah, M.A selaku Wadek III.
3. Bapak Dr. Hendra Syahputra, M.M. selaku Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, dan Anita, S.Ag., M. Hum. selaku Sekretaris Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Kepada Drs. Syukri Syamaun, M.Ag, selaku Dosen Pembimbing utama dan Anita, S.Ag, selaku Dosen Pembimbing kedua, yang senantiasa meluangkan waktu, pikiran, bimbingan, dan saran sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Drs. Syukri Syamaun, M.Ag, selaku Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan bersedia meluangkan waktu untuk berbagi pikiran setiap kali bertatap muka, mau disengaja atau tidak.
6. Seluruh staf pengajar Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam serta Fakultas Dakwah dan Komunikasi beserta jajaran yang telah membantu terselesainya tugas akhir ini.
7. Kepada teman-teman dan sahabat-sahabat terbaik yang senantiasa menemani dan memberikan semangat serta mengingatkan penulis agar

segera menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih terutama kepada Suami tercinta, Safrizal dan Anakku tersayang, Gibran, yang tidak disangka-sangka akan menjadi penyemangat dalam penyelesaian tugas ini. Merim, Ali, Isla, Bokis, Layli, dan Podah yang tidak henti-hentinya menghibur dan menyemangati. Terima kasih juga kepada Okta, Rayyan, Eka, Ega, Husna, Rafikul dan Srikal yang senantiasa mengingatkan. Juga Fitri yang selalu mendukung dengan penuh semangat, Aqila, Yani, Ijah, Fani, Rizky, Putri, Wela, Syita, Kak April, serta seluruh teman *Inter Class* yang selalu giat dan rajin di awal-awal semester aja, hehe. *Last but not least*, Pura, adik yang selalu bersedia mendengar keluh kesah.

Demikian, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan juga perkembangan ilmu pengetahuan.

Banda Aceh, 15 Januari 2020  
Penulis,

Nadia Ulfa

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “*Pesan Komunikasi Politik dalam Film Suara April (Analisis Semiotika Model Ferdinand de Saussure)*”, bertujuan untuk mengetahui *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda) pesan komunikasi politik dalam film *Suara April* berdasarkan analisis semiotika model Ferdinand de Saussure. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif. Data yang dikumpulkan menggunakan teknik dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam film *Suara April* terdapat tanda-tanda pesan komunikasi politik secara linguistik baik dalam bentuk verbal dan nonverbal, terutama pada jenis pesan yang mengandung retorika dan iklan politik. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam film ini mengandung pesan komunikasi politik berdasarkan metode penelitian yang penulis gunakan. Terdapat pesan politik verbal maupun nonverbal dalam bentuk retorika dan iklan politik. Dari setiap tanda linguistik seperti teks, warna dan simbol yang memiliki makna yang menggambarkan tujuan politik calon legislatif.

**Kata Kunci:** *Analisis Semiotika model Ferdinand de Saussure, Pesan Komunikasi Politik, Film, film Suara April.*

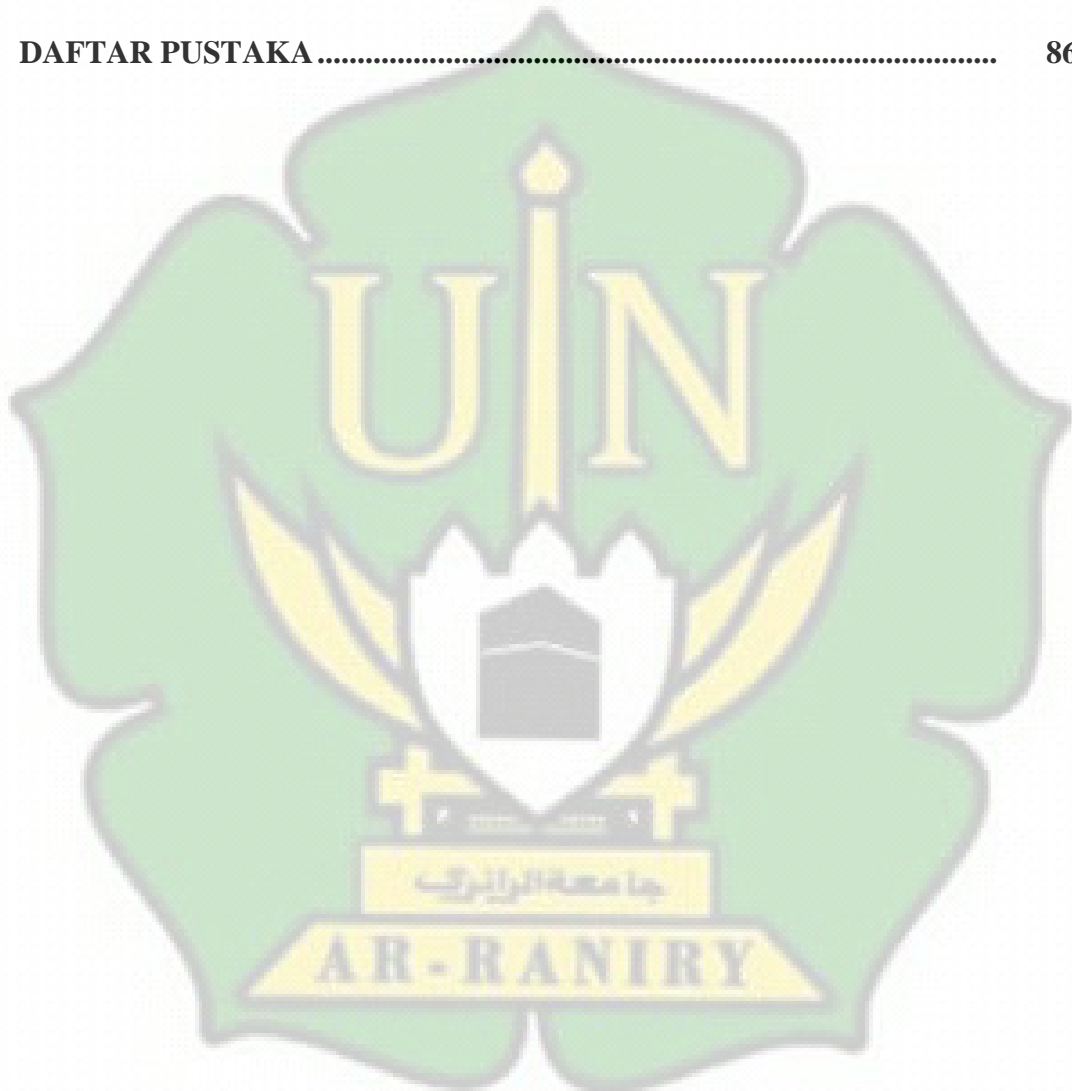




## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORITIS</b> .....	<b>8</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	8
B. Komunikasi Politik.....	11
1. Definisi Komunikasi Politik .....	11
C. Komunikasi Politik.....	20
2. Definisi Komunikasi Politik .....	20
3. Unsur Komunikasi Politik .....	37
4. Pesan Komunikasi Politik.....	39
D. Film .....	48
1. Pengertian Film.....	50
2. Fungsi Film .....	52
3. Unsur-Unsur Film .....	53
4. Kategori Film .....	53
E. Teori Semiotika .....	54
1. Semiotika Komunikasi dan Film .....	56
2. Semiotika Model Ferdinand de Saussure.....	58
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>61</b>
A. Proses Pengumpulan Data.....	61
B. Metode Dan Teknik Pengumpulan Data .....	61
1. Metode Penelitian .....	62
2. Teknik Pengumpulan Data.....	63
C. Analisis Semiotika Model Ferdinand de Saussure .....	63
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b> .....	<b>65</b>
A. Profil Film Suara April.....	65
1. Poster Film Suara April .....	65
2. Sinopsis Film Suara April.....	66
3. Pemeran film <i>Suara April</i> .....	67

B. Signifier (Penanda) Dan Signified (Petanda) Dalam Film Suara April	70
C. Analisis Data Menurut Teori Semiotika Model Ferdinand de Saussure.....	81
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>	<b>84</b>
A. Kesimpulan.....	84
B. Saran .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>86</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Unsur-Unsur yang Membentuk Proses Komunikasi.....	16
Gambar 2	Kode 'Oke' di Indonesia, dan "Uang' di Jepang .....	48
Gambar 3	Elemen-Elemen Makna Dari Saussure.....	51
Gambar 4	<i>Official</i> Poster film <i>Suara April</i> .....	56



## DAFTAR TABEL

<b>Table 1</b> Hasil Penelitian Pesan Komunikasi Politik Dalam Film <i>Suara April</i> Berdasarkan <i>Signifier</i> dan <i>Signified</i> .....	61
--	----



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Di era ini, media komunikasi sudah sangat familiar bagi masyarakat. Informasi apapun sangat mudah untuk disebarluaskan untuk mendapatkan *feedback* serta tujuan yang diinginkan. Karakteristik media yang luas dan dapat diterima siapa saja menjadikan media komunikasi terutama media massa sebagai sumber informasi, hiburan, dan edukasi bagi khalayak. Di antara banyaknya media massa, film merupakan salah satu media komunikasi yang sangat mumpuni dalam mencapai tujuan terutama dalam mempersuasi masyarakat dan membentuk sebuah opini publik. Meskipun film sebagai penemuan teknologi baru telah muncul pada akhir abad kesembilan belas, tetapi hal tersebut bukan sesuatu yang baru jika dilihat dari segi isi atau fungsi. Film berperan sebagai salah satu sarana baru yang digunakan untuk menyebarkan hiburan yang sudah menjadi kebiasaan terdahulu, serta menyajikan cerita, peristiwa, musik, drama, lawak dan sajian teknis lainnya kepada masyarakat umum.<sup>1</sup>

Fenomena spektakuler perfilman terasa mengguncang kuat di seluruh benua hingga saat ini. Sejak ditemukannya teknologi *cinematograph* oleh Lumiere bersaudara, banyak bermunculan praktisi film di jagat hiburan dengan ide-ide *brilliant*-nya, meramu fenomena-fenomena faktual dan fantasi dengan bumbu-bumbu energik yang mengundang tawa, haru, tangis, marah, tegang, decak, kagum, dan lain sebagainya dari para penonton. Film sendiri dalam

---

<sup>1</sup>Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, Ed. II (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1987), hlm. 13-14

pengertian sempit adalah penyajian gambar ke layar lebar, tetapi dalam pengertian lebih luas bisa juga termasuk yang disiarkan di televisi.<sup>2</sup> Sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 8 tahun 1992 yang dimaksud film ialah karya cipta seni dan budaya yang merupakan media komunikasi massa pandang-dengar yang dibuat berdasarkan asas sinematografi yang direkam dengan pita video atau bahan hasil penemuan lainnya, dalam segala bentuk, jenis, dan ukuran melalui proses kimiawi yang dapat dipertunjukkan dengan sistem proyeksi mekanik, elektronik, dan lainnya.<sup>3</sup>

Dalam sejarah perkembangan film terdapat tiga tema besar dan satu atau dua tonggak sejarah yang penting. Salah satu temanya adalah pemanfaatan film sebagai alat propoganda. Tema ini sangat penting terutama yang berkaitan dengan upaya pencapaian untuk tujuan nasional dan masyarakat. Hal ini berkenaan dengan pandangan yang menilai bahwa film memiliki beberapa kelebihan yakni; jangkauan, realisme, pengaruh emosional, dan popularitas yang hebat. Upaya membaurkan pengembangan pesan dengan hiburan memang sudah lama diterapkan khususnya dalam kesusasteraan dan drama. Namun unsur-unsur baru dalam film memiliki kelebihan dalam segi kemampuannya menjangkau sekian banyak orang, seperti yang telah disebutkan sebelumnya. Dalam waktu yang cepat dan kemampuannya dalam memanipulasi kenyataan, film menjadi salah satu

---

<sup>2</sup>Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), hlm.150.

<sup>3</sup>ApriadiTamburaka, *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khlmayak Media Massa*, (Jakarta:RajawaliPres, 2013), hlm.. 112-113

sarana yang paling efektif dalam mencapai suatu tujuan, dengan pesan berseni sinematograf, tanpa kehilangan kredibilitas film itu sendiri.<sup>4</sup>

Metode ini agak sama dengan metode yang diterapkan oleh salah satu Walisongo yaitu Sunan Kalijaga, yang sukses menyebarkan Islam di Nusantara dengan menyerap semangat kultural masyarakat Jawa yang pada saat itu masih dipengaruhi kebudayaan Hindu-Budha. Wayang menjadi salah satu kesenian budaya yang Sunan Kalijaga gunakan sebagai metode dakwah. Ia menyesuaikan ajaran Islam dengan budaya lokal (Wayang) supaya memudahkan masyarakat untuk menerima ajaran Islam dibaurkan dengan budaya yang dikenal dan populer pada saat itu.

Metode pembauran ini sering kita lihat tidak hanya dalam menyebarkan dakwah, tetapi juga dalam mempersuasi atau memengaruhi masyarakat. Maka tidak heran apabila banyak pihak yang memanfaatkan media yang diminati dan familiar seperti film untuk mencapai tujuan dalam jangkauan yang luas. Sebagaimana yang dilakukan oleh KPU (Komisi Pemilihan Umum) pada masa kampanye pemilu 2019. KPU memproduksi sebuah film berjudul *Suara April*, yang dibuat khusus sebagai sarana edukasi Pemilihan Umum (pemilu), serta memengaruhi masyarakat dalam misi untuk mencapai kesuksesan pemilu 2019 pada 17 April lalu.

*Suara April* merupakan salah satu dari sekian banyak film yang dijadikan sebagai alat untuk mencapai suatu tujuan dalam jangkauan yang luas, yaitu untuk memengaruhi masyarakat baik dalam membentuk sebuah opini maupun edukasi.

---

<sup>4</sup> Ibid.

Film ini disutradarai oleh Emil Heradi dan Wicaksono Wisnu Legowo dan diproduksi oleh Darius Sinathrya. Tujuan KPU membuat film ini adalah untuk mengajak masyarakat menyuarakan hak pilih mereka pada pemilu 2019. Film ini ditayangkan sebelum pemilu di 33 provinsi, pada tanggal 10 sampai 15 April 2019.

*Suara April* menceritakan tentang seorang relawan demokrasi yang bernama Chandra (diperankan oleh Bio One), yang ditugaskan ke sebuah kampung bernama Rempangrejo untuk memberikan penyuluhan pemilu. Kepedulian masyarakat terhadap politik di kampung ini sangat minim, terbukti dengan tidak terlaksananya pemilu selama 15 tahun. Meskipun acuh terhadap politik, akan tetapi masyarakat Rempangrejo cukup fanatik dengan musik dangdut. Bahkan perlehatan panggung dangdut cukup sering diadakan.

Untuk persetujuan dalam misi penyuluhan di Rempangrejo, Chandra harus mendapatkan izin dari tokoh masyarakat, yaitu Kang Djohari (diperankan oleh Mendiang Torro Margens) yang merupakan tokoh masyarakat yang disegani dan dikagumi di Rempangrejo. Ia merupakan seorang musisi dangdut yang anti terhadap politik. Melihat kedatangan Chandra untuk penyuluhan mengenai politik, ia langsung mengusirnya.

Di Rempangrejo terdapat sebuah sekolah yang merupakan satu-satunya Sekolah Menengah Atas (SMA) di sana. Sekolah ini terancam tutup karena yayasan sudah tidak bisa lagi mendanai. Seorang guru bernama Nurlaila (diperankan oleh Amanda Manopo) dengan gigih ingin mempertahankan sekolah tersebut. Dalam upayanya, satu-satunya cara dalam mempertahankan sekolah itu adalah dengan memiliki dukungan dari salah satu calon legislatif terpilih. Maka,



Nurlailapun bekerja sama dengan Candra yang memiliki misi penyuluhan pemilu untuk sama-sama melakukan penyuluhan kepada masyarakat.

Nurlaila dan Chandra berpikir acara dangdut menjadi sarana yang paling efektif dalam melakukan misi penyuluhan pada masyarakat Rempangrejo. Mereka pun dengan giat menyebarkan brosur mengenai pemilu di sela-sela masyarakat yang menikmati musik dangdut. Dengan berharap masyarakat sadar akan hak pilih mereka di pemilu nanti. Namun, ketika masyarakat Rempangrejo mulai tertarik untuk berpolitik justru timbul perpecahan antar masyarakat, yang ternyata juga menjadi pemicu masyarakat Rempangrejo menolak memilih sejak 15 tahun lamanya.

Film *Suara April* mendapatkan sambutan hangat dari berbagai pihak, bahkan banyak artikel yang memberitakannya. Film ini menarik ditonton karena pembahasan tentang politik sedang panas-panasnya dari 2018 hingga awal 2019. Dengan alur cerita seperti yang selalu kita alami setiap saat menjelang pemilu, film ini juga memaparkan trik dan kelicikan yang sering terjadi pada saat kampanye. Seperti halnya dunia nyata, kerusuhan tentu tidak terhindarkan.

Proses komunikasi politik yang ada dalam film ini tentu memiliki pesan baik berbentuk bunyi, maupun berupa tanda, simbol, atau kode. Komunikasi politik sendiri merupakan suatu proses pengoperan lambang-lambang atau simbol-simbol komunikasi yang berisi pesan-pesan politik dari seseorang atau kelompok kepada orang lain dengan tujuan untuk membuka wawasan atau cara berpikir,

serta memengaruhi sikap dan tingkah laku khalayak yang menjadi target politik.<sup>5</sup> Tanda yang dimaksud di sini tentu memiliki makna yang lebih mendalam dari yang terlihat. Dengan latar belakang demikian, penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai tanda-tanda yang mengandung pesan komunikasi politik yang disampaikan dalam film *Suara April*. Dari apa yang telah dipaparkan di atas, maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul, “*Pesan Komunikasi Politik dalam Film Suara April (Analisis Semiotika Model Ferdinand de Saussure)*”.

Untuk memperjelas tujuan dari penelitian dan mendapatkan hasil yang diinginkan, penulis menggunakan metode semiotika model Ferdinand de Saussure, melalui analisis semiotika model Saussure dengan dua pemikirannya yaitu *Signifier* (penanda) dan *Signified* (petanda). Bagi penulis, penelitian ini, diharapkan dapat menghasilkan pengetahuan tambahan mengenai studi yang bersangkutan serta dapat bermanfaat bagi peneliti lain dengan topik yang sama.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan permasalahannya sebagai berikut: Bagaimana pesan komunikasi politik dalam film *Suara April* berdasarkan *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda), menurut analisis semiotika model Ferdinand de Saussure?

---

<sup>5</sup> Hafied Cangara, *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hlm. 35.

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah mengetahui *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda) pesan komunikasi politik dalam film *Suara April* berdasarkan analisis semiotika model Ferdinand de Saussure.

### D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang penulis harapkan sehingga memilih judul skripsi ini, yaitu:

#### 1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu mengembangkan kajian ilmu khususnya studi komunikasi serta bisa menjadi bahan referensi dan tambahan koleksi pustaka pada Taman Baca Fakultas Dakwah dan Komunikasi juga perpustakaan Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

#### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan para akademisi komunikasi dalam mengemas pesan, khususnya pesan komunikasi politik melalui film dengan menggunakan analisis semiotika model Ferdinand de Saussure melalui dua elemen pemikirannya yaitu; *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda).

## BAB II

### LANDASAN TEORITIS

#### A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan suatu tulisan yang telah diteliti oleh orang lain. Penelitian terdahulu menjadi salah satu cara untuk kita mengetahui karya ilmiah atau hasil penelitian yang telah ditulis, dengan tujuan untuk dapat membandingkan karya ilmiah yang telah ditulis dengan yang sedang penulis susun saat ini. Tidak hanya itu, penelitian terdahulu juga dapat memperkaya teori dan referensi sebuah karya ilmiah. Penelitian tentang film sudah banyak dilakukan, akan tetapi sejauh ini belum ada kajian mengenai analisis semiotika pesan komunikasi politik dalam film “*Suara April*”. Menurut hasil studi yang penulis lakukan, karya ilmiah yang mempunyai sedikit tidaknya persamaan dengan topik yang penulis teliti adalah sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Ismatun Nisa (2014), berjudul “*Analisis Semiotika Pesan Moral Film Jokowi*” menjelaskan bahwa seiring berkembangnya zaman penyampaian pesan dipermudah dengan kehadiran media massa, salah satunya yaitu film. Film mampu meningkatkan inovasi dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah termasuk pesan moral. Film *Jokowi* adalah film fiksi yang dibuat berdasarkan kehidupan masa kecil Jokowi sebagai seorang anak miskin yang ingin merubah kehidupannya hingga dia menjadi walikota Solo, kemudian gubernur DKI Jakarta, hingga calon presiden Republik Indonesia. Dimana dalam cerita kehidupan masa kecilnya mengandung banyak pesan moral yang memang ditujukan untuk seluruh kalangan masyarakat khususnya kaum muda. Penelitian

ini menggunakan metode analisis semiotika model Charles Sanders Peirce. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan sifat deskriptif. Data yang didapatkan bersumber dari DVD film Jokowi dan studi kepustakaan yang terkait dengan penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa dalam film *Jokowi* mengandung unsur toleransi, hubungan kepada Tuhan, berbakti kepada orang tua, bersyukur, tolong-menolong, rajin, ulet dan sebagainya. Hasil ini diteliti dari sepuluh *scene* yang mengandung hal-hal di atas melalui tanda yang muncul baik visual maupun verbal. Pesan moral dalam film ini dapat dicontoh untuk para anak-anak agar tertanam pada diri mereka sifat-sifat atau moral yang mulia. Serta bisa menjadi pribadi yang lebih baik lagi untuk mencapai masa depan yang gemilang seperti halnya kisah sosok Jokowi dalam film ini.<sup>6</sup>

Dalam penelitian selanjutnya yang diteliti oleh Nurlailatul Fajriah (2011) yang berjudul “*Analisis Semiotik Film Cin(T)a Karya Sammaria Simanjuntak*” meneliti tentang keseluruhan film dari judul hingga adegan-adegan yang berkaitan dengan cinta, agama, dan perbedaan dalam film Cin(T)a ditinjau dari teori semiotika segi tiga makna (*triangle meaning*) Charles Sander Peirce. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa melalui teori Charles Sanders Peirce dengan segi tiga makna yaitu ikon, indeks, dan simbol, peneliti dapat lebih memahami makna atau simbol yang terkandung dalam dialog, pengambilan gambar dan gerak pemain film

---

<sup>6</sup> Ishmatun Nisa, *Analisis Semiotika Pesan Moral dalam Film Jokowi*, Institutional Repository UIN Syarif Hidayatullah, 2014.

Cin(T)a. Sehingga, penyampaian informasi yang diharapkan Sammaria Simanjuntak sebagai sang sutradara tersampaikan dengan cermat. Berdasarkan salah satu sumber analisis, yaitu analisis semiotik yang mana membuka pesan tersembunyi mengenai cinta, agama dan toleransi. Adapun kesimpulannya adalah cinta yang terdapat dalam film ini terbagi dua yaitu cinta kepada Tuhan dan cinta kepada sesama makhluk.<sup>7</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Nur Rachmani (2015), berjudul “*Analisis Semiotika Iklan Ades Versi ‘Langkah Kecil Memberikan Perubahan’ dalam Menyingkap Pesan Tersembunyi Tentang Kepedulian Lingkungan Hidup*” yang menjelaskan tentang makna tanda-tanda yang digunakan dalam iklan air mineral “Ades” dengan menggunakan analisis semiotika model Charles Sanders Peirce. Penelitian ini bertujuan untuk menyingkap pesan tersembunyi mengenai kepedulian lingkungan hidup dalam iklan Ades versi “*Langkah Kecil Memberikan Perubahan*”. Fokus penelitiannya adalah makna tanda-tanda yang terkandung di dalam iklan Ades, yang sesuai dengan konsep Peirce diklasifikasikan menjadi tiga bagian, yakni ikon, indeks, dan simbol.

Adapun hasil penelitian menurut penafsiran peneliti berdasarkan tanda-tanda yang dibangun dalam perspektif semiotika, secara garis besar pesan tersembunyi yang terkandung di dalam iklan Ades versi Langkah Kecil Memberikan Perubahan, yakni Ades memperkenalkan kepada konsumen suatu gaya hidup baru tentang kepedulian lingkungan hidup lewat iklan mereka dengan slogan “Pilih-Minum-Remukkan”. Meremukkan botol Ades setelah diminum akan

---

<sup>7</sup>Nurlailatul Fajriah, “*Analisis Semiotik Film Cin(T)a Karya Sammaria Simanjuntak*”, Institutional Repository UIN Syarif Hidayatullah, 2011.

memakan ruang yang lebih sedikit di tempat sampah. Sehingga emisi karbon yang dihasilkan saat mengangkut sampah menjadi lebih sedikit. Meremukkan botol air mineral yang sudah habis diminum ternyata memberikan dampak positif bagi lingkungan.<sup>8</sup>

Dari tiga penelitian di atas, model semiotik yang digunakan merupakan semiotika model Charles Sanders Peirce, yang meneliti mengenai *triangle meaning* (ikon, indeks, dan simbol). Sedangkan penelitian yang sedang penulis susun menggunakan model semiotika Ferdinand de Saussure, menggunakan dua elemen dari pemikirannya yaitu *signifier* dan *signified*. Hal ini menjadi perbedaan mendasar antara penelitian di atas dengan penelitian penulis. Meskipun ketiga penelitian di atas menggunakan model Peirce, akan tetapi metode penelitian yang digunakan sama-sama memakai metode kualitatif bersifat deskriptif, dengan penelitian berfokus pada isi/content yang ada pada film. Ini menjadi acuan untuk memperkaya referensi penulis dalam menyusun penelitian ini.

## **B. Komunikasi Politik**

### **1. Definisi Komunikasi Politik**

Komunikasi politik, mempunyai arti yang sangat penting, terutama di era reformasi sekarang ini. Iklim keterbukaan dan demokratisasi yang kita bangun, desentralisasi dan otonomi daerah, serta pemilihan presiden dan wakil presiden secara langsung, maupun pemilihan kepala daerah yang juga nantinya dilakukan secara langsung akan semakin menambah pentingnya arti komunikasi politik di

---

<sup>8</sup>Nur Rachmani, *Analisis Semiotika Iklan Ades Versi 'Langkah Kecil Memberikan Perubahan' dalam Menyingkap Pesan Tersembunyi Tentang Kepedulian Lingkungan Hidup*, e-Jurnal Ilmu Komunikasi, 2015.

Indonesia. Sebenarnya komunikasi politik sudah dikenal sejak manusia berpolitik. Berpolitik di sini bisa ditandai dengan adanya gerakan sosial kemasyarakatan yang mengandung unsur politik misalnya gerakan tagar #2019GantiPresiden yang heboh terjadi di media sosial menjelang pemilihan Presiden dan Wakil Presiden periode 2019-2022, perluasan wilayah yang terjadi pada masa Khulafaurrasyidin, dan lain sebagainya.

Perkembangan komunikasi politik semakin tampak pada perang Dunia I dan perang Dunia II. Demikian juga sebagai bidang kajian, komunikasi politik ini juga menyebar melintasi berbagai disiplin dan bahkan dalam perkembangannya pun tidak lepas dari adanya sumbangan dari berbagai disiplin ilmu pengetahuan tersebut. Meski demikian, sebagai telaah ilmu, apakah itu bagian dari ilmu komunikasi atau ilmu politik, perkembangan komunikasi politik masih tergolong baru. Dalam praktiknya, studi tentang politik ini dapat ditelusuri pada studi tentang pendapat umum, propoganda dan perang urat saraf, sampai pada berkembangnya teori media krisis sebagai bagian dari ilmu politik. Karya-karya ilmiah tersebut dihasilkan oleh para ilmuwan seperti Ferdinand Tonnies, Walter Lippman, Harold D. Lasswell, maupun para teoritis kritis seperti Ardono dan Horheimer, maupun Jurgen Habermas.<sup>9</sup>

Meskipun perkembangan komunikasi politik sudah terlihat pada masa Perang Dunia seperti penjelasan di atas, Henry Subiakto dalam bukunya *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi* (2015) mengatakan bahwa, “Komunikasi politik dijadikan studi kelimuan barulah ada pada awal dasawarsa

---

<sup>9</sup>Anwar Arifin, *Komunikasi Politik: Filsafat Paradigma Teori Tujuan Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*, Ed. II, Cet. I, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 08.



1950-an. Adapun istilahnya baru pertama kali dikemukakan secara tegas dan bulat oleh Euleau, Eldersveld, dan Janowitz pada 1956.”<sup>10</sup>

Demikian di Indonesia, komunikasi politik beserta definisinya terus berkembang sejalan dengan perkembangan praktik komunikasi politik itu sendiri. Ada pendapat yang menyatakan bahwa titik berat komunikasi politik terletak pada komunikasinya bukan pada politik itu sendiri. Sebab istilah komunikasi lebih menunjuk pada pesan sebagai obyek formalnya. Sedangkan pesan yang disampaikan adalah pesan tentang politik atau yang mengandung unsur politik. Sementara pendapat lain mengatakan bahwa, komunikasi politik lebih yang diarahkan bagi pencapaian suatu pengaruh, sehingga hal yang dibahasnya dapat mengikat semua warga melalui sanksi yang ditentukan bersama oleh lembaga politik. Dalam hal ini komunikasi politik lebih di arahkan sebagai sarana pendidikan politik bagi warga masyarakat. Pendapat demikian sejalan dengan definisi yang menempatkan komunikasi politik sebagai salah satu fungsi politik, komunikasi politik sangat erat kaitannya dengan sistem politik. <sup>11</sup>

Dalam perspektif Islam, komunikasi merupakan bagian yang tak terpisahkan dalam kehidupan manusia karena segala gerak langkah kita selalu disertai dengan komunikasi. Komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi yang islami, yaitu komunikasi berakhlak *al-karimah* atau beretika. Komunikasi yang berakhlak *al-karimah* berarti komunikasi yang bersumber kepada Al-Quran dan hadis (sunah Nabi). Dalam Al Qur'an dengan sangat mudah kita menemukan contoh kongkrit bagaimana Allah selalu berkomunikasi dengan hamba-Nya melalui wahyu. Untuk

---

<sup>10</sup> Henry Subiakto, *Komunikasi PolitikMedia, dan Demokrasi*, Ed. II(Jakarta: Pranada Media, 2015),

<sup>11</sup>Anwar Arifin, *Komunikasi Politik...*, hlm. 08.

menghindari kesalahan dalam menerima pesan melalui ayat-ayat tersebut, Allah juga memberikan kebebasan kepada Rasulullah untuk meredaksi wahyu-Nya melalui matan hadits. Baik hadits itu bersifat *Qouliyah* (perkataan), *Fi'iliyah* (perbuatan), *Taqrir* (persetujuan) Rasul, kemudian ditambah lagi dengan lahirnya para ahli tafsir sehingga melalui tangan mereka terkumpul sekian banyak buku-buku tafsir. Pesan-pesan yang disampaikan biasanya meliputi seluruh ajaran Islam, seperti akidah (iman), syariah (Islam), dan akhlak (ihsan).

#### a. Komunikasi

Komunikasi merupakan hal yang familiar dalam kehidupan kita. Komunikasi tidak luput dari setiap tindakan yang kita lakukan sehari-hari. Kata komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa Latin, *communis*. Kata ini mengandung arti yang sama dengan kata *communico*, *communication*, atau *communicare*, yaitu menciptakan makna yang sama. Artinya, komunikasi menyarankan pikiran, makna, atau pesan dipahami secara sama. Adanya pemahaman dan makna yang sama menjadi syarat bagi lahirnya saling memahami atas pesan komunikasi yang disampaikan. Karena itu, perbedaan harus dimaknai sebagai tantangan untuk melahirkan aktivitas komunikasi yang baru.<sup>12</sup>

Tindakan komunikasi yang memiliki makna sama merupakan peluang untuk menciptakan komunitas, kelompok, organisasi, masyarakat, atau negara. Proses penciptaan makna bersama tersebut membutuhkan beragam dinamika dan keterlibatan banyak pihak, termasuk peranan penting komunikator, materi pesan, media, khalayak, efek, *feedback*, dan *noise*. Seluruh elemen komunikasi tersebut

---

<sup>12</sup> Umaimah Wahid., *Komunikasi Politik: Teori, Konsep, Aplikasi pada Era Media Baru*, (Bandung: Simbiosis Reka tama Media, 2016), hlm. 02.

saling berkaitan satu sama lain dengan beragam pemahaman berbeda pada ragam definisi komunikasi.<sup>13</sup>

Sejauh ini terdapat beragam definisi komunikasi yang disampaikan oleh para ahli. Setiap definisi menjelaskan pemahaman mengenai komunikasi yang mengarah kepada dinamika di antara elemen-elemen komunikasi. Beragam definisi tersebut mencerminkan keragaman pemahaman dan level komunikasi. Pikiran seseorang mampu memengaruhi pihak lain dalam proses komunikasi, hal itu merujuk kepada definisi Weaver dalam Miller yang menyatakan, *“Communication is all the procedurs by which one mind and can affect another”*. Bereson dan Steiner menyatakan, *“Communication as the transmission of informations, ideas, emations, skills, etc., by use of symbols- words, pictures, figures, graphs, etc. It is the act or process of transmission thas is ussually called communication”*. Sementara itu, Hovland, Janis, dan Kelly dalam Miller, menyatakan, *“Human communication is the process through which individuals in relationship, groups, organizations, and societies create and use informations to relate to the environment and one another.”* Miller mencatat definisi komunikasi menurut Gerbner, *“Communication is social interaction through symbols and message systems”* (komunikasi adalah interaksi sosial melalui penggunaan simbol-simbol dan sistem pesan).<sup>14</sup>

Keempat definisi komunikasi tersebut menjelaskan:

1. Komunikasi mampu memengaruhi pikiran orang lain.

---

<sup>13</sup> Ibid, hlm. 03

<sup>14</sup> Ibid.

2. Komunikasi mampu menciptakan hubungan dalam beragam level dan bentuk komunikasi.
3. Komunikasi dapat menghubungkan semua elemen sosial.
4. Komunikasi melibatkan proses transmisi dalam beragam bentuk kemasan pesan.

Adapun dari definisi komunikasi menurut Harold D. Lasswell “*who says what in which channel to whom and with what effect*”, kita bisa melihat unsur-unsur dari komunikasi yang menyiratkan proses komunikasi berjalan searah atau bersifat linier. Hafied Cangara dalam bukunya *Komunikasi Politik* merumuskan unsur-unsur komunikasi sebagai berikut<sup>15</sup>:



**Gambar 5. Unsur-Unsur yang Membentuk Proses Komunikasi**

*Sumber*, merupakan pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antarmanusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi, lembaga atau negara. *Pesan*, merupakan

<sup>15</sup>Hafied Cangara, *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2009), hlm. 21.

sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. *Media*, adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan informasi dari pengirim kepada penerima. Media komunikasi ada yang berbentuk saluran antarpribadi, media kelompok, ada pula dalam bentuk media massa.

Penelitian terdahulu merupakan suatu tulisan yang telah diteliti oleh orang lain. Penelitian terdahulu menjadi salah satu cara untuk kita mengetahui karya ilmiah atau hasil penelitian yang telah ditulis, dengan tujuan untuk dapat membandingkan karya ilmiah yang telah ditulis dengan yang sedang penulis susun saat ini. Tidak hanya itu, penelitian terdahulu juga dapat memperkaya teori dan referensi sebuah karya ilmiah. Penelitian tentang film sudah banyak dilakukan, akan tetapi sejauh ini belum ada kajian mengenai analisis semiotika pesan komunikasi politik dalam film "*Suara April*". Menurut hasil studi yang penulis lakukan, karya ilmiah yang mempunyai sedikit tidaknya persamaan dengan topik yang penulis teliti adalah sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Ismatun Nisa (2014), berjudul "*Analisis Semiotika Pesan Moral Film Jokowi*" menjelaskan bahwa seiring berkembangnya zaman penyampaian pesan dipermudah dengan kehadiran media massa, salah satunya yaitu film. Film mampu meningkatkan inovasi dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah termasuk pesan moral. Film *Jokowi* adalah film fiksi yang dibuat berdasarkan kehidupan masa kecil Jokowi sebagai seorang anak miskin yang ingin merubah kehidupannya hingga dia menjadi walikota Solo, kemudian gubernur DKI Jakarta, hingga calon presiden Republik Indonesia. Dimana dalam

cerita kehidupan masa kecilnya mengandung banyak pesan moral yang memang ditujukan untuk seluruh kalangan masyarakat khususnya kaum muda. Penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika model Charles Sanders Peirce. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan sifat deskriptif. Data yang didapatkan bersumber dari DVD film *Jokowi* dan studi kepustakaan yang terkait dengan penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa dalam film *Jokowi* mengandung unsur toleransi, hubungan kepada Tuhan, berbakti kepada orang tua, bersyukur, tolong-menolong, rajin, ulet dan sebagainya. Hasil ini diteliti dari sepuluh *scene* yang mengandung hal-hal di atas melalui tanda yang muncul baik visual maupun verbal. Pesan moral dalam film ini dapat dicontoh untuk para anak-anak agar tertanam pada diri mereka sifat-sifat atau moral yang mulia. Serta bisa menjadi pribadi yang lebih baik lagi untuk mencapai masa depan yang gemilang seperti halnya kisah sosok Jokowi dalam film ini.<sup>16</sup>

Dalam penelitian selanjutnya yang diteliti oleh Nurlailatul Fajriah (2011) yang berjudul “*Analisis Semiotik Film Cin(T)a Karya Sammaria Simanjuntak*” meneliti tentang keseluruhan film dari judul hingga adegan-adegan yang berkaitan dengan cinta, agama, dan perbedaan dalam film Cin(T)a ditinjau dari teori semiotika segi tiga makna (*triangle meaning*) Charles Sander Peirce. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa melalui teori Charles Sanders Peirce dengan segi tiga makna

---

<sup>16</sup> Ishmatun Nisa, *Analisis Semiotika Pesan Moral dalam Film Jokowi*, Institutional Repository UIN Syarif Hidayatullah, 2014.

yaitu ikon, indeks, dan simbol, peneliti dapat lebih memahami makna atau simbol yang terkandung dalam dialog, pengambilan gambar dan gerak pemain film Cin(T)a. Sehingga, penyampaian informasi yang diharapkan Sammaria Simanjuntak sebagai sang sutradara tersampaikan dengan cermat. Berdasarkan salah satu sumber analisis, yaitu analisis semiotik yang mana membuka pesan tersembunyi mengenai cinta, agama dan toleransi. Adapun kesimpulannya adalah cinta yang terdapat dalam film ini terbagi dua yaitu cinta kepada Tuhan dan cinta kepada sesama makhluk.<sup>17</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Nur Rachmani (2015), berjudul *“Analisis Semiotika Iklan Ades Versi ‘Langkah Kecil Memberikan Perubahan’ dalam Menyingkap Pesan Tersembunyi Tentang Kepedulian Lingkungan Hidup”* yang menjelaskan tentang makna tanda-tanda yang digunakan dalam iklan air mineral “Ades” dengan menggunakan analisis semiotika model Charles Sanders Peirce. Penelitian ini bertujuan untuk menyingkap pesan tersembunyi mengenai kepedulian lingkungan hidup dalam iklan Ades versi *“Langkah Kecil Memberikan Perubahan”*. Fokus penelitiannya adalah makna tanda-tanda yang terkandung di dalam iklan Ades, yang sesuai dengan konsep Peirce diklasifikasikan menjadi tiga bagian, yakni ikon, indeks, dan simbol.

Adapun hasil penelitian menurut penafsiran peneliti berdasarkan tanda-tanda yang dibangun dalam perspektif semiotika, secara garis besar pesan tersembunyi yang terkandung di dalam iklan Ades versi Langkah Kecil Memberikan Perubahan, yakni Ades memperkenalkan kepada konsumen suatu

---

<sup>17</sup>Nurlailatul Fajriah, *“Analisis Semiotik Film Cin(T)a Karya Sammaria Simanjuntak”*, Institutional Repository UIN Syarif Hidayatullah, 2011.

gaya hidup baru tentang kepedulian lingkungan hidup lewat iklan mereka dengan slogan “Pilih-Minum-Remukkan”. Meremukkan botol Ades setelah diminum akan memakan ruang yang lebih sedikit di tempat sampah. Sehingga emisi karbon yang dihasilkan saat mengangkut sampah menjadi lebih sedikit. Meremukkan botol air mineral yang sudah habis diminum ternyata memberikan dampak positif bagi lingkungan.<sup>18</sup>

Dari tiga penelitian di atas, model semiotik yang digunakan merupakan semiotika model Charles Sanders Peirce, yang meneliti mengenai *triangle meaning* (ikon, indeks, dan simbol). Sedangkan penelitian yang sedang penulis susun menggunakan model semiotika Ferdinand de Saussure, menggunakan dua elemen dari pemikirannya yaitu *signifier* dan *signified*. Hal ini menjadi perbedaan mendasar antara penelitian di atas dengan penelitian penulis. Meskipun ketiga penelitian di atas menggunakan model Peirce, akan tetapi metode penelitian yang digunakan sama-sama memakai metode kualitatif bersifat deskriptif, dengan penelitian berfokus pada isi/content yang ada pada film. Ini menjadi acuan untuk memperkaya referensi penulis dalam menyusun penelitian ini.

### **C. Komunikasi Politik**

#### **2. Definisi Komunikasi Politik**

Komunikasi politik, mempunyai arti yang sangat penting, terutama di era reformasi sekarang ini. Iklim keterbukaan dan demokratisasi yang kita bangun, desentralisasi dan otonomi daerah, serta pemilihan presiden dan wakil presiden

---

<sup>18</sup>Nur Rachmani, *Analisis Semiotika Iklan Ades Versi ‘Langkah Kecil Memberikan Perubahan’ dalam Menyingkap Pesan Tersembunyi Tentang Kepedulian Lingkungan Hidup*, e-Jurnal Ilmu Komunikasi, 2015.



secara langsung, maupun pemilihan kepala daerah yang juga nantinya dilakukan secara langsung akan semakin menambah pentingnya arti komunikasi politik di Indonesia. Sebenarnya komunikasi politik sudah dikenal sejak manusia berpolitik. Berpolitik di sini bisa ditandai dengan adanya gerakan sosial kemasyarakatan yang mengandung unsur politik misalnya gerakan tagar #2019GantiPresiden yang heboh terjadi di media sosial menjelang pemilihan Presiden dan Wakil Presiden periode 2019-2022, perluasan wilayah yang terjadi pada masa Khulafaurasyidin, dan lain sebagainya.

Perkembangan komunikasi politik semakin tampak pada perang Dunia I dan perang Dunia II. Demikian juga sebagai bidang kajian, komunikasi politik ini juga menyebar melintasi berbagai disiplin dan bahkan dalam perkembangannya pun tidak lepas dari adanya sumbangan dari berbagai disiplin ilmu pengetahuan tersebut. Meski demikian, sebagai telaah ilmu, apakah itu bagian dari ilmu komunikasi atau ilmu politik, perkembangan komunikasi politik masih tergolong baru. Dalam praktiknya, studi tentang politik ini dapat ditelusuri pada studi tentang pendapat umum, propoganda dan perang urat saraf, sampai pada berkembangnya teori media krisis sebagai bagian dari ilmu politik. Karya-karya ilmiah tersebut dihasilkan oleh para ilmuan seperti Ferdinand Tonnies, Walter Lippman, Harold D. Lasswell, maupun para teoritis kritis seperti Ardono dan Horheimer, maupun Jurgen Habermas.<sup>19</sup>

Meskipun perkembangan komunikasi politik sudah terlihat pada masa Perang Dunia seperti penjelasan di atas, Henry Subiakto dalam bukunya

---

<sup>19</sup>Anwar Arifin, *Komunikasi Politik: Filsafat Paradigma Teori Tujuan Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*, Ed. II, Cet. I, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 08.

Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi (2015) mengatakan bahwa, “Komunikasi politik dijadikan studi kelimuan barulah ada pada awal dasawarsa 1950-an. Adapun istilahnya baru pertama kali dikemukakan secara tegas dan bulat oleh Euleau, Eldersveld, dan Janowitz pada 1956.”<sup>20</sup>

Demikian di Indonesia, komunikasi politik beserta definisinya terus berkembang sejalan dengan perkembangan praktik komunikasi politik itu sendiri. Ada pendapat yang menyatakan bahwa titik berat komunikasi politik terletak pada komunikasinya bukan pada politik itu sendiri. Sebab istilah komunikasi lebih menunjuk pada pesan sebagai obyek formalnya. Sedangkan pesan yang disampaikan adalah pesan tentang politik atau yang mengandung unsur politik. Sementara pendapat lain mengatakan bahwa, komunikasi politik lebih yang diarahkan bagi pencapaian suatu pengaruh, sehingga hal yang dibahasnya dapat mengikat semua warga melalui sanksi yang ditentukan bersama oleh lembaga politik. Dalam hal ini komunikasi politik lebih di arahkan sebagai sarana pendidikan politik bagi warga masyarakat. Pendapat demikian sejalan dengan definisi yang menempatkan komunikasi politik sebagai salah satu fungsi politik, komunikasi politik sangat erat kaitannya dengan sistem politik.<sup>21</sup>

Dalam perspektif Islam, komunikasi merupakan bagian yang tak terpisahkan dalam kehidupan manusia karena segala gerak langkah kita selalu disertai dengan komunikasi. Komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi yang islami, yaitu komunikasi berakhlak *al-karimah* atau beretika. Komunikasi yang berakhlak *al-karimah* berarti komunikasi yang bersumber kepada Al-Quran dan hadis (sunah

---

<sup>20</sup> Henry Subiakto, *Komunikasi PolitikMedia, dan Demokrasi*, Ed. II(Jakarta: Pranada Media, 2015),

<sup>21</sup>Anwar Arifin, *Komunikasi Politik...*, hlm. 08.

Nabi). Dalam Al Qur'an dengan sangat mudah kita menemukan contoh kongkrit bagaimana Allah selalu berkomunikasi dengan hamba-Nya melalui wahyu. Untuk menghindari kesalahan dalam menerima pesan melalui ayat-ayat tersebut, Allah juga memberikan kebebasan kepada Rasulullah untuk meredaksi wahyu-Nya melalui matan hadits. Baik hadits itu bersifat *Qouliyah* (perkataan), *Fi'iliyah* (perbuatan), *Taqrir* (persetujuan) Rasul, kemudian ditambah lagi dengan lahirnya para ahli tafsir sehingga melalui tangan mereka terkumpul sekian banyak buku-buku tafsir. Pesan-pesan yang disampaikan biasanya meliputi seluruh ajaran Islam, seperti akidah (iman), syariah (Islam), dan akhlak (ihsan).

#### b. Komunikasi

Komunikasi merupakan hal yang familiar dalam kehidupan kita. Komunikasi tidak luput dari setiap tindakan yang kita lakukan sehari-hari. Kata komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa Latin, *communis*. Kata ini mengandung arti yang sama dengan kata *communico*, *communication*, atau *communicare*, yaitu menciptakan makna yang sama. Artinya, komunikasi menyorankan pikiran, makna, atau pesan dipahami secara sama. Adanya pemahaman dan makna yang sama menjadi syarat bagi lahirnya saling memahami atas pesan komunikasi yang disampaikan. Karena itu, perbedaan harus dimaknai sebagai tantangan untuk melahirkan aktivitas komunikasi yang baru.<sup>22</sup>

Tindakan komunikasi yang memiliki makna sama merupakan peluang untuk menciptakan komunitas, kelompok, organisasi, masyarakat, atau negara. Proses penciptaan makna bersama tersebut membutuhkan beragam dinamika dan

<sup>22</sup> Umaimah Wahid., *Komunikasi Politik: Teori, Konsep, Aplikasi pada Era Media Baru*, (Bandung: Simbiosis Reka tama Media, 2016), hlm. 02.

keterlibatan banyak pihak, termasuk peranan penting komunikator, materi pesan, media, khalayak, efek, *feedback*, dan *noise*. Seluruh elemen komunikasi tersebut saling berkaitan satu sama lain dengan beragam pemahaman berbeda pada ragam definisi komunikasi.<sup>23</sup>

Sejauh ini terdapat beragam definisi komunikasi yang disampaikan oleh para ahli. Setiap definisi menjelaskan pemahaman mengenai komunikasi yang mengarah kepada dinamika di antara elemen-elemen komunikasi. Beragam definisi tersebut mencerminkan keragaman pemahaman dan level komunikasi. Pikiran seseorang mampu memengaruhi pihak lain dalam proses komunikasi, hal itu merujuk kepada definisi Weaver dalam Miller yang menyatakan, “*Communication is all the procedurs by which one mind and can affect another*”. Bereson dan Steiner menyatakan, “*Communication as the transmission of informations, ideas, emations, skills, ets., by use of symbols- words, pictures, figures, graphs, etc. It is the act or process of transmission thas is ussually called communication*”. Sementara itu, Hovland, Janis, dan Kelly dalam Miller, menyatakan, “*Human communication is the process through which individuals in relationship, groups, organizations, and societies create and use informations to relate to the environment and one another.*” Miller mencatat definisi komunikasi menurut Gerbner, “*Communication is social interaction through symbols and message systems*” (komunikasi adalah interaksi sosial melalui penggunaan simbol-simbol dan sistem pesan).<sup>24</sup>

Keempat definisi komunikasi tersebut menjelaskan:

---

<sup>23</sup> Ibid, hlm. 03

<sup>24</sup> Ibid.

5. Komunikasi mampu memengaruhi pikiran orang lain.
6. Komunikasi mampu menciptakan hubungan dalam beragam level dan bentuk komunikasi.
7. Komunikasi dapat menghubungkan semua elemen sosial.
8. Komunikasi melibatkan proses transmisi dalam beragam bentuk kemasan pesan.

Adapun dari definisi komunikasi menurut Harold D. Lasswell “*who says what in which channel to whom and with what effect*”, kita bisa melihat unsur-unsur dari komunikasi yang menyiratkan proses komunikasi berjalan searah atau bersifat linier. Hafied Cangara dalam bukunya *Komunikasi Politik* merumuskan unsur-unsur komunikasi sebagai berikut<sup>25</sup>:



**Gambar 6. Unsur-Unsur yang Membentuk Proses Komunikasi**

*Sumber*, merupakan pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antarmanusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk

<sup>25</sup>Hafied Cangara, *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2009), hlm. 21.

kelompok misalnya partai, organisasi, lembaga atau negara. *Pesan*, merupakan sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. *Media*, adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan informasi dari pengirim kepada penerima. Media komunikasi ada yang berbentuk saluran antarpribadi, media kelompok, ada pula dalam bentuk media massa.

*Penerima*, adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh pengirim. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk organisasi, instansi, departemen, partai, atau negara. *Efek*, merupakan pengaruh yang diterima oleh sasaran pesan. Efek atau pengaruh bisa kita amati pada penerima pesan melalui sikapnya sebelum dan sesudah informasi disampaikan. *Umpan balik*, ada yang beranggapan bahwa tanggapan balik atau umpan balik sebenarnya merupakan salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima.

Akan tetapi, karena pengaruh tidak selamanya berbalik kepada penerima, tanggapan balik dapat dibedakan dengan pengaruh. Tanggapan balik sangat penting karena bisa menjadi acuan sukses atau tidaknya tujuan komunikasi yang ingin dicapai. *Lingkungan*, adalah faktor lain yang dapat memengaruhi jalannya komunikasi. Untuk mencapai tujuan komunikasi, lingkungan mempunyai peran yang besar. Misalnya, pasca terjadi musibah banjir, seorang Bupati malah memberikan penyuluhan mengenai pendidikan bukannya penyuluhan mengenai banjir.

Komunikasi mempunyai beberapa fungsi yang berpotensi untuk mencapai suatu tujuan. Secara klasik fungsi komunikasi pada dasarnya ditujukan untuk: (1) member informasi (*to inform*); (2) menghibur (*to entertain*); (3) mendidik (*to educate*); dan (4) membentuk opini public (*to get public opinion*).

### c. Politik

Sebagaimana komunikasi, ada berbagai definisi politik di kalangan ilmuwan sosial, Easton (1953), mendefinisikan politik sebagai “kewenangan dalam mengalokasikan nilai-nilai.” Adapun Catlin (1963), mengartikan “kekuasaan dan pemegang kekuasaan.” Pengertian lain dikemukakan oleh Weinstein, dikatakannya “politik adalah orientasi tindakan yang diarahkan pada pemeliharaan atau perluasan tindakan lainnya.” Kemudian Nimmo berusaha merangkai definisi ‘politik’ dalam bukunya *Political Communication And Public Opinion In America*, yakni sebagai kegiatan orang secara kolektif yang mengatur perilaku di bawah kondisi konflik sosial.<sup>26</sup>

Politik secara garis besar merupakan entitas dalam menciptakan dan memelihara hubungan dinamis antara negara dan masyarakat dalam kebijakan politik. Sebagai perekat proses interaksi, aktivitas politik tidak dapat diabaikan. Dalam kehidupan kita sehari-hari istilah “politik” sudah tidak begitu asing karena segala sesuatu yang dilakukan atas dasar kepentingan kelompok atau kekuasaan sering kali di atasnamakan dengan label politik. Pengangkatan atau pencopotan seorang pejabat kepala kantor misalnya kadang dilakukan atas pertimbangan politik. Konflik yang terjadi yang terjadi dengan memicu

---

<sup>26</sup> Henry Subiakto, *Komunikasi Politik...*, hlm. 18.

pertarungan antara etnis atau agama, juga disebutkan karena politik. Gencarnya pemberitaan tentang teroris dalam media massa juga dinilai memiliki muatan politik.

Di Indonesia ketika Soeharto masih berkuasa, orang trauma jika dianggap berindikasi partai politik, karena merasa aman jika ia mengaku orang Golkar (Golongan Karya). Mereka tahu bahwa Golkar itu sendiri sebagai kekuatan politik yang fungsinya sama dengan partai politik. Di kantor-kantor seorang karyawan akan sulit memperoleh promosi jabatan jika ia diketahui pendukung salah satu partai di luar Golkar.<sup>27</sup>

Dalam Roget's Trusty Thesaurus, pelaku politik (politisi) diartikan sama dengan perbuatan korupsi, pembuat rusuh, tukang protes, penipu, dan semacamnya. Politik dicitrakan dengan perbuatan tidak jujur, curang, tega, kotor, dan jahanam. Dengan kata lain, politik diartikan sebagai sebuah penyimpangan perilaku yang keluar dari tatanan kehidupan normal. Dalam sebuah survei yang dilakukan pada tahun 1977 oleh perusahaan jajak pendapat Gallup, ditemukan bahwa 23 persen penduduk Amerika tidak menginginkan anak-anaknya memilih profesi sebagai politisi.<sup>28</sup>

Istilah ilmu politik (*social politique*) pertama kali digunakan oleh Jean Bodin di Eropa pada tahun 1576, kemudian oleh Thomas Fitzherbert dan Jeremy Bentham pada tahun 1606. Akan tetapi istilah politik yang dimaksud ialah ilmu negara sebagaimana tertulis dalam karya-karya sarjana Eropa daratan yang bersifat institusional yuridis, sementara yang berkembang di Amerika adalah teori

---

<sup>27</sup> Hafied Cangara, *Komunikasi Politik...*, hlm. 25.

<sup>28</sup> Ibid.



politik. Konsep teori politik yang dikembangkan di Amerika telah melepaskan diri dari sifat-sifat yang institusional yuridis dengan memberi skope yang lebih luas daripada ilmu negara. Dalam pandangan para sarjana Amerika, ilmu politik sebagai ilmu negara bukan lagi sebagai skope institusional yang statis, tetapi lebih maju dengan melihat negara sebagai lembaga politik yang memengaruhi kehidupan masyarakat. Oleh karena itu, definisi-definisi politik belakangan ini lebih banyak memberi tekanan pada negara dalam hubungannya dengan dinamika masyarakat seperti dibuat oleh Kaspar Bluntschli bahwa *“Politics is the science which is concerned with the state, which endeavors to understand and comprehend the state in its conditions, in its essential nature, its various forms of manifestation, its development.”* Bahkan Harold D. Lasswell lebih tegas merumuskan politik sebagai ilmu tentang kekuasaan, *“When we speak of the science of politics, we mean the science of power.”*<sup>29</sup>

Budiarjo menyatakan bahwa politik adalah kegiatan yang dilakukan dalam suatu negara yang menyangkut proses menentukan tujuan dan melaksanakan tujuan tersebut. Untuk melaksanakan tujuan itu, diperlukan kebijaksanaan umum (*public policy*) yang mengatur alokasi sumber daya yang ada. Dan untuk melaksanakan kebijaksanaan itu, perlu ada kekuasaan (*power*) dan kewenangan (*authority*) yang akan dipakai, baik untuk membina kerja sama maupun menyelesaikan konflik yang bisa timbul setiap saat. Lebih jauh Budiarjo

---

<sup>29</sup>Ibid, hlm. 27.

menekankan bahwa tujuan pribadi seseorang (*private goal*), melainkan untuk kepentingan seluruh masyarakat.<sup>30</sup>

Jadi mendefinisikan “politik” bukanlah pekerjaan mudah, bukan karena tidak adanya definisi politik yang dibuat oleh para pakar, melainkan karena terlalu banyak definisi. Begitu banyaknya definisi yang dibuat para pakar sehingga hampir dalam setiap pertemuan yang membicarakan tentang politik berakhir dengan ketidakadaan definisi yang bisa diterima oleh semua pihak.

Dalam urusan politik, Islam telah mensyari’atkan aturan yang paling sempurna dan adil. Islam mengajari umatnya segala yang seharusnya dilakukan dalam berintraksi (muamalah) dengan sesama Muslim atau dengan yang lainnya. Dalam peraturannya, Islam menggabungkan antara rahmah (kasih sayang) dengan kekuatan, menggabungkan antara sikap lemah lembut dengan kasih sayang terhadap semua makhluk sesuai kemampuan. Jika dengan lembut dan kasih sayang tidak bisa, maka kekuatan yang dipergunakan, namun dengan penuh hikmah dan keadilan, bukan dengan kezhaliman dan kekerasan<sup>31</sup>, Allah berfirman:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ  
وَالْبَغْيِ ۗ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴾

<sup>30</sup>Ibid, hlm. 28.

<sup>31</sup>Syaikh Abdur Rahman bin Nashir As-Sa’di Rahimahullah, *Islam dan Politik*, <https://almanhaj.or.id/4150-islam-dan-politik.html>, diakses pada 16 Januari 2019, pukul 15.00.

Artinya: “*Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allâh melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran. Dan tepatilah perjanjian dengan Allâh apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allâh sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu)*”. (An-Nahl:90-91)

Allah memerintahkan agar berlaku adil, menyayangi dan berbuat baik kepada setiap orang. Disamping itu, Allah juga melarang perbuatan keji serta semua tindak kezhaliman, (yang biasanya dilakukan oleh banyak pemimpin) baik yang berkaitan dengan nyawa, harta, kehormatan dan hak-hak kemanusiaan.

#### d. Komunikasi Politik

Para wakil atau pemimpin rakyat atau suatu kelompok kepentingan tertentu, dalam mengartikulasikan atau mengagregasikan kepentingan tertentu senantiasa menggunakan komunikasi, misalnya dalam menyampaikan rekomendasi terhadap kebijaksanaan yang akan diterapkan. Begitu juga pemerintahan dalam menerapkan *public policy*, membutuhkan analisa informasi terlebih dahulu sebelum menerapkannya. Tidak hanya itu, seorang calon wakil rakyat perlu kemampuan komunikasi yang baik untuk mencapai hati masyarakat agar terpilih. Misalnya Ridwan Kamil Gubernur Jawa Barat periode (2018-2022), merupakan salah satu tokoh politik yang dikenal pandai dalam mengambil hati rakyat melalui metode komunikasinya yang kocak, menghibur, interaktif dan

*update* dalam segala informasi mengenai rancangan kerja di bawah kepemimpinannya melalui media sosial. Adapun pengikut di akun media sosialnya, salah satunya Instagram saat ini sudah mencapai 11 juta sekian. Tidak heran apabila pada pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2019 lalu, banyak masyarakat yang merekomendasikan Ridwan Kamil menjadi salah satu calonnya.

Dari contoh Ridwan Kamil, ketangkasan dalam berkomunikasi menjadi salah satu manfaat dalam menaikkan citranya sebagai seorang tokoh politik. Tidak hanya Kang Emil, banyak tokoh politik lainnya yang memanfaatkan media khususnya media sosial untuk berinteraksi dengan masyarakat, sekaligus untuk menaikkan citranya.

Singkatnya, komunikasi memiliki peranan yang cukup penting dalam proses politik, karena itu tidak jarang para penguasa berusaha untuk mengendalikan atau mengawasi “komunikasi” agar mereka tetap mendapat dukungan untuk berkuasa. Seorang pemimpin politik, baik yang otoriter maupun yang demokrat, ada kecenderungan untuk memanipulasi atau menguasai informasi yang ada untuk masyarakatnya. Dalam kaitan ini, media memang memiliki peran aktif sebagai penyalur (diseminator) berbagai informasi, hanya saja sejarah menunjukkan bahwa media massa selalu dipengaruhi oleh kekuatan yang ada di masyarakat, baik kekuatan politis penguasa, pemilik modal, maupun kekuatan ekonomi dan politik yang lain. Pada dasarnya, media massa selalu dipengaruhi oleh sistem politik yang berlaku.<sup>32</sup> Di Indonesia sendiri, tokoh dibalik

---

<sup>32</sup> Henry Subiakto, *Komunikasi Politik...*, hlm. 19.

media-media nasional sukses baik televisi maupun media online dimiliki oleh politikus.

Kajian komunikasi politik pada awalnya berakar pada ilmu politik, meskipun penamaan lebih banyak dikenal dengan istilah propoganda. Ini dimulai pada tahun 1922 dengan penelitian dari Ferdinand Tonnies dan Walter Lippman yang meneliti tentang opini publik pada masyarakat, kemudian dilanjutkan oleh Bagehot, Maine, Bryce, dan Graha Wallas di Inggris yang menelaah peran pers dan pembentukan opini publik. Bahkan ketika Harold D. Lasswell menulis disertasi doktor tentang *Propoganda Technique in the World War* (1927). Praktik propoganda berkembang terutama menjelang Perang Dunia II ketika Nazi Jerman berhasil melakukan ekspansi dengan gemilang di bawah propoganda Dr. Joseph Gobbel.<sup>33</sup>

Belajar dari pengalaman itu, Amerika Serikat yang tadinya memandang propoganda memiliki konotasi negatif dan amoral mulai menyadari kegunaannya lalu mengembangkan bidang ini sehingga menjelang perang Dunia II sejumlah pakar diperkerjakan pada *Office of War Information*, AS di antaranya Carl I. Hovland (*social psychology*), Kurt Lewin (*social group*), Lucian Pye (*politics*), Gordon Allport (gosip dan rumor), dan Schramm (*content analysis*). Berkat rintisan Lasswell lewat disertasinya itu, Wilbur Schramm lalu menempatkan Lasswell sebagai tokoh utama dalam studi komunikasi politik, kemudian diikuti karya-karya lainnya, di antaranya *Propoganda and Promotional Activies: An Annotated Bibliography* oleh Lasswell bersama Ralph D. Casey dan Bruce L.

---

<sup>33</sup> Hafied Cangara, *Komunikasi Politik...*, hlm. 33.

Smith (1935) yang kemudian dikembangkan menjadi *Propoganda, Communication*, dan *Public Opinion* (1956). Ilmuwan politik lainnya yang memiliki peranan adalah Ithiel de SolaPool, V.O. Key, dan Grabiell Almond.<sup>34</sup>

Dalam kepustakaan komunikasi dan politik pada beberapa dekade yang lalu, muncul dan bergema suatu tema politik adalah pembicaraan. Tokoh-tokoh utama yang telah mengembangkan tema itu, antara lain: David V.J. Bell, Mark Roelofs, dan Peter M. Hall. Hal itu dapat dipahami karena memang kegiatan berpolitik banyak dilakukan melalui. Bahkan konflik politik selalu diselesaikan melalui pembicaraan dalam bentuk konsensus. Keseluruhan proses politik menurut Alfian (1985) pada umumnya terjadi dalam kerangka *konflik* dan *konsensus* atau *kompromi*. Dengan tema itu, timbul suatu anggapan bahwa “komunikasi mencakupi politik”. Banyak aspek kehidupan politik dapat dilukiskan sebagai komunikasi.<sup>35</sup>

Politik pada dasarnya juga seperti komunikasi yang merupakan suatu tindakan yang melibatkan pemicaraan. Dalam hal ini tidak sekedar pembicaraan dalam arti sempit, tetapi dalam arti yang luas, baik yang bersifat verbal (lisan atau tulisan) maupun yang bersifat nonverbal (berbagai gerak, isyarat, maupun tindakan). Ilmuwan politik Mark Roelofs menyatakan: “*politic is talk*” atau lebih tepatnya kegiatan politik adalah berbicara, tetapi politik tidak sekedar pembicaraan, juga tidak semua pembicaraan adalah politik, tetapi hakikatnya pengalaman politik dan kondisi dasarnya ialah aktivitas komunikasi antarmanusia.

---

<sup>34</sup>Ibid, hlm. 33.

<sup>35</sup>Anwar Arifin, *Komunikasi Politik...*, hlm. 07.

Reolofs memandang bahwa komunikasi meliputi politik, jika orang dihadapkan pada konflik, mereka akan menurunkan makna perselisihan melalui komunikasi. Dengan komunikasi orang berusaha menyelesaikan perselisihan mereka. Di kalangan mereka yang berkecimpung dalam politik praktis, hal semacam itu begitu tampak, bagaimana para politisi mengadakan *bargaining* dengan lawan politiknya, atau terjadinya koalisi, ataupun konsensus, merupakan contoh bagaimana suatu konflik diturunkan ke dalam komunikasi.<sup>36</sup>

Namun banyak juga ilmuwan politik memandang bahwa sesungguhnya “politik meliputi komunikasi” karena banyak definisi komunikasi yang telah ternoda oleh politik atau mengandung makna politik, terutama karena komunikasi pada umumnya bertujuan memengaruhi atau berkaitan dengan aspek pengaruh (*influenze*). Sedang politik mencakup juga pengaruh sebagai konsep khusus dari kekuasaan (*power*) sebagai titik sentral kajian politik. Bahkan Lasswell dan Kaplan menganggap bahwa pengaruh merupakan konsep pokok, dan kekuasaan sebagai bentuk khas dari pengaruh. Kedua pandangan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi dan politik dapat saling mencakupi. Hal itu dapat dipahami karena baik komunikasi maupun politik, bersifat serba hadir (*ubiquitous*, multimakna dan multidefinisi), sehingga pemahaman kedua istilah itu, sangat tergantung kepada perspektif yang dipakai. Namun komunikasi dan politik sesungguhnya dapat “dikawinkan” atau “dipadukan”, karena keduanya memiliki kedekatan yang bersifat khusus, intim, dan historis, yang dapat dilihat dari

---

<sup>36</sup> Henry Subiakto, *Komunikasi Politik...*, hlm. 18.

berbagai kegiatan sejak zaman Yunani klasik hingga dewasa ini seperti: retorika, propoganda, dan opini publik.<sup>37</sup>

Di muka telah beberapa kali disinggung mengenai komunikasi politik, tetapi apa dan bagaimana komunikasi politik belum dikemukakan secara gamblang. Sebenarnya, kata komunikasi dan politik sudah sangat familiar di telinga kita. Untuk memahami komunikasi politik kita perlu untuk mengetahui makna masing-masing dari kata “komunikasi” dan “politik” terlebih dahulu. Sehingga di awal sub-bab, penulis sengaja menjelaskan terlebih dahulu kedua studi keilmuan ini.

Lord Windlesham menjelaskan bahwa “*Political communication is the deliberate passing of political message by sender to a receiver with the intention of making the receiver behave in a way that might not other wise done.*” Definisi ini berarti komunikasi politik sangat ditentukan oleh tujuan penyampaian pesan politik, yakni membuat penerima berperilaku tertentu. Adapun Meadow menekankan konsekuensinya pada sistem politik, yakni “*Any exchange of symbols or message that to significant extent have been shaped by, or have consequences for the functioning of political system.*” Begitu pula Dan Nimmo mendefinisikan komunikasi politik sebagai “*Communication activity considered political by virtue of consequences (actual and potencial) which regulate human conduct under condition of conflict.*”<sup>38</sup>

Masih banyak definisi lain yang dikemukakan oleh para sarjana, tetapi pada intinya komunikasi politik dapat diartikan sebagai suatu aktivitas komunikasi

<sup>37</sup>Anwar Arifin, *Komunikasi Politik...*, hlm.02.

<sup>38</sup>Henry Subiakto, *Komunikasi Politik...*, hlm. 20.



yang mempunyai konsekuensi atau akibat politik, aktual potensial, terhadap fungsi sistem politik seperti yang didefinisikan oleh Dan Nimmo.

### 3. Unsur Komunikasi Politik

Seperti halnya dengan disiplin komunikasi lainnya, komunikasi politik sebagai *body of knowledge* juga terdiri atas berbagai unsur, yakni: sumber (komunikator), pesan, media atau saluran, penerima (komunikan) dan efek

#### a. Komunikator politik (Sumber)

Komunikasi politik tidak hanya menyangkut partai politik, melainkan juga lembaga pemerintahan legislatif dan eksekutif. Dengan demikian, komunikator politik (sumber) adalah mereka yang dapat memberi informasi tentang hal-hal yang mengandung makna atau konten politik, misalnya presiden, menteri, anggota DPR, MPR, KPU, gubernur, bupati/walikota, DPRD, politisi, fungsionaris partai politik, dan lain sebagainya.

#### b. Pesan politik

Pesan politik ialah pernyataan yang disampaikan, baik secara tertulis maupun tidak tertulis, baik secara verbal maupun nonverbal, tersembunyi maupun terang-terangan, baik yang disadari maupun tidak disadari yang isinya mengandung bobot politik. Misalnya pidato politik, undang-undang kepartaian, undang-undang pemilu, pernyataan politik, artikel atau isi buku/brosur dan berita surat kabar, radio, televisi dan internet yang berisi ulasan politik dan pemerintahan, puisi politik, spanduk atau baliho, iklan politik, propoganda, perang

urat syaraf (*psywar*), makna logo, warna baju atau bendera, bahasa badan (*body language*), dan sebagainya.

c. Media politik

Media atau saluran politik ialah alat atau sarana yang digunakan oleh para komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan politiknya. Misalnya, *Media Cetak*, yaitu surat kabar, majalah, tabloid, buku. *Media Elektronik*, yaitu film, radio, televisi, video, komputer. *New Media*, yaitu Internet, media massa, media sosial. Media komunikasi terbagi bermacam-macam tergantung kondisi yang ada. Misalnya *Media Komunikasi Kelompok*, yaitu partai politik (DPP, DPW, DPD, DPC, DPAC), organisasi profesi, ikatan alumni, karang taruna, dan sebagainya. Contoh lainnya yaitu *Media Komunikasi Publik*, berupa aula, balai desa, pameran, alun-alun, kampus, sekolah, pasar, swalayan, dan sebagainya. Terakhir, *Media Komunikasi Sosial*, misalnya pesta perkawinan, acara sunatan, arisan, pertunjukan wayang, pesta rakyat, dan sebagainya.

d. Penerima (Komunikan)

Penerima pesan atau sasaran komunikasi dalam lingkup politik contoh yang paling jelas yaitu anggota masyarakat yang diharapkan memberi dukungan dalam bentuk pemberian suara kepada partai maupun kandidat dalam Pemilihan Umum. Penerima di sini bisa jadi siapa saja yang memiliki hak pilih dalam pemilu. Secara garis besar, penerima pesan di sini bisa seseorang atau banyak orang yang menjadi sasaran penyampain informasi mengenai politik yang disampaikan oleh komunikator politik.

e. Efek

Efek komunikasi yang diharapkan adalah terciptanya pemahaman terhadap sistem pemerintahan dan partai-partai politik, di mana nuansanya akan bermuar pada pemberian suara dalam Pemilihan Umum (apabila konteksnya terjadi pada saat pemilu). Adapun efek atau pengaruh dalam proses komunikasi politik biasanya terjadinya perubahan pikiran, perilaku, dan sikap pada penerima atas apa yang disampaikan oleh komunikator. Sampai timbulnya tanggapan balik kepada penerima (*feedback*).

#### **4. Pesan Komunikasi Politik**

Dalam komunikasi politik, pesan merupakan kekuatan yang tidak mungkin diabaikan. Pesan adalah isi (*content*) yang menentukan pemaknaan khalayak terhadap proses komunikasi. Pentingnya derajat pesan berimplikasi pada beragam bentuk kemasan pesan yang dikonstruksi sedemikian rupa, sesuai dengan tujuan dan efek yang diharapkan. Pesan merupakan isi media yang menjelaskan pikiran, perasaan, keinginan, dan tujuan yang dirancang oleh sumber informasi atau komunikator. Artinya, setiap proses komunikasi mempunyai muatan pesan komunikasi.

Dalam komunikasi, termasuk komunikasi politik, pesan adalah raja (*content is the king*). Pesan dikelola sebaik mungkin untuk menciptakan persepsi dan opini publik yang baik sehingga mendukung proses politik yang dilakukan. Pesan merupakan komponen komunikasi yang harus ada agar komunikasi bisa berlangsung dengan baik dan mempunyai muatan atau isi. Pesan adalah dimensi muatan (isi) komunikasi (apa yang dikatakan). Menurut David V.J. Bell, terdapat tiga jenis pembicaraan yang mempunyai kepentingan politik, antara lain:

*Pembicaraan Kekuasaan*, merupakan pembicaraan yang memengaruhi orang lain dengan ancaman atau janji. Bentuknya yang khas adalah pernyataan, “Jika Anda melakukan X, Saya akan melakukan Y”. Kunci pembicaraan kekuasaan adalah bahwa “saya” mempunyai kemampuan untuk mewujudkan janji atau ancaman (kekuasaan koersif) tersebut. *Pembicaraan Pengaruh*, merupakan pembicaraan yang memengaruhi orang lain dengan nasihat, dorongan, permintaan, dan peringatan. Bentuknya yang khas adalah, “Jika Anda melakukan X, akan terjadi Y.” Kunci pembicaraan pengaruh adalah bagaimana si pembicara berhasil memanipulasi persepsi atau harapan orang lain terhadap kemungkinan mendapat untung atau rugi. *Pembicaraan Otoritas*, merupakan pembicaraan perintah. Bentuknya yang khas adalah, “Lakukan X” atau “Dilarang melakukan X”. Penguasa yang sah adalah suara otoritas dan memiliki hak untuk dipatuhi.<sup>39</sup>

Pembicaraan politik sendiri merupakan pesan politik yang bisa disampaikan dalam beragam bentuk: berita, informasi, iklan, gambar, dan lain-lain. Pesan politik ialah isi dari peristiwa politik yang menghubungkan antara politikus dan khalayak.<sup>40</sup> Ketiga pembicaraan politik di atas penerapannya terjadi pada situasi yang berbeda. Bila mensyaratkan kompromi, menggunakan pembicaraan pengaruh. Pada pembicaraan otoritas dibutuhkan tindakan tegas. Adapun pembicaraan kekuasaan digunakan untuk mengancam hal-hal yang membahayakan negara. Isi pesan politik juga berkaitan dengan *agenda setting* media pesan kelompok atau golongan tertentu. Dalam hal ini propoganda juga bisa bermain di dalamnya guna membentuk persepsi-persepsi baru di mata publik

<sup>39</sup> Hafied Cangara, *Komunikasi Politik...*, hlm. 20.

<sup>40</sup> Ibid, hlm. 21.

sehingga dapat memengaruhi kesuksesan sebuah parpol (Partai Politik) dalam bersaing merebut suara.

Dalam pembicaraan sehari-hari, pembicaraan politik yang dilakukan para politikus merupakan aspek yang sangat penting. Kebanyakan dari kita mengenal sosok politikus dari pembicaraannya, seperti dalam konferensi pers, pidato, atau dari pernyataan tertulis yang dibuatnya, atau dari perkataan orang tentangnya. Dengan demikian, pembicaraan politik merupakan titik terbangunnya citra seorang politikus. Seperti yang sudah penulis bahas sebelumnya di sub-bab Komunikasi Politik, bahwa dewasa ini banyak tokoh politik yang memanfaatkan teknologi komunikasi, khususnya media sosial sebagai wadah untuk berinteraksi dengan masyarakat sekaligus menaikkan citranya sebagai seorang politikus. Bisa kita lihat tokoh-tokoh politik, baik dari Presiden maupun wakil masyarakat lainnya memanfaatkan media sosial dengan baik. Sasaran komunikasi saat ini tidak lagi berpatokan pada masyarakat yang berkaitan dengan politik, tetapi juga remaja yang condong dalam menikmati media sosial. Jadi tidak mengherankan apabila banyak kita menemukan remaja yang mendukung si A atau si B hingga menjadi *follower* di akun sosial si tokoh politik.

Demikian pembicaraan politik dapat dipahami lebih dalam berdasarkan beberapa kegiatan, di antaranya<sup>41</sup>:

- a. Kegiatan Simbolis (kata-kata dalam pembicaraan politik)

Kegiatan simbolis terdiri atas orang-orang yang menyusun makna dan tanggapan bersama terhadap perwujudan lambang-lambang referensial

---

<sup>41</sup>Ibid, hlm. 38.

dan kondensasi dalam bentuk kata-kata, gambar, serta perilaku. Hal ini berlaku baik bagi lambang politik maupun lambang apapun.

b. Bahasa (permainan kata dalam pembicaraan politik)

Bahasa adalah suatu sistem komunikasi yang: a) tersusun atas kombinasi lambang-lambang *signifikan* (tanda dengan makna dan tanggapan bersama bagi orang-orang) di dalamnya; b) *signifikasi* lebih penting daripada situasi langsung tempat bahasa digunakan; c) lambang-lambang digabungkan menurut aturan-aturan tertentu. Fiske (1990) dalam *Cultural and Communication Studies*, menambahkan bahwa penggunaan bahasa tertentu dapat berimplikasi pada bentuk konstruksi realitas dan makna yang dikandungnya. Pilihan kata dan cara penyajiannya suatu realitas ikut menentukan struktur konstruksi realitas dan maknanya yang muncul. Dari perspektif ini, bahasa bukan hanya mampu mencerminkan realitas, melainkan juga dapat menciptakan realitas. Atas dasar ini, bahasa bisa didayagunakan untuk kepentingan politik.

c. Semiotika (makna dan aturan permainan kata politik)

Pesan-pesan yang dihasilkan dari para peserta komunikasi banyak bentuknya dan menghasilkan berbagai makna, struktur, serta akibat. Studi tentang keragaman merupakan satu segi dari ilmu semiotika, yakni teori umum tentang tanda dan bahasa.

d. Pragmatika (penggunaan pembicaraan politik)

- 1) Meyakinkan dan membangkitkan massa: *pembicaraan politik untuk pencapaian material.*

- 2) Otoritas sosial: *pembicaraan politik untuk peningkatan status.*
- 3) Ungkapan personal: *pembicaraan politik untuk identitas.*
- 4) Diskusi publik: *pembicaraan politik untuk pemberian informasi.*

Kembali kepada pesan komunikasi politik, pesan yang disampaikan bukan hanya apa yang dikatakan secara verbal, tetapi juga nonverbal. Mulyana menjelaskan bahwa dimensi isi merujuk pada pesan komunikasi. Pesan komunikasi berkaitan juga dengan bagaimana proses atau cara menyampaikan pesan.<sup>42</sup> Artinya, ada keterkaitan antara pesan atau muatan komunikasi dengan komponen lainnya, seperti saluran dan media komunikasi.

Tidak ada komunikasi politik tanpa pesan politik. Kekuatan pesan dalam proses komunikasi politik semakin kuat di era digital sekarang ini. Keberhasilan proses komunikasi politik salah satunya ditentukan oleh pesan politik, karena pesan politik baik verbal maupun nonverbal menjadi representasi perasaan, pikiran, pendapat, keinginan, tujuan, dan kepentingan komunikator yang disampaikan kepada khalayak, demikian juga pesan dari khalayak kepada komunikator.

Pada era media berbasis internet, hubungan antara komunikator dan khalayak tidak sebagaimana dalam sistem komunikasi era sebelumnya. Saat ini hubungan komunikator dan khalayak dapat bertukar tempat dan secara langsung dapat mendiskusikan sebuah isu atau pesan dalam pembicaraan politik yang

---

<sup>42</sup>Daddy Mulyana, "Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar", dalam *Komunikasi Politik: Teori, Konsep, Aplikasi pada Era Media Baru*, Umaimah Wahid, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018), hlm 29.

berlangsung. Oleh karenanya, untuk menciptakan pengaruh yang kuat dari sebuah pesan politik, diperlukan kemampuan melakukan konstruksi sebagaimana pengaruh atau efek yang direncanakan oleh komunikator politik.

Pesan adalah representasi rasional komunikator sebagai pencipta pesan, yang dalam proses pembuatannya dilatarbelakangi oleh latar belakang komunikator dan dalam proses pemaknaannya oleh khalayak juga dipengaruhi oleh latar belakang khalayak. Contohnya, Presiden Indonesia sejak era Soekarno, Soeharto, B.J. Habibie, K.H. Abdurrahman Wahid, Megawati Soekarnoputri, Susilo Bambang Yudhoyono, dan Joko Widodo, semuanya mempunyai alasan, bentuk, dan cara yang berbeda saat memproduksi dan memproses pesan, serta mempunyai pilihan kata, simbol, kode, *image*, dan peristiwa yang berbeda. Perbedaan pengalaman menjadi penyebab terjadinya perbedaan cara memproduksi dan memproses sebuah pesan. Oleh karena itu, sangat masuk akal jika fokus Soekarno, Soeharto, B.J. Habibie, K.H. Abdurrahman Wahid, dan Megawati Soekarnoputri dapat dikatakan masih era media konvensional yang dominan, sedangkan pada era Susilo Bambang Yudhoyono dan Joko Widodo menjadi presiden sudah masuk era internet (*new media*). Adapun jenis-jenis pesan politik yang familiar sebagai berikut<sup>43</sup>:

1. *Retorika* (penggunaan seni berbahasa untuk berkomunikasi secara persuasif dan efektif).

---

<sup>43</sup> Umamah Wahid, *Komunikasi Politik...*, hlm. 31.



2. *Iklan politik* (hampir sama tujuannya dengan iklan komersial, yaitu memperkenalkan sesuatu agar khalayak mau mengosumsi/memilih produk tersebut (ex: partai politik).
3. *Propaganda* (salah satu bentuk komunikasi yang paling ekstrim dalam dunia politik karena pesan yang disampaikan secara terus menerus demi menciptakan sebuah opini publik yang baru dan diharapkan menjadi kuat).

Jenis-jenis pesan politik tersebut bisa berupa verbal maupun nonverbal seperti yang telah penulis sebutkan sebelumnya. Simbol atau pesan nonverbal yaitu semua simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan wicara yang kita sadari termasuk ke dalam kategori pesan nonverbal disengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Suatu sistem kode verbal disebut bahasa. Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas.<sup>44</sup> Sedangkan nonverbal adalah pesan yang disampaikan berupa tanda atau simbol. Secara sederhana, pesan nonverbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Parter, komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu *setting* komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh

---

<sup>44</sup>Deddy Mulyana, *Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 260.

individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima; jadi definisi ini juga mencakup sengaja dan tidak disengaja.<sup>45</sup>

Adapun klasifikasi komunikasi nonverbal sebagai berikut:

a. Bahasa Tubuh

Bidang yang menelaah bahasa tubuh atau *body language* adalah kinesika (*kinesics*), suatu istilah yang diciptakan seorang perintis studi bahasa nonverbal yaitu Ray L. Birdwhistell. Setiap anggota tubuh seperti wajah (termasuk senyuman dan pandangan mata), tangan, kepala, kaki, dan bahkan seluruh tubuh dapat digunakan sebagai isyarat simbolik.<sup>46</sup>

Dalam Islam, senyum merupakan salah satu bentuk ibadah, dan menjaga pandangan mata menjadi ketentuan syar'i, dalam surah An-Nur ayat 30, Allah berfirman:

قُلْ لِلْمُؤْمِنِينَ يَغُضُّوا مِنْ أَبْصَارِهِمْ وَيَحْفَظُوا فُرُوجَهُمْ ذَٰلِكَ  
 أَزْكَىٰ لَهُمْ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا يَصْنَعُونَ

Artinya: “Katakanlah kepada orang laki-laki yang beriman: Hendaklah mereka menahan pandangannya, dan memelihara kemaluannya; yang demikian itu adalah lebih suci bagi mereka, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang mereka perbuat.” (Q.S. An-Nur: 30)

<sup>45</sup>*Ibid*, hlm. 343.

<sup>46</sup>*Ibid*, hlm. 353.

Dari ayat di atas, pada awal ayat yang berhubungan dengan menjaga pandangan Allah menyampaikan bahwa kepada laki-laki Mukmin agar mereka menundukkan pandangan-pandangan mereka dari wanita-wanita dan aurat-aurat yang tidak halal bagi mereka.

b. Sentuhan

Studi tentang sentuh menyentuh disebut dengan haptika (*haptics*). Sentuhan, seperti foto, adalah perilaku nonverbal yang multimakna, dapat menggantikan beribu makna. Kenyataannya sentuhan itu bisa berupa pukulan, tamparan, cubitan, senggolan, rabaan hingga sentuhan secara lembut sekilas. Konon, menurut orang muda, seseorang dapat merasa seperti terkena setrum ketika disentuh oleh lawan jenis yang disenanginya. “*And when I touch you I feel Inside*”, kata John Lennon dan Paul McCartney. Itu sebabnya Islam punya aturan ketat mengenai sentuh-menyentuh di antara lelaki dan perempuan untuk menghindari konsekuensinya yang menjurus pada perbuatan negatif.

c. Parabahasa

Parabahasa atau vokalika (*vocalics*), merujuk pada aspek-aspek suara selain ucapan yang dapat dipahami, misalnya kecepatan berbicara, nada (tinggi atau rendah), intensitas (volume) suara, intonasi, kualitas vokal (kejelasan), tangis, gerutuan, dan sebagainya. Setiap karakteristik suara ini mengomunikasikan emosi dan pikiran kita. Terkadang kita bosan mendengarkan pembicaraan orang, bukan karena isi pembicaraannya, melainkan karena lamban dan monoton.

Mehrabian dan Ferris menyebutkan bahwa parabahas adalah terpenting kedua setelah ekspresi wajah dalam menyampaikan perasaan atau emosi.<sup>47</sup>

Demikian, pesan komunikasi politik sama dengan komunikasi pada umumnya, pesan yang disampaikan bisa berupa verbal dan nonverbal. Dari keduanya mengandung makna yang dapat dipahami kecuali makna yang ditangkap oleh komunikan berbeda menurut dengan latar belakang, profesi dan budaya.

#### **D. Film**

Film merupakan media hiburan yang sudah sangat familiar pada masyarakat. Dewasa ini, untuk memproduksi sebuah film tidak perlu menggunakan biaya yang besar. Apabila dulu film hanya bisa kita lihat di bioskop, di era *new media* ini siapa saja bisa membuat film menggunakan perlengkapan sederhana, dan kemudian mengunggahnya di media sosial, contohnya Youtube. Namun, untuk dapat mengunggahnya minat penonton tentu film tidak bisa diproduksi secara sembarangan dan harus sesuai dengan kaidah-kaidah yang ada. Dapat menjangkau khalayak secara luas, film menjadi salah satu media komunikasi yang efektif dalam upaya untuk memengaruhi atau membentuk sebuah opini publik kepada masyarakat.

Dalam kasus politik, banyak sekali film-film berbau propaganda seperti halnya film *Ivan The Terrible Part I*. Diktatori Soviet, Joseph Stalin memberikan izin kepada Eisenstein dalam memproduksi film ini dengan tujuan untuk

---

<sup>47</sup>*Ibid*, hlm. 387.

mempromosikan kekuatan Soviet. Film ini berhasil memengaruhi masyarakat dalam *science* bagaimana Tsar Ivan berhasil mempersatukan Rusia dan momen ini sangat penting karena di masa itu Soviet sedang terlibat perang melawan Jerman di Perang Dunia II, dan film ini berhasil membangkitkan semangat rakyat Soviet seperti yang diharapkan Stalin. Contoh ini memberi penjelasan bahwa film memang mempunyai daya pengaruh yang kuat dalam menginformasi, mengubah, dan membentuk pikiran khalayak.

Reymond William mengungkapkan film adalah produk budaya yang berusaha memetakan khazanah intelektual dan artistik dari si pembuatnya. sebagai salah satu produk budaya, film merupakan sebuah teks. Teks tersebut dapat diinterpretasikan secara bebas oleh pemirsa. Melalui hal inilah sebuah nilai yang termuat dalam film dapat men-*trigger* (memicu) pikiran pemirsa. Lebih jauh lagi, film bukanlah produk budaya yang bersifat pasif, melainkan aktif. Film memiliki daya pengaruh, baik terhadap proses rekonstruksi budaya maupun pada proses detruksi budaya suatu masyarakat.<sup>48</sup>

Dalam menikmati film kita tentu perlu memahami yang mana kebenaran dan yang mana yang bukan. Karena tidak semua film adalah film *dokumenter*. Film *fiksi* yang menghibur lebih menarik minat penonton, dan nyatanya fiksi tetaplah fiksi, bukan kebenaran dan hanya berupa hasil pena dari penulis skenario. Film tidak hanya mengandung hal positif, tapi juga negatif. Pengaruh yang

---

<sup>48</sup>Irini Dewi Yanti, *Sejarah Industri Perfilman Di Sumatra Utara*, (Banda Aceh: BKSNT Banda Aceh, 2011), hal. 2.

berdampak negatif banyak terlihat dari tayangan perfilman. Pada dasarnya film lahir melalui kecanggihan teknologi. Film dalam pengertian sempit adalah penyajian gambar lewat layar lebar, tetapi dalam pengertian yang lebih luas bisa juga termasuk yang disiarkan televisi.<sup>49</sup>

Memang sejak televisi menyajikan film-film seperti yang diputarkan di gedung-gedung bioskop terdapat kecenderungan orang lebih senang menonton di rumah, karena lebih praktis juga tidak perlu membayar.<sup>50</sup> Namun, seiring berkembangnya teknologi masyarakat masa kini semakin mudah untuk mengakses film terutama tanpa bayaran. Youtube menjadi salah satu kanal *streaming* yang paling populer untuk mengunggah dan menonton film maupun video. Bahkan kita juga bisa menikmati film hasil karya kreatifitas anak bangsa yang diunggah ke kanal ini. Tidak hanya Youtube, media lainnya yang berbentuk *mobile application* seperti Viu, Netflix, Iflix, membuat penonton semakin puas dalam menikmati film.

### 1. Pengertian Film

Film adalah gambar hidup yang biasa disebut *movie*. Film juga disebut sinema. Kata sinema berasal dari kata *kinematic* atau gerak. Film juga merupakan lapisan-lapisan cairan selulosa, biasa dikenal didunia para sineas sebagai seluloid. Elvinaro memaparkan pengertian film dalam bukunya Komunikasi Massa sebagai berikut, “Film (gambar bergerak) adalah bentuk dominan dari komunikasi

---

<sup>49</sup>Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Grafindo Persada, 2006), hal. 126.

<sup>50</sup>*Ibid*, hal. 39.

massa visual dibelahan dunia ini. Lebih dari ratusan juta orang menonton film di bioskop, film televisi dan film video laser setiap minggunya.”<sup>51</sup>

Film memiliki sejarah yang panjang dalam kajian para ahli komunikasi. Sebagai media massa, film digunakan sebagai media yang dapat merefleksikan kenyataan atau bahkan membentuk sebuah pemikiran baru. Cerita yang diangkat dalam film dapat berbentuk fiksi atau nonfiksi. Melalui sebuah film, informasi dapat dikonsumsi dengan mudah dan mendalam karena berbentuk audio visual. Film banyak digemari karena dapat dijadikan hiburan dengan penyajian cerita yang beragam dan menarik tergantung jenisnya.

Film adalah medium komunikasi massa yang sangat efektif, bukan saja untuk hiburan, tetapi juga untuk penerangan dan pendidikan, bahkan juga sebagai alat untuk memengaruhi (*to influence*) massa dalam membentuk dan membimbing *public opinion*.<sup>52</sup> Seperti yang penulis sebutkan sebelumnya, film merupakan salah satu media komunikasi yang dapat menjangkau khalayak dari setiap segmen sosial. Kemampuan film ini membuat para ahli berpendapat bahwa film memiliki potensi untuk memengaruhi khalayak. Sejak saat itulah, merebak berbagai penelitian mengenai film.

Marcel Danesi dalam bukunya yang berjudul *Pengantar Memahami Semiotika Media* menyebutkan:

Pada tingkat penanda, film merupakan sebuah teks yang membuat serangkaian citra fotografi dan mengakibatkan adanya ilusi gerak

---

<sup>51</sup> Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), hlm. 143.

<sup>52</sup> T.A. Lathief Rounsyady, *Dasar-Dasar Retorika Komunikasi dan Informasi*, (Medan: Firma “Rimbow”, 1989), hlm. 183.

dan tindakan dalam kehidupan nyata. Sedangkan dalam tingkat penanda film merupakan cermin kehidupan metaforis.<sup>53</sup>

Pengertian ini menjelaskan bahwa setiap *scene* dalam sebuah film dapat dijadikan pokok pembahasan semiotika karena di dalam jenis film terdapat sistem *signifikasi* yang memiliki makna-makna tertentu yang dapat dinilai oleh khalayak dan melalui film mereka juga mencari hiburan, inspirasi dan wawasan pada tingkat *interpretant*.

## 2. Fungsi Film

Mempunyai alur yang menarik, topik yang kekinian, *angle* yang sesuai dan *actor* atau *actress* yang enak dipandang, banyak masyarakat yang tertarik untuk menonton sinetron yang memenuhi tayangan pertelevisian Indonesia. Seperti halnya anak-anak yang menyukai tontonan kartun, remaja, dewasa, dan orang lanjut usia juga menyukai tontonan sebagai hiburan. Dalam menikmati seni sinematografi tentu tidak memandang usia, berbagai lapisan masyarakat dapat menikmati sinetron di waktu senggangnya untuk mencari hiburan.

Seperti halnya sinetron, tujuan khalayak menonton film terutama adalah ingin memperoleh hiburan. Dalam film juga terkandung fungsi informatif maupun edukatif, bahkan persuasif. Hal ini pun sejalan dengan misi perfilman nasional sejak tahun 1979, bahwa selain sebagai media hiburan, film nasional dapat digunakan sebagai media edukasi untuk pembinaan generasi muda dalam rangka *nation and character building*.<sup>54</sup>

---

<sup>53</sup> Marcel Danesi, *Pengantar Memahami Semiotika Media*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2010), hlm. 134.

<sup>54</sup> Elvinaro Ardianto dan Lukiati Komala Erdinaya, *Komunikasi Massa: Suatu pengantar*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005), hal. 136.



*Fungsi informatif* dari film membuat banyak kalangan memanfaatkan film sebagai media komunikasi dalam lingkup jangkauan yang luas. Adapun *fungsi edukasi* dapat tercapai apabila film nasional memproduksi film-film sejarah yang objektif, atau film dokumenter dan film yang diangkat dari kehidupan sehari-hari secara berimbang, serta memiliki nilai edukasi dan dapat memberikan moral yang baik. Untuk *fungsi persuasif*, seperti pembahasan-pembahasan sebelumnya bahwa film dapat memberikan efek yang luar biasa bagi penonton, karena sifatnya yang memengaruhi, mengubah sikap, perilaku, dan opini penonton. Film bisa menjadi media persuasif tanpa disadari penonton.

### **3. Unsur-Unsur Film**

Film merupakan hasil karya bersama atau hasil kerja kolektif. Maksudnya pembuatan film pasti melibatkan kerja sejumlah unsur atau profesi. Unsur-unsur yang dominan di dalam proses pembuatan film antara lain: produser, sutradara, penulis skenario, penata kamera (*cameramen*), penata artistik, penata musik, editor, pengisi dan penata suara, pemeran (*actor and actress*).

### **4. Kategori Film**

Marcel Danesi dalam bukunya yang berjudul *Pengantar Memahami Semiotika Media* menjelaskan tiga kategori dalam film, yaitu: film fitur, film dokumentasi dan film animasi yang secara umum dikenal sebagai film kartun. *Film fitur*, merupakan karya fiksi, yang strukturnya selalu berupa narasi, yang dibuat dalam tiga tahap, tahap praproduksi, tahap produksi dan tahap *post* produksi (*editing*). *Film dokumenter*, merupakan film nonfiksi yang menggambarkan situasi kehidupan nyata dengan setiap individu menggambarkan

perasaan dan pengalamannya dalam situasi yang apa adanya, tanpa persiapan, langsung kepada kamera atau pewawancara. *Film animasi*, merupakan film dengan pemakaian teknik ilusi gerak dan serangkaian gambaran benda dua atau tiga dimensi.<sup>55</sup>

Dari ketiga kategori di atas kita mengetahui bahwa dalam pembuatan film tentu perlu terlebih dahulu menentukan jenis film yang ingin diproduksi sesuai dengan tujuan informasi yang ingin disampaikan. Misalnya, memproduksi film untuk keuntungan tentu memilih jenis film fitur atau fiksi, yang alurnya bisa diciptakan dengan bebas untuk menarik minat khalayak. Ketiga kategori di atas tentu tidak baku, karena saat ini sudah banyak dimodifikasi kearah yang lebih kreatif lagi, namun tetap kategori utama dalam sebuah film adalah yang telah dijelaskan diatas.

#### **E. Teori Semiotika**

Istilah semiotika secara etimologis berasal dari kata yunani *Semeion* yang berarti “tanda” atau *sign*. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai suatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain. Tanda pada awalnya dimaknai sebagai suatu hal yang menunjuk pada adanya hal lain (Sobur, 2012:95).Semiotik sebagai salah satu model dari ilmu pengetahuan sosial, memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki pola dasar yang disebut dengan tanda (*sign*).Semiotik mempelajari

---

<sup>55</sup> Marcel Danesi, *Pengantar Memahami...*, hlm. 134.

hakikat tentang keberadaan suatu tanda, dalam tanda terdapat sesuatu yang tersembunyi di baliknya dan memiliki makna tersendiri.<sup>56</sup>

Menurut Kurniawan dan Barthes, semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang dipakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika, atau dalam istilah Barthes, *semiologi*, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat disamakan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai tidak hanya memberi informasi, akan tetapi memiliki hal yang lebih dalam daripada berkomunikasi yang sekedar memberi informasi. Dalam hal ini, objek-objek (tanda) tersebut seolah-olah hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda hingga menghasilkan makna yang lebih mendalam.<sup>57</sup>

Jika kita mengikuti Charles Sanders Peirce, maka semiotika tidak lain dari pada sebuah nama lain bagi logika, yakni “doktrin formal tentang tanda-tanda” (*the formal doctrine of signs*) sementara itu bagi Ferdinand de Saussure, *semiotic* atau *semiologi* adalah sebuah ilmu umum tentang tanda, “suatu ilmu yang mengkaji kehidupan tanda-tanda di dalam masyarakat” (*a science that studies the life of sign within society*).<sup>58</sup>

---

<sup>56</sup>Alex Sobur, “Analisis Teks Media”, dalam Nur Rachmani, *Analisis Semiotika Iklan Ades tentang Kepedulian Lingkungan Hidup*, e-Journal Mahasiswa Ilmu Komunikasi, Volume 3, Nomor 2, 2015, hlm. 434.

<sup>57</sup>Yolanda Hana Chornelia, *Representasi Feminisme Dalam Film “Snow White And The Huntsman”*, Jurnal e-Komunikasi, Volume 1, Nomor 3 Tahun 2018, hlm. 09.

<sup>58</sup>Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006. dalam Arsa Widitarsa Utoyo, *Analisis Semiotik Pada Jurnalistik Foto: “Melihat Momen Unik Deklarasi Kampanye Damai di Media Online Detik.com”*, Jurnal Lugas, Vol. 2, No. 2, Desember 2018, pp. 98-104, hal. 100.

## 1. Semiotika Komunikasi dan Film

Semiotika merupakan ilmu atau metode ilmiah untuk menganalisis tanda dan segala hal yang berhubungan dengan tanda. Tanda merupakan bagian yang penting komunikasi, karena komunikasi itu sendiri terdiri dari banyak tanda atau simbol baik secara verbal maupun nonverbal. Oleh karena itu, tentu ada kaitan erat antara semiotika dengan komunikasi, mengingat semiotika merupakan pemaknaan akan salah satu unsur komunikasi yaitu pesan.

John Fiske dalam bukunya *Pengantar Ilmu Komunikasi* menjelaskan bahwa jika membahas semiotika dan komunikasi, tidak terlalu terfokus pada komunikasi sebagai sebuah proses, namun pada komunikasi sebagai penghasil makna. Ketika si A berkomunikasi dengan si B, kurang lebih secara akurat si B paham arti dari pesan si A. Agar komunikasi bisa terjadi si A harus membuat sebuah pesan yang terdiri dari berbagai tanda. Pesan itu kemudian akan menstimulasi si B untuk menciptakan makna bagi diri sendiri di mana makna tersebut sedikit banyak berkaitan dengan makna yang pada awalnya diciptakan oleh si A. Semakin si A dan si B berbagi kode yang sama, maka semakin mungkin mereka untuk menggunakan sistem tanda yang sama, sehingga kedua 'makna' yang mereka miliki akan mirip satu sama lain.<sup>59</sup>

Sebuah tanda tentu tidak semua memiliki makna yang sama. Pada studi Komunikasi Antarbudaya menjelaskan bahwa pertukaran informasi antara orang-orang dari latar belakang budaya yang berbeda terkadang berbeda pula maknanya. Misalnya gerakan mengaitkan ujung jari telunjuk dan ibu jari serta melepaskan

---

<sup>59</sup>John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, perj. Hapsari Dwiningtyas, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 65.

tiga jari lainnya berbeda makna pada masyarakat Indonesia dan masyarakat Jepang. Apabila di Indonesia simbol jari ini bermakna 'Oke', maka lain halnya di Jepang yang menganggapnya sebagai makna 'Uang'.



Sumber: <https://bobo.grid.id>

**Gambar 7. Kode 'Oke' di Indonesia, dan 'Uang' di Jepang**

Semiotika melihat komunikasi sebagai penciptaan/pemunculan makna di dalam pesan—baik oleh pengirim maupun penerima. Makna tidak bersifat absolut, makna merupakan sebuah proses yang aktif: para ahli semiotik menggunakan kata kerja seperti; menciptakan, memunculkan, atau negoisasi mengacu pada proses ini. Maka, tidak semua orang melihat suatu tanda dengan makna yang sama. Semiotik sebagaimana kita menyebutnya memiliki tiga wilayah yaitu; 1) Tanda itu sendiri; 2) Kode-kode; 3) Budaya dimana tempat kode-kode dan budaya beroperasi.<sup>60</sup>Dari ketiga unsur ini kita dapat memahami bahwa tanda atau kode yang ada pada setiap hal maknanya akan dipengaruhi oleh latar belakang orang yang melihatnya. Tidak hanya budaya, tetapi profesi juga ikut andil dalam pemahaman berbeda akan makna tanda.

---

<sup>60</sup>Ibid, hlm. 66.

Pusat dari konsentrasi semiotik adalah tanda. Di dalam semiotik, penerima, atau pembaca, dipandang memiliki peranan yang lebih aktif dibandingkan dengan pemberi informasi. Semiotik sendiri lebih memilih istilah ‘pembaca (*reader*)’ daripada ‘penerima (*receiver*)’. Karena tanda perlu ‘dibaca’ untuk menghasilkan makna. Ketika menyampaikan informasi kita tentu tidak ingin pesan yang kita sampaikan akan disalahpahami oleh si penerima. Untuk memudahkan penerima menangkap informasi yang kita sampaikan dengan cepat biasanya kita menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan *gesture*. *Gesture* berguna untuk mendukung bahasa untuk menyampaikan makna lebih jelas. *Gesture* sendiri merupakan tanda, begitu pula dengan bahasa.

Film merupakan salah satu media komunikasi. Melalui film, informasi yang disampaikan akan mudah dipahami oleh penonton karena berbentuk audio visual. Dalam sebuah film, informasi yang disampaikan akan selalu didukung oleh tanda-tanda. Misalnya, film tersebut menceritakan tentang masa muda Jokowi seperti dalam film *Jokowi*, tentu tokoh kecil untuk Jokowi memiliki tanda-tanda khas Jokowi misalnya berperawakan kurus dan berkulit sawo matang. Film dengan judul ‘Pengabdian Setan’ tentunya terdapat tanda-tanda yang mendukung judul film tersebut.

## 2. Semiotika Model Ferdinand de Saussure

Banyak nama-nama besar yang ahli dalam kajian semiotik seperti Charles Sanders Peirce, Ogden dan Richards, Roland Barthes, dan Ferdinand de Saussure. Peirce dikenal sebagai ahli logika dan filsuf Amerika dan salah satu pelopor kajian semiotika. Namun tokoh penting lainnya dalam kajian ini adalah seorang ahli

bahasa dari Swiss, Ferdinand de Saussure. Fokus Peirce sebagai seorang filsuf adalah; pada pemahaman kita mengenai pengalaman kita dan di dunia di sekitar kita. Baru pada perkembangannya kemudian Peirce menyadari pentingnya semiotik, atau tindakan pemaknaan di dalamnya. Peirce tertarik pada makna, yang dia temukan di dalam hubungan struktural antara tanda, individu (orang), dan objek.

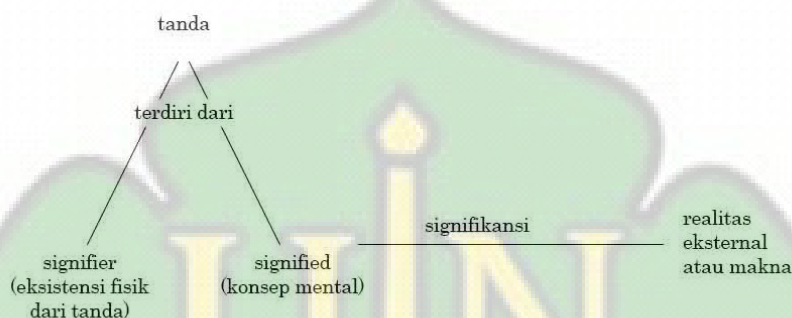
Sebagai seorang ahli bahasa, maka bahasa merupakan keterikatan utama Ferdinand de Saussure. Dia lebih fokus pada bagaimana tanda-tanda (atau, di dalam konteks Saussure adalah kata-kata) terkait dengan tanda-tanda yang lain, bukan bagaimana tanda-tanda terkait dengan apa yang disebut Peirce sebagai objek. Jadi model dasar dari Saussure berbeda di dalam penekanan dengan model Peirce. Saussure memfokuskan perhatian lebih pada tanda itu sendiri. Tanda, bagi Saussure, adalah sebuah objek fisik yang memiliki makna; atau kalau menggunakan istilah dari Saussure, sebuah tanda terdiri dari penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). *Signifier* atau penanda adalah gambaran fisik nyata dari tanda ketika kita menerimanya—coretan pada kertas atau suara di udara; *signified* atau petanda adalah konsep mental yang mengacu pada gambaran fisik nyata dari tanda. Konsep mental dikenali secara luas oleh anggota dari suatu budaya yang memiliki bahasa yang sama.<sup>61</sup>

Kita secara langsung dapat mengenalai persamaan antara *signifier* dari Saussure dan *sign* (tanda) dari Peirce dan *intrependet* dari Peirce dengan *signified* dari Saussure. Namun demikian, dibandingkan dengan Peirce, Saussure kurang

---

<sup>61</sup>John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi...*, hlm. 73.

memerhatikan hubungan antara keduanya dengan apa yang disebut Pierce sebagai ‘objek’ atau makna eksternal. Saussure menyebut hubungan tersebut sebagai *signifikansi* namun hanya memberi sedikit penjelasan mengenai hal tersebut. Dengan demikian, model Saussure bisa divisualisasikan seperti<sup>62</sup>:



**Gambar 8. Elemen-Elemen Makna Dari Saussure**

Kris Budiman dalam bukunya *Semiotika Visual* menjelaskan bahwa:

Tanda (*sign*) merupakan satuan dasar bahasa yang niscaya tersusun dari dua relata yang tidak terpisahkan, yaitu citra-bunyi (acoustic-image) sebagai unsur penanda (*signifier*) dan konsep sebagai petanda (*signified*). Penanda merupakan aspek material tanda yang bersifat sensoris atau dapat diindrai (*sensible*)—di dalam bahasa lisan mengambil wujud sebagai citra-bunyi atau citra-akustik--, yang berkaitan dengan sebuah konsep (petanda). Hakikat penanda adalah murni sebuah *realatum* yang pembatasannya tidak mungkin terlepas dari petanda.<sup>63</sup>

Dari penjelasan Budiman tampak bahwa kedua elemen ini sungguh-sungguh menyatu dan saling tergantung satu sama lain. Meskipun penanda dan petanda dapat dibedakan, tetapi praktiknya tidak dapat dipisahkan: tiada penanda tanpa petanda, tiada petanda tanpa penanda. Kombinasi dari suatu konsep dan suatu citra-bunyi inilah yang kemudian menghasilkan tanda.

<sup>62</sup>Ibid, hlm. 74.

<sup>63</sup>Kris Budiman, *Semiotika Visual: Konsep, Isu, Dan Problem Ikonisitas*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2011), hlm. 30.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Proses Pengumpulan Data

Penelitian ini difokuskan pada Film *Suara April* yang tersedia di kanal Youtube milik Komisi Pemilihan Umum (KPU). Adapun proses pengumpulan data yang dilakukan yaitu setelah menentukan subjek penelitian yaitu film *Suara April*, penulis menentukan objek penelitian atau jenis data yang akan dikumpulkan, dalam hal ini berupa makna-makna dalam film *Suara April* yang mengandung dengan Pesan Komunikasi Politik. Kemudian penulis menentukan metode dan teknik pengumpulan data yang tepat dengan subjek dan objek dari penelitian ini. Penulis menggunakan metode kualitatif bersifat deskriptif dan didukung oleh teori semiotika model Ferdinand de Saussure. Untuk teknik pengumpulan data penulis menggunakan teknik dokumentasi.

#### B. Metode Dan Teknik Pengumpulan Data

Metode penelitian atau metode riset berasal dari bahasa Inggris. Metode berasal dari kata *method*, yang berarti ilmu yang menerangkan metode atau cara-cara. Kata penelitian merupakan terjemahan dari bahasa Inggris "*research*" yang terdiri dari kata *re* (mengulangi) dan *search* (pencarian, pengerjaan, penelusuran, dan penyelidikan). Maka *research* berarti melakukan pencarian yang berkenaan dengan masalah tertentu untuk diolah, dianalisa, diambil kesimpulan, dan selanjutnya dicarikan pemecahannya.<sup>64</sup>

---

<sup>64</sup>Wardi Bachtiar, *Metode Penelitian Dakwah*, (Jakarta: Logos Wacana, 1986), hlm. 01.

Menurut kamus *Webster's New International*, penelitian adalah penyelidikan yang hati-hati dan kritis dalam mencari fakta dan prinsip-prinsip suatu penyelidikan yang amat cerdas untuk menetapkan sesuatu.<sup>65</sup> Penelitian sebagai ilmu menggunakan metode ilmiah dalam arti penemuan, pengembangan atau pengujian kebenaran dilakukan dengan cara mengumpulkan dan menganalisa data (informasi) secara teliti, jelas, sistematis, dan dapat dijelaskan secara bertanggungjawab dan secara epistemologis.

### **1. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan merupakan kualitatif bersifat deskriptif. Metode kualitatif mengumpulkan data terutama dalam bentuk kata daripada angka. Studinya menghasilkan deskripsi cerita terperinci, analisis dan interpretasi fenomena.<sup>66</sup> Metode kualitatif mengandung persepsi subjektif bahwa realitas (komunikasi) bersifat ganda, rumit, semu, dinamis (mudah berubah), dikonstruksikan, dan holistik, kebenaran realitas bersifat relatif. Metode ini sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan berperilaku yang dapat diamati.<sup>67</sup>

Penelitian ini menggunakan analisis semiotika model Ferdinand de Saussure untuk mengetahui makna-makna khusus yang ada dibalik pesan-pesan tersebut dengan menggunakan analisis semiotika model Ferdinand de Saussure

---

<sup>65</sup>Moh Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988), hlm. 15.

<sup>66</sup>Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*, Cet.II, (Bandung: Refika Aditama, 2012), hlm. 208.

<sup>67</sup>Mahi M. Hikmah, *Metode Penelitian dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 44.

dengan dua elemen pemikirannya yaitu *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda).

## 2. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik penelitian yang penulis gunakan yaitu teknik dokumentasi. Teknik dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data-data dan dokumen maupun literatur yang mendukung penelitian. Data-data yang dikumpulkan dalam teknik ini terbagi dua, yaitu:

### a. Data Primer

Studi dokumentasi yang dilakukan penulis dengan melakukan pencarian *scene* dalam film *Suara Aprilyang* mengandung pesan komunikasi politik. Setiap *scene* diambil dari film *Suara Aprilyang* diunggah di kanal Youtube Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai data primer.

### b. Data Sekunder

Selain pengumpulan data primer, penulis juga melakukan pencarian melalui sumber-sumber tertulis untuk memperoleh informasi mengenai objek penelitian ini sebagai data sekunder. Mengkaji berbagai literatur yang sesuai dengan materi penelitian melalui buku, artikel, dan internet.

## C. Analisis Semiotika Model Ferdinand de Saussure

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis semiotika berfokus kepada tanda. Analisis ini berupaya menemukan makna tanda termasuk hal-hal yang tersembunyi di balik sebuah tanda (teks, iklan, berita). Karena sistem

tanda sifatnya amat kontekstual dan bergantung pada pengguna tanda tersebut. Pemikiran pengguna tanda merupakan hasil pengaruh dari berbagai konstruksi sosial di mana pengguna tanda tersebut berada. Misalnya, kita dapat menanyakan: “*mengapa iklan mobil menampilkan model cewek yang duduk di atas mobil?*”; *apa makna sosial lirik lagu; mengapa berita menggunakan frasa atau kalimat tertentu ketika menggambarkan kelompok tertentu?*” dan sebagainya.<sup>68</sup>

Dalam penelitian ini, semiotika model Ferdinand de Saussure dipilih untuk menganalisa makna di balik tanda-tanda yang tersaji dalam *scene* film *Suara Aprilkarya* Emil Heraldi dan Wicaksono Wisunu Legowo, menggunakan dua pemikirannya yaitu *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda). *Signifier*, merupakan bunyi-bunyi atau gambar (*sounds or image*). Sedangkan *Signified*, merupakan konsep-konsep dari bunyi-bunyi dan gambar (*the concepts these sounds and images*), yang berasal dari kesepakatan.<sup>69</sup> Adapun *content* yang akan dianalisis dalam penelitian ini berkaitan dengan pesan komunikasi politik. Penulis harus mempelajari dan memahami definisi pesan komunikasi politik pada umumnya agar lebih mudah dalam mengumpulkan hasil penelitian.

---

<sup>68</sup>Rachmat Kriyanto, *Teknik Praktis...*, hlm. 264.

<sup>69</sup>Ibid, hlm. 267.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Profil Film Suara April

##### 1. Poster Film Suara April

*Suara April* merupakan salah satu film yang dirilis pada April 2019 tepat sebelum Pemilihan Umum (pemilu) 2019. Film ini merupakan salah satu contoh film yang dijadikan sebagai alat untuk memengaruhi masyarakat dengan membentuk opini publik, yang dilakukan melalui edukasi dan persuasi.. Film ini dipelopori oleh Komisi pemilihan Umum (KPU), disutradarai oleh Emil Heradi dan Wicaksono Wisnu Legowo dan diproduksi oleh Darius Sinathrya. Tujuan KPU membuat film ini adalah untuk mengajak masyarakat menyuarakan hak pilihnya di Pemilihan Umum Presiden Dan Wakil Presiden 2019. Film ini tayang di 33 provinsi di Indonesia dan ditayangkan pada tanggal 10 sampai 15 April 2019.



Gambar 9. Official Poster film *Suara April*

## 2. Sinopsis Film Suara April

Film *Suara April* menceritakan tentang relawan politik yang bernama Chandra (Bio One). Ia datang ke kampung Rempangrejo untuk memberikan penyuluhan pemilu kepada masyarakat disana yang tidak peduli akan politik. Masyarakat Rempangrejo telah 15 tahun tidak menggunakan hak pilihnya, mereka lebih menyukai musik dangdut untuk mengisi kegiatan di kampungnya. Tokoh panutan di Kampung Rempangrejo diperankan oleh mendiang Torro Margens yang anti politik, bahkan saat Chandra datang meminta izin, Ia justru diusir dan tidak di izinkan untuk memberikan penyuluhan Pemilu.

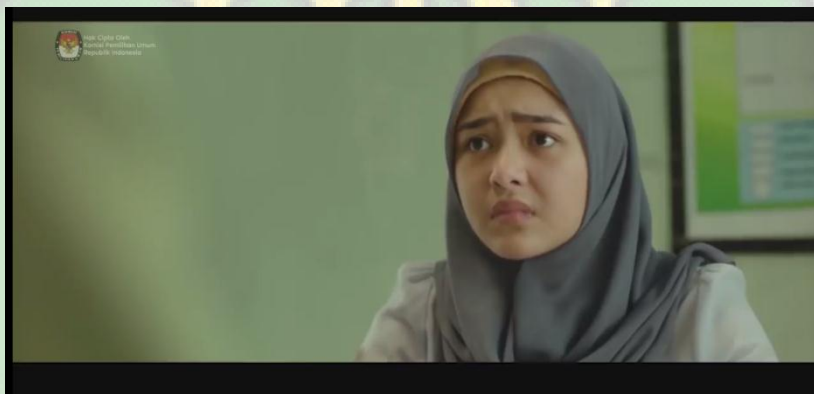
Di kampung Rempangrejo terdapat sebuah SMA satu-satunya yang terancam tutup karena yayasan yang sudah tidak bisa mendanai. Seorang guru bernama Nurlaila (Amanda Manopo) berjuang keras supaya sekolah tersebut tidak bubar. Ia pun meminta bantuan kepada salah satu calon pemimpin di desanya yaitu Rosalina (Dewi Gita), namun sayangnya tak membuahkan hasil.

Chandra yang memiliki misi penyuluhan dan Nurlaila yang memiliki misi untuk mempertahankan sekolahnya pun bekerja sama untuk mengajak masyarakat untuk melek akan pemilu. Acara dangdut menjadi satu-satunya jalan bagaimana pemilu bisa berlangsung di masyarakat. Ketika warga Kampung Rempangrejo mulai ada kemauan untuk berpolitik justru muncul kekacauan sesama masyarakat. Bahkan para calon pemimpin semakin membabi buta dan menghalalkan cara yang kotor untuk mendapatkan suara.

“*Saya pikir cuma masyarakat saja yang butuh penyuluhan pemilu. Ternyata calon pemimpin pun butuh penyuluhan bagaimana berkampanye dengan baik,*” kalimat itulah yang diucapkan Chandra ketika melihat keadaan Kampung Rempangrejo menjadi buruk karena perbedaan pilihan pemimpin. Film ini menceritakan apa yang sering terjadi pada masyarakat menjelang pemilu.<sup>70</sup>

### 3. Pemeran film *Suara April*

#### a. Amanda Manopo sebagai Nurlaila



Nurlaila adalah guru di SMA yang akan ditutup karena pihak yayasan tidak mampu membiayai lagi. Dia dan Candra sama-sama berjuang untuk menyadarkan masyarakat Repangrejo akan hak pilihnya.

#### b. Bio One sebagai Candra

<sup>70</sup>[Tribunjabar.id](https://jabar.tribunnews.com/2019/04/14/sinopsis-film-suara-april-diperankan-oleh-bio-one-dan-amanda-manopo), *Sinopsis Film Suara April di Perankan oleh Bio One dan Amanda Manopo*, 15 Januari 2020, pukul 15.00, dari <https://jabar.tribunnews.com/2019/04/14/sinopsis-film-suara-april-diperankan-oleh-bio-one-dan-amanda-manopo>.



Candra adalah relawan demokrasi yang akan memiliki misi untuk memberikan penyuluhan pemilu di kampung Rempangrejo yang terkenal akan anti politiknya..Ia datang ke Rempangrejo dan harus berjuang bersamaNurlaila agar misi penyuluhannya tercapai.

c. Mendiang Torro Margens sebagai Djohari



Djohari yang diperankan oleh mendiang Torro Margens adalah tokoh masyarakat kampung Rempangrejo yang disegani.Ia adalah penikmat musik dangdut dan tidak mau berurusan lagi dengan politik sejak 15 tahun lalu.

d. Dewi Gita sebagai Rosalina





Rosalina adalah salah satu caleg perwakilan daerah yang dulunya adalah penyanyi dangdut di kampung Rempangrejo. Ia awalnya tidak ingin mengambil suara di Rempangrejo karena masa lalu di kampung tersebut, namun kemudian tekad Nurlaila dan Candra membuat ia mulai berkampanye di Rempangrejo.

e. Tarmizi Abka sebagai Jimmy



Jimmy adalah caleg lainnya selain Rosalina. Ia berwatak sombong dan agresif. Metode persuasifnya dalam berkampanye adalah gratifikasi (pemberian dalam arti yang luas meliputi pemberian uang tambahan, hadiah uang, dan barang). Ia menggunakan metode tersebut untuk mendapat dukungan secara instan.


## B. Signifier (Penanda) Dan Signified (Petanda) Dalam Film Suara April

Berikut merupakan hasil penelitian pada beberapa *scene* dalam film *Suara April* yang mengandung pesan komunikasi politik ditinjau dari analisis semiotika model Saussure, berdasarkan dua pemikirannya yakni *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda).

**Table 2. Hasil Penelitian Pesan Komunikasi Politik Dalam Film *Suara April* Berdasarkan *Signifier* dan *Signified***

SCENE 1 (00:04:42)	Nurlaila Melihat Spanduk Dua Caleg Rampang	
Visual	Verbal	
		
Tipe Tanda	Data	
<p><b>Signifier</b> (penanda)</p>	<p>Seorang wanita (Nurlaila) melewati spanduk dua calon legislatif DPRD Rampang. Spanduk besar berpaduan warna pink dan putih memiliki gambar seorang wanita berhijab hitam dan berkemeja putih yang tampak tersenyum lembut serta menangkup kedua tangannya. Wanita itu bernama Rosalina, caleg Rampang yang memiliki slogan, “<i>Dari warga untuk warga. Mari majukan pendidikan kita.</i>” Slogan tersebut memakai <i>font</i> miring dengan ukuran besar.</p> <p>Sedangkan spanduk lainnya dengan paduan warna oranye, merah dan hitam yang memiliki gambar sosok laki-laki berkopiak bernama Jimmy yang tampak</p>	


	<p>percaya diri dan memiliki slogan, “<i>Saya memiliki integritas dan jiwa kepemimpinan.</i>” yang memakai <i>font</i> tegak dan <i>bold</i>.</p>
<p><b>Signified</b> (petanda)</p>	<p>Nurlaila sebagai masyarakat tidak luput dari memerhatikan spanduk-spanduk yang tersebar di sekitar kampungnya. Spanduk pertama dengan warna pink jelas milik seorang caleg wanita, dengan pose menangkupkan tangan dan berjilbab, caleg Rosalina terlihat santun didukung dengan keayuan wajahnya dan slogan yang bersifat lebih merakyat dibandingkan caleg lainnya. Dari slogannya yang memiliki <i>font</i> yang enak dipandang dan tidak kaku, orang bisa melihat visi dan misi Rosalina adalah untuk mengajak dan mewujudkan kemajuan pendidikan demi rakyat. Sedangkan spanduk lainnya yang dimiliki caleg Jimmy terlihat sangat bersemangat dari warna spanduk oren-merah-hitam dan jenis <i>font</i> tegak yang dipilih. Kesombongannya tidak hanya terlihat dari warna spanduk yang dipilih, akan tetapi juga dari slogannya yang terkesan sombong dan sangat percaya diri. Perwakannya tidak jauh berbeda dari pilihan warna spanduk, <i>font</i>, dan slogannya yang terkesan sombong.</p>
<p><b>SCENE 2</b></p>	<p>Jimmy mendatangi pasar untuk megambil hati rakyat.</p>

<b>(01:01:18)</b>	
<b>Visual</b>	<b>Verbal</b>
	<p>(Jimmy menyalami warga yang ada di pasar satu persatu).</p> <p>Warga 1: <i>Om, sini om. Ini adalah makanan yang paling enak yang ada di sini.</i></p> <p>Jimmy: <i>Lempeng.</i> (sambil merogoh dompetnya) <i>Lempeng ini kesukaan saya kalau di kantor.</i></p> <p>Jimmy: <i>Jangan lupa pilih saya ya</i> (sambil tersenyum lebar dan melihat sekeliling)</p> <p>Warga 2: <i>Om, om Jim. Om Jim. Jangan khawatir om jim, kita semua pasti mendukung om Jim.</i></p> <p>Pedangang Lempeng: <i>Makasih ya Om, semoga sukses.</i></p> <p>Jimmy: <i>Makasih ya, Bu. Jangan lupapilih saya ya, Buk.</i></p> <p>Jimmy: <i>pilih saya, Om Jim.</i></p> <p>Jimmy: <i>Kalian pasti senang jika pilih saya.</i></p>
<b>Tipe Tanda</b>	<b>Data</b>
<b>Signifier</b>	Jimmy dengan senyum lebar menyalami warga di pasar satu-persatu dan disambut dengan antusias hingga diajak untuk <i>selfie</i> .
<b>Signified</b>	Dari Gambar 1 dan Gambar 2 terlihat bahwa Jimmy sangat pandai dalam mengambil hati rakyat. Meskipun memiliki slogan yang angkuh yang mengatakan bahwa ia memiliki integritas dan jiwa kepemimpinan, Jimmy jago berinteraksi dengan warga dan turun ke tingkat pasar. Hal ini tentu menyentuh hati rakyat, terutama ketika ia membeli <i>lempeng</i> dan mengatakan bahwa itu favoritnya. Meskipun yang dia katakan bisa jadi benar atau salah, tetap saja, masyarakat telah terpengaruhi oleh tindakan ‘ramah’nya.


<p><b>SCENE 3</b> (01:04:43)</p>	<p>Tidak mau kalah dari tim Jimmy, tim Rosalina akhirnya berkampanye di kampung halamannya, Rempangrejo.</p>
<p><b>Visual</b></p>	<p><b>Verbal</b></p>
	<p>Rosalina: <i>Untuk beberapa warga khususnya yang sudah berumur, mungkin sudah tidak asing lagi dengan saya...nama saya Rosalina, dulu saya besar disini sampai berkiprah di kancah politik.</i></p>
<p><b>Tipe Tanda</b></p>	<p><b>Data</b></p>
<p><b>Signifier</b></p>	<p>Tim Rosalina berkampanye di Rempangrejo dengan memakai baju seragam sewarna dengan spanduknya yaitu pink. Spanduk-spanduk baru juga didirikan di jalan, pintu rumah warga, dan sebagainya.</p>
<p><b>Signified</b></p>	<p>Demi mendapatkan suara masyarakat, Rosalina akhirnya mau untuk berkampanye di Rempangrejo yang terkenal tidak pernah lagi melakukan pemilu selama 15 tahun. Ia dan timsesnya kompak menggunakan baju berwarna pink sebagai simbol mereka. namun, dalam bahasa warna pink atau merah mudamerepresentasikan prinsip feminim dan banyak disukai oleh para wanita. Auranya yang kuat memberi nuansa lemah lembut, peduli, dan romansa.</p>
<p><b>SCENE 4</b> (01:07:06)</p>	<p>Jimmy mendadak mengganggu kampanye Rosalina dengan membagikan semboka hingga menarik perhatian masyarakat.</p>
<p><b>Visual</b></p>	<p><b>Verbal</b></p>


	<p>Jimmy (memakai toa): <i>Ayo kumpul, kumpul, kumpul! Saya Jimmy, calon legislative yang memiliki integritas dan jiwa kepemimpinan yang tinggi....</i> (Kemudian mulai membagi-bagikan sembako)</p>
<p><b>Tipe Tanda</b></p>	<p><b>Data</b></p>
<p><b>Signifier</b></p>	<p>Jimmy berdiri di tengah-tengah sembako di belakang mobil <i>pick up</i> sambil memegang toa dan memanggil masyarakat untuk berkumpul di sekitarnya.</p>
<p><b>Signified</b></p>	<p>Untuk menggagalkan kampanye Rosalina, Jimmy langsung mengambil alih target politik Rosalina yaitu masyarakat Rempangrejo dengan diiming-imingi sembako. Tindakan Jimmy yang agresif masih membuat masyarakat antusias terhadapnya. Mereka tidak menyadari bahwa nikmat sembako hana bisa dinikmati sesaat.</p>
<p><b>SCENE5 (01:08:46)</b></p>	<p>Nurlaila menemui kepala sekolah yang mengatakan bahwa yayasan sudah punya dana untuk sekolah mereka. Kemudian kepala sekolah memberikan sogokan kepada Nurlaila yang berikan oleh salah satu caleg.</p>
<p><b>Visual</b></p>	<p><b>Verbal</b></p>
	<p>Kepala Sekolah: <i>Tadi, Pak Agus dari yayasan, dia bilang bahwa yayasan sekarang sudah punya danadan siap lanjut mengelola sekolah.</i> Nurlaila: <i>Alhamdulillah, bagus dong Pak.</i> Kepala Sekolah: <i>Saya sangat berterima kasih sama kamu, kalau bukan kamu orang-orang kampung di sini tidak akan terbuka matanya (sambil memberikan Nurlaila hadiah berupa jam), mereka tidak sadar pentingnya pemilu dan tidak sadar bahwa pemilu mempunyai dampak positif bagi kehidupan kita.</i> Nurlaila: <i>...dari siapa pak?</i></p>



	<p><i>Kepala Sekolah: (tertawa) apalah arti suara kita Nur.</i></p> <p><i>Nurlaila: Justru pentingnya suara kita pak yang saya kita perjuangan.</i></p> <p><i>Kepala Sekolah: Jangan naïf, apa susahnya menerima pemberian ini.</i></p> <p><i>Nurlaila: (Marah) Ini gratifikasi Pak.</i></p>
<b>Tipe tanda</b>	<b>Data</b>
<b>Signifier</b>	Di dalam sebuah ruangan, kepala sekolah dan Nurlaila duduk di sofa dan mengobrol. Kemudian kepala sekolah memberikan sebuah jam kepada Nurlaila sampai membuat Nurlaila marah.
<b>Signified</b>	Kepala Sekolah awalnya berbicara dengan lembut kepada Nurlaila seraya mengatakan bahwa yayasan sudah mau mendanai kembali sekolah mereka. Nurlaila senang dengan berita tersebut, namun tindakan kepala sekolah berikutnya membuat Nurlaila yang tadinya senang langsung marah. "Gratifikasi" yang disebutkan oleh Nurlaila terhadap jam yang diberikan oleh kepala sekolah adalah salah satu tindakan pemberian uang tambahan, bahasa kasarnya adalah sogokan. Sogokan berupa jam ini dan 'dana' sekolah yang kembali cair merupakan salah satu trik kotor yang dilakukan oleh para caleg ketika kampanye.
<b>SCENE 6 (01:10:14)</b>	Dua murid berkelahi akibat berbeda pendapat dan berbeda pilihan caleg.
<b>Visual</b>	<b>Verbal</b>
	<p><b>Kepala Sekolah:</b> <i>Apa-apaan ini?</i></p> <p><b>Murid 1:</b> <i>Dia ni pak, kata-katain Jimmy.</i></p> <p><b>Murid 2:</b> <i>Dia ni pak, kata-katain Rosalina.</i></p>

	Kepala Sekolah: <i>Memalukan! Ayo ke kantor semua!</i> <i>(Semua murid kemudian bersorak).</i>
<b>Signifier</b>	Dua murid berkelahi serta dikelilingi dan disoraki oleh teman-temannya, kemudian kepala sekolah dan Nurlaila datang melerai.
<b>Signified</b>	Dua murid di sekolah tempat Nurlaila mengajar berkelahi karena memperlakukan hal sepele yaitu, mengata-ngatai caleg dukungan satu sama lain. Dari sebab perkelahian tampak bahwa pesan komunikasi politik yang disampaikan oleh dua caleg memberikan efek dan memengaruhi masyarakat, sehingga muncul favoritisme pada pilihan masing-masing.
<b>SCENCE7 (01:14:24)</b>	Spanduk Rosalina dan Jimmy penuh dengan coretan
<b>Visual</b>	<b>Verbal</b>
	
<b>Signifier</b>	Dua spanduk dengan nama Rosalina




	dan Jimmy tampak dipenuhi oleh coretan.
<b>Signified</b>	Spanduk Rosalina dicoret dengan kata 'palsu' dan logo partainya ditandai X, dari dua simbol ini bisa dimaknai bahwa anti pendukung menganggap bahwa Rosalina itu palsu, tidak sama dengan aslinya. Logo yang dicoret dengan tanda X bisa berarti 'tidak' setuju dan juga bisa salah. Spanduk Jimmy logo partainya juga dicoret. Kepalanya ditambahi tanduk dan mukanya dicoret. Slogannya juga diberi garis merah, serta namanya dicoret hingga tidak lagi terbaca. Kepala diberi tanduk berwarna merah mempresentasikan sesuatu yang jahat.
<b>SCENE 8 (01:16:02)</b>	Candra menghentikan mobil Rosalina dan menyampaikan opininya mengenai kericuhan yang terjadi akibat dari ketidaksetaraan pendapat akan pilihan calegnya.
	<p>Candra: <i>Saya berjuang demi demokrasi, Bu. Agar rakyat menggunakan suaranya dalam pemilu. Dan saya pikir, bukan rakyat saja yang butuh edukasi tentang pemilu, tapi ternyata wakil rakyat pun perlu.</i></p> <p>Rosalina: <i>Sebentar, sebentar, maksud kamu apa?</i></p>

	<p>Candra: <i>Bu, cara Ibu dan tim sukses yang ibu lakukan, sudah usang, Bu.</i></p>
<p><b>Tipe tanda</b></p>	<p><b>Data</b></p>
<p><b>Signifier</b></p>	<p>Seorang laki-laki menghentikan sebuah mobil dengan <i>stickercalg</i> bernama Rosalina. Kemudian laki-laki tersebut berbicara dengan seorang perempuan setengah baya dengan jilbab yang duduk di dalam mobil.</p>
<p><b>Signified</b></p>	<p>Candra yang sudah menyelesaikan misinya tidak bisa abai terhadap kericuhan yang terjadi pada masyarakat Rempangrejo. Kemudian, ia menghampiri Rosalina dan menyampaikan pendapatnya. Dari perkataan Candra bisa dipahami bahwa apa yang dilakukan oleh Rosalina dan Jimmy sebagai calon wakil rakyat itu tidak mendidik hingga menyebabkan kericuhan pada masyarakat.</p>
<p><b>SCENE 9</b> <b>(01:17:45)</b></p>	<p>Spanduk Rosalina dan Jimmy yang sebelumnya diangkut dan digantikan oleh spanduk baru yang menggabungkan kedua caleg.</p>
<p><b>Visual</b></p>	<p><b>Verbal</b></p>

		
<b>Tipe tanda</b>	<b>Data</b>	
<b>Signifier</b>	Spanduk lama (spanduk Jimmy) tampak diangkut dan digantikan oleh spanduk baru yang memuat kedua caleg, Jimmy dan Rosalina. “Pemilu Sehat” adalah slogan bersama.	
<b>Signified</b>	Berdasarkan <i>scene</i> sebelumnya (Rosalina menelpon Jimmy), meskipun tidak terdapat penjelasan dalam bentuk verbal maupun visual, dalam <i>scene</i> ini tersirat bahwa Rosalina menelepon Jimmy untuk mendiskusikan pemilu sehat seperti slogan baru mereka “Pemilu Sehat”.	
<b>SCENE 10</b> <b>(01:18:25)</b>	Rosalina dan Jimmy memulai “pemilu sehat”.	
<b>Visual</b>	<b>Verbal</b>	
	<p>Rosalina: <i>ini adalah peristiwa yang aneh, ya aneh, saya dan Om Jim di sini duduk satu meja di depan kalian semua.</i></p> <p>Jimmy: <i>kami berdua di sini ingin meminta maaf karena perilaku politik kami sudah membuat contoh yang kurang baik terhadap bapak-bapak dan ibu-ibu sekalian.</i></p> <p>Rosalina: <i>hari ini kami mendeklarasikan, tidak aka nada lagi ucapan atau</i></p>	

	<p><i>perbuatan kami yang saling mencela satu sama lain kami menghimbau bapak ibu sekalian agar turut serta berjuang bersama kami tentunya, berjuang menjaga keharmonisan ini. Gimana bapak ibu setuju?</i></p> <p>Masyarakat: <i>setuju!</i></p>
<b>Tipe tanda</b>	<b>Data</b>
<b>Signified</b>	<p>Seorang perempuan berjilbab dan seorang laki-laki berkopiah duduk di depan mimbar dan dibelakangnya terdapat spanduk berukuran besar mereka berdua sebagai caleg, dan slogan “Pemilu Sehat.” Dan di depan mereka terhadap masyarakat sebagai khalayak.</p>
<b>Signifier</b>	<p>Rosalina dan Jimmy melaksanakan “Pemilu Sehat” dan mendeklarasikan perdamaian kampanye di antara mereka. hal ini pertama kalinya mereka lakukan sekaligus sebagai konfirmasi atas perdamaian di antara keduanya. Dari ini mereka berharap tidak ada lagi bentrokan antar sesama masyarakat yang disebabkan oleh mereka.</p>
<b>SCENE 11 (01:24:41)</b>	Masyarakat Rampangrejo mulai mempersiapkan pemilu dan melaksanakan pemilu.
<b>Visual</b>	<b>Verbal</b>
	

	
<b>Tipe tanda</b>	<b>Data</b>
<b>Signifier</b>	<p>Gambar 1: Beberapa orang membawa kotak suara.</p> <p>Gambar 2: Orang-orang menempati meja-meja yang tersusun rapi di bawah tenda yang dibagi menjadi tiga kelompok. Juga terdapat beberapa kotak suara di sebelah kiri.</p>
<b>Signified</b>	<p>Pada gambar pertama, tampak beberapa orang yang membawa kotak suara yang menandakan bahwa di kampung Rempangrejo akan dilaksanakan pemilu seperti semestinya. Gambar kedua menggambarkan suasana pemilu sebelum berlangsungnya sesi penjoblosan.</p>

### C. Analisis Data Menurut Teori Semiotika Model Ferdinand de Saussure

Membaca judulnya memang menarik, *Suara April* secara garis besar menggambarkan hak pilih rakyat pada pemilu April 2019. Film ini menceritakan tentang suasana pemilu yang berakhir keriuhan, namun berbeda dengan dunia nyata, film ini mempunyai penyelesaian masalah dengan bergabungnya kedua calon legislatif dengan slogan “Pemilu Sehat”. Penulis meneliti mengenai simbol atau tanda yang mengandung pesan komunikasi politik. Ada tiga jenis pesan

dalam berkomunikasi khususnya politik yaitu retorika, iklan politik, dan propoganda. Dalam film ini hanya terdapat jenis retorika dan iklan politik. Pesan dalam bentuk retorika terdapat dalam setiap *scene* yang berkaitan dengan seni berkata-kata dan berbicara.

*Scene* 1, terdapat retorika dalam bentuk nonverbal yaitu berupa teks pada slogan. Spanduk 1: *“Dari warga untuk warga. Mari majukan pendidikankita.”* Spanduk 2: *“Saya memiliki integritas dan jiwa kepemimpinan.”*. Sebenarnya fokus utama semiotik adalah teks.<sup>71</sup> Meskipun kemudian berkembang pada citra-bunyi seperti pendapat dari Saussure. Di balik setiap teks memiliki makna, seperti teks pada kedua spanduk tersebut memberi gambaran kasar tentang kepribadian kedua caleg. Rosalina, dengan slogan *“Dari warga untuk warga. Mari majukan pendidikankita”*, didukung dengan warna merah muda yang mencerminkan kelembahlembutan, serta bentuk *font* yang miring juga senyum anggun, mempresentasikannya sebagai sosok yang lemah-lembut dan peduli dengan warga. Slogan milik Jimmy, dengan slogan *“Saya memiliki integritas dan jiwa kepemimpinan”* mempresentasikan wataknya yang sombong dan angkuh, didukung dengan spanduk berwarna hitam dicampur dengan oren dan merah. Dalam bahasa psikologi hitam berarti percaya diri, oren berarti semangat, dan merah berarti kuat, berenergi, dan penuh gairah. Watak Jimmy dalam film Suara April terlihat seperti makna-makna warna yang dipaparkan di atas.

Adapun *scene* 2, *scene* 3, *scene* 4 dan *scene* 5 menggambarkan bagaimana suasana kampanye menjelang pemilu. Para caleg melakukan berbagai cara agar

---

<sup>71</sup>John Fiske, *Pengantar Ilmu...* hlm. 67.

mendapatkan banyak suara masyarakat. Pada *scene 2* tampak Jimmy turun ke pasar untuk berinteraksi dengan masyarakat secara langsung. Dalam komunikasi, khususnya politik, ini disebut komunikasi secara persuasif. Komunikasi persuasif bisa dalam iklan politik dan juga retorika. Dalam tindakan Jimmy ini sebelumnya ia perlu untuk: menganalisa khalayak, menetapkan sasaran, menetapkan strategi, dan melancarkan metode persuasif terlebih dahulu agar tujuannya tercapai.<sup>72</sup> Jimmy turun ke pasar dan masyarakat melihatnya secara langsung membangun citra Jimmy sebagai pribadi yang interaktif dengan masyarakat. Adapun *scene 3*, Rosalina berkampanye secara terbuka di depan khalayak dengan cara menyampaikan informasi secara langsung. Interaksi di sini tidak seintim interaksi Jimmy di *scene 2*, namun ia bisa lebih menjangkau khalayak secara luas. Rosalina kompak bersama tim suksesnya menggunakan warna merah muda (pink) sebagai simbol mereka. Merah muda mempresentasikan kelembahlembutan dan feminimisme. Sebagai, seseorang harus memiliki pendirian yang tegas dan percaya diri. Calon pemimpin seharusnya memerhatikan lebih detail hingga ke baju yang akan dikenakan. *Scene 4* menggambarkan bagaimana agresifitas Jimmy dengan trik-trik politik yang ia pakai, di sini yaitu dengan cara membagikan sembako. Dari ini bisa dilihat bahwa Jimmy menyukai cara yang instan dan curang.

---

<sup>72</sup>Hafied Cangara, *Komunikasi Politik...* hlm. 291.

## BAB V

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan, film *Suara April* karya Emil Heradi dan Wicaksono Wisnu Legowo yang memegang hak cipta dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) ini mengandung beberapa unsur pesan komunikasi politik yang berupa tanda-tanda atau simbol-simbol yang telah dijelaskan dalam studi Semiotika. Penulis melakukan analisis semiotika Saussure pada 10 *scene* yang mengandung pesan komunikasi politik berdasarkan *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda) dan membuat kesimpulan bahwa meskipun film ini bercerita mengenai politik, tetapi tidak semua *scene* mengandung unsur politik dan tentunya terdapat tanda-tanda atau simbol-simbol yang dapat dipelajari dan memiliki makna tertentu yang tentunya berhubungan dengan pesan komunikasi politik.

#### B. Saran

Berikut beberapa saran dari penulis:

1. Untuk yang mencintai seni sinematografi, ciptakanlah film-film yang bermanfaat bagi semua orang dan memiliki pesan yang dapat dijadikan pelajaran.
2. Untuk penikmat film, jangan hanya menikmati film sebagai media hiburan. Terdapat banyak ilmu yang bisa dipelajari dari film, tidak hanya dari sisi isinya yang memiliki kandungan pesan moral atau lainnya, akan tetapi kita juga bisa mendapat ilmu dari sisi



sinematografinya. Misalnya, efek CGI dari film *Game of Thrones*, *Narnia*, dan *Aladdin*.

3. Untuk peneliti selanjutnya, film *Suara April* masih memiliki banyak sisi yang dapat menjadi objek penelitian. Semoga Penelitian ini dapat dikembangkan lebih mendalam oleh peneliti selanjutnya karena skripsi yang penulis susun masih penuh akan kekurangan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, A. (2011). *Komunikasi Politik: Filsafat Paradigma Teori Tujuan Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bachtiar, W. (1986). *Metode Penelitian Dakwah*. Jakarta: Logos Wacana.
- Budiman, K. (2011). *Semiotika Visual: Konsep, Isu, Dan Problem Ikonisitas*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Cangara, H. (2006). *Pengantar Ilmu Komunika*s. Jakarta: Rajawali Grafindo Persada.
- Cangara, H. (2014). *Pengantar Ilmu Komunika*s. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Danesi, M. (2010). *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Danesi, M. (2010). *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Fajriah, N. (2011). Analisis Semiotik Film Cin(T)a Karya Sammaria Simanjuntak. *Institutional Repository UIN Syarif Hidayatullah, i*.
- Fiske, J. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hikmah, M. M. (2011). *Metode Penelitian dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kriyanto, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- McQuail, D. (1987). *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mulyana, D. (2010). *Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Nazir, M. (1988). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nazir, M. (1988). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nisa, I. (2014). Analisis Semiotika Pesan Moral dalam Film Jokowi. *Institutional Repository UIN Syarif Hidayatullah*, i.
- Rachmani, N. (2015). Analisis Semiotika Iklan Ades Versi ‘Langkah Kecil Memberikan Perubahan’ dalam Menyingkap Pesan Tersembunyi Tentang Kepedulian Lingkungan Hidup. *e-Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12.
- Rounsyady, T. L. (1989). *Dasar-Dasar Retorika Komunikasi dan Informasi*. Medan: Firma “Rimbow”.
- Suharsaputra, U. (2012). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: Refika Aditama.
- Tamburaka, A. (2013). *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khlmayak Media Massa*. Jakarta: Rajawali Pres.
- Wahid, U. (2016). *Komunikasi Politik: Teori, Konsep, Aplikasi pada Era Media Baru*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Yanti, I. D. (2011). *Sejarah Industri Perfilman Di Sumatra Utara*. Banda Aceh: BKSNT Banda Ace.