

BAB 1

PENDAHULUAN

Suatu penelitian tentu tidak akan lepas dari suatu pokok permasalahan, maka dari itu bab ini akan dibahas tentang alasan apa saja yang ada di dalam suatu permasalahan tentang warna yang menggunakan tanda pada poster kampanye di Desa Sukorambi Jember: Semiotik. (1) Latar belakang, (2) Masalah penelitian, (3) Tujuan penelitian, (4) Manfaat penelitian, (5) Asumsi penelitian, (6) Ruang lingkup penelitian, (7) Definisi istilah. Berikut ini merupakan penjelasannya:

1.1 Latar Belakang

Warna merupakan salah satu unsur keindahan dalam seni dan desain unsur-unsur visual yang lain. Warna adalah suatu cahaya yang dipantulkan dari suatu objek ke mata manusia. Hal ini menyebabkan kerucut-kerucut warna pada retina bereaksi dan memungkinkan timbulnya gejala warna pada objek-objek yang dilihat sehingga dapat mengubah persepsi manusia. Warna bersifat subjektif, karena warna memiliki hubungan yang sangat penting dengan perannya sebagai media pengikat. Warna juga merupakan unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan sehingga mampu menstimuli, perhatian, perasaan dan minat seseorang (Kusrianto, 2007, hal. 46).

Akhir-akhir ini konsep warna berkembang dengan pesat seiring perkembangan budaya. Konsep warna dijadikan sebagai sebuah penelitian yang menggunakan sebuah tanda. Tanda suatu warna dalam kehidupan sehari-hari merupakan suatu hal yang menarik dan perlu dipikirkan bagaimana memilih warna yang tepat untuk tujuan tertentu. Warna sebagai suatu tanda dan simbol dalam masyarakat mempunyai kesan dan identitas yang berbeda-beda sesuai kondisi sosial masing-masing. Warna dalam penelitian ini menggunakan tanda pada poster kampanye yang sangat menarik, penting dan perlu diteliti karena agar masyarakat tau makna dari warna yang terdapat pada poster kampanye yang saat ini banyak di pasang di pinggir jalan, khususnya di Desa Sukorambi Jember. Pada saat ini, di Desa Sukorambi Jember penggunaan media poster kampanye sudah sering dan banyak dipakai dalam kampanye partai politik. Pengertian

poster kampanye pada dasarnya mengandung penyampaian pesan dan makna untuk seluruh masyarakat. Isi dari poster kampanye tersebut, biasanya menyampaikan berita yang berupa ajakan juga himbuan kepada seluruh masyarakat. Pada poster kampanye biasanya warna berperan sebagai unsur yang dapat memancing masyarakat untuk mengamati dan membaca poster tersebut. Pada posisi tersebut, warna layaknya sebagai pengontak pertama antara informasi visual yang ditampilkan melalui media poster. Dalam konteks ini, peranan poster kampanye sangat penting dan perlu dianalisis menggunakan kajian semiotik yang menggunakan tanda warna.

Menurut (Barker, 2011, hal. 74) menjelaskan bahwa semiotik adalah ilmu yang membahas atau mengkaji mengenai pemaknaan dari sebuah tanda. Permainan tanda dan makna yang terkandung di dalamnya merupakan bentuk sistem-sistem tanda yang dipahami secara struktural. Proses semacam itu merupakan suatu hal yang dianggap sebagai urutan pemahaman mengenai suatu tanda. Tanda pada sistem pertama (penanda dan petanda) yang membentuk makna denotatif menjadi penanda pada urutan kedua makna mitologis konotatif.

Pada istilah Barthes, semiologi pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (humanity) memaknai hal-hal (things). Konsep dasar semiotika adalah mempelajari tanda yang memiliki makna, tentunya harus relevan dengan kebutuhan masyarakat. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam melakukan kajian terhadap tanda adalah pemahaman bahwa tanda tidak bisa berdiri sendiri. Mereka memerlukan bantuan penyematan makna. Tanda tanpa makna hanya sebuah objek visual yang tidak berarti apapun. Orang hanya melihat itu adalah sebuah objek tanpa arti apapun, tidak bisa dikomunikasikan (Sobur, 2013, hal. 15).

Semiotik menjadi salah satu kajian yang bahkan menjadi tradisi dalam teori komunikasi. Tradisi semiotik terdiri atas sekumpulan teori tentang bagaimana tanda-tanda merepresentasikan benda, ide, keadaan, situasi, perasaan dan kondisi di luar tanda itu sendiri. Semiotik bertujuan untuk memahami makna-makna yang terkandung

dalam sebuah tanda yang menafsirkan makna tersebut sehingga diketahui bagaimana komunikator mengkonstruksi pesan (Prasetya, 2019, hal. 5).

Pada penelitian ini, semiotika yang dipakai adalah analisis semiotika Roland Barthes. Barthes mengatakan bahwa semiologi merupakan ilmu tentang bentuk, tetapi yang dimaksud disini adalah makna dari sebuah tanda. Barthes mengkaji mengenai tanda-tanda kemudian ia mengatakan terdapat dua aspek dalam semiotika yaitu penanda dan petanda (Barthes: 11). Dari penanda dan petanda tersebut, Barthes mengkaji tanda dengan menggunakan dua aspek pendekatan yaitu denotasi dan konotasi. Jika konotasi sudah menguasai masyarakat, akan menjadi *mythologies* atau mitos.

Semiotika Roland Barthes lebih menuju kepada gagasan tentang signifikansi dua tahap (*two order of signification*). Beberapa yang akan dianalisis diantaranya: Makna denotasi yaitu makna paling nyata dari tanda yang tampak dengan panca indra yang terdiri dari hubungan antara *signifier* atau aspek material (berupa suara, bentuk, huruf, gambar, gerak) dan *signified* atau aspek mental, yaitu konseptual dari aspek material, sehingga hubungan keduanya dinamakan signification (upaya dalam memberi makna).

Makna konotasi, yaitu bukan makna sebenarnya, yang merupakan interaksi yang terjadi saat tanda bertemu dengan perasaan atau emosi serta nilai-nilai budaya dari khalayak dalam memahami sebuah fenomena. Konotasi memiliki makna subjektif. Dengan kata lain, denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap suatu objek, sedangkan konotasi adalah bagaimana cara menggambarannya.

Lalu muncullah mitos, yaitu sebuah cerita yang menjelaskan tentang kebudayaan atau cara kebudayaan menilai sesuatu, sebuah jalan dalam mengonseptualisasikan atau memahaminya. Bagi orang awam, mitos disebut sebuah cerita budaya yang belum tentu benar faktanya. Budaya memiliki hubungan dengan mitos, dan mitos memiliki keterkaitan dengan ideologi. (Prasetya, 2019, hal. 11-22).

Berdasarkan fenomena yang peneliti ketahui, pada saat ini banyak berjejer poster-poster kampanye yang terpampang dipinggir jalan, terutama di jalan Syarifudin di Desa Sukorambi Jember. Pada dasarnya, poster kampanye memiliki

warna yang menjadi daya tarik dalam sebuah poster tersebut. Menurut masyarakat di Desa Sukorambi Jember, warna pada poster-poster tersebut hanyalah sebuah tanda untuk mempercantik suatu poster, mereka tidak mengetahui bahwa sebenarnya warna pada



poster kampanye memiliki makna yang sangat luas dan setiap warna pada poster kampanye memiliki makna yang berbeda-beda sesuai dengan tujuannya.

Dalam penelitian ini, yang menjadi pusat perhatian adalah warna pada poster kampanye di Desa Sukorambi Jember. Alasan peneliti tertarik melakukan penelitian di Desa Sukorambi Jember bahwa Desa tersebut terletak di Desa yang cukup terpencil dari pusat kota dan tentunya banyak poster kampanye yang terpampang. Di Desa Sukorambi Jember Masyarakat tidak mengetahui bahwa warna pada poster kampanye sebenarnya memiliki makna. Karena mereka menganggap bahwa warna pada poster merupakan warna yang hanya menjadi pemikat dan menjadi suatu daya tarik dari poster tersebut. Mereka tidak mengerti bahwa pada warna-warna tersebut memiliki makna- makna atau arti yang melekat pada warna tersebut. Karena sebuah partai politik tidak akan asal membuat poster dan asal pula memberikan warna pada poster tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kajian semiotik untuk mengkaji tanda warna dalam poster kampanye. Berikut ini contoh yang peneliti ketahui misalnya, *ada sebuah poster Achmad Anis di Desa Sukorambi Jember yang menggunakan baju berwarna merah (sign I)*. Dalam *first order* yaitu makna denotasi, penanda (*signifier I*) adalah *baju berwarna merah* dan petanda (*signified I*) adalah *baju berwarna merah merupakan warna yang cerah ketika dipakai oleh Achmad Anis dalam poster kampanye tersebut*. Ketika melewati tataran penanda dan petanda maka berlanjut dalam *second order* yaitu makna konotasi (*signified II*), makna yang sudah terlingkupi dengan tataran budaya. Maka, *baju berwarna merah adalah warna yang beraura kuat dan memberi energi untuk menyerukan terlaksananya suatu tindakan*. Sehingga, *warna merah pada baju Achmad Anis tersebut, dianggap sebagai mitos (sign II) yang berartikan sebuah keberanian dan kekuatan yang dipancarkan oleh Achmad Anis jika dilihat dari baju yang digunakan dalam poster kampanye tersebut*.

Berdasarkan masalah yang terjadi, ilmu tentang tanda dan segala yang berhubungan dengannya adalah ilmu semiotik. Dalam semiotik segala sesuatu yang diamati atau dibuat dapat teramati, mengacu pada hal yang merujuknya dan dapat diinterpretasikan adalah tanda. Berdasarkan masalah tersebut, peneliti

tertarik untuk meneliti tentang “ *Warna yang Menggunakan Tanda Pada Poster Kampanye di Desa* ”



Sukorambi Jember: Kajian Semiotik”. Dalam penelitian ini, bertujuan untuk memberikan pengetahuan secara luas tentang warna pada poster kampanye yang memiliki makna. Agar masyarakat di Desa Sukorambi Jember tidak hanya menganggap bahwa warna pada poster tersebut adalah hal yang tidak ada sangkut pautnya dengan tujuan dari kampanye tersebut. Peranan yang terpenting adalah warna, yang menjadi pemikat dan melambangkan tujuan dari kampanye tersebut jika dilihat dari maknanya.

Sebelumnya terdapat penelitian terdahulu yaitu skripsi mengenai kajian semiotik oleh Widiastuti (2018), Persamaan dari penelitian tersebut, yaitu sama menggunakan teori semiotik dari Roland Barthes yang menjelaskan tentang denotasi, konotasi dan mitos. Sedangkan perbedaannya terletak pada bahasa yang digunakan yaitu bahasa Inggris dan apa yang menjadi makna denotasi dan konotasinya setelah itu makna-makna tersebut dikelompokkan berdasarkan X-Femismenya masing-masing (yang termasuk eufimisme, disfemisme, dan ortofemisme). Lalu penelitian terdahulu dari jurnal (Hamidah, 2016) Persamaan dari penelitian tersebut yaitu sama menggunakan kajian semiotik Roland Barthes dan menggunakan tanda. Sedangkan perbedaannya terletak dari subjek dan lebih kepada ajaran islam.

1.2 Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah warna yang menggunakan tanda pada poster kampanye dengan konsep denotasi, konotasi dan mitos di Desa Sukorambi Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan bagaimana warna yang menggunakan tanda pada poster kampanye dengan konsep denotasi, konotasi dan mitos di Desa Sukorambi Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1.4.1 Secara Teoritis

- a). Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap pengembangan pengetahuan bagi pihak yang membutuhkan referensi terkait dengan masalah yang diangkat yaitu tentang warna yang menggunakan tanda pada poster kampanye di Desa Sukorambi Jember: semiotik layak di teliti, agar dapat memperkaya kajian terutama warna.

1.4.2 Secara Praktis

- a). Bagi penulis, sebagai sarana untuk mengaplikasikan teori-teori yang telah diperoleh semasa kuliah serta menjadi suatu pembelajaran untuk menambah wawasan dalam menuangkan ide dalam penelitian ilmiah.
- b). Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat membantu mengetahui tentang warna yang menggunakan tanda pada poster kampanye di Desa Sukorambi Jember: semiotik

1.5 Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian ini, yaitu sebuah titik tolak pemikiran yang kebenarannya diterima oleh peneliti. Anggapan dasar harus dirumuskan secara jelas sebelum peneliti melangkah mengumpulkan data. Asumsi dalam penelitian ini adalah peneliti menganggap bahwa tanda warna yang berupa poster kampanye dapat dilihat dari tanda tersebut. Dalam hal ini, peneliti perlu membuktikan kebenaran hal tersebut dan peneliti dapat langsung memanfaatkan warna yang menggunakan tanda pada poster kampanye yang diperoleh di Desa Sukorambi Jember yang memiliki makna yang sesuai dengan tujuan dari poster kampanye tersebut. Dari Asumsi tersebut, peneliti menggunakan pendekatan semiotik.

1.6 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Variabel yang diteliti yaitu warna yang menggunakan tanda pada poster kampanye.
- b. Data dalam penelitian ini yaitu warna yang menggunakan tanda poster kampanye di Desa Sukorambi Jember.
- c. Sumber penelitian ini yaitu poster kampanye di Desa Sukorambi Jember.

1.7 Definisi Istilah

Dalam mendefinisikan sebuah konsep seringkali menjadi banyak perbedaan istilah yang menjadi perbedaan dalam menafsirkan persoalan yang ada pada penelitian ini yaitu tentang warna. Maka dalam hal ini perlu adanya suatu penegasan terhadap istilah yang bersangkutan dengan penelitian yang berjudul warna yang menggunakan tanda pada poster kampanye di Desa Sukorambi Jember: kajian semiotik sebagai berikut:

1. Warna adalah unsur keindahan yang dapat dilihat oleh panca indra manusia yaitu mata. Warna merupakan cahaya yang dipantulkan oleh suatu benda dan ditangkap oleh mata.
2. Tanda adalah hal yang menyatakan sesuatu atau hal yang menunjukkan sesuatu.
3. Poster kampanye adalah sebuah pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak ramai.
4. Denotasi merupakan makna sesungguhnya dari sebuah tanda. Denotasi juga merupakan wujud dari suatu benda.
5. Konotasi adalah makna yang muncul karena adanya konstruksi budaya dan melekat pada simbol atau tanda.
6. Mitos adalah pembicaraan yang terjadi dimasyarakat dalam bentuk penafsiran tanda atau makna yang berdasarkan fenomena di masyarakat.