BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media sebagai ruang di mana berbagai ideologi direpresentasikan. Ini berarti, di satu sisi media bisa menjadi sarana penyebaran ideologi, jadi legitimasi dan kontrol atas wacana publik. Media juga dapat menjadi alat resistensi terhadap kekuasaan. Media massa dapat menjadi alat untuk membangun dan kultur ideologi dominan.

Pembentukan wacana merupakan media perjumpaan sekaligus konsentrasi antara pihak yang dominan dan pihak yang resisten.(Darma:2009) Hegemoni diperlukan karena pengalaman sosial terus menerus memberi gambaran ideologi dominan. Ideologi dominan terus menerus berhadapan dengan resistensi yang harus diatasinya dalam upaya untuk memenangkan kesepakatan rakyat atas tatanan sosial yang dipromosikannya. Ideologi sebagai kesadaran palsu tetap menekankan peran ideologi dalam menjaga kekuasaan. Hegemoni melibatkan memenangkan dan memenangkan kembali secara terus menerus kesepakatan anggapan di kalangan masyarakat. (Eryanto:2001)

Hegemoni cenderung bekerjadengan cara mencari dukungan yang legimit dan legal dari kelompok mayoritas yang terdominasi melalui proses-proses yang “demokratis”.(Darma:2009)

Hegemoni lebih menekankan ideologi itu sendiri, bentuk ekspresi, cara penerapan mekanisme yang dijalankan untuk mempertahankan dan mengembangkan diri melalui kepatuhan para korbannya, sehingga upaya itu berhasil mempengaruhi dan membentuk alam pikiran mereka. Ideologi adalah segala sesuatu yang mendasari aspek-aspek dalam kehidupan kita. Apapun hal yang orang-orang lakukan, terkandung sebuah ideologi.

Ideologi itu bisa datang dari media. Dengan demikian, media melalui pemikiran Althusser didudukkan sebagai media ideologis. Media senantiasa memiliki dan menjalankan ideologi tertentu. Seluruh teks di media dilandasi oleh sebuah ideologi.

Dalam Pandangan Gramsci perubahan sosial bukanlah semata-mata upaya menyangkut masalah kekuatan ekonomi dan fisik, tapi juga melibatkan perebutan wilayah kebudayaan dan ideologi. (Darma:2009). Pertimbangan urgensi eksplorasi dari epistemologi Gramsci yang kiri setidak didasarkan beberapa asumsi. Hubungan dialektis antara epistemologi dan kebudayaan (termasuk politik) yang secara kongkret individual bisa ditafsirkan sebagai hubungan eksistensial, mengangkat pemikiran dan tindakan seorang subjek atau tokoh pada dataran epistemologisnya yang menelanjangi jangkauan, oleh karena sumber, efektifitas, akibat dan pola pengetahuan dan pemikirannya. (Santoso:2007)

Twitter mampu memberi gambaran ideologi dominan dengan mengkonstruksi anggapan umum. Kicauannya mampu menghegemoni dan kerja ideologisnya tersembunyi. Wacana terus-menerus berhadapan dengan resistensi

yang harus diatasinya dalam upaya untuk memanangkan kesepakatan rakyat atas tatanan sosial yang dipromosikan.

Wacana yang semacam itu mampu mengontrol, mengarahkan, dan meminta seseorang untuk melaksanakan sesuatu yang diinginkan. Kebenaran yang didefinisikan individu sesuai dengan kebenaran yang dikonsepsikan. Twitter dapat menampung berbagai aspirasi masyarakat karena diakses secara bebas oleh penggunanya. Di setiap sudut kota, masyarakat urban tidak bisa melepas Twitter dalam genggamannya. Twitter seperti wajib dimiliki setiap masyarakat urban sebagai identitas di dunia maya.

Bebasnya kabar yang dapat masuk melalui Twitter memacu manusia untuk dapat menguasai, memanipulasi, dan mengeksploitasi suatu isu. Artinya terdapat konsep hegemoni dalam kerangka wacana yang dikontruksi. 'Kicauannya' mampu mempengaruhi pandangan masyarakat dengan isu-isu yang dibuat. Kabar yang beredar di jejaring sosial Twitter merupakan kekuatan yang cukup kuat. Mengingat sebuat aplikasi jejari sosial Twitter sudah mendominasi penyebaran informasi di dalam kehibupan masyarakat urban.

Masyarakat kini menganggap Twitter adalah sebuah kebutuhan sebagai media informasi dan eksistensi diri. Twitter dianggap memberikan segala kepuasan dalam berkomunikasi. Sehingga menjadi candu dan tidak bisa terlepas dari jejaring sosial Twitter dalam aktivitasnya. Twitter merupakan media yang memiliki kekuatan dan dominasi dalam penyampaian informasi terhadap masyarakat melalui jejaring sosial Twitter.

Adapun keunggulan jejaring sosial twitter dibanding jejaring sosial lainnya diambil dari kompasiana.com. Banyak kelebihan-kelebihan yang kita bisa dapatkan. Tidak hanya berbagi, tapi dari twitter juga kita bisa mendapatkan informasi yang padat singkat, dan jelas.

Hanya 140 karakter itu malah menjadi salah satu ke unggulan twitter. karena dari jumlah yang sedikit itu informasi akan lebih singkat dan lebih mudah untuk di baca. *Update timeline* cepat, pertemanan tidak terbatas, hingga tokoh masyarakat aktif menggunakan twitter.

Dunia Twitter adalah kombinasi kata ringkas yang menggambarkan eksistensi seseorang di dunia maya juga ekspresinya lewat Twitter. Reaksi yang diberikan satu sama lain saat berekspresi di Twitter, mampu menyimpulkan pemikiran seseorang terhadap sesuatu hal.

Statment dari atau sebuah ‘Tweet’ mampu bergulir seperti bola salju yang semakin lama semakin besar. Sehingga anggapan tersebut mampu dikonstruksi oleh masyarakat dan menjadi kebenaran konvensional baik subjek maupun objek.

Jejaring sosial Twitter menjadi media yang bagus untuk menyelipkan sebuah ideologi. Sifatnya yang mampu berinteraksi dan melihat respon dari isu yang dibuat menjadi keungtungan tersendiri bagi tatanan sosial yang dipromosikannya.

Jejaring sosial Twitter ini, membuat kabar lebih mudah terbang ke senatero jagad tanpa mengenal batasan tempat dan waktu. Keniscayaan kemajuan teknologi yang tak mungkin dielakkan. Informasi yang didapat beragam. Dari urusan cinta hingga proyek politik.

Beragam cara informasi di berikan melalui internet tak terkecuali lewat jejaring sosial seperti Twitter yang sekarang lagi banyak digunakan oleh penduduk dunia, berbagai macam akun Twitter khususnya mengenai informasi sudah banyak muncul di dunia bahkan di Indonesia yang memiliki Akun Twitter seputar berita yang mengupas informasi-informasi.

Realitas ini mampu ditangkap Kuntz Agus dalam film garapannya *Republik Twitter* yang dirilis pada 16 Februari 2012. Boleh jadi karena film ini mengungkap siklus penyamaran di dunia maya khususnya Twitter. Karena masyarakat adalah pelaku sosial di *Twitter cyberspace* yang diceritakan dalam film ini. Film yang mengangkat fenomena jejaring sosial ini isinya tidak hanya sebatas positif-negatif dari sebuah media sosial. Semua hal yang umum kita jumpai dari Twitter diangkat secara blak-blakan.

Republik Twitter Adalah film yang berlatar belakang kegilaan jaman akan Jejaring Sosial Twitter. Sejak kemunculan *"si burung biru" Twitter* di jagad virtual, realitas dan dinamika kehidupan virtual semakian riang dengan beragam kicauannya. "Suara rakyat adalah Suara Twitter." Kutipan Kemal, salah satu tokoh yang ada dalam film *Republik Twitter.*

Film tersebut menggambarkan masyarakat yang mengangggap jejaring sosial Twitter adalah bagian dari hidupnya. Masyarakat membawa segala aktifitasnya ke dunia maya lewat Jejaring Sosial Twitter. Bahwa masyarakat kebanyakan tidak bisa melewatkan peristiwa hidupnya lewat Twitter. Bahkan dalam realitanya peristiwa dunia juga tidak terlepas dari jejaring Sosial Twitter.

Secara sepintas, sebenarnya film ini mengisahkan bagaimana kehidupan masyarakat urban dengan komitmen cintanya. Namun peneliti mendapatkan garis cerita dimana dalam film tersebut sarat akan nilai hegemoni dari cara berkomunikasi dan jejaring sosial Twitter mampu menggiring opini publik di kehidupan hari-harinya.

Film yang berlatar belakang jejaring sosial Twitter ini memiliki peran utama cerita tentang masyarakat urban yang tidak bisa dilepaskan dengan kemajuan teknologi. Sukmo, mahasiswa tingkat akhir di Yogjakarta begitu lihai dalam mengelola akun Twitter-nya. Dari eksplorasinya di dunia maya Twitter membawa pertemuan yang tidak lagi dibatasi oleh ruang. Dunia maya membawa masyarakat ke dalam satu tempat di mana tidak bisa dihambat lagi oleh suatu wilayah. Di film ini juga mempertemukan individu dengan yang lainnya lewat jejaring sosial Twitter yang sama-sama aktif di dunia maya. Perburuan informasi menuntut masyarakat untuk mengambil informasi dari segala arah. Begitu juga melalui Twitternya.

Di film Republik Twitter, Twitter tidak jauh dari aktifitas sehari-hari masyarakat. Twitter bisa digunakan untuk mengubah kehidupan seseorang. Jejaring Sosial Twitter menjadi sumber penghasilan karena dibuat sebagai lapangan kerja yaitu mengelola Twitter. Yaitu dengan ditugasi mengangkat sebuah isu dan mengelola kabar dari klien yang ingin eksis di dunia maya dengan berbagai strategi. Hanya bermodalkan 140 karakter di Twitter Sukmo mampu mengangkat seorang tokoh Arief Cahyadi dengan cepat di dunia Twitter. Sehingga kabar tersebut terbawa di dunia nyata. Tapi inilah yang menjebak

dirinya kedalam lubang hitam yang semakin mengikat. Bisnis pencitraan politik berbasis jejaring sosial yang digawangi Belo terkena kasus dengan bocornya manipulasi kabar yang dikerjakan perusahaannya.

"Generasi menunduk" [1] yang diungkapkan andre adalah salah satu kritik sosial kepada tweeps, dan user social network lainnya karena lupa bahwa dunia bukan hanya maya.

Film *Republik Twiter* merupakan film yang memiliki banyak pesan yang akan di sampaikan kepada khalayak, pesan – pesan tersebut dapat tertangkap secara visual ataupun lisan. Pesan tentang dampak dari kemajuan teknologi dan jejaring sosial, pesan tentang ketergantungan terhadap Twitter, tentang dominasi Twitter pada penyebaran informasi terhadap masyarakat urban, hingga pesan cinta merupakan unsur – unsur pesan yang tersajikan di dalam film tersebut, makna dari pesan – pesan tersbut sangat jelas sekali tergambarkan di dalam film *Republik Twitter*, dengan di perkuat melalui gaya berbicara, gestur, mimik wajah dari sang pemain, agar proses penyampaian pesan yang ingin di sampaikan terhadap khalayak bisa di terima dengan baik.

Film merupakan salah satu bentuk dari media massa, dimana fungsi dari Film itu sendiri adalah Pemberi informasi, Pendidikan, dan Hiburan untuk khalayak, karena sifat film yang *audio visual* menjadi sarana pemberian pesan dan makna untuk khalayak yang efektif.

Dalam sejarahnya, film pada masa modern sebagai media yang cukup efektif dalam menyebarkan pesan atau informasi mempersuasif khalayak, dimana

[1] Diambil dari dialog film *Republik Twitter*

Rupakata Cinema membuat sebuah film fiksi mengenai perkembangan jaman, dan film tersebut menceritakan dimana masyarakat lebih memilih jejaring sosial untuk mendapatkan informasi, hal tersebut mampu dengan mudah mengangkat atau membuat sebuah isu di dalam upaya untuk memenangkan kesepakatan masyarakat dan dapat menggiring opini khalayak.

Kekuatan dan kemampuan film menjangkau banyak segmen sosial, lantas membuat para ahli bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayaknya (Sobur, 2009:127), film saat ini telah menjadi bidang kajian peneliatian yang banyak diminati, dimana banyak unsur – unsur yang dapat di teliti didalam film.

Film dapat mempengaruhi banyak struktur kehidupan yang ada di masyarakat, isu – isu yang disampaikan di dalam sebuah film dapat menimbulkan sebuah opini yang beragam di mata khalayak, perbedaan persepsi juga sering muncul dikarenakan memiliki sudut pandang yang berbeda - beda mengenai pesan atau makna yang ada di dalam suatu film.

Semiotika berasal dari bahasa Yunani, *Semeion* yang berarti tanda. Kemudian diturunkan dalam bahasa Inggris menjadi *Semiotics*. Dalam bahasa Indonesia, semiotika atau semiologi diartikan sebagai ilmu tentang tanda. Dalam berperilaku dan berkomunikasi tanda merupakan unsur yang terpenting karena bisa memunculkan berbagai makna sehingga pesan dapat dimengerti.

Menurut John Fiske, Semiotika mempunyai tiga bidang studi utama:

> Pertama, Tanda itu sendiri. Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami dalam artian manusia yang menggunakannya. Kedua, Kode atau sistem yang mengorganisasikan tanda. Studi ini mencakup cara berbagai kode dilambangkan guna memenuhi kebutuhan suatu

> masyarakat atau budaya untuk mengeksploitasi saluran komunikasi yang tersedia untuk mentransmisikannya. Ketiga, Kebudayaan tempat tanda dan kode bekerja. Ini pada gilirannya bergantung pada penggunaan kode-kode dan tanda-tanda itu untuk keberadaan dan bentuknya sendiri. (Fiske, 2007:60)

Berhubungan dengan film yang sarat akan simbol dan tanda, maka yang menjadi perhatian peneliti di sini adalah dari segi semiotikanya, dimana dengan semiotika ini akan sangat membantu peneliti dalam menelaah arti kedalaman suatu bentuk komunikasi dan mengungkap makna yang ada di dalamnya yang tersirat. Sederhananya semiotikaa itu adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda. Tanda-tanda yang berada dalam film tentu saja berbeda dengan format tanda yang lain yang hanya bersifat tekstual atau visual saja. Jalinan tanda dalam film terasa lebih kompleks karena pada waktu yang hampir bersamaan sangat mungkin berbagai tanda muncul sekaligus, seperti *visual*, *audio*, dan teks. Begitu pun dengan tanda-tanda yang terdapat dalam film *Republik Twitter*.

> Tanda adalah sesuatu yang dikaitkan pada seseorang untuk sesuatu dalam beberapa hal atau kapasitas. Tanda menunjuk pada seseorang, yakni, menciptakan dibenak orang tersebut suatu tanda yang setara, atau barangkali suatu tanda yang lebih berkembang. Tanda yang diciptakannya saya namakan interpretant dari tanda pertama. Tanda itu menunjuk sesuatu, yakni objeknya (Fiske, 2007:63).

Film merupakan bentuk dari media massa dan media massa sebagaimana lembaga – lembaga pendidikan, agama, dan seni serta kebudayaan merupakan bagian dari alat kekuasaan negara yang bekerja secara ideologis guna membantu kepatuhan khalayak terhadap kelompok yang berkuasa. Namun Antonio Gramsci dalam buku Alex Sobur (Analisis teks media, suatu pengantar untuk analisis wacana, analisis semiotika dan analisis framing) menyatakan bahwa media massa merupakan arena pergulatan antar ideologi yang saling berkompetensi.

The Codes of Television dari John Fiske sering digunakan pada penelitian untuk menganalisis teks berbentuk gambar gerak atau *moving picture*. Teori ini menyatakan bahwa peristiwa yang dinyatakan dalam sebuah gambar gerak memiliki kode – kode sosial sebagai level pertama adalah *reality* (realitas), level kedua adalah *representation* (representasi), dan level ketiga adalah *ideology* (ideologi).

Film *Republik Twitter* menunjukan bagaimana jejaring sosial Twitter mampu digunakan sebagai alat untuk membangun kultur dan ideologi dominan, dan juga mampu mengkonstruksi anggapan umum dengan mengangkat sebuah isu yang dapat diterima anggapanya oleh masyarakat. Menurut Gramsci, perubahan sosial bukanlah semata-mata upaya menyangkut masalah kekuatan ekonomi dan fisik, tapi juga melibatkan perebutan wilayah kebudayaan dan ideologi. Dari uraian di atas yang akan menjadi perhatian peneliti dalam penelitian ini adalah bagaimana memahami makna dan tanda – tanda mengenai hegemoni jejaring sosial Twitter dalam film *Republik Twitter*. Untuk mengakaji makna dan tanda – tanda mengenai hegemoni jejaring sosial Twitter dalam film *Republik Twitter*, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dan menggunakan analisis semiotika sebagai pisau bedah dalam penelitian.

Melalui pendekatan Semiotika John Fiske dalam penelitian ini, peneliti akan menelaah realitas, representasi, dan ideologi dari sebuah film yang berjudul "*Republik Twitter*". Ketiga level tersebut (realitas, representasi, ideologi), merupakan satu kesatuan dalam semiotika John Fiske. Ketiganya akan

membentuk pemahaman mengenai makna dan tanda – tanda hegemoni jejaring sosial Twitter dalam film yang berjudul "*Republik Twitter*".

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Pertanyaan Makro

Dari uraian-uraian yang telah dikemukakan dalam latar belakang masalah diatas, maka peneliti merumuskan pertanyaan makro sebagai berikut. ***"Bagaimana Representasi Hegemoni Jejaring Sosial Twitter Dalam Film Republik Twitter?"***

1.2.2 Pertanyaan Mikro

Dari rumusan masalah tersebut peneliti membuat pertanyaan mikro sebagai berikut :

1. Bagaimana level Realitas Hegemoni Jejaring Sosial Twitter Dalam Film *Republik Twitter*?
2. Bagaimana level Representasi Hegemoni Jejaring Sosial Twitter Dalam Film *Republik Twitter*?
3. Bagaimana level Ideologi Hegemoni Jejaring Sosial Twitter Dalam Film *Republik Twitter*?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana representasi Hegemoni Jejaring Sosial Twitter dalam adegan film *Republik Twitter*?

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan mengkaji level Realitas Hegemoni Jejaring Sosial Twitter Dalam Film *Republik Twitter*
2. Untuk mengetahui dan mengkaji level Representasi Hegemoni Jejaring Sosial Twitter Dalam Film *Republik Twitter*
3. Untuk mengetahui dan mengkaji level Ideologi Hegemoni Jejaring Sosial Twitter Dalam Film *Republik Twitter*
4. Untuk mengetahui dan mengkaji Representasi Hegemoni Jejaring Sosial Twitter Dalam Film *Republik Twitter*

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berkaitan dengan Ilmu Komunikasi, secara umum dibidang jurnalistik maupun secara khusus untuk yang akan meneliti menggunakan semiotika yang membedah makna dan tanda yang terdapat dalam sebuah karya ataupun media lainya. Onong Uchjana Effendy (2001:102) menyatakan bahwa jurnalistik merupakan kegiatan pengolahan laporan harian yang menarik minat khalayak, mulai dari peliputan sampai penyebarluasannya kepada masyarakat. Penyebearluasan inforamasi yang berupa “text” merupakan kajian semiotika yang sarat akan tanda-tanda didalamnya. Dalam penelitian ini lebih khusus membahas tentang semiotika yang terdapat dalam sebuah karya berbentuk film.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Kegunaan Bagi Peneliti

Peneliti mengharapkan penelitian ini berguna bagi peneliti sebagai aplikasi ilmu. yaitu mengkaji langsung tentang analisis semiotika yang terdapat dalam sebuah karya film.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberikan gambaran yang berguna sebagai referensi bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia kedepannya dalam mengungkap makna dan tanda dalam sebuah karya film.

3. Bagi Khalayak

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang kajian semiotika secara menyeluruh mengenai sebuah pemaknaan yang ada di dalam sebuah film.