

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji mitos pesta demokrasi pada video musik kampanye pilpres 2014 dengan cara merekonstitusi berfungsinya sistem-sistem signifikasi, yakni membangun suatu simulasi (*simulacrum*) pada objek-objek yang diobservasi. Maka untuk menggambarkan fakta-fakta yang telah dikumpulkan digunakanlah citra-citra fotografis bergerak (*image track*) pada video musik kampanye “Indonesia bangkit” dan “Salam Dua Jari” sebagai prinsip pembatas. Dalam hal ini, penulis memeriksa relasi-relasi elemen elemen visual (*image track*) dan audio (musik dan lirik) dari perspektif makna yang diproduksi. Prinsip pembatas yang dipilih berfungsi sebagai prinsip relevansi berdasarkan definisi-definisi di sekitar objek-objek yang dianalisis. Dengan demikian, kajian ini memperlakukan objek-objek tersebut berdasarkan tempat dan fungsi mereka pada sistem makna yang telah ditentukan sebelumnya, yakni pada tingkat batas-batas asosiatif atau pada tingkat wacana konotatif.

Proses pengamatan pertama-tama dilakukan pada tataran denotasi, dengan cara menentukan korpus untuk meletakkan seperangkat fakta-fakta heterogen dalam sebuah struktur. Korpus merupakan suatu koleksi bahan-bahan observasi yang sifatnya terbatas sebagai susunan tempat bekerjanya faktor-faktor penentu secara *abritrer*. Kajian ini menempatkan aspek musik populer sebagai “rangkaiannya” untuk mengkombinasikan penanda dan petanda pada tataran

denotasi. Pada tataran selanjutnya (konotasi) oposisi-oposisi dari sistem tanda tingkat pertama menuju sistem tanda tingkat kedua dikaji secara sistematis dan bersifat *linear*. Dalam hal ini peneliti memeperhatikan artikulasi sistematik dari subtansi-subtansi terkait dalam memberikan interpretasi struktural terhadap heterogenitas tersebut melalui semiotika konotatif

Hasil kajian menunjukkan bahwa video musik kampanye “Indonesia Bangkit” mengadopsi lagu “*we will rock you*” yang pernah dipopulerkan (terkenal) oleh grup band *rock* asal Inggris yang bernama *Queen* dengan irama musik yang terdengar keras. Empat orang penyanyi populer nampak menyuarakan lirik lagu di sebuah ruang kosong dengan adegan dan ekspresi beragam yang di bingkai (*frame*) oleh ukuran *shot*: *long shot*, *medium shot*, *close up* dan pergerakan kamera. Ahmad Dani memakai kostum hitam berkantong di dada pada kerah baju terdapat lencana dan tanda pangkat di bahu serta lapisan merah berbentuk segitiga di saku kanannya. Nowela Idol memakai kostum gaun malam berwarna hitam dan perhiasan berupa kalung dan gelang berwarna emas. Virza Idol memakai kostum baju berkantong berwarna hijau terdapat tanda pangkat berwarna merah di bagian lengan. Husain Idol memakai kostum jaket kulit berwarna hitam, kaos oblong, dan celana hitam. Patung burung garuda berwarna emas sebagai properti. Tanda-tanda tersebut adalah bentuk retorik (retorika citra) yang berupa metomoni dan metafora untuk mengkostitusikan redaksi kalimat: “Indonesia bangkit” dari lirik lagu. Pada tataran signifikasi simbolik bentuk-bentuk retorik (retorika citra) tersebut menjadi konotator-

konotator yang berelasi dengan fragmen-fragmen ideologi: 'militer', 'rocker', 'kemewahan', 'Indonesia'.

Video musik kampanye "Salam Dua Jari" menggunakan *genre* musik pop balada dengan irama musik yang terdengar ringan. Terlihat detail-detail suasana proses rekaman yang dilakukan dengan gembira. Para pemain musik sedang mengisi instrumen-instrumen lagu dengan berbagai jenis alat musik dan para penyanyi sedang melakukan *take vocal* (rekaman suara) di sebuah studio rekaman dan kamar tidur secara bergantian. Mereka menggunakan kostum *casual* atau pakaian sehari yang di bingkai (*frame*) oleh ukuran *shot: long shot, medium shot, close up* dan pergerakan kamera. Komunitas "Slanker". *Credit title*: "Komunitas Revolusi Harmoni". Tanda-tanda tersebut adalah bentuk retorik (retorika citra) yang berupa metomoni dan metafora untuk mengkonstitusikan redaksi kalimat: "Salam Dua Jari" dari lirik lagu. Pada tataran signifikasi simbolik bentuk-bentuk retorik (retorika citra) tersebut menjadi konotator-konotator yang berelasi dengan fragmen-fragmen ideologi: 'kebersamaan', 'solidaritas', 'kesederhanaan', 'komunitas'.

Mitos pesta demokrasi pada video musik kampanye pilpres 2014 menghadirkan ideologi "nasionalisme Indonesia" pada video musik kampanye "Indonesia bangkit" dan ideologi "komunalisme" pada video musik "Salam Dua Jari". Dalam hal ini, akhirnya budaya media menjadi sebuah proses untuk mengaktualisasikan kekuatan kapital (modal) para musisi pop, kemudian wacana pesta demokrasi dimanipulasi oleh pengguna budaya sebagai penjualan komoditas untuk membujuk (propaganda).

Pada video musik kampanye pilpres 2014, ideologi merupakan bentuk petanda-petanda konotasi, sementara retorik adalah bentuk isi dari konotator-konotator sebagai sebuah upaya untuk membenamkan “wacana pesta demokrasi” dan, itulah yang akhirnya menjadi nilai-nilai budaya massa yang diproduksi melalui video musik kampanye pilpres 2014. Fungsi ideologi tersebut yang kemudian dapat mengasingkan (alienasi) individu dari lingkungannya. Karena ideologi menjadi tempat di mana orang mengalami subyektivitasnya. Kemudian subyektivitas tersebut menggiring sebuah keterasingan dan pengasingan diri dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga secara tidak sadar masyarakat melahapnya sebagai mitos pesta demokrasi ketika pilpres 2014.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian dapat diberikan saran kepada:

1. *Masyarakat maya*, perkembangan teknologi Informasi dalam skala massal, telah mengubah bentuk masyarakat manusia dari masyarakat dunia lokal menjadi masyarakat dunia global. Sehingga era digital menjadi sebuah tantangan baru yang memiliki dampak positif dan negatif terkait dengan masalah kebebasan informasi. Fenomena inilah yang kemudian mempengaruhi produksi kebudayaan “masyarakat maya” sebagai nilai-nilai budaya massa. Karena setiap orang memiliki cara, tujuan, dan kepentingan masing-masing dalam menggunakan atau memanfaatkan media. Maka penting bagi kita sebagai anggota “masyarakat maya”

untuk memahami peran dan fungsi media massa, sebelum mengonsumsi informasi atau memproduksi pesan secara masif.

2. *Peneliti selanjutnya*, pendekatan semiotika Roland Barthes memberikan ruang yang cukup luas dalam menerapkan kerangka berfikirnya untuk menafsirkan sebuah fenomena budaya massa. Faktanya perkembangan teknologi informasi di Indonesia telah mereproduksi budaya masyarakat dalam berkomunikasi secara tiba-tiba. Terlebih lagi dengan hadirnya *internet*, mereka kembali menjadi pengembara, pengepul—kini pengepul informasi (pengetahuan), selalu berpindah, selalu mendapat informasi baru, serta terbebas dari sektor-sektor spesialisasi sempit dan bersama itu terlibat dalam proses sosial secara global. Sehingga pengalaman-pengalaman sosial menjadi sebuah citra realitas yang di pertukarkan dalam sebuah simulasi. Sekurang-kurangnya hal ini nampak dalam artikulasi-artikulasi yang muncul pada video musik kampanye pilpres 2014 yang menunjukkan gejala-gejala reproduksi budaya massa terkait dengan perluasan wilayah pertarungan ideologi yang terjadi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdullah, Irwan. *Kontruksi dan Reproduksi Kebudayaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2006.
- Barthes, Roland. Translation by Jonathan Cape. *Mythologies*. New York: Hill and Wang. 1972.
- _____, Translation by Annette Lavers & Colin Smith. *Elements of Semiology*. New York: Hill and Wang. 1981.
- _____, Terj. Aswar, Stephanus, Wening Udasmoro (ed.). *Petualangan Semiology*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2007.
- _____, Translation by Stephen Heath. *Image Music Text*. London: Fontana Press. 1977.
- Bagus, Lorens. *Kamus Filsafat*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2005.
- Baudrillard, Jean. Terj. Wahyunto. *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana. 2009.
- Berger, Arthur Asa, *Media Analysis Techniques*, Sage Publications, Beverly Hills, California, 1982.
- Budiman, Kris. *Jejaring Tanda-tanda: Strukturalisme dan Semiotik dalam Kritik Kebudayaan*. Magelang: Indonesia Tera. 2004.
- _____. *Semiotika Visual: Konsep, Isu, dan Problem Ikonisitas*. Yogyakarta: Jalasutra. 2011.
- _____, *Ajang Perseteruan Manusia: Sebuah Kajian Semiotik Atas Opera Jawa Garin Nugroho*. Yogyakarta: Penerbit Ombak. 2016.
- Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kecana Prenada Media Group. 2006.
- Burton, Graeme, Terj. Alfathri Adlin (ed.). *Media dan Budaya Populer*, Yogyakarta: Jalasutra. 2012.
- Chandler, Daniel. *Semiotics The Basics*. New York: Taylor & Francis e-Library, 2007.

- Creswell, John W. terj. Achmad Fawaid. *Research Design Pendekatan Kualitatif, kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2012.
- Hawkes, Terence. *Structuralism and Semiotics*. London and New York: Routledge Taylor & Francis Group. 2004.
- H. Hoed, Benny. *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya*. Jakarta: Komunitas Bambu, 2011.
- McLuhan, Marshall. *Understanding Media*. New York: New American Library. 1964.
- Nöth, Winfried. *Handbook of Semiotics*. Bloomington & Indianapolis: Indiana University Press. 1990.
- Prier SJ, Karl Edmund. *Ilmu Bentuk Musik*. Yogyakarta: Pusat Musik Liturgi. 1996.
- Pratista, Himawan. *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka. 2008.
- Ricoeur, Paul. terj. Masnur Hery, Damanhuri Muhammed (ed.). *Teori Interpretasi*. Yogyakarta: Penerbit IRCiSoD. 2012.
- Sausure, Ferdinand de. Terj. Rahayu S. Hidayat. *Pengantar Linguistik Umum*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press. 1988.
- Sunardi, St. *Semiotika Negativa*. Yogyakarta: Penerbit Kanal. 2002.
- Vera, Nawiroh. *Semiotika dalam Riset Komunikasi*, Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia. 2014.
- Vivian, John. terj. Tri Wibowo. *Teori komunikasi Massa*. Jakarta: Kencana. 2008.

Jurnal/ Penelitian

- Pericles, Peter, Trifonas. (ed.). *International Handbook of Semiotics*. New York London: Springer Science+Business Media Dordrecht. 2015.
- Bruce A. Williams, Michael X. Delli Carpini. *After Broadcast News: Media Regimes, Democracy, and the New Information Environment*. Cambridge Books Online © Cambridge University Press. 2011.
- I Nyoman Larry Julianto, Yasraf Amir Piliang. *Retorika Iklan Kampanye Politik Pemilihan Presiden Indonesia 2009 dalam media Televisi*, Wimba: Jurnal Komunikasi Visual dan Multimedia ITB Vol.2 No.2 tahun 2010.

Fionna Christabella. *Mitos Perempuan Modern, "Tank top" dan Representasi Perempuan dalam Video Musik "Teruskanlah" Agnes Monica dan "Mari Bercinta" Aura Kasih*. Thesis Kajian Budaya dan Media UGM tahun 2011.

Web / Media

www.kpu.ac.id (diakses tanggal 12 Desember 2014).

www.YouTube.com (diakses tanggal 12 Desember 2014).

www.liputan6.com (diakses tanggal 04 juli 2014)

