

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG MASALAH

Saat ini *Fashion* di Indonesia mulai berkembang dan digemari masyarakat terutama bagi kalangan anak muda. Hal tersebut dikarenakan model-model *fashion* yang makin bervariasi. Sebagian dari mereka mengikuti *fashion* tersebut dengan mengikuti jaman atau yang menurut mereka menjadi trend pada saat itu, baik *fashion* yang sedang trend di Indonesia maupun *fashion* yang sedang trend di luar negeri. Perilaku mereka dalam mengikuti *fashion* pun juga dipengaruhi oleh majalah maupun tontonan yang lainnya yang mengulas tentang *fashion*. Seperti halnya film *Sex and The City*, film ini memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap *fashion* anak muda terutama wanita dalam bergaya. Seperti yang terdapat dalam Koran Tempo bahwa :

“Direktur Fashion Bloomingdale Stephanie Solomon menyatakan pengaruhnya sangat terasa di dunia retail. Penampilan itu, Stephanie menambahkan, tak hanya berlaku untuk remaja, tapi juga para perempuan di awal 20 tahunan, anak-anak perempuan, dan adik perempuan dari generasi *Sex and the City* yang merindukan penampilan yang glamor. Maka kembalilah pelbagai model *blazer, polo shirts, sweater, kaus kaki selutut, dan sepatu bot berhak tinggi*”. (<http://www.korantempo.com/korantempo/koran/2009/01/18/Pesona/index.html>, di akses pada tanggal 1 Juli 2009).

Pada contoh kasus di atas menunjukkan bahwa fasilitas yang semakin bertambah ini membuat anak muda saat ini banyak yang mengikuti *fashion* terutama pada film. Hal tersebut juga mempengaruhi anak muda yang ada di Indonesia. Mereka menganggap pentingnya sebuah *fashion* dan apa yang mereka

kenakan tersebut merupakan *fashion* yang saat ini memang sedang menjadi jaman. Walaupun tidak jarang dari mereka yang menggunakan *fashion* yang memang tidak mengikuti jaman atau trend. *Fashion* sendiri dapat diartikan sebagai sesuatu hal yang dikenakan oleh seseorang baik yang menjadi trend saat itu maupun tidak. “*Fashion* mengacu pada kegiatan, *fashion* merupakan sesuatu yang dilakukan seseorang, tak seperti dewasa ini, yang memaknai *fashion* sebagai sesuatu yang dikenakan seseorang”. (Barnard, 2007 : 1).

Trend-trend *fashion* tersebut menjadi sebuah budaya atau kebiasaan dikalangan anak muda dalam melakukan sebuah kegiatan maupun dalam mengenakan sesuatu. Di mana mereka mempunyai ide-ide dalam mengekspresikan maupun memaknai hidup mereka seperti yang diungkapkan oleh William bahwa “cara hidup tertentu yang mengekspresikan makna dan nilai tertentu bukan hanya di dalam seni dan pembelajaran, tapi juga di dalam institusi dan perilaku sehari-hari”. (Hebdige, 1999 : 19). Budaya tersebut digunakan mereka untuk membentuk dan menunjukkan identitas mereka dan setiap individu maupun kelompok memiliki identitas yang berbeda-beda.

Pada saat ini, tidak jarang dalam sebuah budaya melahirkan budaya baru yang anggotanya lebih sedikit. Hal tersebut dikarenakan mereka memiliki sebuah keyakinan yang berbeda dalam memandang sesuatu maupun dalam *fashion*. Istilah yang sering menggambarkan untuk budaya atau kelompok minoritas tersebut adalah subkultur.

Subkultur sendiri merupakan bagian dari kultur atau kebudayaan, perilaku dan keyakinan yang mereka anut biasanya berlainan dengan wilayah kultur dominan di mana mereka terdapat di dalam kultur dominan tersebut. Pada awalnya, subkultur merupakan budaya perlawanan oleh sekelompok orang

yang terhadap sistem kebiasaan yang diotoriterkan. “Subkultur adalah gejala budaya dalam masyarakat industri maju yang umumnya terbentuk berdasarkan usia dan kelas. Secara tidak langsung sebuah subkultur melontarkan perlawanan terhadap hegemoni di dalam suatu masyarakat”. (Hebdige, 1999 : 37).

Ada beberapa macam bentuk subkultur yang ada di Indonesia, diantaranya adalah subkultur Punk, Hippies, Rock, anak motor yang terkumpul dalam sebuah kelompok atau yang biasa dikenal dengan sebutan Gank Motor, dan masih banyak lagi. Kesemua subkultur tersebut memiliki keyakinan yang berbeda baik dari segi *fashion* maupun dari segi kegiatan maupun perilaku mereka. *Fashion* juga dapat diartikan sebagai sesuatu yang dikonsumsi atau dikenakan oleh masyarakat-masyarakat yang dikategorikan sebagai masyarakat kelas menengah ke atas. Bahkan menurut Barnard *fashion* atau pakaian adalah sesuatu yang diproduksi maupun dikonsumsi oleh masyarakat kapitalis. “Butir-butir *fashion* dan pakaian komoditas yang difetishkan, yang diproduksi dan dikonsumsi di masyarakat kapitalis”. (Barnard, 2007 : 12).

Sedangkan subkultur sendiri sering diartikan sebagai sebuah perlawanan terhadap hegemoni di dalam suatu masyarakat dengan menciptakan gaya sendiri. Hal tersebut dalam *fashion*, terkadang subkultur melakukan perlawanan terhadap *fashion* itu sendiri, namun terkadang subkultur tidak menentang terhadap hegemoni, mereka hanya ingin berbeda dan hanya ingin menunjukkan identitas atau keberadaan mereka. “Maksud di balik gaya semua subkultur tontonan adalah mengkomunikasikan perbedaan (sambil mengkomunikasikan identitas kelompok)”. (Hebdige, 1999 : 204).

Pada penelitian ini yang dijadikan objek penelitian adalah *fashion-fashion* yang digunakan oleh subkultur gank motor. Hal tersebut direpresentasikan dalam film subkultur gank motor yang berjudul “The Tarix Jabrix”. Film ini merepresentasikan sebuah pembentukan identitas dari sebuah gank motor melalui penciptaan gaya atau *fashion* yang mereka kenakan. Film ini sendiri adalah Film yang bergenre komedi romantis dengan durasi 95 menit ini diproduksi oleh Starvision Plus yang bekerja sama dengan “Dapur Film Community”. Film ini diperankan oleh para personil band Changcuters dan Carrisa Putri sebagai pemeran utamanya, serta pemain pendukung seperti Francine Roosenda, Chandil (Serieus), Edi Brokoli, Iga Mawarni, Ario Bayu, Sam Bimbo dan masih banyak lagi.

Film *The Tarix Jabrix* ini bercerita tentang sekelompok anak muda yang ingin terlihat eksis di luar sekolah layaknya anak muda pada umumnya, yaitu mereka tidak hanya nongkrong-nongkrong di sekolah saja, akan tetapi mereka dapat terlihat gaya dan diperhatikan oleh orang banyak. Dan untuk mewujudkan itu semua mereka pun mendirikan sebuah gank motor dengan identitas mereka sebagai sebuah subkultur gank motor anak muda dengan gaya atau *fashion* mereka sendiri. Di mana *fashion* tersebut yang identik dengan anak muda.

Film *The Tarix Jabrix ini* tergolong sukses dikarenakan pada saat film ini diputar di bioskop-bioskop Indonesia, film ini mendapat respon yang cukup baik oleh masyarakat. Hal tersebut tampak pada antusiasme masyarakat untuk menonton film ini. Menurut hasil wawancara yang dilakukan oleh seorang kontributor kabarindo yang bernama Yan Q dengan produser film *The Tarix*

*Jabrix* yaitu Chand Parwez bahwa jumlah penonton film *The Tarix Jabrix* tergolong cukup banyak yaitu selama 2 bulan penayangan film tersebut sudah meraup lebih dari 900 ribu penonton, dan film tersebut masih beredar di pasaran (<http://www.kabarindo.com/newsdetail.php?id=243>, di akses pada 10 Januari 2009).

Selain itu, film ini juga menampilkan dua gank motor yaitu gank motor *Tarix Jabrix* dan gank motor *Smokers*. Keduanya memiliki selera atau gaya yang berbeda dalam memandang atau mengikuti *fashion*. Di mana perbedaan tersebut dalam dilihat dari pakaian, alat transportasi dan kegiatan lainnya yang membedakan di antara keduanya. Hal tersebut juga berbeda dengan film-film gank motor yang bertemakan gank motor. Seperti halnya film *Liar* garapan sutradara Rudi Sudjarwo dan film Hollywood *Ghost Rider*. Kedua film ini sangat berbeda dengan film *The Tarix Jabrix* terutama gank motor *Tarix Jabrix* dalam memandang *fashion*. Di mana *fashion* yang terdapat dalam film ini merupakan *fashion* yang menunjukkan akan sebuah subkultur anak muda dengan penciptaan gaya ataupun simbol-simbol lainnya.

Berdasarkan dari uraian di atas, peneliti tertarik untuk meneliti film *The Tarix Jabrix*. Peneliti mempunyai asumsi bahwa film ini merupakan representasi realitas sosial akan sebuah identitas subkultur anak muda. Di mana identitas yang terbentuk tersebut terlihat atau melalui *fashion-fashion* yang digunakan.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan dari latar belakang masalah di atas maka dapat disimpulkan bahwa rumusan masalahnya adalah Bagaimana Identitas *Fashion* Gank Motor Sebagai Sebuah Subkultur Anak Muda direpresentasikan dalam Film “*The Tarix Jabrix*”?

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Untuk Mengetahui Bagaimana Identitas *Fashion* Gank Motor Sebagai Sebuah Subkultur Anak Muda direpresentasikan dalam Film “*The Tarix Jabrix*”.

## **D. MANFAAT PENELITIAN**

### 1. Manfaat Akademis.

- a. Sebagai perwujudan atau penerapan teori-teori yang selama ini diperoleh peneliti saat mengikuti bangku kuliah, khususnya tentang teori semiotik atau semiologi.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan gambaran serta tambahan dalam penelitian-penelitian perfilman lainnya dimasa yang akan datang.

### 2. Manfaat Praktis.

Memperluas wawasan mengenai konsep sebuah *fashion* yang menunjukkan identitas dari subkultur gank motor yang direpresentasikan dalam film “*The Tarix Jabrix*” .

## E. KERANGKA TEORI

### 1. Komunikasi Sebagai Produksi dan Pertukaran Makna

Komunikasi merupakan salah satu komponen yang penting bagi seseorang dalam menyampaikan sebuah pesan. Dalam kehidupan sehari-harinya setiap orang tidak akan lepas dari komunikasi, hal tersebut dikarenakan setiap orang mempunyai kebutuhan informasi dan melalui komunikasi orang dapat saling bertukar informasi, pendapat, gagasan, ataupun opini mereka mengenai suatu objek tertentu ataupun penilaian terhadap perilaku seseorang. Pada hakekatnya proses komunikasi adalah sebuah proses dalam penyampaian pikiran atau perasaan seseorang yang disampaikan oleh orang lain.

“Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *Communication* sendiri berasal dari kata Latin yaitu *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna”. (Effendy, 1997 : 9). Komunikasi itu sendiri melibatkan banyak unsur ataupun komponen yang ada. Unsur-unsur tersebut berupa *source* (sumber), *message* (pesan), *channel* (media), *receiver* (penerima). Masing-masing unsur atau komponen memiliki fungsi dan tugas yang berbeda-beda.

Adapun yang menjadi tujuan berkomunikasi salah satunya adalah menyampaikan sebuah pesan. Pesan tersebut disampaikan seseorang (sumber) kepada orang lain dengan melalui interaksi. Di mana sumber memberikan pesan kepada media atau menggunakan teknologi untuk disampaikan kepada penerima dengan maksud dan tujuan yang diinginkan, seperti yang di utarakan Teri KwaL Gambel yaitu “*Communication Is Being Transformed by Media and Technology*”

: komunikasi itu selalu ditransformasikan melalui media dan teknologi (Gamble, 2005 : 15).

Komunikasi menurut John Fiske adalah komunikasi sebagai proses transmisi sebuah pesan (*transmission of messages*) dan sebagai produksi dan pertukaran makna (*production and exchange of meanings*). Pada komunikasi sebagai proses transmisi sebuah pesan (*transmission of messages*) perhatiannya berpusat bagaimana pengirim dan penerima, *enkoding* dan *dekoding* dengan bagaimana seseorang mentransmisikan sebuah pesan menggunakan saluran dan media-media komunikasi yang ada. Di sini komunikasi juga dapat dilihat sebagai sebuah proses yang mempunyai efek dalam mempengaruhi sikap dan pikiran seseorang dengan orang lain melalui pesan yang disampaikan.

Pesan (*message*) sendiri memiliki dua aspek yaitu isi pesan itu sendiri (*Content of message*) dan lambang pesan (*symbol*) untuk mengekspresikannya. Isi pesan secara umum dipandang sebagai sebuah pemikiran yang ada dalam benak seseorang untuk diutarakan kepada orang lain. Sebuah kata-kata yang ada di dalam suatu pesan mengandung dua pengertian, yakni denotatif dan konotatif.

“Kata-kata mengandung dua jenis pengertian, yakni pengertian denotatif dan pengertian konotatif. Sebuah perkataan dalam pengertian denotatif adalah yang mengandung arti sebagaimana tercantum dalam kamus (*dictionary meaning*) dan diterima oleh kebanyakan orang dengan bahasa dan kebudayaan yang sama. Perkataan dengan pengertian konotatif adalah yang mengandung pengertian emosional atau mengandung penilaian tertentu (*emotional or evaluate meaning*)”. (Effendy, 1997 : 12).

Kemudian komunikasi dilihat sebagai sebuah aktifitas produksi dan pertukaran makna (*production and exchange of meanings*). Dalam hal ini “perhatian komunikasi bertumpu pada bagaimana pesan, atau teks, interaksi



dengan seseorang dalam memproduksi atau menghasilkan makna-makna”. (Fiske, 1990 : 2). Dalam hal ini komunikasi yang tercipta akan berpusat pada peran dari teks itu sendiri dalam budaya kita. Teks yang muncul dalam sebuah komunikasi akan sangat berpengaruh pada makna yang nantinya ditafsirkan.

Hal tersebut tergantung pada Teks-teks yang berinteraksi dengan orang-orang yang berada di dalam ruang lingkup pembuatan makna tersebut. Pesan atau teks tersebut berbentuk tanda atau simbol-simbol. “Tanda atau simbol tersebut dapat berbentuk verbal (kata-kata), atau bentuk non verbal (non kata-kata)”. (Mulyana, 2005 : 3). Oleh karenanya, suatu proses komunikasi tentunya tidak akan lepas dari pembahasan mengenai tanda dan makna, karena pada dasarnya dasar dari studi komunikasi dan inti dari komunikasi adalah makna.

Makna merupakan isi dari sebuah pesan yang disampaikan melalui tanda-tanda yang ditampilkan atau ditunjukkan. Sebuah pesan yang sifatnya sama akan memunculkan suatu makna yang berbeda. Hal tersebut bisa saja dikarenakan karena konteks budaya yang berbeda-beda atau kegagalan sering terjadi dalam suatu komunikasi apabila penerima salah dalam menangkap makna yang terdapat di dalam suatu pesan komunikasi. Pada komunikasi sebagai sebuah aktifitas produksi dan pertukaran makna tidak menanggapi bahwa kesalahpahaman menjadi bukti yang penting dalam sebuah kegagalan yang terjadi di dalam komunikasi. Kesalahpahaman ini dapat dihasilkan melalui budaya-budaya yang berbeda dari pengirim dan penerima pesan.

## 2. Konstruksi Realitas Sosial dalam Film

Film merupakan salah satu bentuk media massa yang dapat menggambarkan atau menceritakan sebuah realitas sosial yang ada di masyarakat. Seperti halnya bentuk media massa lainnya yaitu radio dan surat kabar yang menceritakan realitas sosial melalui berita-berita, film juga menceritakan melalui adegan-adegan yang diperankan oleh pemainnya. Film juga merupakan salah satu bentuk dari komunikasi massa karena pesan yang ingin disampaikan untuk kepentingan umum (*public*). Oleh Turner, film dimaknai sebagai praktek sosial, serta Jowet dan Linton memaknainya sebagai komunikasi massa.

Oey Hong Lee, menyebutkan : “film sebagai alat komunikasi massa yang kedua muncul di dunia, mempunyai masa pertumbuhannya pada akhir abad ke - 19, dengan perkataan lain pada unsur - unsur yang merintangi perkembangan surat kabar sudah dibikin lenyap. Ini berarti bahwa dari permulaan sejarahnya film lebih mudah dapat menjadi alat komunikasi yang sejati, karena ia tidak mengalami unsur – unsur teknik, politik, ekonomi, sosial, dan demografi yang merintangi kemajuan surat kabar pada masa pertumbuhannya dalam abad ke – 19. film kata Oey Hong Lee, mencapai puncaknya di antara Perang Dunia I dan Perang Dunia II, namun kemudian merosok tajam setelah tahun 1945, seiring munculnya medium televisi” (Sobur, 2006 : 126).

Film tidak hanya dapat menunjukkan sebuah realitas sosial, akan tetapi film juga dapat sebagai sebuah bentuk dari media massa yang mengkonstruksikan realitas sosial. Hal tersebut dikarenakan bahwa film dapat menciptakan sebuah *image* yang diinginkan oleh para pembuat film, selain itu media ini juga dapat merubah *image* dan *stereotype* yang selama ini terbentuk dalam benak masyarakat.

Sedangkan isi media pada hakekatnya adalah hasil konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Sedangkan bahasa bukan saja sebagai alat untuk merepresentasikan realitas sosial, namun juga bisa menentukan relief seperti apa yang akan diciptakan oleh bahasa tentang realitas tersebut. Dalam

hal ini maka media massa mempunyai peluang yang sangat besar untuk mempengaruhi makna dan gambaran yang dihasilkan dari realitas yang dikonstruksikannya (Sobur, 2006 : 88).

Dalam sebuah konstruksi realitas, bahasa merupakan unsur utama. Bahasa merupakan *instrument* pokok untuk menceritakan sebuah realitas. Bahasa adalah alat konseptualisasi dan alat narasi. Istilah konstruksi realitas sosial sendiri menjadi terkenal semenjak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann (1966) yang memulai penjelasan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman “kenyataan” dan “pengetahuan”.

Berger dan Luckmann mengartikan “kenyataan” didefinisikan sebagai suatu kualitas yang terdapat dalam fenomena-fenomena yang kita akui sebagai memiliki keberadaan (*being*) yang tidak bergantung kepada kehendak kita sendiri (“meniadakannya dengan angan-angan”), Sedangkan “pengetahuan” didefinisikan sebagai kepastian bahwa fenomena-fenomena itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik secara spesifik (Berger, 1990 : 1).

Konsep dari konstruksi realitas sosial adalah suatu kajian sosiologi pengetahuan sehingga sebuah kajian sosiologi pengetahuan tersebut menekuni sebuah pembentukan kenyataan oleh masyarakat (*social construction of reality*). Pembentukan-pembentukan kenyataan tersebut terlihat dari kehidupan sehari-hari yang dilakukan oleh manusia, karena kehidupan sehari-hari menampilkan diri sebagai kenyataan dari manusia yang mempunyai makna subyektif bagi mereka sebagai suatu dunia yang koheren. Kehidupan sehari-hari yang mereka jalani merupakan suatu tindakan atau perilaku yang mereka lakukan dan bersifat nyata. Sehingga dari tindakan mereka tersebut terbentuklah sebuah kenyataan yang ada di dalam sebuah masyarakat baik secara individual, maupun kelompok.

Adapun yang menjadi dasar – dasar pengetahuan dalam kehidupan sehari-hari, yakni : obyektivasi (pengobyektifan) dari proses-proses (dan makna-makna) subyektif dengan mana dunia akal - sehat intersubyektif itu dibentuk. Sebuah kenyataan hidup sehari – hari, tampaknya sudah diobyektifikasi. Artinya, dasar-dasar pengetahuan yang sudah dibentuk oleh suatu tatanan obyek – obyek dan hal tersebut sejak dahulu sudah diberi nama sebagai obyek – obyek yang menjadi suatu kenyataan. Adapun kenyataan dalam kehidupan sehari – hari yang seperti itu dapat diterima begitu saja sebagai sebuah kenyataan (Berger, 1990 : 29 & 32).

Dalam hal ini yang menjadi fokus di dalam penelitian ini adalah obyektifikasi dari proses-proses (makna). Pada obyektif sebuah kenyataan kehidupan sehari – hari salah satu yang menjadi penting adalah proses signifikasi yang merupakan pembuatan tanda-tanda oleh manusia. Setiap tema dalam proses penandaan (*significative*) yang dengan demikian menjembatani wilayah – wilayah kenyataan, dapat didefinisikan sebagai sebuah simbol dan modus linguistik dengan apa yang ingin dicapai. Hal tersebut dapat dinamakan sebagai sebuah bahasa simbolik.

“Bahasa tidak hanya mampu untuk membangun simbol – simbol yang sangat diabstraksikan dari pengalaman sehari – hari, melainkan juga untuk ‘mengembalikan’ simbol – simbol itu dan menghadirkannya sebagai unsur yang obyektif nyata dalam kehidupan sehari – hari”. (Berger, 1990 : 57). Maka dari itu, simbol dan bahasa simbolis yang terdapat di dalam sebuah komunikasi menjadi unsur yang essensial dari sebuah kenyataan hidup sehari- hari dan pemahaman terhadap suatu kenyataan.

Bahasa pada akhirnya menjadi sebuah sistem tanda yang kaitannya dengan komunikasi. Sebagai sebuah sistem tanda, bahasa memiliki sifat yang obyektif.

Pada setiap tanda ataupun bahasa mengandung makna yang terdapat di dalamnya. “Bahasa dapat mengacu kepada pengalaman-pengalaman yang menyangkut wilayah-wilayah makna yang berhingga, dan bahasa juga dapat menjangkau wilayah-wilayah kenyataan yang berlainan”. (Berger, 1990 : 56).

Makna yang terkandung dari sebuah konstruksi realitas sosial ditunjukkan ke dalam film dengan cara merepresentasikan realitas sosial tersebut. Karena film sendiri sebagai wadah untuk menginformasikan suatu pesan dengan cara merepresentasikan ke dalamnya, baik itu sebuah realitas sosial ataupun bukan. Sedangkan istilah representasi sendiri dapat didefinisikan sebagai yang menggambarkan atau melukiskan tentang sesuatu, representasi juga merupakan sebagai suatu sarana untuk menyebarluaskan suatu ideologi.

Konstruksi realitas sosial dapat ditunjukkan salah satunya adalah dalam sebuah media massa yaitu film. Hal tersebut menjadi salah satu pilihan mengingat bahwa film adalah media yang paling tepat untuk menyampaikannya karena melalui film akan membentuk opini – opini di dalam benak penontonnya. Dalam film ini, para pembuat film ingin menunjukkan ataupun memperlihatkan tentang realitas sosial yang ada di kalangan masyarakat akan keberadaan dari salah satu bentuk subkultur yaitu gank motor dengan *fashion* yang mereka kenakan.

### 3. Film Sebagai Media Representasi

Film sebagai wadah untuk menginformasikan suatu pesan dengan cara merepresentasikan ke dalamnya. Istilah representasi adalah menggambarkan atau melukiskan tentang sesuatu, representasi juga merupakan sebagai suatu sarana untuk menyebarluaskan suatu ideologi. Sedangkan Hall juga memaparkan bahwa representasi dalam hal ini dapat didefinisikan sebagai “produksi makna dari konsep-konsep yang terdapat dalam pikiran kita melalui bahasa”. Jadi, representasi “menghubungkan antara konsep-konsep dan bahasa yang memungkinkan kita untuk merujuk dunia objek-objek, orang-orang dan kejadian-kejadian fiksional yang bersifat imajiner” (Hall, 1997:17).

Stuart Hall menguraikan tiga pandangan kritis terhadap representasi yang dilihat dari posisi *viewer* maupun *Creator*. Terutama dalam hal mengkritisi makna konotasi yang ada di balik sebuah representasi, yaitu:

- a. *Reflective*, yakni pandangan tentang, makna tentang : disini representasi berfungsi sebagai cara untuk memandang budaya dan realitas sosial.
- b. *Intentional*, adalah sudut pandang dari creator yakni makna yang diharapkan dan dikandung dalam representasi.
- c. *Constructionist*, yakni pandangan pembaca/reader melalui teks yang dibuat. Yang dilihat dari penggunaan bahasa atau kode-kode lisan dan visual, kode teknis, kode pakaian dan sebagainya, yang oleh film dihadirkan kepada khalayak secara audio visual.

Film juga sebagai tempat atau wadah dalam merepresentasikan sebuah realitas yang ada di dalam masyarakat. Hal tersebut terlihat dimana film *Tarix Jabrix* ini menampilkan keberadaan gank motor dengan *fashionnya* yang juga menjadi sebuah realitas sosial yang ada di kalangan masyarakat. Sebuah film akan menggambarkan pesan yang akan disampaikan kepada para penontonnya. Seperti

halnya pada film *Tarix Jabrix* ini, pada film ini gank motor digambarkan dengan menampilkan gaya hidup mereka dalam membentuk sebuah identitas melalui simbol-simbol subkultur, diantaranya adalah tanda bahasa.

“Tanda bahasa adalah representasi yang sifatnya sederhana dari suatu objek atau kondisi, tanda bahasa mempunyai relasi yang jelas dengan objek yang dilambangkannya”. (Junaedi, 2005 : 16). Tanda – tanda tersebut dalam hal ini adalah berupa teks yang dapat membentuk citra atau *image*, lebelisasi terhadap golongan sosial tertentu, membentuk sebuah identitas yang pada akhirnya akan membawa sebuah perbedaan antara golongan – golongan.

Ada beberapa unsur penting dalam sebuah representasi, yakni : pertama adalah *stereotype* yaitu pelabelan terhadap sesuatu yang sering digambarkan secara negatif. Kedua adalah *identity*, yaitu pemahaman kita terhadap kelompok yang direpresentasikan. Ketiga, adalah pembedaan (*difference*), yaitu mengenai pembedaan antar kelompok sosial, dimana satu kelompok diposisikan dengan kelompok yang lain. Keempat adalah naturalisasi (*naturalization*), yaitu strategi representasi yang dirancang untuk mendesain menetapkan *difference*, dan menjaganya agar kelihatan alami selamanya. Kelima adalah ideologi (Junaedi, 2005 : 15).

Pada konsep representasi yang ditampilkan dalam film *The Tarix Jabrix* ini memperlihatkan teks, konteks ataupun simbol – simbol gaya hidup atau *fashion* yang digunakan dalam keseharian yang selama ini menjadi sebuah ideologi yang diyakininya. Ideologi adalah salah satu unsur penting dalam sebuah representasi film, karena dengan film maka secara tidak langsung menjadi wadah untuk menginformasikan kepada para penontonnya tentang ideologi yang terdapat di dalamnya.

Representasi adalah wadah dimana dapat menyebarluaskan sebuah ideologi yang dimiliki oleh budaya dominan maupun subkultur bahkan dapat juga

sebagai wadah untuk mengekspresikan ideologi sang pembuat filmnya. “Althusser mengatakan bahwa ideologi adalah suatu sistem dari suatu representasi dimana antara satu dengan yang lain saling memberi makna dan saling berkaitan”. (Burton, 2000 : 172). Ideologi dapat memberikan makna terhadap suatu kelompok yang dapat membedakannya dengan kelompok lain, sehingga ideologi merupakan bagian dari representasi itu sendiri. Selain itu representasi juga diartikan untuk membangun identitas sebuah kelompok sosial karena dengan identitas tersebut dapat memberikan makna tentang kelompok sosial tersebut.

Media mempunyai peranan penting dalam menyampaikan sebuah pesan yang direpresentasikan. Seperti halnya film, media ini dapat mempresentasikan isi dari film tersebut. Film dalam menciptakan sebuah *image* yang diinginkan oleh para pembuat film. Media juga dapat merubah *image* dan *stereotype* yang selama ini terbentuk dalam diri masyarakat.

#### **4. Subkultur dan Fashion**

Subkultur adalah bagian dari kultur atau kebudayaan, biasanya istilah Subkultur ini digunakan dalam ilmu sosiologi, antropologi, dan studi kebudayaan untuk mendefinisikan sebagai sekumpulan orang yang mempunyai sebuah perilaku dan keyakinan yang berlainan dengan wilayah kultur dominan dimana mereka termasuk di dalam dominan tersebut. Selain itu subkultur dapat ditafsirkan sebagai “organisme independen yang berfungsi di luar konteks sosial, politik dan ekonomi yang lebih besar”. (Hebdige, 1999 : 148).



Subkultur identik dengan anak muda, karena anak muda selalu merepresentasikan gaya mereka. Subkultur anak muda saat ini semakin berkembang, hal ini disebabkan oleh bertambahnya media massa yang memberi sebuah pengaruh, perubahan susunan keluarga. “Menurut Cohen fungsi ‘laten’ dari subkultur adalah untuk ‘mengekspresikan’ dan menanggapi, kendati secara magis, kontradiksi yang tetap tersembunyi atau tidak terselesaikan di dalam kultur orang tua”. (Cohen dalam Hebdige, 1999 : 150).

Pada penelitian ini, subkultur yang ditampilkan dalam film *The Tarix Jabrix* adalah gank motor. Gank motor tersebut dibentuk dan beranggotakan anak muda dengan *fashion* yang menjadi khasnya subkultur anak muda.

“Pada tahun 1950-an Albert Cohen menekankan jika gank anak muda adalah remaja dari kelas pekerja yang tidak memiliki prestasi di sekolah yang kemudian bergabung dengan pada waktu- waktu senggang mereka tujuannya adalah untuk mengembangkan harga diri. Biasanya di dalam suatu kelompok gank, nilai-nilai dasar dunia yang normal, seperti halnya mawas (*sobriety*), ambisi, konformitas, dan masih banyak lagi akan digantikan dengan lawannya, yaitu: sifat yang hedonisme, melawan otoritas dan mengejar sesuatu yang dianggapnya sebuah sensasi (*kicks*)”. (Cohen dalam Hebdige, 1999 : 148 - 149).

Setiap subkultur mendefinisikan mereka dengan simbol- simbol tertentu atau *fashion* yang berbeda. Studi subkultur biasanya lebih menekankan pada *fashion* mereka seperti halnya cara berpakaian, perilaku dan gaya bahasa yang ditunjukkan dan pemakaian simbol yang mencirikan diri mereka. *Fashion* sendiri sering dinggap sebagai sesuatu yang diproduksi dan dikonsumsi oleh masyarakat kapitalis, namun dalam gaya atau *fashion* dalam subkultur sarat dengan sebuah perlawanan terhadap gaya yang selama ini telah ada karena mereka menganggap bahwa gaya yang selama ini ada sangat otoriter dan kaku. Namun terkadang

subkultur tidak melawan akan hegemoni tersebut, mereka hanya ingin tampil beda atau hanya untuk menunjukkan identitas atau keberadaan mereka. “Maksud di balik gaya semua subkultur tontonan adalah mengkomunikasikan perbedaan (sambil mengkomunikasikan identitas kelompok)”. (Hebdige, 1999 : 204).

Fashion sendiri dapat diartikan “*Fashion* mengacu pada kegiatan, *fashion* merupakan sesuatu yang dilakukan seseorang, tak seperti dewasa ini, yang memaknai *fashion* sebagai sesuatu yang dikenakan seseorang”. (Barnard, 2007 : 1). Fashion juga dapat sebagai sebuah alat untuk mengkomunikasikan budaya atau ideologi yang subkultur anut atau yakini. Selain itu, fashion juga dapat mengkonstruksikan identitas yang dimiliki oleh kelompok subkultur melalui sarana komunikasi. Seperti yang dikemukakan oleh Douglas dalam *The World of Goods* :

“Pertama, bahwa *fashion* dan pakaian bisa saja dipergunakan untuk memahami dunia serta benda-benda dan manusia yang ada di dalamnya, sehingga fashion dan pakaian merupakan fenomena komunikatif. Kedua, dia menyatakan bahwa sistem makna yang terstruktur, yakni suatu budaya, memungkinkan individu untuk mengkonstruksi suatu identitas melalui sarana komunikasi”. (Barnard, 2007 : 44).

*Fashion* merupakan sebuah penandaan, di mana didalam *fashion* tersebut terdapat sebuah pembangkitan makna. Sehingga saat ini dalam *fashion* dapat menyusun sebuah budaya, begitu halnya dengan subkultur gank motor. Di mana budaya tersebut dianggap sebagai “sistem penandaan yang melalui sistem tersebut.... tatanan sosial dikomunikasikan, direproduksi, dialami dan dieksplorasi”. (William dalam Barker, 2007 : 53).

*Fashion* tidak hanya sebagai cara bagi kelompok-kelompok sosial dibentuk untuk menjadi sebuah kelompok sosial seperti subkultur gank motor,

akan tetapi *fashion* juga digunakan sebagai kelompok sosial tersebut untuk mengkomunikasikan identitas mereka kepada semua orang. Hal tersebut juga didasari oleh ideologi-ideologi yang dianut oleh masing-masing kelompok sosial. Pada dasarnya "*fashion* dan pakaian digunakan sebagai senjata dan pertahanan yang dengan cara itu diekspresikan ideologi-ideologi yang dianut kelompok-kelompok sosial yang bisa jadi menentang ideologi-ideologi kelompok-kelompok lain dalam tatanan sosial". (Barnard, 2007 : 58).

## **5. Identitas Subkultur Gank Motor**

"Identitas adalah suatu esensi yang dapat dimaknai melalui tanda selera, kepercayaan, sikap dan gaya hidup". (Barker, 2005 : 170). Segala hal yang mengenai selera, kepercayaan, sikap dan gaya hidup akan membentuk sebuah identitas. Identitas dibentuk dari individu masing-masing, karena setiap individu memiliki suatu selera atau gaya hidup yang berbeda-beda.

Identitas merupakan salah satu yang menjadikan sebuah ciri khas seseorang. Identitas tidak dapat datang atau tercipta dengan sendirinya, melainkan identitas diciptakan atau dibentuk dari seseorang. Setiap individu mampu menciptakan identitas, sehingga mereka memiliki identitas yang berbeda. Walaupun terkadang dari individu tersebut memiliki identitas yang sama.

Menurut Giddens identitas diri adalah apa yang kita pikirkan tentang diri kita sebagai pribadi. Tentu, dia juga berpendapat bahwa identitas bukanlah kumpulan sifat-sifat yang kita miliki; ini bukanlah sesuatu yang kita miliki, ataupun entitas atau benda yang bisa kita tunjuk. Yang dia maksud adalah bahwa identitas merupakan sesuatu yang kita ciptakan, sesuatu yang selalu dalam proses, suatu gerak maju sesuatu yang datang kemudian (Barker, 2005 : 171).

Identitas yang telah diciptakan tersebut merupakan salah satu usaha mereka dalam menunjukkan kepada orang lain akan keberadaan mereka dalam sebuah lingkungan yang menjadi tempat tinggal mereka. Identitas yang telah diciptakan tersebut kemudian diekspresikan melalui berbagai bentuk representasi. Adapun tujuan dari ekspresi tersebut adalah tidak lain untuk menunjukkan kepada orang lain sehingga mereka dapat dikenal oleh orang banyak. Dengan kata lain bahwa identitas merupakan cara seseorang untuk menunjukkan tentang diri mereka.

Identitas tidaklah hanya pada diri sendiri, namun identitas juga dapat terbentuk dari suatu kelompok sosial karena pada hakikatnya setiap individu menjalani kehidupannya dalam konteks sosial dengan orang lain. Hal itu yang menyebabkan munculnya kelompok-kelompok sosial yang menciptakan identitas mereka.

Identitas sosial... diasosiasikan dengan hak-hak normatif, kewajiban, sanksi, yang ada keloktivitas tertentu, membentuk peran. Pemakaian tanda-tanda yang terstandarisasi, khususnya yang terkait dengan atribut badaniah umur dan gender, merupakan hal yang fundamental di semua masyarakat, sekalipun ada begitu banyak variasi lintas budaya yang dapat dicatat (Giddens dalam Barker, 2005 : 173).

Identitas sosial dapat dilihat dari selera, kepercayaan maupun gaya hidup sebuah kelompok yang kemudian terciptalah sebuah identitas yang mencirikan kelompok tersebut. Identitas sosial tentunya tidak tercipta dengan sendirinya, melainkan tercipta dari kesepakatan kelompok tersebut. Seperti halnya dengan identitas diri, pada identitas kelompok juga menunjukkan tentang diri mereka dengan tujuan agar dapat dikenal oleh orang lain. Identitas dapat ditunjukkan dalam berbagai cara, misalnya ditunjukkan dalam gaya hidup mereka yang

meliputi dari cara berpakaian, bahasa, tingkah laku, atribut yang mereka gunakan maupun tempat mereka berkumpul. Melalui cara-cara tersebut maka akan menunjukkan sebuah simbol yang mereka anut. Dan dapat juga memberikan identitas kepada komunitas mereka.

Setiap komunitas atau kelompok (Subkultur) memiliki cara yang berbeda-beda dalam menunjukkan sebuah identitas mereka. Begitu halnya dengan subkultur gank motor, pada komunitas ini juga menunjukkan identitas mereka melalui cara *fashion*, bahasa, perilaku mereka, serta simbol-simbol yang menyertai mereka untuk memberikan identitas mereka sebagai sebuah subkultur gank motor anak muda.

Pada film *The Tarix Jabrix* ini merepresentasikan sebuah subkultur gank motor dengan identitas yang menyertai mereka sebagai anak motor. Seperti halnya dengan kelompok atau komunitas lainnya, subkultur dalam film ini juga menunjukkan identitas yang digunakan oleh anggota gank motor untuk memperlihatkan kepada khalayak tentang keberadaan mereka sebagai subkultur. Subkultur yang diidentikkan dengan sebuah perlawanan dan berbeda dengan budaya dominan, maka dalam film tersebut juga merepresentasikan identitas mereka sebagai kultur yang identik dengan hal tersebut.

Identitas yang dibentuk oleh gank motor tarix jabrix ini merupakan sebuah perwakilan dari *fashion-fashion* yang digunakan oleh subkultur anak muda yang ada di Indonesia. Tentunya identitas yang ada dalam hal ini merupakan bentuk dari konsep-konsep mengenai identitas. Konsep-konsep tersebut terbagi menjadi

tiga yang oleh Hall disebut sebagai subjek. Stuart Hall (1992b) mengidentifikasi tiga cara yang berbeda dalam mengkonseptualisasikan identitas, yang disebutnya :

1. Subjek Pencerahan  
Didasarkan atas suatu konsep tentang pribadi manusia sebagai individu yang sepenuhnya terpusat dan menyatu, yang didukung oleh kapasitas nalar, kesadaran, dan tindakan, yang 'pusatnya' terdiri dari inti-dalam... pusat esensial dari diri adalah identitas pribadi.
2. Subjek Sosiologis  
Inti dari subjek tidak bersifat otonom maupun berdiri sendiri, melainkan dibentuk dalam kaitannya dengan significant others, yang memperantai subjek kepada nilai, makna dan simbol-kebudayaan-dari dunia tempat ia hidup
3. Subjek Pascamodern  
Subjek memiliki identitas yang berlainan pada kurun waktu yang berbeda, identitas yang tidak terpusat di sekitar diri yang koheren. Yang ada di dalam diri kita adalah identitas yang kontradiktif, mengarah pada titik yang berbeda, sehingga identifikasi kita terus-menerus berubah. Jika kita merasa bahwa kita memiliki suatu identitas terpadu sejak lahir sampai mati, itu semua hanya karena kita membangun suatu kisah yang melenakan atau kisah diri tentang kita sendiri (Hall dalam Barker, 2005 : 172-174).

Pada intinya, identitas adalah soal kesamaan dan perbedaan, tentang aspek personal dan sosial, 'tentang kesamaan anda dengan sejumlah orang dan apa yang membedakan anda dari orang lain (Weeks dalam Barker, 2005 : 172). Identitas juga dapat dipahami bukan sebagai entitas tetap melainkan sebagai deskripsi mengenai diri atau kelompok yang diisikan secara emosional.

## **6. Semiotik**

Semiotik merupakan kajian ilmu yang fokus pada studi "tanda" yang dihadirkan di dalam suatu teks. Teks tersebut terdapat makna yang terkandung di dalamnya dan yang menciptakan makna tersebut tidak lepas dari bantuan para pembacanya. Teks dapat diartikan sebagai kumpulan-kumpulan tanda. Semiotik

dapat juga diartikan sebagai ilmu yang mengkaji tentang tanda sebagai bagian dari kehidupan sosial.

Menurut John Fiske, semiotik memiliki tiga bidang studi utama, yaitu:

- a. Tanda itu sendiri. Hal ini terdiri atas studi tentang berbagai tanda yang berbeda, cara tanda – tanda yang berbeda itu dalam menyampaikan makna, dan cara tanda – tanda itu terkait dengan manusia yang menggunakannya. Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami dalam artian manusia yang menggunakannya.
- b. Kode atau sistem yang mengorganisasikan tanda. Studi ini mencakup cara berbagai kode dikembangkan guna memenuhi kebutuhan suatu masyarakat atau budaya atau untuk mengeksploitasi saluran komunikasi yang tersedia untuk menstransmisikannya.
- c. Kebudayaan tempat kode dan tanda bekerja. Ini pada gilirannya bergantung pada penggunaan kode – kode dan tanda- tanda untuk keberadaan dan bentuknya sendiri. (Fiske, 2006 : 60).

Semiotik digunakan untuk mengkaji suatu teks media. Di mana teks merupakan kumpulan dari tanda- tanda yang dihasilkan oleh media. Tanda – tanda tersebut dapat berupa kata, imaji, suara, gerakan/isyarat. “Teks yang tersusun atas seperangkat tanda tersebut tidak pernah membawa makna tunggal”. (Sobur, 2006:95). Menurut Saussure, bahasa merupakan suatu sistem tanda (*sign*). Dimana setiap tanda bahasa (*sign*) menurut Saussure tidak lepas dari beberapa unsur. Pertama, penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Kedua, tanda bahasa terstruktur dalam *langue* dan *parole*.

Dalam pengertian umum, *langue* adalah abstraksi dan artikulasi bahasa pada tingkat sosial budaya, sedangkan *parole* merupakan ekspresi bahasa tingkat individu. Dapat juga diartikan bahwa *langue* adalah bahasa yang terdapat dalam sebuah percakapan. Sedangkan *parole* adalah waktu dimana dan kapan percakapan itu berlangsung. *Langue* mempunyai objek studi sistem atau tanda atau kode, maka *parole* adalah *living speech*, yaitu bahasa yang hidup atau bahasa sebagaimana terlihat pada penggunaannya. Kalau unit dasar *langue* adalah kata, maka unit dasar *parole* adalah kalimat (Sobur, 2006 : 113).

Selain itu, ada juga teori semiotik yang dikemukakan oleh Pierce. Di mana Pierce terkenal dengan teori tandanya. Pierce membagi tanda menjadi tiga tipe, yaitu ikon, indeks dan simbol. Ketiga tipe tersebut sangat bermanfaat dan fundamental mengenai sifat tanda. Pierce beranggapan bahwa setiap tanda ditentukan oleh objeknya :

Setiap tanda ditentukan oleh objeknya, pertama – tama, dengan mengambil bagian dalam karakter objek, tatkala saya menyebut tanda sebagai ikon; kedua, dengan menjadi nyata dan dalam eksistensi individualnya terkait dengan objek individual, tatkala saya menyebut tanda sebagai indeks; ketiga, dengan kurang lebih mendekati kepastian bahwa tanda itu akan ditafsirkan sebagai mendenotasikan objek sebagai konsekuensi dari kebiasaan... tatkala saya menyebut tanda sebagai simbol. (Zeman dalam Fiske, 2006 : 70).

Selain tokoh-tokoh yang diuraikan di atas, ada salah satu tokoh semiotik yang sangat terkenal di mana merupakan penerus dari teori yang telah dikemukakan oleh Saussure yaitu Roland Barthes. Pada teorinya mengenai semiotik Roland Barthes membuat sebuah model sistematis dalam menganalisis makna dari tanda – tanda. Barthes menjelaskan bahwa signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* dan *signified* di dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal, yang biasa disebut dengan denotasi. Sedangkan konotasi adalah signifikasi pada tahap kedua.

Roland Barthes mengembangkan dua sistem penandaan bertingkat yang di sebut denotasi dan konotasi. Dimana sistem denotasi merupakan sistem penandaan tingkat pertama, yang terdiri dari hubungan antara penanda dan petanda dengan realitas eksternal yang ada disekitarnya. Sedangkan konotasi merupakan sistem penandaan tingkat kedua dimana penanda/petanda pada denotasi menjadi penanda yang berkaitan dengan nilai-nilai budaya (Budiman, 2000 : 6) .

“Selain itu, denotasi dapat diartikan sebagai reproduksi mekanisme di atas film tentang objek yang ditangkap kamera. Konotasi adalah bagian manusiawi



dari proses ini, mencakup seleksi atas apa yang masuk bingkai (*frame*), fokus, sudut pandang kamera, mutu film dan seterusnya”. (Fiske, 2006 : 119) . Dalam kata lain denotasi adalah apa yang akan difoto atau objek apa yang akan masuk ke sebuah film, sedangkan konotasi adalah bagaimana cara pengambilan objek agar masuk ke dalam foto atau film.

Semiotik digunakan sebagai pendekatan untuk menganalisis teks media dengan asumsi bahwa media itu sendiri dikomunikasikan melalui seperangkat tanda. Teks media yang tersusun atas seperangkat tanda tersebut tidak pernah membawa makna tunggal melainkan membawa makna ganda. Pada kenyataannya, sebuah teks media selalu memiliki ideologi dominan yang dibentuk dari tanda-tanda tersebut. Maka dari itu, teks media terdapat kepentingan-kepentingan tertentu.

Semiotik dapat dijadikan salah satu cara dalam mengkaji film. Dasar kajian semiotik adalah mengenai tanda, sehingga tanda yang terdapat dalam film dapat dikaji melalui semiotik. Tanda – tanda yang muncul dalam film dapat berupa ikon atau simbol yang ditampilkan di dalamnya. “Secara substansial, semiotik adalah kajian yang *concern* dengan dunia simbol. Alasannya, seluruh isi media massa pada dasarnya adalah bahasa (verbal), sementara bahasa merupakan dunia simbolik”. (Hamad dalam Sobur, 2006 : 140).

## **F. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis semiotika. Menurut Bogdan dan Taylor (1975:5) “metodologi

kualitatif” adalah “sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut mereka, pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh)”. (Moleong, 2001:3). Penelitian ini juga menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan paradigma *interpretative* yaitu untuk memahami kehidupan sosial, tindakan aktor dan menemukan bagaimana seseorang membangun sebuah makna.

Semiotik digunakan sebagai pendekatan untuk menganalisis teks media dengan asumsi bahwa media itu sendiri dikomunikasikan melalui seperangkat tanda. “Metode semiotik tidak dipusatkan pada transmisi pesan, melainkan pada penurunan dan pertukaran makna”. (Junaedi, 2007 : 32). Model semiotik yang digunakan dalam penelitian ini adalah model semiotik milik Roland Barthes yaitu tidak hanya penanda dan petanda akan tetapi juga menganalisis makna denotatif dan konotatif yang terdapat di dalam film tersebut. Metode ini akan digunakan dalam mengamati segala bentuk tanda dan simbol - simbol yang diperlihatkan gank motor *Tarix Jabrix* dalam film *The tarix Jabrix*.

## **1. Objek Penelitian**

Adapun objek yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah *fashion* yang diperlihatkan gank motor tarix jabrix dalam Film “*The Tarix Jabrix*”. Karya sutradara Iqbal Rais dengan Multision plus selaku produser.

## **2. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh sebuah data, maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

### **a. Dokumentasi**

Teknik ini digunakan untuk mendapatkan data yang nantinya dapat mengetahui gaya hidup dari gank motor *Tarix Jabrix*. Adapun analisis film melalui kaset video.

### **b. Studi Pustaka**

Studi pustaka digunakan untuk mendukung peneliti dalam melakukan penelitian karena dengan *literature* penelitian dapat berjalan dengan baik. Studi pustaka sendiri merupakan elemen yang penting dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan studi pustaka yang diambil dari buku, makalah, internet, dokumentasi, serta sumber- sumber lain yang berhubungan dengan penelitian.

## **3. Teknik Analisis Data**

Untuk menganalisis film *The Tarix Jabrix* ini, maka analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan analisis semiotik milik Roland Barthes. Pada analisis semiotik ini lebih terkait kepada analisis simbol- simbol, pesan, serta makna. Dalam penelitian ini, proses analisis data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan mengumpulkan *literature* atau data, baik berupa pustaka ataupun film yang kemudian dianalisis sesuai dengan teori yang sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian.

Menurut Barthes semiotik adalah mengenai bentuk (form). Analisis semiotik yang dikemukakan oleh Roland Barthes tidak hanya terpaku pada penanda dan petanda, akan tetapi menganalisis makna dengan denotatif dan konotatif.

Adapun peta tanda yang dikemukakan oleh Roland Barthes adalah sebagai berikut:

**Table 1.1**

1. <i>Signifier</i> (Penanda)	2. <i>Signified</i> (Petanda)
3. <i>Denotative sign</i> (tanda denotatif)	
4. CONNOTATIVE SIGNIFIER (PENANDA KONOTATIF)	5. CONNOTATIVE SIGNIFIED (PETANDA KONOTATIF)
6. CONNOTATIVE SIGN (TANDA KONOTATIF)	

Gambar 3.1 Peta Tanda Roland Barthes.

Sumber : Paul Cobley & Litza Jansz. 1999. *Introducing Semiotics*. NY: Totem Books, hlm. 51.

Dari peta Barthes di atas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Dengan kata lain, hal tersebut merupakan unsur material : hanya jika anda mengenal tanda “singa”, barulah konotasi seperti harga diri, kegarangan, dan keberanian menjadi mungkin (Cobley dan Jansz dalam Sobur, 2006 : 69).

Objek penelitian ini kemudian akan dianalisis menggunakan teori semiotika yakni dengan melihat tanda- tanda yang ditampilkan dalam film

tersebut. Adapun tanda – tanda yang terdapat di dalam film adalah berupa lambang, gambar, serta simbol – simbol lainnya.

Berikut adalah beberapa unsur yang terdapat dalam proses pemngambilan gambar :

**Tabel 1.2**

Ukuran Shot (Shot Size), definisi beserta petandanya (makna)

Penanda ( <i>camera shot</i> )	Definisi	Petanda (artinya)
<i>Extreme close-up</i> (ECU)	Sedekat mungkin dengan objek (misalnya hanya mengambil bagian dari wajah)	Kedekatan hubungan dengan cerita dan atau pesan film
<i>Close-up</i> (CU)	Wajah keseluruhan sebagai objek	Keintiman, tetapi tidak sangat dekat bisa juga menandakan bahwa objek sebagai inti cerita
<i>Medium Shot</i> (MS)	Setengah badan	Hubungan personal antar tokoh dan menggambarkan kompromi yang baik
<i>Long Shot</i> (LS)	Setting dan karakter	Konteks, skop dan jarak publik
<i>Full Shot</i> (FS)	Seluruh badan objek	Hubungan sosial

Sumber: Arthur Asa Berger, 1983, *Media Analysis Techniques*, London : Sage Publication, hal. 38.