

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Pembahasan terhadap penelitian ini menggunakan penelitian terdahulu yang sejenis yang digunakan untuk memperkuat kebaruan atau novelti sebagai bahan referensi dan pembelajaran yang satu konsep dengan analisis semiotika. Penelitian ini merujuk 4 peneliti sebelumnya guna menjadi bahan perbandingan yang memiliki kaitan relevan dan referensi awal menghindari bias terhadap penelitian saat ini. Peneliti mengangkat topik :”Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce pada Representasi Nasionalisme pada Film *KADET 1947*”.

Penelitian pertama berjudul “Analisis Mitos Gaya Hidup Iklan #Ada Aqua Versi Selfie” oleh Dian Novitasari pada jurnal *Mediakom* tahun 2018. Peneliti menemukan bahwa iklan Aqua versi selfie ini berusaha untuk menanamkan mitos minum Aqua sebagai bagian dari gaya hidup sehat. Penelitian ini memiliki persamaan jenis penelitian kualitatif dan penelitian di bedakan dari teori dengan tujuan untuk menganalisis mitologi gaya hidup yang terdapat iklan Aqua versi selfie berdasarkan semiotika Roland Barthes.

Hasil dari penelitian ditemukan bahwa iklan Aqua versi selfie ini berusaha untuk menanamkan mitos minum Aqua sebagai bagian dari gaya hidup sehat. Penelitian ini memiliki persamaan jenis penelitian kualitatif dan penelitian di bedakan dari teori dengan tujuan untuk menganalisis mitologi gaya hidup yang terdapat iklan Aqua versi selfie berdasarkan semiotika Roland Barthes dan juga

untuk membongkar ideologi dibalik tayangan iklan Aqua versi selfie. Sedangkan penelitian ini menggunakan teori Charles Sanders Peirce dan merepresentasi nasionalisme pada film. Penelitian kedua berjudul “Representasi Nasionalisme Film Gundala (Analisis Semiotika Roland Barthes)” oleh Annocova Izzatur R seorang mahasiswa Universitas Telkom Bandung dalam jurnal *eProceedings of Management* tahun 2021. Penelitian ini menghasilkan representasi nasionalisme film gundala baik bentuk sikap, perilaku, kostum dan sebagainya apa yang menjadi representasi nasionalisme. Penelitian ini menggunakan teori Roland Barthes untuk menemukan makna denotasi, konotasi, dan mitos adegan film Gundala. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah teori yang digunakan. Penelitian terdahulu menggunakan teori Roland Barthes, sedangkan penelitian ini menggunakan teori Charles Sanders Peirce.

Penelitian ketiga berjudul “Representasi Perempuan film Jelita Sejuba (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Film Jelita Sejuba)” diambil dari skripsi oleh Della Ardhia Pramesty mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Baturaja tahun 2021 . Penelitian ini menghasilkan representasi perempuan dengan menggunakan teori Charles Sanders Peirce adegan-adegan atau *Scene* pada film Jelita Sejuba. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah fokus representasi pada sebuah film. Penelitian terdahulu merepresentasikan perempuan film Jelita Sejuba dengan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce, sedangkan penelitian ini menganalisis makna nasionalisme pada film *KADET 1947* dengan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce.

Penelitian keempat berjudul topik penelitian “*Social Criticism in Tekotok’s Hones Translator Corruptor Animation*” oleh Lestari, Alfani dan Novitasari diambil dari jurnal ASPIKOM tahun 2022. Penelitian ini berfokus tentang kritik sosial animasi *Tekotok* dengan menggunakan paradigma kritis dengan teori Roland Barthes. Hasil penelitian ini menemukan terdapat 9 *Frame* yang menggambarkan bentuk kritik sosial animasi *Tekotok*, baik bentuk percakapan, perlengkapan yang ada animasi *Tekotok*.. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah paradigma dan teori yang digunakan. Penelitian terdahulu menggunakan paradigma kritis dengan teori Roland Barthers, sedangkan penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dan teori Charles Sanders Pierce.

Tabel 2.1.
Penelitian Terdahulu

No .	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Teori/metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Analisis Mitos Gaya Hidup Iklan #Ada Aqua Versi Selfie	Dian Novitasari, (jurnal Mediakom tahun 2018)	Teori yang digunakan penelitian ini adalah teori Roland Barthers dengan metode kualitatif	Hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap pesan linguistik iklan dan analisis dua tatananan pemaknaan semiotika Roland Barthes (tanda denotatif dan tanda konotatif). Hasil analisis dari setiap frame ditemukan bahwa	Penelitian ini dibedakan dengan penelitian terdahulu adalah objek dan teori yang digunakan. Penelitian terdahulu menjadikan iklan sebagai objek penelitiannya dan teori yang digunakan adalah Roland Barthers, sedangkan penelitian ini film dijadikan objek penelitian dan teori yang digunakan adalah

				Pengiklan melalui iklan Aqua versi selfie ini berusaha untuk menanamkan mitos minum Aqua sebagai bagian dari gaya hidup sehat.	Charles Sanders Pierce.
2.	Representasi Nasionalisme Film Gundala (Analisis Semiotika Roland Barthes)	Annocova Izzatur R (Mahasiswa Universitas Telkom Bandung tahun 2021)	Teori yang digunakan penelitian ini adalah teori Roland Barthes dengan menggunakan metode kualitatif	Hasil penelitian film ini adalah bahwa sikap-sikap nasionalisme bisa muncul jika dipicu dengan rasa peduli akan sesama warga negara dan kondisi lingkungan sekitar, mengaspirasikan kebenaran pada pihak pabrik adalah rasa peduli ayah Sancaka terhadap rekan-rekan buruhnya, Pak Agung yang menyelamatkan pencuridari penghakiman massa adalah rasa peduli pada sesama, gundala yang melawan preman-preman yang ingin menyerang toko sepasang orang tua, merupakan	Penelitian ini berbeda teori dengan penelitian terdahulu. Teori yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah teori Roland Barthes, sedangkan penelitian ini menggunakan teori Charles Sanders Pierce.

				kepedulian gundala pada kaum yang tertindas dan dewan pemerintah yang menyetujui rancangan undang-undang berdasarkan rasa peduli pemerintah kepada warga negaranya	
3.	Representasi Perempuan Film <i>Jelita Sejuba</i> (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce Film <i>Jelita Sejuba</i>)	Della Ardhia Pramesty (Skripsi Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Baturaja, tahun 2021)	Teori yang digunakan penelitian ini adalah teori Charles Sanders Pierce dengan metode kualitatif.	Hasil penelitian ditemukan pada representasi perempuan sosok Syarifah sebagai perempuan yang lemah, tidak berdaya hanya bisa menunggu dan bergantung pada laki-laki. Syarifah digambarkan sebagai seorang perempuan yang lemah, yang membutuhkan kehadiran seorang laki-laki sebagai pelindung dan pelengkap kehidupannya.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah filmnya. Peneliti terdahulu merepresentasikan perempuan pada film " <i>Jelita Sejuba</i> ". sedangkan penelitian ini merepresentasikan nasionalisme <i>KADET 1947</i> .
4.	Social Criticism in <i>Tekotok's Hones Translator Corruptor Animation</i>	Lestari S, Alfani H, Novitasari D Jurnal <i>ASPIKOM</i> (2022) 7(2) 159	Teori yang digunakan penelitian ini adalah Roland Barthers dengan	Hasil penelitian ini menemukan terdapat 9 <i>Frame</i> yang menggambarkan bentuk kritik sosial animasi <i>Tekotok</i> , baik	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah paradigma dan teori yang digunakan. Penelitian

			metode kualitatif.	bentuk percakapan, perlengkapan yang ada animasi <i>Tekotok</i> .	terdahulu menggunakan paradigma kritis dengan teori Roland Barthers, sedangkan penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dan teori Charles Sanders Pierce.
--	--	--	--------------------	---	---

Sumber : Diolah dari data primer penelitian, 2022

2.2. Komunikasi Massa

Para ahli komunikasi bahwa yang dimaksudkan dengan komunikasi massa (*mass Communication*) adalah komunikasi media massa, jelasnya merupakan singkatan dari komunikasi media massa (*mass media communication*) (Effendy, 1984: 20). Kegiatan komunikasi secara garis besar dapat dipecah tiga elemen yaitu komunikator, saluran dan audiens. Komunikator yang mengirimkan pesan melalui sebuah saluran kepada audiens. Perbedaan media massa dengan media yang terbatas bukanlah pada alat itu sendiri, tetapi justru pada cara penggunaan alat itu. Untuk dapat digolongkan sebagai media massa, sebuah alat tidak hanya memberikan kemungkinan komunikasi melalui suatu alat mekanik, menciptakan suatu hubungan yang dekat antara komunikator dengan audiens nya tetapi juga harus benar-benar digunakan untuk berkomunikasi dari sebuah sumber tunggal kepada sejumlah besar orang (massa). Jadi, film yang diputar di rumah tangga bukanlah suatu media massa, tetapi kalau sebuah film diputar di bioskop dan ditonton oleh banyak orang secara serempak, maka film bisa disebut sebagai media komunikasi massa.

Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada masyarakat luas, atau bisa dikatakan ditujukan kepada orang banyak. komunikasi massa dapat disebarakan melalui pemancar audio visual. Di definisi Meletzke, komunikasi massa juga diartikan sebagai setiap bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan dengan cara terbuka melalui media penyebaran teknis dan bersifat satu arah kepada publik (Rakhmat, 2003 :188).

Menurut Bittner, Komunikasi massa diartikan sebagai sebuah pesan yang disampaikan atau diinformasikan melalui media massa kepada masyarakat luas (Ardianto, 2007). Proses penyampaian informasi atau pesan dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dipahami oleh komunikator kepada khalayak atau komunikan, jika tidak dapat dipahami secara verbal maka dapat dilakukan secara nonverbal seperti dengan menunjukkan gerakan maupun ekspresi tertentu, menggelengkan kepala, tersenyum, mengangguk atau mengangkat bahu.

2.3. Film

Film merupakan sebuah karya seni untuk menyampaikan ide, cerita, visi, opini, atau suasana melalui rekaman. Tan dan Wright menjelaskan bahwa film adalah salah satu media massa bentuk *audio visual* . Film dianggap sebagai media komunikasi massa karena merupakan salah satu bentuk komunikasi yang menggunakan media untuk menghubungi penyebar skala besar dan menyebar kemana-mana dengan penonton yang heterogen dan anonim serta memiliki pengaruh atau tertentu. Menonton film tidak hanya untuk mendapatkan hiburan seusai bekerja, beraktivitas atau hanya sekedar untuk mengisi waktu luang, tetapi

dengan menonton film terdapat fungsi informatif, maupun edukatif, bahkan persuasif (Effendy, 2011: 18).

Kekuatan film mempengaruhi khalayak terdapat aspek *audio visual* yang terdapat di dalamnya, juga kemampuan sutradara menganggap film tersebut sehingga tercipta sebuah cerita yang menarik dan membuat khalayak terpengaruh. Film berfungsi sebagai media komunikasi massa sebab disaksikan atau ditonton oleh khalayak yang sifatnya heterogen. Pesan yang terkandung di film disampaikan secara luas kepada masyarakat yang menyaksikan film tersebut.

Menurut Ardiyanto bukunya kemampuan film menyampaikan pesan terletak dari jalan cerita yang dikandungnya (Prasetya, 2019: 29). Selain digunakan sebagai alat untuk berbisnis, terdapat beberapa tema penting yang menguatkan bahwa film sebagai media komunikasi massa. Kekuatan film dapat memberikan efek dan dampak kepada masyarakat tidak terlepas dari kemampuan kru film memanfaatkan teknologi canggih dan membuat scenario yang menarik. Tidak salah jika dikatakan bahwa industry film memang sebuah industry yang berkecimpung di dunia bisnis. Predikat ini telah menggeser anggapan orang yang masih meyakini bahwa film adalah karya seni yang diproduksi secara kreatif dan memenuhi imajinasi orang-orang yang bertujuan memperoleh keindahan yang sempurna.

2.4. Representasi

Representasi merupakan bentuk interpretasi dari sebuah pemikiran seseorang akan suatu masalah, yang dapat digunakan untuk menemukan solusi dari masalah tersebut. Representasi merupakan kegunaan dari tanda. Marcel Danesi mendefinisikan sebagai proses merekam ide, pengetahuan, atau

informasi berbagai bentuk fisik. Lebih khusus lagi, ini dapat didefinisikan sebagai penggunaan simbol untuk menghubungkan, menggambarkan atau meniru hal-hal yang secara fisik dirasakan, dipahami, dibayangkan atau diperhatikan (Wibowo, 2013: 148). Representasi juga bisa diartikan pemaknaan kembali sebuah objek, fenomena, realitas, yang maknanya akan tergantung bagaimana seseorang itu mengungkapkan melalui bahasa.

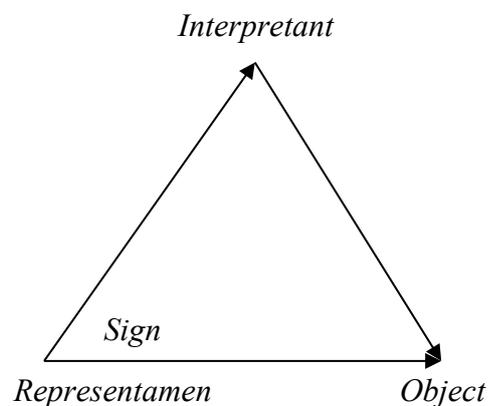
Representasi memiliki dua bagian, yakni pikiran dan Bahasa. Kedua bagian ini saling berhubungan dan dapat menjadikan sebuah konsep dari pikiran kita sehingga dapat memberikaan interpretasi makna. Namun, makna tidak akan dapat dikomunikasikan tanpa bahasa. Makna representasi terdapat berbagai macam, ada yang simplistic dan ada makna menyeluruh. Secara simplitis representasi memiliki makna bahwa representasi menyangkut arti berbagai stereotip. Versi makna yang menyeluruh mengatakan bahwa representasi yang berada di media adalah isi yang tampil dari teknologi (Biasini & Wijayanti, 2021).

Representasi diartikan juga sebagai penggambaran dunia sosial dengan cara yang tidak lengkap dan sempit. Dapat disimpulkan bahwa representasi merupakan proses di mana para anggota sebuah budaya menggunakan bahasa untuk memproduksi makna. Bahasa hal ini didefinisikan secara lebih luas, yaitu sebagai system apapun yang menggunakan tanda-tanda. Tanda di sini dapat berbentuk verbal maupun nonverbal.

2.5. Semiotika Charles Sanders Peirce

Konsep dasar semiotika yang digunakan penelitian ini mengacu pada Semiotika Charles Sanders Peirce. Menurut Charles Sanders Peirce mendefinisikan semiosis sebagai “*a relationship among a sign, an object, and a meaning* (suatu hubungan di antara tanda, objek, dan makna)” (Prasetya, 2019). Menurut Peirce, sebuah analisis tentang esensi tanda mengarah pada pembuktian bahwa setiap tanda ditentukan oleh objeknya. Pertama, dengan mengikuti sifat objeknya, ketika kita menyebut tanda sebuah ikon. Kedua, menjadi kenyataan dan keberadaannya berkaitan dengan objek individual, ketika kita menyebut tanda sebuah indeks. Ketiga, kurang lebih, perkiraan yang pasti bahwa hal itu diinterpretasikan sebagai objek denotative dan sebagai akibat dari suatu kebiasaan ketika kita menyebut tanda sebuah simbol (Sobur, 2013: 15).

Semiotika model Charles Sanders Peirce mengemukakan teori segitiga makna atau *triangle meaning*. Teori segitiga makna ini terdiri dari *sign* (tanda), *object* (objek), dan *interpretant* (interpretan). Hubungann butir-butir tersebut oleh Charles Sanders Peirce digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1. Segitiga Makna Peirce (*Triangle Of Meaning Charles Sanders Peirce*)
(Sumber : Prasetya, 2019: 16)

Menurut Littlejohn, analisis semiotika Charles Sanders Pierce terdiri dari tiga aspek penting yang sudah digambarkan, sehingga disebut segitiga makna atau *triangle of meaning* (Prasteya, 2019: 16). Tiga aspek tersebut adalah tanda (*representament*), acuan tanda (*object*), dan pengguna tanda (*interpretant*). Pertama, Tanda (*representament*) kajian semiotik, tanda merupakan konsep utama yang dijadikan sebagai bahan analisis. Tanda cenderung berbentuk visual atau fisik yang ditangkap oleh manusia.

Kedua, acuan tanda (*object*) merupakan konteks sosial yang implementasinya dijadikan sebagai aspek pemaknaan atau yang diturujuk oleh tanda tersebut. Ketiga, pengguna tanda (*interpretant*) merupakan konsep pemikiran dari orang yang menggunakan tanda dan menurunkannya ke suatu makna tertentu atau makna yang ada benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda.

Titik sentral dalam teori Charles Sanders Pierce terletak pada trikotomi dengan tiga tingkatan yaitu sebagai berikut :

Tabel 2.2.
Trikotomi Pierce (Deledalle, 2000)

	1	2	3
<i>Representamen (R1)</i>	<i>Qualisign</i>	<i>Sinsign</i>	<i>Legisign</i>
<i>Object (O2)</i>	<i>Icon</i>	<i>Index</i>	<i>Symbol</i>
<i>Interpretant (I3)</i>	<i>Rhema</i>	<i>Dicisign</i>	<i>Argument</i>

Adapun pengertian masing-masing tingkatan trikonomi Pierce dalam Deledalle (2000) yaitu trikonomi pertama, Qualisign adalah tanda yang menjadi tanda berdasarkan sifatnya. Misalnya sifat warna merah adalah qualisign, karena dapat dipakai tanda untuk menunjukkan cinta, bahaya atau larangan. Sinisgn adalah

tanda-tanda yang menjadi tanda berdasarkan bentuk atau rupanya di dalam kenyataan. Semua ucapan yang bersifat individual bias merupakan *sinisgn*. Misalnya suatu jeritan, dapat berarti heran, senang, atau kesakitan. *Legisign* adalah tanda yang menjadi tanda berdasarkan suatu peraturan yang berlaku umum, suatu konvensi, suatu kode. Misalnya rambu-rambu lalu lintas ketika merah harus berhenti, kuning harus *hatt-hati* dan hijau diperkenankan untuk jalan.

Trikotomi Pierce kedua, *Ikon* adalah tanda yang menyerupai benda yang diwakilinya atau suatu tanda yang menggunakan kesamaan atau cirri-ciri yang sama dengan apa yang dimaksudkannya. Misalnya kesamaan sebuah peta dengan wilayah geografis yang digambarkannya foto, dan lain-lain. *Indeks* adalah tanda yang sifat tandanya tergantung pada keberadaanya suatu denotasi, sehingga dalam terminologi Pierce merupakan suatu *secondness*. Misalnya tanda asap dengan api, penunjuk jalan, tanda penunjuk angin. *Simbol* adalah suatu tanda, dimana hubungan tanda dan denotasinya ditentukan oleh suatu peraturan yang berlaku umum atau dtentukan oleh suatu kesepakatan bersama (konvensi). Misalnya tanda-tanda kebahasaan adalah *symbol*.

Trikotomi Pierce ketiga, *Rhema*, bilamana lambang tersebut interpretannya adalah sebuah *first* dan makna tanda tersebut masih dapat dikembangkan. *Decisign*, bilamana antara lambang itu dan interpretannya terdapat hubungan yang benar ada (merupakan *secondness*). *Argument*, bilamana suatu tanda dan interpretannya mempunyai sifat yang berlaku umum (merupakan *thirdness*) (Nawiroh, 2014: 23).

2.6. Nasionalisme

Nation atau bangsa merupakan konsep turunan nasionalisme, disamping tentunya *state* (negara), dan *nation state* (negara bangsa). Sebagai perpaduan antara negara dan bangsa, inilah semua komponen yang menjadi jati diri bangsa atau negara. Nasionalisme tidak diproduksi dengan sendirinya, tetapi oleh respon nasionalisme terhadap peristiwa-peristiwa sebelumnya, yaitu respon psikologis, politik, dan ideologis imperialisme. Nasionalisme bersifat subjektif karena merupakan reaksi *group consciousness*, *we-sentiment*, *corporate will* dan berbagai fakta mental lainnya (Abdullah T, 2001:8).

Hans Kohn, memberikan terminologi yang sampai saat ini masih tetap digunakan secara relevan yakni: “*nationalism is a state of mind in which the supreme loyalty of individual is felt to be due the nation state*”. Bahwa nasionalisme merupakan suatu paham yang memandang bahwa kesetiaan tertinggi individu harus diserahkan kepada negara kebangsaan. konsep politik, terminologi nasionalisme sebagai ideologi yang mencakup prinsip kebebasan, kesatuan, kesamarataan, serta kepribadian selaku orientasi nilai kehidupan kolektif suatu kelompok usahanya merealisasikan tujuan politik yakni pembentukan dan pelestarian negara nasional. Semangat kebangsaan (nasionalisme) yang ada pada diri seseorang tidak datang dengan sendiri, tetapi dipengaruhi oleh beberapa unsur yaitu perasaan, watak, batas (yang memberikan pengaruh emosional dan ekonomis pada diri individu), bahasa, peralatan, dan agama (Dhaniel Audisa & Kusumandyoko, 2022).

Ada beberapa contoh yang menggambarkan sikap nasionalisme diantaranya Menggunakan produk lokal atau produk negeri sebagai bentuk dukungan terhadap masyarakat, menjaga serta melestarikan benda-benda bersejarah peninggalan yang ada di lingkungan sekitar, bangga menggunakan produk lokal atau produk negeri, menaati aturan yang berlaku di masyarakat, saling memberikan toleransi pada perbedaan yang terjadi di lingkungan masyarakat, seperti perbedaan keyakinan, tidak mengutamakan kepentingan individu di atas kepentingan masyarakat.

2.7. Kerangka Pemikiran

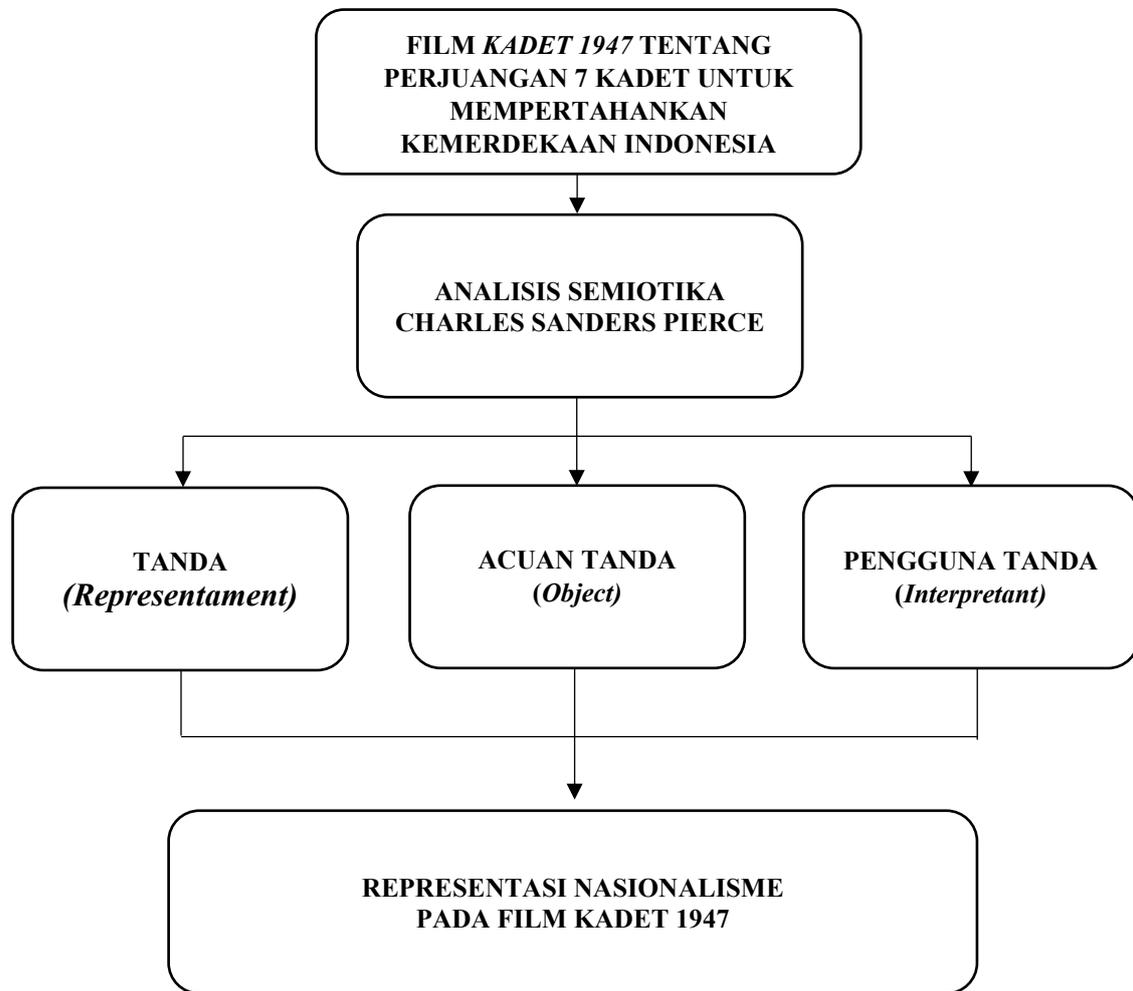
Berdasarkan kutipan artikel *Kompas.com* dengan judul “*Pentingnya Nasionalisme di Era Indonesia Modern*” menunjukkan hasil survei dari Lembaga Suvei Indonesia Denny JA tahun 2005-2018 jumlah warga Indonesia berkurang sekitar 10% yang pro-Pancasila khususnya di Pendidikan formal, khususnya di kelompok muda. Akan tetapi, pada tahun 2019 dari hasil Lembaga Survei Indonesia Denny Ja mengalami kenaikan yang sangat tinggi dari tahun sebelumnya yaitu 66,4% warga negara yang mengidentifikasi diri sebagai bagian dari bangsa Indonesia. Walaupun jiwa nasionalisme di Indonesia mengalami peningkatan bukan berarti Indonesia tidak akan mengalami penurunan justru menjadi sebuah tantangan untuk mempertahankan bahkan harus meningkat lagi membangkitkan semangat jiwa nasionalisme untuk kedepannya di pendidikan formal, khususnya di kalangan pemuda atau remaja

Untuk membangkitkan jiwa dan semangat nasionalisme adalah dengan film, karena film merupakan salah satu media massa efektif yang berbentuk *audio visual* yang sangat mempengaruhi khalayak terutama pada sikap dan perilaku pemuda atau

remaja. Di kalangan pemuda atau remaja sikap jiwa nasionalisme nya kadang menurun. Oleh karena itulah dengan adanya film yang bertema nasionalisme membuat khalayak dapat membangkitkan semangat jiwa nasionalisme yang menghargai dan mencintai tanah air sendiri dan rela berkorban seperti para pahlawan negeri ini.

Salah satunya film *KADET 1947* yang merupakan film bertema nasionalisme yang ditayangkan pada tahun 2021. Film ini menceritakan tentang 7 pemuda yang berjuang sebagai kadet untuk mempertahankan kemerdekaan Indonesia dari Belanda. Film *KADET 1947* banyak *scene* mengandung nilai-nilai nasionalisme.

Berdasarkan permasalahan, maka peneliti melakukan representasi nasionalisme film *KADET 1947*. Penelitian ini menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce untuk mengetahui tanda, objek, dan *interpretant* yang menyiratkan representasi nasionalisme film *KADET 1947*.



Bagan 2.1.
Kerangka Pemikiran