BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap manusia pada dasarnya memiliki perbedaan kepentingan yang ia bawa sebagai bentuk pemenuhan hak sebagai manusia. Hak asasi setiap manusia diciptakan semata-mata demi kepentingan manusia itu sendiri, dengan kata lain setiap manusia berhak untuk menikmati hak asasi manusianya tanpa terkecuali. Manusia merupakan satu pribadi yang utuh dalam suatu masyarakat dan mempunyai hak atas dirinya sendiri, terlepas dari orang lain.

Manusia diciptakan sebagai mahluk multidimensional. Artinya, dalam kehidupannya manusia adalah mahluk individu sekaligus mahluk sosial dalam ruang yang berbeda.[1] Ketika manusia diposisikan sebagai mahluk individu yang bebas, pada dasarnya ia memiliki hak dan kesempatan yang sama untuk hidup. Disisi lain dalam ruang berbeda, manusia adalah mahluk sosial yang berkewajiban untuk saling menghormati dan menjunjung tinggi hak-hak dari setiap individu di masyarakat. Ketika individu dihadapkan dengan berbagai perbedaan yang meliputi, suku, ras, agama, jenis kelamin, ekonomi, pendidikan, dan lain sebagainya, perbedaan tersebut justru kemudian menimbulkan pembedaan yang menciptakan sekat pemisah antar individu dimasyarakat, dengan membangun stratifikasi sosial antar golongan maupun antar individu yang justru dianggap sensitif menimbulkan pertentangan. Perbedaan dalam relitas sosial inilah yang

[1] Sosiologi komunikasi Burhan Bungin, (2006:25)

kemudian memicu adanya golongan mayoritas dan minnoritas. Pandangan terhadap mayoritas-minoritas mempunyai aspek yang beragam, bukan hanya tentang sekelompok yang orang bisa menjadi mayoritas dan minoritas pada aspek yang lain, seseorang bisa mengalami hal yang sama dalam ruang yang berbeda. Dengan kata lain, seseorang yang yang berada dalam kelompok mayoritas, dalam ruang aspek yang berbeda dapat diposisikan sebagai bagian dari kelompok yang dianggap sebagai minoritas.

Peneliti memandang bahwa, jika dilihat dari aspek pekerjaan, buruh di Indonesia merupakan mayoritas, akan tetapi disisi lain dalam ruang yang berbeda buruh adalah minoritas dari segi ekonomi. Terminologi mayoritas-minoritas di dalam masyarakat sering kali menimbulkan kesenjangan dan diskriminasi. Jika dikaitkan dengan aspek ekonomi, masyarakat dengan ekonomi menengah kebawah dianggap sebagai minoritas yang rentan mengalami diskriminasi terhadap hak asasi manusianya. Dalam beberapa bidang kehidupan, pandangan terhadap mayoritas-minoritas di maysarakat seringkali menimbulkan permasalahan, seperti hal nya diskriminasi dibidang kesehatan, diskriminasi dibidang pendidikan, hingga konflik yang melibatkan agama. Pemahaman yang keliru ini-lah yang kemudian dapat menggiring pola pikir masyarakat bahwa “mayoritas adalah kelompok yang memiliki kuasa dan selalu menindas”, sedangkan “minoritas adalah kelompok yang lemah dan selalu ditindas”.

Menarik untuk diteliti wacana Hak Asasi Manusia yang disampaikan melalui iklan politik Gita Wirjawan 2014 versi game mengandung sejumlah implikasi. Memandang iklan Gita Wirjawan 2014 ini sebagai iklan politik, peneliti

beranggapan bahwa ketika mayoritas dan minoritas dihubungkan dengan politik, pesan yang ingin disampaikan melalui iklan Gita Wirjawan 2014 tidak dapat dipisahkan dari unsur kekuasaan yang terdapat didalamnya.

Iklan politik Gita Wirjawan 2014 digagas oleh tim sukses Gita Wirjawan guna pemenangan bursa calon presiden 2014 melalui konvensi partai Demokrat. Dalam iklan politik Gita Wirjawan 2014 versi game, wacana hak asasi manusia yang ditampilkan dan difokuskan pada tindak penindasan dan diskriminasi yang dilakukan oleh kelompok mayoritas terhadap minoritas sebagai bentuk pelanggaran terhadap hak hidup. Dalam penelitian ini peneliti mengambil beberapa *scene* yang dianggap mewakili representasi wacana hak asasi manusia. terdapat beberapa adegan penindasan terhadap hak hidup. Pesan mengenai hak asasi manusia dikemas kedalam bentuk tampilan "*game*" sebagai latarnya. Dalam iklan ini digambarkan bahwa "kelompok mayoritas" yang ditampilkan sebagai tokoh *game* berbadan besar dan berwarna hitam melakukan beberapa tindak penindasan terhadap "kelompok minoritas" yang divisualkan oleh sosok dengan ukuran badan yang lebih kecil.

Pola pikir terhadap mayoritas dan minoritas adalah pemikiran yang bertentangan dengan konstitusi dan dasar negara kita. Dalam konstitusi dan hukum di Indonesia tidak dikenal adanya terminologi mayoritas dan minoritas, karena pada dasarnya semua memiliki hak hidup yang sama sebagai warga negara.

Masyhur Effendi dalam bukunya "Dimensi-Dinamika, Hak Asasi Manusia" memandang bahwa, Hak Asasi Manusia adalah hak asasi atau hak

kodrat mutlak milik umat manusia, orang per orang, dimiliki umat manusia sejak lahir sampai meninggal dunia… (1993:143)

Negara wajib melindungi hak-hak setiap warganya tanpa memandang identitas seseorang sebagai mayoritas atau minoritas. Terminologi mayoritas dan minoritas mencerminkan adanya ketimpangan dan ketidak setaraan, yang dianggap lebih banyak menimbulkan dampak negatif.

Jika merujuk pada konsep demokrasi pancasila yang dikemukakan dalam sidang BPUPKI tahun 1945, terminologi terhadap mayoritas dan minoritas jelas dianggap menyimpang dari konsep keadilan sosial. Dalam hal ini, Soekarno sebagai salah satu "Bapak" pendiri Bangsa memprioritaskan asas keadilan sosial, dengan menjunjung tinggi nilai-nilai hak asasi manusia sebagai konsep hidup berbangsa dan bernegara dalam berbagai hal. Lahirnya gagasan tentang keadilan sosial ini merupakan refleksi para pendiri bangsa tentang masa kelam sejarah Bangsa Indonesia, ketika Bangsa Indonesia mengalami penderitaan, penindasan, penghinaan, serta penghisapan yang dilakukan oleh para penjajah. Hal tersebut membuktikan bahwa para pendiri Bangsa ingin menanamkan keadilan sosial sebagai warisan dan etika Bangsa Indonesia yang harus diraih.[2]

Akan tetapi, pada kenyataannya harapan para pendiri Bangsa tersebut justru tidak terwujud sebagaimana mestinya, jauh lebih memprihatinkan ketika ketidak adilan tersebut justru terjadi setelah Bangsa Indonesia berhasil mengecap kemerdekaan dan terbebas dari belenggu bangsa lain.

---

[2] http://politikbersihcerdassantun.wordpress.com/2013/03/17/gagasan-keadilan-sosial-dalam-pidato-soekarno/ diakses pada tanggal 18 februari 2014 pada pukul 22.23 WIB

Hak asasi setiap manusia dalam suatu negara diatur dan disesuaikan dengan ciri dan karakter yang dimiliki oleh negara itu sendiri. Ciri dan karakter suatu negara ditentukan oleh berbagai faktor, salah satunya ialah faktor geografis. Faktor georafis mempengaruhi kultur dan corak suatu bangsa, yang merupakan identitas yang tidak dapat dipungkiri sebagai sebuah kesatuan dari suatu negara.

Konstitusi negara kita mengatur hak asasi setiap manusia melalui Undang-Undang Dasar Republik Indonesia No.39 Pasal 1 Tahun 1999, yang menegaskan bahwa:

> "Hak Asasi Manusia ialah seperangkat hak yang melekat pada hakikat dan keberadaan manusia sebagai mahluk Tuhan Yang Maha Esa dan merupakan anugerah-Nya yang wajib dihormati, dijunjung tinggi dan dilindungi oleh Negara, Hukum, Pemerintah, dan setiap orang demi kehormatan serta perlindungan harkat dan martabat manusia".

Melalui bahasa dalam hal ini wacana, suatu objek dapat ditampilkan secara baik atau buruk kepada khalayak. Melalui wacana pula suatu objek dapat diposisikan sebagai objek yang dimarjinalkan, begitu pula sebaliknya. Bahasa sebagai manifestasi dari teks, merupakan proses dialektika dari struktur sosial yang dipengaruhi oleh konteks sosial.

Eriyanto (2001:36) melihat media membantu kelompok dominan menyebarkan gagasannya, mengontrol kelompok lain dan membentuk konsensus antaranggota komunitas. melalui media-lah, ideologi dominan, apa yang baik dan apa yang buruk dimapankan.

Memahami bahasa digunakan untuk tujuan praktik tertentu, termasuk didalamnya praktik kekuasaan, bahasa disini tidak diposisikan sebagai sesuatu yang netral. Artinya, realitas yang ditampilkan tidak ditransmisikan sesuai dengan

keadaan yang sebenarnya melainkan sudah bermuatan kekuasaan. Dalam politik, bahasa digunakan sebagai praktik kekuasaan, dimana wacana digunakan sebagai sarana untuk memperbesar pengaruh kekuasaan.

Mengacu pada pemahaman diatas dapat dilihat bahwa terdapat kesenjangan antara teks yang mikro dan sangat sempit dengan konteks masyarakat yang besar dan luas. Dilihat dari sudut pandang kritis, media bukan hanya diposisikan sebagai alat dari kelompok tertentu, tetapi juga digunakan untuk memproduksi ideologi tertentu dengan tujuan tertentu.

Melalui iklan televisi, pesan-pesan yang disampaikan iklan menjadi semakin hidup, bergairah dan memenuhi sasaran secara lebih efektif bila dibandingkan dengan iklan melalui medium lainnya. Berdasarkan pemahaman tersebut, iklan politik dalam pengertian iklan televisi mengacu pada penggunaan ruang iklan, membayar untuk rating komersil dengan tujuan untuk mentransmisikan pesan-pesan politik kepada khalayak. Dengan demikian, iklan politik memiliki keutungan yang jelas, yaitu kemampuannya dalam menjangkau khalayak sebagai audiens secara luas dan dalam melakukan persuasi. Selain itu, keuntungan lain yang jauh lebih besar adalah, kontrol atas materi publikasi berada ditangan politikus atau pengiklan dan bukan pada media. Dengan kata lain, pengiklan memegang kendali atas wacana yang dihasilkan/dipublikasikan.[3]

Gramsci (Sobur, 2001:30) memandang media sebagai ruang dimana ideologi disampaikan. Di satu sisi media bisa menjadi alat resistensi terhadap kekuasaan. Media digunakan sebagai sarana untuk membangun kultur dan

[3] http://newmedia.com/2013/05/iklan-politik_1594.html diunduh pada tanggal 13 Maret 2014 pukul 11.53 WIB

ideologi bagi kelas dominan, sekaligus juga digunakan sebagai alat bagi kaum tertindas untuk membangun ideologi tandingan.

Merujuk pada iklan politik Gita Wirjawan 2014 versi *game*, peneliti mengaris bawahi bahwa teks yang ditampilkan mentitik beratkan fokusnya terhadap permasalahan "Mayoritan-Minoritas" dan "Hak Hidup" yang merupakan bagian tak tepisahkan dari hak asasi setiap manusia. Adapun teks yang dimunculkan dalam iklan tersebut, sebagai berikut:

"JANGAN MENTANG-MENTANG MAYORITAS, MENINDAS MINORITAS." "SEMUA PUNYA HAK HIDUP YANG SAMA." "SAYA PERCAYA, KITA SEMUA PUNYA HAK HIDUP YANG SAMA." "GITA 2014 BERANI LEBIH BAIK."

Untuk menganalisis dan mengkaji lebih dalam mengenai Representasi Wacana Hak Asasi Manusia Melalui Iklan Politik Gita Wirjawan 2014 Versi Game, peneliti mencoba menganalisis menggunakan teori analisis wacana kritis Norman Fairclough.

Dalam model analisis Fairclough, teks di analisis secara linguistik dengan melihat kosakata, semantik, dan tata kalimat. Ia juga memasukan koherensi dan kohesifitas, bagaimana antar kalimat tersebut digabung sehingga menimbulkan pengertian.

Norman Fairclough membangun suatu model yang mengintegrasikan secara bersama-sama analisis wacana yang didasarkan pada linguistik dan pemikiran sosial, politik, dan secara umum diintegrasikan pada perubahan sosial.

Dengan kata lain, model ini sering disebut sebagai model perubahan sosial (*social change*).

Fairclough memusatkan perhatian pada bahasa. Fairclough menggunakan wacana menunjuk pada pemakaian bahasa sebagai praktik sosial, lebih dari aktivitas individu atau untuk merefleksikan sesuatu. Memandang bahasa sebagai praktik sosial semacam ini, mengandung sejumlah implikasi.

Fairclough membagi analisis wacana menjadi tiga dimensi. Yaitu: Teks, *Discourse Practice* (produksi dan konsumsi teks) dan *Sosiocultural Practice* (situasional, institusional, sosial). (Eriyanto, 2001:286)

Peneliti berasumsi bahwa wacana hak asasi manusia yang terkandung dalam iklan politik Gita Wirjawan 2014 versi *game* memiliki makna implikatif dan kompleks terutama terkait dengan mayoritas-minoritas serta kesetaraan hak hidup sebagai bagian dari hak asasi manusia.

Berdasarkan pada asumsi diatas, peneliti ingin membedah lebih dalam mengenai makna dibalik teks yang terdapat dalam iklan politik Gita 2014 versi *game*. Hal ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pesan teks yang mikro dalam iklan dikaitkan dengan konteks masyarakat yang luas dan besar melalui analisis praktik kewacanaan dalam sebuah iklan televisi.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Pertanyaan Makro

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti dapat menarik rumusan penelitian sebagai berikut:

"Bagaimana Representasi Hak Asasi Manusia Melalui Iklan Politik Gita Wirjawan 2014 Versi *Game*?"

1.2.2 Pertanyaan Mikro

Berdasarkan judul penelitian serta rumusan masalah pada latar belakang masalah penelitian, maka peneliti dapat merumuskan tiga pertanyaan mikro dalam penelitin ini sebagai berikut:

1. Bagaimana Representasi Wacana Hak Asasi Manusia Melalui Iklan Politik Gita Wirjawan 2014 Versi *Game* dalam Dimensi Teks?
2. Bagaimana Representasi Wacana Hak Asasi Manusia Melalui Iklan Politik Gita Wirjawan 2014 Versi *Game* dalam Dimensi *Discourse Practice* (Produksi dan Konsumsi Teks)?
3. Bagaimana Representasi Wacana Hak Asasi Manusia Melalui Iklan Politik Gita Wirjawan 2014 Versi *Game* dalam Dimensi *Sosiocultural Practice* (Situasional, Institusional, Sosial)?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menganalisis wacana dengan metode analisis wacana kritis, dengan menggunakan teori analisis wacana kritis Norman Fairclough, berkaitan dengan wacana hak asasi manusia dalam iklan politik Gita Wirjawan 2014 versi *game*.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Agar penelitian ini memperoleh hasil yang optimal, peneliti menentukan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui representasi wacana hak asasi manusia melalui iklan politik Gita Wirjawan 2014 versi *game* dalam dimensi teks ditinjau dari teori analisis wacana kritis Norman Fairclough.
2. Untuk mengetahui representasi wacana hak asasi manusia melalui iklan politik Gita Wirjawan 2014 versi *game* dalam dimensi *discourse practice* (produksi dan konsumsi) ditinjau dari teori analisis wacana kritis Norman Fairclough.
3. Untuk mengetahui representasi wacana hak asasi manusia melalui iklan politik Gita Wirjawan 2014 versi *game* dalam dimensi *sosiocultural practice* (situasional, institusional, sosial) ditinjau dari teori analisis wacana kritis Norman Fairclough.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan berguna bagi pengembangan ilmu komunikasi secara umum yang berkaitan dengan pengembangan studi analisis wacana kritis terutama Norman Fairclough dalam teks pada iklan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1.4.2.1 Kegunaan Bagi Peneliti

Kegunaan penelitian ini bagi peneliti adalah memberikan tambahan wawasan pengetahuan ilmu komunikasi tentang analisis wacana, bahwa memahami suatu teks tidak hanya sebagai suatu bentuk tulisan yang tak bernyawa dan tanpa maksud apa-apa, oleh karena setiap teks itu memiliki wacana tersembunyi.

1.4.2.2 Kegunaan Bagi Pengembangan Akademik

Semoga penelitian ini dapat pula berguna bagi bidang kajian ilmu komunikasi, dan juga sebagai tambahan koleksi penelitian ilmiah di universitas. Diharapkan pula dapat menjadi bahan penerapan dan pengembangan dalam kajian ilmu komunikasi, dan juga sebagai bahan perbandingan dan pengembangan referensi tambahan bagi penelitian dengan tema sejenis tentang analisis wacana.

1.4.2.3 Kegunaan Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya. Agar masyarakat memiliki tambahan pemahaman bahwa iklan memiliki pesan yang disampaikan oleh pembuatnya, supaya masyarakat tidak hanya melihat iklan sebagai sekedar penghias media semata tetapi juga mengerti akan isi pesan yang disampaikan, memahami isi dibalik wacana. Semoga karya ilmiah saya ini dapat menambah wawasan baru bagi masyarakat mengenai wacana yang terkandung dalam sebuah teks (pesan).