REPRESENTASI MAKNA PROPAGANDA JERMAN DALAM FILM *THE IMITATION GAMES*

(Analisis Semiotika John Fiske Mengenai Makna Propaganda Jerman Dalam Film *The Imitation Games* Sutradara Morten Tyldum)

Mochamad Fajar Aulia
NIM. 41812017

Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Komputer Indonesia Jl. Dipatiukur 102-116 Bandung 40132 Indonesia

fajarauliaputra@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to know the representation meaning Germany propaganda in The film The imitation Games. To answer the above issue packed researchers use sub focus: analysis of Semiotics John Fiske to answer a research focus.

The research approach was qualitative with the analysis of Semiotics John Fiske. The objects in the analysis is movie The Imitation Games. The film examined gave rise to a meaning of propaganda, which embraced the ideology of fascism. is illustrated by the level of reality, the level of representation which gave rise to its ideology of each code and generate a level of ideology that is fascism.

Research results showed the of the Representation of meaning in Germany propaganda film The Imitation Games in accordance with the analysis of semiotics John Fiske. The reality of the situation that occurred in the movie who bring up the ideology, representation code: describe implicitly through the code of the ideology. Ideology: that brings up the ideology of fascism through second level earlier reality and representation in The movie The Imitation Games.

The conclusions of this research showed that in The movie The imitaion Games is Germany doing an act of propaganda of fascism by authoritarian action and totaliter for control of mainland Europe one of the United Kingdom. Germany justifies any means to control what they want to master the breakfast buffet through some of the existing scenes in this movie that was made in a small scale.

Suggestion**:** *The audience must be critical to interpret what is presented by the film.*
Must be active in the audience interpret a movie
Keywords*: Meaning, Propaganda, Fascism, Germany, Semiotics John Fiske*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Representasi makna propaganda Jerman dalam film The imitation Games. Untuk menjawab masalah di atas maka peneliti menggunakan sub fokus : Analisis Semiotika John Fiske untuk menjawab fokus penelitian pada Level Realitas Level Representasi Level Ideologi.

Pendekatan penelitian adalah kualitatif dengan Analisis Semiotika John Fiske. Objek yang di analisis adalah film The Imitation Games. Film yang diteliti memunculkan sebuah makna propaganda yang menganut ideologi fasisme. Tergambarkan melalui level realitas, level representasi yang memunculkan kode ideologinya masing-masing serta menghasilkan sebuah level ideologi yaitu fasisme.

Hasil penelitian menunjukan Representasi makna propaganda Jerman dalam film The Imitation Games sesuai dengan analisis semiotika John Fiske. Realitas menggambarkan situasi peperangan fasisme Jerman, Representasi : menggambarkan secara implisit pesan kebohongan propaganda Jerman. Ideologi : yang memunculkan ideologi fasisme melaui kedua level sebelumnya yaitu realitas dan representasi dalam film The Imitation Games.

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukan bahwa dalam film The imitaion Games ini Jerman melakukan sebuah tindakan propaganda fasisme dengan tindakan Otoriter dan Totaliter untuk menguasai daratan Eropa salah satunya Inggris. Jerman menghalalkan segala cara untuk menguasai apa yang ingin mereka kuasai yang tergambarkan melalui beberapa adegan yang ada dalam film ini yang diangkat dalam sekala yang kecil.

Saran : Menjadi penonton yang aktif untuk memahami maksud dan tujuan dari film.
Penonton harus kritis dalam memaknai tanda-tanda dalam film.

Kata kunci : The Imitation Game, Makna , Propaganda, Fasisme, Jerman, Semiotika John Fiske.

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

The Imitation Game merupakan sebuah film biografi sejarah yang mengisahkan perang dunia II antara Jerman dan Inggris pada tahun 1939-1941. Di dalam film ini terdapat suatu makna pesan yang mengandung unsur propaganda yang dilakukan oleh Jerman terhadap Inggris. Hal ini dilakukan oleh sang pemimpin perang yaitu Adolf Hitler yang mengirimkan Pesan propaganda tersebut melalui radio dan bertujuan untuk mengelabui para tentara Inggris dengan kode-kode khusus yang dibuat oleh Jerman yang dinamakan *enigma* pada kala itu. tapi Inggris mempunyai seorang ahli matematika yang bernama Alan Touring yang berusaha memecahkan kode-kode *enigma* untuk menyelamatkan Inggris dari serangan Jerman salah satunya melalui pesan propaganda tersebut.

Jerman selalu memunculkan pesan propaganda ini pada pukul enam pagi melalui radio, dan pesan tersebut berisikan ” Cuaca hari ini cerah. Malam hari hujan, hidup Hitler/ Daulat Hitler”. Jerman hanya menyampaikan informasi yang seolah-olah tidak mempunyai makna apapun melalui kode-kode *enigma.* Kode-kode tersebut selalu muncul bersamaan dengan pesan yang disampaikan Jerman. Awalnya tidak ada yang menyadari bahwa kode itu adalah satu-satunya cara untuk mengetahui pesan yang sesungguhnya. ketika Alan Touring bisa pecahkan *enigma* melalui kode L-H-W-A-Q, ternyata pesan yang selalu disampaikan oleh Jerman melalui radio itu bersikan “KMS jaguar sedang menuju arah 53 derajat 24 menit arah utara, dan menuju 1 derajat ke barat. Hidup Hitler/daulat

Hitler". Ternyata Jerman sedang bersiap-siap untuk melakukan penyerangan terhadap Inggris. Keberhasilan Alan Touring dalam memecahkan kode-kode *enigma* membuat Jerman takluk di tangan Inggris pada tahun 1941.

Melihat dari fakta sejarah perang dunia ke II antara Jerman dan Inggris, tentu ada kaitannya dengan film *The imitation Games* yang kembali menceritakan sejarah peperangan kala itu. Namun film ini hanya mengangkat secara implisit fakta dan sejarah yang terjadi, karena tujuan dibuatnya film ini untuk memperingati hari LGBT di Britania raya, dan memberikan pengampunan kepada Alan Touring sebagai seorang homoseksual, karena pada kala itu homoseksual dianggap sebagai tindakan kriminal.

Film yang digarap oleh Molten tyldum ini tidak memunculkan secara utuh ke fais san dari Jerman. Hal ini bukan semata-mata untuk memutar balikan fakta, tapi film ini juga turut berpropaganda dan menganggap fasisme itu merupakan sesuatu yang berbahaya, maka dari itu hanya menguak secara implisit kedalam alur cerita yang dibuat. sebelum dan selama Perang Dunia ke II, riset-riset politik menjadikan opini publik sebagai kajian utama. Tahun 1937, jurnal *Public Opinion Quarterly* diterbitkan khusus untuk membahas opini publik. Riset dan teknik propaganda berkembang luar biasa karena terpicu oleh kemenangan Jerman dalam penaklukan-penaklukannya. Jerman, dimotori oleh Menteri Penerangan-nya Joseph Goebels, yang memenangkan perang-perang tersebut karena propaganda yang dipraktekkannya mampu menjatuhkan semangat dan kepercayaan diri lawan-lawannya. Goebels menghalalkan segala cara demi kesuksesan propagandanya seperti manipulasi data, agitasi, provokasi yang disebarkan lewat teknologi radio sehingga menambah semangat pasukannya sendiri dan menghancurkan mental psikologis lawan. Dengan teknik ini, Jerman dengan mudah menaklukan lawan-lawannya (Bahan ajar Adiyana Slamet,S.IP.,M.Si Mata kuliah Komunikasi politik).

"Sejarah perang dunia II tidak bisa lepas dari propaganda yang dilakukan Jerman sebagai salah satu alat perangnya. Partai Nazi dikenal begitu luas sebagai partai yang mengandalkan keunggulan propaganda untuk menanamkan pengaruh dan mendapatkan dukungan luas dari publik. Keberhasilan partai Nazi dalam merebut dan mengendalikan kekuasaan Jerman telah diakui oleh seluruh dunia akibat dari pemanfaatan propaganda sebagai alat yang sangat efektik untuk mencapai tujuan. Antara dasawarsa 1930-1940, melalui sarana propaganda, Hitler dan Gobbels menggiring puluhan juta warga Jerman untuk turut dalam perjuangan partai Nazi sebagai perubahan Jerman." (Shoelhi : 2012 : 173).

Propaganda yang diusung oleh Joseph Goebels adalah propaganda modern. Teknik jitu hasil kepiawaiannya yang diberi nama *Argentum ad nausem* atau lebih dikenal sebagai teknik *Big Lie* (kebohongan besar). Prinsip dari tekniknya itu adalah menyebarluaskan berita bohong melalui media massa sebanyak mungkin dan sesering mungkin hingga kemudian kebohongan tersebut dianggap sebagai suatu kebenaran. Sederhana namun mematikan.
(http://edupanzer.co.id/2010/05/joseph-goebbels-1897-1945).

Propaganda yang berkaitan dengan sebuah ideologi yang dinamakan dengan fasisme, merupakan sebuah Ideologi yang dianut oleh Hitler yang didalam nya terdapat sebuah sistem-sistem seperti, negara fasis benci dengan adanya keberagaman serta fasisme adalah pengorganisasian masyarakat dan pemerintahan secara totaliter dan kediktatoran partai tunggal yang sangat nasionalis, rasialis, militeris dan imperalis. Jerman menganut ideologi fasisme ini sekitar tahun 1933, yang sebelumnya telah

didahului oleh Italia pada tahun 1922. Salah satu tindakan Propaganda fasisme adalah adanya sebuah kebohongan besar yang berulang-ulang dan terus dilakukan untuk mempengaruhi kognisi dan emosional sasaran. Seperti yang tergambarkan dalam film *The imitation game.* Propaganda yang diusung oleh Jerman menyebarkan sebuah tindakan fasisme, salah satunya adalah tindakan totaliter yang mengagungkan ras aria, dimana ras aria adalah ras yang lebih unggul daripada ras lainnya. Oleh karena itu Jerman berusaha menguasai daratan eropa dan salah satunya Inggris yang menjadi korban tindakan fasisme dari Jerman, dengan membombardir Inggris melalui serangan-serangan propaganda Jerman.

Hal ini tentu ada kaitannya dengan sebuah industri film yang mempunyai pengaruh besar dalam mempengaruhi sebuah kognisi seseorang. Jika dilihat dalam perspektif kritis, film tidak hanya digunakan sebagai alat propaganda, baik secara terang-terangan maupun secara terselubung. sebagai penyebar ideologi-ideologi yang bisa mempengaruhi sebuah ideologi dominan. film bisa membawa para penikmatnya masuk ke alam bawah sadar secara langsung dan disadari.

Di Indonesia sendiripun ke fasisan seperti ini pernah terjadi pada rezim Orde baru, awal mula Soeharto menduduki kursi ke Presidenan menggantikan Soekarno. Usaha Soeharto untuk menduduki kasta tertinggi di Indonesia pun harus melalui cara yang tidak lazim. Pertama, membubarkan sebuah partai yang mendukung Soekarno, mencoba memperkecil pengaruh Soekrano dengan mengharamkan segala sesuatu yang berbau Soekarnoisme dalam rangka untuk meraih kekuasaan. Selama rezim Orde baru berkuasa suara-suara kritis dibungkam dan di tiadakan agar tidak bisa menjatuhkan sistem pemerintahan. Melakukan sebuah teror negara untuk membuat rakyat menjadi patuh terhadap pemerintahan. *Frankfurt School* memfokuskan pada ideologi yang membantu untuk mengikis ekonomisme dan pengendalian kaum kapitalis terhadap segala sesuatu dengan paham kapitalis mereka. *Frankfurt School* memandang pesimis terhadap media massa, dikarenakan media massa sering digunakan untuk memantapkan kontrol terhadap masyarakat terutama oleh kelas-kelas penguasa. Yang menjadi isu utama dari *frankfurt School* melihat kekuatan ekonomi yang dimiliki dan dikendalikan oleh kaum penguasa, telah menentukan perubahan-perubahan sosial di dalam masyarakat (www.geocities.ws/nunk_shion/paper/marx.html).

“Televisi, serta para pemirsanya, dan cara-cara yang berfungsi dalam masyarakat, yang begitu erat terfokus kedalam perspektif teoritis dapat memberikan kita wawasan yang memadai. akar teoritis dan metodologis buku ini, kebohongan yang longgar digambarkan dan dikenal sebagai *"cultural studies"* yang berasal dari infleksi Marxisme, semiotika, post-structuralism, dan etnografi. hal ini meliputi tekstual kalimat yang halus dan sosial kalimat yang halus teori budaya, dan membutuhkan pendekatan secara teoritis, analitik, dan pendekatan empiris untuk menggali bersama-sama dan saling kritis. Buku ini akan berfokus pada masalah tentang bagaimana *textuality* televisi membuat sebuah makna yang menyenangkan kepada para pemirsanya. Namun dalam hal ini, kita akan mempertimbangkan hubungan antara dimensi budaya ini dan televisi sebagai salah satu komoditi dalam ekonomi kapitalis.” (Fiske, 2001 : 1).

John Fiske menyatakan bahwa semiotika mempunyai tiga bidang studi utama yaitu tanda itu sendiri, kode atau system yang mengorganisasikan tanda dan kebudayaan tempat kode dan tanda bekerja.

1. Tanda itu sendiri. Hal ini terdiri atas studi tentang berbagai tanda yang berbeda, cara tanda-tanda yang berbeda

itu menampilkan makna, dan cara tanda-tanda itu terkait dengan manusia yang menggunakannya.

2. Kode atau system yang mengorganisasikan tanda. Studi ini mencakup cara berbagai kode dikembangkan guna memenuhi kebutuhan suatu masyarakat atau budaya untuk mengeksploitasi saluran komunikasi yang tersedia untuk mentransmisikannya.

3. Kebudayaan tempat kode dan tanda bekerja. Ini pada gilirannya bergantung pada penggunaan dan bentuknya sendiri (Fiske, 2007 : 60).

Telah kita pahami bahwa film merupakan media komunikasi massa yang terdapat symbol dan data, sehingga dalam meneliti film tentunya akan focus dalam sudut pandang semiotika film tersebut. jenis tanda yang terdapat dalam film dengan tanda-tanda pada media komunikasi massa lainnya tentu saja berbeda, misalnya media lainnya hanya berjenis visual dan mungkin teks. tapi dalam film *The Imitation Game,* tanda ada dalam bentuk yang kompleks atau banyak perpaduan jenis tanda sekaligus dalam waktu bersamaan seperti, audio, teks dan visual.

Dalam film *The Imitation Game,* peneliti akan mencoba mengkaji dan mencari nilai-nilai pesan dan makna yang ada dalam isi film, ketika kita menyaksikan film tersebut secara tidak langsung kita masuk pada sejarah perang dunia ke dua antara Jerman dan Inggris pada tahun 1939-1941.

Peneliti akan melakukan penelitian dengan judul: **Representasi makna propaganda Jerman dalam film *the imitation game* (Analisis semiotika John Fiske mengenai makna propaganda Jerman dalam film *the imitation games* sutradara Morten tyldum)".**

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Pertanyaan Makro

Setelah peneliti jelaskan dalam uraian dan latar belakang masalah di atas, maka peneliti merumuskan masalah dalam pertanyaan makro sebagai berikut : **" Bagaimana representasi makna propaganda Jerman dalam film *The Imitation Game* ?**

1.2.2 Pertanyaan Mikro

Setelah rumusan masalah sebelumnya, maka peneliti membuat pertanyaan mikro sebagai berikut :

1. Bagaimana makna propaganda Jerman dalam film *The Imitation Game* Ditinjau dari Level Realitas *?*
2. Bagaimana makna propaganda Jerman dalam film *The Imitation Game* Ditinjau Level Representasi*?*
3. Bagaimana makna propaganda Jerman dalam film *The Imitation Game* Ditinjau dari Level Ideologi *?*

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini ialah untuk mengetahui Bagaimana Representasi propaganda Jerman dalam film *The Imitation Game.*

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui makna propaganda Jerman dalam film *The Imitation Game* Ditinjau dari Level Realitas.
2. Untuk mengetahui makna propaganda Jerman dalam film *The Imitation Game* Ditinjau dari Level Representasi.

3. Untuk mengetahui makna propaganda Jerman dalam film *The Imitation Game* Ditinjau dari Level Ideologi.

2. Kajian Pustaka dan Kerangka Pemikiran

Dalam menganalisa dan mengkaji representasi propaganda Jerman dalam film *The Imitation Game* peneliti menggunakan *The Code Of Television* dari John Fiske. Meskipun teori kode-kode televise ini pada dasarnya digunakan untuk meneliti acara-acara dalam televise, tetapi teori kode-kode televise ini sangat relevan digunakan untuk penelitian semiotic pada film. Di dalam kode teori kode-kode televise ini peneeliti berharap akan lebih mudah untuk meneliti dan mengkaji representasi propaganda Jerman dalam film dengan membagi atau memilah kedalam beberappa *sequence* yang mewakili.

3. Objek dan Metode Penelitian

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui mengenai makna propaganda Jerman dalam film *The Imitation Game.* Adapaun objek dalam penelitian ini adalah film *The Imitation Game* dengan *focus* penelitian yaitu adegan yang menggambarkan tentang pemecehan kode *enigma* sebagai bentuk propaganda dari Jerman dalam film *The Imitation Game.* Kategorisasi *sequence* mengacu pada fungsi Propp, sehingga *sequence* yang diteliti dalam film *The Imitation Game* meliputi *sequence* prolog, *ideological content,* dan epilog.

3.2 Metode Penelitian

Metode adalah cara yang teratur dan berpikir baik-baik untuk mencapai maksud. Sedangkan Metodologi adalah proses, prinsip, dan prosedur yang kita gunakan untuk mendekati problem dan mencari jawaban. Dengan ungkapan lain, metodologi adalah suatu pendekatan umum untuk mengkaji topic penelitian. Metodologi dipengaruhi atau berdasarkan perspektif teoritis itu sendiri adalah suatu kerangka penjelasan atau interpretasi yang memungkinkan peneliti memahami data dan menghubungkan data yang rumit dengan pristiwa dan situasi lain. (Mulyana : 2013 : 145)

4. Hasil dan Pembahasan

Berkaitan dengan film yang sarat akan tanda, dan makna yang akan menjadi perhatian penelititi disini adalah makna pesan propaganda yang dilakukan Jerman terhadap Inggris yang dinamakan dengan *enigma.* Dalam teori *The Codes Of Television* John fiske ada tiga level, yaitu level realitas, level representasi, dan level ideology. Melalui hasil analisa dari ketiga level tersebut, didapati korelasi yang menghasilkan sebuah makna pada makna pesan propaganda dalam film *The imitation Game.* Antara relasi-relasi tiap *sequence* nya yang menghasilkan makna yang terkandung didalamnya.

Dari serangkaian kode-kode seperti kode pada level realitas, dan level representasi yang menghasilkan kode-kode sebuah ideology tertentu, tergambar dari latar, gesture, cara bicara, narasi, penampilan, riasan, juga tergambar dari cara pengambilan gambar, sound, dan pencahayaan, yang semuanya itu merealisasikan sebuah kode-kode ideology yang terkandung dalam film *The Imitation Game.* Semua kode-kode itu saling terkait, dan disinilah esensi dari semiotika John fiske, dimana teori *The Codes Of Television* membedah sebuah karya videografi.

Dapat dilihat bahwa pada film *The Imitation Game* ini terdapat adanya sebuah fasisme Jerman terlihat dari sebuah pesan kebohongan yang dilakukan secara berulang-ulang yang menjadi sebuah kebenaran. Penyerangan-penyerangan yang dilakukan Jerman terhadap Inggris. Melalui

enigma yang dirancang oleh Hitler sebagai salah satu upaya Jerman dalam menguasai eropa. Seperti yang tertera pada kalimat " cuaca pagi hari ini cerah malam hari hujan hidup/daulat Hitler" dan memiliki makna propaganda yaitu "KMS jaguar sedang sedang menuju arah barat 53 derajat 24 menit arah utara dan menuju satu derajat kebarat hidup hitler". Hal ini berkaitan dengan makna dari propaganda yang dilakukan Jerman yang dikatakan sebagai propaganda fasisme. Dimana dalam pesan propagandanya, Jerman selalu memunculkan kebohongan yang terus berulang-ulang untuk menghancurkan musuhnya (Inggris). Jerman menghalalkan cara apapun dalam upaya peperangannya termasuk dalam propagandanya ini. Makna ke fasisan yang muncul bersama propaganda yang tergambarkan secara impilisit dalam film ini tidak bisa terlepas dari sebuah hegemoni kekuasaan dari Josep Gobels, dan Adol Hitler yang merubah pemikiran para warga masyarakat Jerman untuk mendukung gerakan fasisme pada tahun 1933.

Sesuai dengan judul dari penelitian ini, maka bahasan yang dilakukan yaitu analisis semiotika pada film *The Imitation game.* Yang dimana pada film ini peneliti mencurigai adanya sempilan pesan dan makna pesan mengenai ideologi fasisme, meskipun hanya tergambarkan secara implisit namun hal ini tetap bisa mempengaruhi kepada Kesadaran yang tidak menjangkar pada realitas. Lalu akan masuk kedalam kesadaran secara diam-diam tanpa kita sadari. Tahu-tahu kita telah menganggapnya menjadi sebuah kelaziman.

Kode-kode yang muncul, seperti kode penampilan, ekspresi, gerak tubuh, cara berbicara dan dialog memiliki arti penting dalam film ini dan memperkuat pesan propaganda yang terdapat didalamnya. Namun ada juga beberapa kode yang berfungsi sebagai penunjang kode-kode yang lain, seperti kode lingkungan, kostum, music, suara, tata rias, kamera , pencahayaan dan lain sebagainya. Walaupun kode-kode tersebut sebagai penunjang, namun koberadaan kode-kode tersebut tidak dapat diabaikan keberadaannya, karena kode-kode penunjang berfungsi sebagai alat pemersatu keselarasan antara satu kode dengan kode yang lainnya dalam film tersebut, sehingga penonton dapat melihat peristiwa yang terjadi dalam film tersebut sebagai sesuatu yang nyata dan pesan-pesan yang ingin disampaikan mengenai propaganda tersampaikan dengan baik melalui film tersebut.

Dari perpaduan kode-kode yang saling melengkapi untuk menyampaikan makna film *The Imitation Game* tentang makna propaganda Jerman ini telah sesuai dengan *The Codes of Television* yang dituliskan oleh John fiske dalam bukunya *Television Culture.* Fiske menjelaskan bahwa "realitas" dapat dikodekan, atau lebih tepatnya satu – satunya cara penonton dapat melihat dan menganggap film,audio visual sebagai suatu realitas ketika kode – kode dalam film tersebut sesuai dengan budaya yang berlaku. Pada film *The Imitation Game* dapat dilihat kode-kode yang telah dipaparkan pada pembahasan sub-bab sebelumnya, disusun sedemikian rupa agar dapat dipahami sebagai sebuah relitas dan makna yang ingin disampaikan dan dapat ditangkap oleh penonton/ pemirsanya dengan baik. Cerita dalam film ini menceritakan tentang perang dunia kedua antara Jerman dengan Inggris dan seorang pemecah kode *enigma* yang bernama Alan Touring, seorang pria yang ahli dalam bidang matematikawan yang berusaha memecahkan kode *enigma* yang mempunyai makna pesan propaganda yang dibuat oleh Jerman.

5. Simpulan

Film merupakan sebuah media penyampaian pesan propaganda yang paling efektif dalam mempengaruhi sebuah Ideologi dominan, melalui tanda-tanda yang dimunculkan pesan yang disampaikan akan cepat mempengaruhi sebuah sikap seseorang melalui kognisi baik secara langsung maupun tidak langsung. Karena film merupakan sebuah penggambaran realitas kehidupan sehari-hari yang kembali terulang dalam sebuah layar.

Setelah peneliti menganalisis tiga kategori *sequence* yaitu *sequence prolog, ideological content* dan *epilog* dengan jumlah *sequence* sebanyak enam *sequence* dalam film *The Imitation Game* dan memadukan kode-kode dalam level realitas, representasi, lalu menggabungkan keduanya maka menghasilkan level ideology.

Dari tiga kategoti yang diteliti, maka penggambaran makna propaganda yang dilakukan Jerman terhadap Inggris pada level realitas, level representasi dan level ideology tersebut sebagai berikut :

1. **Pada level Realitas**, Fasisme Jerman pada film *The imitation game* ini muncul melalui adegan-adegan yang memperlihatkan Kekerasan yang dimunculkan melalui sebuah penyerangan kapal udara yang berlambangkan NAZI, penyerangan melalui bawah laut menggunakan kapal *u-boat*, penggambaran kota Inggris yang hancur akibat serangan udara Jerman, sosok seorang wanita kelaparan akibat dari fasisme setelah menewaskan hampir 500 juta jiwa nya Jerman.
2. **Pada level Representasi**, Pada level Fasisme Jerman terlihat pada melalui adegan yang memunculkan sebuah pesan kebohongan secara berulang-ulang sehingga menjadi sebuah kebenaran. Melalui *enigma* Jerman menyampaikan pesan kebohongan tersebut untuk mengelabui para tentara Inggris. dampaknya memunculkan sebuah perang asimetris, yaitu peperangan non militer yang terjadi antara Jerman dan Inggris. di mana Inggris berusaha untuk mengalahkan propaganda fasisme nya Jerman lewat perang asimetris ini.
3. **Pada level Ideology**, Menarik hasil dari kedua level sebelumnya yaitu level realitas dan repreentasi, representasi makna propaganda Jerman tergambarkan secara fasisme melalui *sequence* yang mewakilkan tentang ke fasisan itu sendiri. Seperti sebuah penyerangan kapal udara yang berlambangkan NAZI, penyerangan melalui bawah laut menggunakan kapal *u-boat*, penggambaran kota Inggris yang hancur akibat serangan udara Jerman, sosok seorang wanita kelaparan akibat dari fasisme setelah menewaskan hampir 500 juta jiwa nya Jerman. hancurnya sebuah tank milik pasukan Inggris, dimunculkannya sosok Adolf Hitler dan *backsound* suara yang meneriakan nama Adolf Hitler, sebuah situasi yang memperlihatkan kondisi peperangan dunia ke II, serta kapal berlambangkan NAZI yang sedang menurunkan pasukannya. Fasisme adalah bentuk sistem totaliter yang secara khas pula tumbuh dikalangan bangsa-bangsa yang lebih berada dan secara teknologis lebih maju. Fasisme adalah faham yang lahir setelah demokrasi dan industri. Fasisme tidak mungkin lahir di negara-negara yang belum mempunyai pengalaman demokrasi sama sekali. Dalam masyaraakt semacam ini

kediktatoran bisa muncul dengan tentara, birokrasi, atau prestise pribadi seorang ditaktor sebagai dasar, tapi akan kekurangan unsur antusiasme dan sokongan massa yang merupakan ciri khas fasisme. Sementara itu fasisme tidak akan pernah tumbuh sama sekali di negara yang sedikitpun belum pernah mempunyai pengalaman demokrasi. Demikianlah Jerman, fasisme adalah yang paling kejam, tapi yang paling populer. Faisime sangat pintar sekali menggunakan segala kecemburuan dan ketakutan golongan dalam sebuah kesetaraan. Dan pada waktu yang bersamaan melancarkan propaganda terhadap " *Big bussines"* dan "*Big Labor".* Meskipun propaganda semacam itu secara logis maupun politis tidak konsekuen, tetapi justru sikap yang tidak konsekuen inilah yang menarik bagi kelas tertentu.

Film merupakan salah satu saluran media massa yang fungsinya adalah sebagai pengirim pesan kepada penontonnya, pada zaman seperti sekarang ini film merupakan salah satu alat penyampaian pesan yang cukup efektif, dimana dari segi penyampaian di ceritakan sedalam sebuah fiktif atau nyata, namun di balik semua cerita tersebut terdapat suatu pesan yang melekat pada film tersebut, dan biasanya melalui cerita, film sering terjadi ikatan yang membawa emosi penonton untuk masuk kedalam cerita fim tersebut. Seperti pada film *The Imitation Game* ini penulis menemukan pesan yang mempunyai makna propaganda entah itu secara implisit atau eksplisit, namun disini penulis dapat menangkap secara jelas makna-makna propaganda dalam film *The Imitation Game.*

Daftar Pustaka

BUKU

Ebenstein William, 2014, Isme-Isme yang menggermparkan dunia : Komunisme, Fasisme, Kapitalisme, Sosialisme. Yogyakarta : Penerbit NARASI

Effendy, Onong Uchjana, 2003, Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi. Bandung: PT.Citra Aditya Bakti

Effendy, Heru. 2010. Mari Membuat Film: Panduan Menjadi Produser. Jakarta: Erlangga

Eriyanto. 2012. Analisis Wacana pengantar analisis teks media Yogyakarta : PT Lkis printing cemerlang

Fiske John. 1987. *Television Culture.* New York : Taylor and Francis e-Library

Herlambang Wijaya. 2013. Kekerasa budaya pasca 1965 : Bagaimana Orde Baru Melegitimasi Anti-Komunisme Melalui Seni dan Sastra : CV Margin kiri regensi melati mas A9/10 Serpong, Tanggerang selatan 15323

Mulyana, Deddy. 2007. Ilmu komunikasi suatu pengantar Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Moleong, Lexy. 2006. Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Nuridin. 2002. Komunikasi Propaganda Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Santoso Listiyono, 2015, Epistemologi Kiri Yogyakarta : AR-RUZZ MEDIA

Shoelhi Mohammad. 2012. Propaganda dalam komunikasi internasional. Bandung : Simbiosa Rekatama Media

Suseno Franz Magnis. 2001. Pemikiran Karl Marx dari sosisalisme utopis ke perselisihan revisionisme Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

Sobur, Alex. 2009. Semiotika Komunikasi Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Tapa Bayu Vincent, 2007, Sinematografi dan videografi praktis. Jakarta : Pt Elex media komputindo.

Takwin Bagus, 2003, Akar-Akar Ideologi, Yogyakarta & Bandung : Jalasutra

Yusuf lubis Akhyar, 2015. Pemikiran Kritis Kontemporer. Jakarta : Pt. Rajagrafindo Persada

INTERNET SEARCHING

https://sinaukomunikasi.wordpress.com/2011/10/24/film-semiotika-sosial-dan-politik-representasi/ (22 Maret 2016 Pukul : 16.43)

https://referensibelajar.wordpress.com (22 Maret 2016 Pukul : 16.55).

http://imitation.org.game.id/TheImitationGame (22 Maret 2016 Pukul : 17.00).

http://www.apapengertianahli.com/2014/06/apa-pengertian-ideologi-ahli.html (22 Maret 2016 Pukul : 18.00)

Ebook : Studi film : sekolah Frankfurt (22 Maret 2016 Pukul : 18.45)

KARYA ILMIAH

Ade cahya, 2014, Representasi perbudakan dalam film *12 years A slave*, Bandung, Unikom

Berry arneldi, 2013, Representasi waktu dalam film *In time*, Bandung, Unikom

Shandy Mahendra Setyawan, 2011, Representasi kecantikan dalam iklan lux, Bandung, Universitas Pembangunan nasiona

Bahan ajar Adiyana Slamet, dalam Mata kuliah komunikasi politik smester lima (5).