

Analisis Semiotika Kecanduan Merokok di Film Dokumenter “Darurat! Sekolah Dikepung Iklan Rokok”

Dian Eka Wijaya¹

Universitas Islam Riau¹

Email Korespondensi: bennihandayani@comm.uir.ac.id

Diterima: 12-03-2022 Disetujui: 12-03-2022 Diterbitkan: 12-03-2022

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pesan bahaya candu rokok dan mengetahui makna semiotika John Fiske yang ada di dalam film dokumenter “DARURAT! Sekolah dikepung Iklan Rokok. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yang didukung dengan teori semiotika John Fiske. Analisis Semiotika digunakan untuk menganalisis makna-makna yang terdapat dalam setiap *scene* yang menyangkan tentang bahaya Candu Rokok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat indikasi ideologi kapitalisme yang mempengaruhi pelajar di bawah umur untuk mengkonsumsi rokok dan menganggap hal tersebut wajar di sekitar masyarakat. Hal tersebut merupakan dampak dari publikasi iklan-iklan rokok yang setiap hari bisa mereka temukan dengan mudah.

Kata Kunci: Semiotika, Film Dokumenter, Kecanduan Merokok.

Abstract

The purpose of this study aimed to find out the message about effect of cigarette and to find out the meaning base on John Fiske's semiotics in the documentary film “DARURAT! Sekolah dikepung Iklan Rokok. The research method used in this study is a qualitative research method which is supported by the semiotic theory of John Fiske. Semiotic analysis is used to analyze the meanings contained in each scene that shows the dangers of Cigarette Opium. The results of the study indicate that there are indications of the ideology of capitalism that influence underage students to consume cigarettes and consider it normal in the community. This is the impact of the publication of cigarette advertisements which they can easily find every day.

Keywords: Semiotics, Documentary Film, Smoking Addiction.

PENDAHULUAN

Harga rokok di Indonesia relatif murah dibandingkan dengan negara-negara lainnya. Sehingga bisa dikonsumsi oleh siapapun, termasuk anak di bawah umur. Ditambah lagi, rokok bisa dibeli perbatang di warung-warung pinggir jalan. Sehingga lebih mudah untuk dibeli oleh pelajar dengan uang jajan mereka. Dalam penelitian ini, peneliti melihat para pelajar di SMPN 13 Mataram dengan mudahnya mereka merokok dikarenakan warung-warung di depan sekolah yang menjual aneka ragam rokok yang dijual bebas. Selain warung yang menyediakan rokok, para pelajar juga terpengaruhi oleh iklan-iklan rokok yang terpampang jelas di depan sekolah.

Pesan bahaya rokok dalam film ini sangatlah jelas. Pabrik rokok sendiri sudah mengingatkan bahaya merokok dalam tiap kemasannya. Bahwasanya “merokok itu membunuhmu” atau “merokok sebabkan kanker mulut” dan lain-lain. Di dalam kemasan rokok juga sudah tertera batasan umur yang dibolehkan membeli rokok. Yaitu di atas 18 tahun. Sedangkan para siswa siswi SMP sendiri, belum menginjakkan umur 17 tahun. Sehingga masih sangat dini sekali untuk mengkonsumsi rokok.

Data Kemenkes menunjukkan bahwa prevalensi remaja usia 16-19 tahun yang merokok meningkat 3 kali lipat dari 7,1% di tahun 1995 menjadi 20,5% pada tahun 2014. Dan yang lebih mengejutkan adalah usia mulai merokok semakin muda (dini). Perokok pemula usia 10-14 tahun meningkat lebih dari 100% dalam kurun waktu kurang dari 20 tahun, yaitu dari 8,9% di tahun 1995 menjadi 18% di tahun 2013.

Mengutip data hasil penelitian di RS Persahabatan (2013) memperlihatkan bahwa tingkat kecanduan atau adiksi pada anak SMA yang merokok cukup tinggi, yaitu 16,8%. Artinya 1 orang dari setiap 5 orang remaja yang merokok, telah mengalami kecanduan. Penelitian ini juga memperlihatkan bahwa rata-rata anak yang dilahirkan oleh ibu hamil yang merokok memiliki berat badan yang lebih ringan (<2500 gram) dan lebih pendek (<45 cm) dibandingkan dengan ibu yang tidak merokok (>3000 gram) dan lebih panjang (>50 cm).

Data-data tersebut menunjukan fakta bahwa merokok jelas berakibat pada buruk pada kesehatan masyarakat Indonesia. Merokok merupakan faktor yang berakibat sangat besar terhadap munculnya berbagai penyakit. Seorang perokok mempunyai risiko 2 sampai 4 kali lipat untuk terserang penyakit jantung koroner dan memiliki risiko lebih tinggi untuk terserang penyakit kanker paru dan penyakit tidak menular (PTM) lainnya.

Dengan segala kemudahan media komunikasi, khalayak dapat menerima pesan dari segala sumber. Bahkan dapat terpengaruh oleh tren yang ada di media. Sehingga merubah perilaku khalayak. Salah satu media

yang cukup berpengaruh bagi khalayak, salah satunya adalah film. Karena film menayangkan audio dan visual yang mudah ditangkap oleh manusia. Sehingga dapat mempengaruhi penontonnya lewat pesan-pesan yang terdapat dalam film.

Film juga dikenal sebagai movie, gambar hidup, teater visual, atau foto bergerak. Film merupakan serangkaian gambar diam yang ketika ditampilkan pada layar akan menciptakan ilusi gambar bergerak. Ilusi optik ini memaksa penonton untuk melihat gerakan berkelanjutan antar objek yang berbeda secara cepat dan berturut-turut. Proses pembuatan film merupakan gabungan dari seni dan industri. Sebuah film dapat dibuat dengan memotret adegan sungguhan dengan kamera film, memotret gambar atau model miniatur menggunakan teknik animasi tradisional, dengan CGI dan animasi komputer, atau dengan kombinasi beberapa teknik yang ada dan efek visual lainnya.

Aktivitas bahaya merokok dapat dilihat dari sebuah film yang dokumenter DARURAT! Sekolah dikepung Iklan Rokok menggambarkan bagaimana sekolah, sebagai tempat pendidikan diberikan pengaruh yang cukup besar lewat iklan rokok yang terpampang jelas di depan sekolah. Para warung yang seharusnya tidak menjual rokok kepada siswa, juga ikut menjual rokok. Sehingga memberikan dampak yang buruk bagi siswa yang seharusnya belum mengenal rokok di umur mereka yang masih dini.

Film ini mendokumentasikan dampak dari iklan yang ada di sekitar sekolah. Begitu kuat dampaknya sehingga para siswa bisa membeli rokok kapanpun mereka mau. Bahkan para siswi juga ada yang ikut merokok. Mereka juga bisa membeli rokok secara eceran, 1 batang, 2 batang, dan bahkan 1 bungkus. Para siswa dan siswi juga memiliki tempat favorit untuk merokok. Biasanya mereka berkumpul di tempat favoritnya masing-masing untuk mengobrol sambil merokok setelah pulang sekolah. Film dokumenter ini tayang perdana di Jakarta pada bulan Februari 2017 dan Screening di bulan Februari 2017 tepatnya di Lombok Raya Ballroom dan dirangkai dengan press conference.

Film dokumenter Darurat! Sekolah dikepung Iklan rokok ini, hasil kerjasama Yayasan Galang Anak Semesta (Mataram), Yayasan Lentera Anak (Jakarta), dan Ruandu Foundation (Padang). Ketiga yayasan ini bergerak dibidang perlindungan anak. Dengan kerjasama ketiga yayasan anak ini dengan Pratama Pictures, terealisasikan lah sebuah film dokumenter yang mewakili suara rakyat yang peduli dengan maraknya iklan rokok di sekolah-sekolah. Sehingga tiga hari setelah film dokumenter ini ditayangkan di Lombok dengan ditonton oleh seluruh lapisan masyarakat dan awak media, iklan-iklan yang tadinya terpasang di depan sekolah pun dicabut. Berkat bantuan para awak media yang turut membantu mempublikasikan berita tentang bahaya iklan rokok.

KERANGKA TEORI

Komunikasi Massa

Pada dasarnya, komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Awal perkembangannya saja, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata media of mass communication (media komunikasi massa). Yaitu media massa (saluran) yang dihasilkan oleh teknologi modern. Namun, ada juga media yang bukan media massa. Yakni media tradisional seperti kentongan, angklung, gamelan, dan lain-lain. Yang berarti, media massa menunjuk pada hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa (Nurudin, 2011: 3-4). Komunikasi massa juga dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melambangkan kepada khalayak yang bersifat massal melalui alat mekanis seperti radio, televisi, surat, dan film (Cangara, 2012).

Komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. komunikasi massa yang lebih rinci dikemukakan oleh Gerbner (1967) "Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flows of messages in industrial societies" (komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri (Ardianto, 2004).

Film

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, film adalah selaput tipis yang terbuat dari seluloid untuk tempat gambar negatif yang akan dibuat potret atau tempat gambar positif yang akan dimainkan di bioskop. Menurut UU Republik Indonesia No. 8 Tahun 1992, Film adalah karya cipta seni dan budaya yang merupakan media komunikasi massa pandang-dengar yang dibuat berdasarkan asas sinematografi dengan direkam pada pita seluloid, pita video dan/atau bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala bentuk dan ukuran melalui proses kimiawi, proses elektronik dan proses lainnya, dengan atau tanpa suara, yang dapat dipertunjukkan dan atau ditayangkan dengan sistem proyeksi mekanik, elektronik dan/atau lainnya. (Poerwadarminta, 2011).

Menurut UU Republik Indonesia No. 23 tahun 2009 pasal 1 tentang perfilman menyebutkan bahwa film adalah karya seni budaya yang merupakan pranata sosial dan media komunikasi massa yang dibuat

berdasarkan kaidah sinematografi dengan atau tanpa suara dan dipertunjukkan (Trianton, 2013).

Definisi film sebagai industri (an industry), film adalah sesuatu yang merupakan bagian dari produksi ekonomi suatu masyarakat dan ia mesti dipandang dalam hubungannya dengan produk-produk lainnya. Sebagai komunikasi (communication), film merupakan bagian penting dari sistem yang digunakan oleh para individu dan kelompok untuk mengirim dan menerima pesan (send and receive messages) (Ibrahim, 2011).

Film juga dapat diartikan sebagai teknik audio visual yang sangat efektif mempengaruhi penontonnya. Film merupakan kombinasi drama dengan paduan suara dan musik, serta drama yang dengan paduan tingkah laku dan emosi yang dapat dinikmati oleh penontonnya sekaligus dengan mata, telinga dan di ruang yang gelap dan terang. Film adalah medium komunikasi yang tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, melainkan juga pendidikan dan penerangan. Film dapat menyampaikan banyak pesan. Melalui film, orang yang buta huruf dapat ikut menikmatinya dibandingkan dengan media cetak. Film merupakan media yang paling banyak menampilkan lambang untuk menunjang penyampaian pesan (Cangara, 2009).

Seperti halnya televisi siaran, tujuan khalayak menonton film terutama adalah ingin memperoleh hiburan. Akan tetapi dalam film dapat terkandung fungsi informatif maupun edukatif, bahkan persuasif. Hal ini pun sejalan dengan misi perfilman nasional sejak tahun 1979, bahwa selain sebagai media hiburan, film nasional dapat digunakan sebagai media edukasi untuk pembinaan generasi muda dalam rangka nation and character building (Effendy, 2005).

Fungsi edukasi dapat tercapai apabila film nasional memproduksi film-film sejarah yang objektif, atau film dokumenter dan film yang diangkat dari kehidupan sehari-hari secara berimbang (Ardianto dan Kumala, 2009). Namun pada hakikatnya, semua film adalah dokumen sosial dan budaya yang membantu mengkomunikasikan dan memberikan pelajaran tentang zaman ketika film itu dibuat bahkan sekalipun ia tak pernah dimaksudkan untuk itu (Ibrahim, 2011).

Film dibagi menjadi lima jenis, yakni film dokumenter, fitur, animasi, cerita pendek dan cerita panjang. Proses pembuatan karya film sendiri membutuhkan waktu yang sangat panjang dan terdiri dari tiga tahapan besar. Yakni tahap pra-produksi, tahap produksi dan tahap pasca-produksi. Karena ketiga tahapan inilah proses pembuatan film sangat rumit (Cangara, 2009).

Film dokumenter adalah karya ciptaan mengenai kenyataan. Film dokumenter merupakan interpretasi yang puitis yang bersifat pribadi dari kenyataan-kenyataan. Atau dengan kata lain merupakan film non fiksi yang menggambarkan situasi kehidupan nyata dengan setiap individu menggambarkan perasaan dan pengalaman dalam situasi yang apa adanya. Film dokumenter pada dasarnya berusaha dibuat untuk menyajikan realitas

melalui berbagai macam cara untuk berbagai macam tujuan. Secara umum film dokumenter dibuat untuk tujuan penyebaran informasi, pendidikan juga propaganda bagi seseorang atau kelompok tertentu (Ardianto, 2005).

Bordwell dan Thompson menyatakan bahwa inti dari film dokumenter adalah untuk menyajikan informasi yang faktual tentang dunia di luar film itu sendiri. Bedanya dengan fiksi adalah dalam pembuatannya tidak ada rekayasa baik dari tokohnya (manusia), ruang (tempat), waktu, dan juga peristiwanya. (Hermansyah, 2017).

Pendapat Misbach Yusabiran melalui Armantono pernah mengatakan bahwa dokumenter adalah suatu dokumentasi yang diolah secara kreatif dan bertujuan untuk mempengaruhi (melakukan persuasi) kepada penontonnya. Dengan definisi ini, film dokumenter seringkali menjadi sangat dekat dengan film-film yang bernuansa propaganda (Hermansyah, 2017). Film dokumenter yang kuat dapat mempengaruhi kehidupan sosial dan politik suatu masyarakat. Dengan sangat halus, sutradara biasanya memiliki sudut pandang yang akhirnya menyatu dengan nilai propaganda terhadap permasalahan yang disampaikan. Oleh karena itu penonton harus peka terhadap kemungkinan adanya bias itu (Hermansyah, 2017).

Teori Semiotika John Fiske

Semiotika membantu untuk menafsirkan berbagai tanda komunikasi, baik tanda alam maupun tanda buatan, semiotika mampu untuk menafsirkan makna- makna baik yang tersirat maupun tersurat, karena pada dasarnya semiotika berdasarkan pada logika atau subjektivitas si penafsir itu sendiri, hal inilah yang memunculkan beberapa aliran semiotika, seperti aliran semiotika strukturalisme, pragmatism, post-modernisme dan pembedanya adalah subjektivitas yang berdasar pada epistemologis, ontologis, aksiologis dan metodologis. Tanda-tanda yang ada dalam semiotika biasanya terdiri atas tanda natural, yaitu tanda yang terjadi secara alami, dan tanda konvensional, yaitu tanda yang khusus dibuat untuk komunikasi (Dharmastuti, 2018).

Semiotika John Fiske mengikuti aliran post-strukturalisme, aliran ini lahir karena ketidaksetujuan terhadap aliran strukturalisme yang dipelopori oleh John Fiske yang mengatakan tanda dalam semiotika adalah sesuatu yang mengikat, dan tidak memberi kemungkinan akan terciptanya kreativitas tanda-tanda yang baru dan aliran post-strukturalisme menolak segala bentuk keterikatan dengan konvensi, aturan atau kode-kode baru, sebaliknya, ia membuka ruang bagi model- model bahasa dan pertandaan yang kreatif, produktif, subversive, transformative, bahkan terkadang anarkis (Piliang, 2010).

John Fiske (2010) dalam buku *Culture and Communication studies*: sebuah pengantar paling kompehenresif mengatakan komunikasi adalah berbicara satu sama lain. Pada tataran ini, komunikasi bisa dipahami dalam

konteks dari pesan yang disampaikan melalui televisi, sebagai penyebaran informasi; atau bisa juga dalam bentuk komunikasi non verbal seperti gaya rambut ataupun kritik sastra John Fiske berasumsi bahwa semua komunikasi melibatkan tanda (sign) dan kode (codes). Tanda adalah artefak atau tindakan yang merujuk pada sesuatu yang lain di luar tanda itu sendiri. Tanda menandakan construct, dan kode adalah sistem dimana tanda-tanda diorganisasikan dan yang menentukan bagaimana tanda-tanda itu mungkin berhubungan satu sama lain. Asumsi lainnya adalah bahwa tanda-tanda dan kode-kode itu ditransmisikan atau dibuat tersedia pada yang lain dan penerimaan tanda/kode/komunikasi adalah praktik hubungan sosial.

Dalam pandangan Fiske, sebuah peristiwa dalam tayangan televisi akan menjadi peristiwa televisi apabila telah diencode oleh kode-kode sosial, yang dikonstruksi dalam tiga tahapan, yaitu realitas, representasi dan ideologi. Dalam tahapan realitas, acara televisi menampilkan realitas peristiwa dalam tampilan pakaian, lingkungan, perilaku, percakapan, gestur, ekspresi, suara dan sebagainya. Dalam artian bahwa, semua bentuk tayangan televisi benar-benar menampilkan sesuatu yang nyata atau sesuai fakta yang ada ditengah-tengah masyarakat. Sebagai contoh, apabila sedang memberitakan peristiwa tsunami, maka tayangan berita harus menampilkan gambar detik-detik tsunami, dampak tsunami, rumah-rumah yang terkena tsunami, dan sebagainya (Piliang, 2010:19).

Tahapan Representasi adalah tindakan menghadirkan atau mempresentasikan sesuatu lewat sesuatu yang lain di luar dirinya, biasanya berupa tanda atau simbol (Piliang, 2010:19). Representasi dalam tayangan televisi berkaitan dengan technical codes, seperti kamera, lighting, editing, musik dan suara, elemen-elemen inilah yang kemudian ditransmisikan ke dalam kode representasional yang dapat mengaktualisasikan realitas dalam tayangan televisi. Sedangkan tahapan Ideologi adalah sistem kepercayaan dan sistem nilai yang direpresentasi dalam berbagai media dan tindakan sosial (Piliang, 2010:16). Dalam tahap ini, semua elemen diorganisasikan dan dikategorikan dalam kode- kode ideologis, seperti patriarki, individualisme, ras, kelas, materialisme, kapitalisme dan sebagainya.

Teori Semiotika John Fiske

Semiotika membantu untuk menafsirkan berbagai tanda komunikasi, baik tanda alam maupun tanda buatan, semiotika mampu untuk menafsirkan makna- makna baik yang tersirat maupun tersurat, karena pada dasarnya semiotika berdasarkan pada logika atau subjektivitas si penafsir itu sendiri, hal inilah yang memunculkan beberapa aliran semiotika, seperti aliran semiotika strukturalisme, pragmatism, post-modernisme dan pembedanya adalah subjektivitas yang berdasar pada epistemologis, ontologis, aksiologis dan metodologis. Tanda-tanda yang ada dalam semiotika biasanya terdiri atas

tanda natural, yaitu tanda yang terjadi secara alami, dan tanda konvensional, yaitu tanda yang khusus dibuat untuk komunikasi (Dharmastuti, 2018).

Semiotika John Fiske mengikuti aliran post-strukturalisme, aliran ini lahir karena ketidaksetujuan terhadap aliran strukturalisme yang dipelopori oleh John Fiske yang mengatakan tanda dalam semiotika adalah sesuatu yang mengikat, dan tidak memberi kemungkinan akan terciptanya kreativitas tanda-tanda yang baru dan aliran post-strukturalisme menolak segala bentuk keterikatan dengan konvensi, aturan atau kode-kode baru, sebaliknya, ia membuka ruang bagi model-model bahasa dan pertandaan yang kreatif, produktif, subversive, transformative, bahkan terkadang anarkis (Piliang, 2010).

John Fiske (2010) dalam buku *Culture and Communication studies*: sebuah pengantar paling komprehensif mengatakan komunikasi adalah berbicara satu sama lain. Pada tataran ini, komunikasi bisa dipahami dalam konteks dari pesan yang disampaikan melalui televisi, sebagai penyebaran informasi; atau bisa juga dalam bentuk komunikasi non verbal seperti gaya rambut ataupun kritik sastra John Fiske berasumsi bahwa semua komunikasi melibatkan tanda (sign) dan kode (codes). Tanda adalah artefak atau tindakan yang merujuk pada sesuatu yang lain di luar tanda itu sendiri. Tanda menandakan construct, dan kode adalah sistem dimana tanda-tanda diorganisasikan dan yang menentukan bagaimana tanda-tanda itu mungkin berhubungan satu sama lain. Asumsi lainnya adalah bahwa tanda-tanda dan kode-kode itu ditransmisikan atau dibuat tersedia pada yang lain dan penerimaan tanda/kode/komunikasi adalah praktik hubungan sosial.

Dalam pandangan Fiske, sebuah peristiwa dalam tayangan televisi akan menjadi peristiwa televisi apabila telah diencode oleh kode-kode sosial, yang dikonstruksi dalam tiga tahapan, yaitu realitas, representasi dan ideologi. Dalam tahapan realitas, acara televisi menampilkan realitas peristiwa dalam tampilan pakaian, lingkungan, perilaku, percakapan, gestur, ekspresi, suara dan sebagainya. Dalam artian bahwa, semua bentuk tayangan televisi benar-benar menampilkan sesuatu yang nyata atau sesuai fakta yang ada ditengah-tengah masyarakat. Sebagai contoh, apabila sedang memberitakan peristiwa tsunami, maka tayangan berita harus menampilkan gambar detik-detik tsunami, dampak tsunami, rumah-rumah yang terkena tsunami, dan sebagainya (Piliang, 2010).

Tahapan Representasi adalah tindakan menghadirkan atau mempresentasikan sesuatu lewat sesuatu yang lain di luar dirinya, biasanya berupa tanda atau simbol (Piliang, 2010). Representasi dalam tayangan televisi berkaitan dengan technical codes, seperti kamera, lighting, editing, musik dan suara, elemen-elemen inilah yang kemudian ditransmisikan ke dalam kode representasional yang dapat mengaktualisasikan realitas dalam tayangan televisi. Sedangkan tahapan Ideologi adalah sistem kepercayaan dan sistem nilai yang direpresentasi dalam berbagai media dan tindakan sosial (Piliang, 2010:16). Dalam tahap ini, semua elemen diorganisasikan dan

dikategorikan dalam kode- kode ideologis, seperti patriarki, individualisme, ras, kelas, materialisme, kapitalisme dan sebagainya.

METODE PENELITIAN

Penulis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, karena permasalahan berhubungan dengan manusia yang secara fundamental bergantung pada pengamatan. Menurut Moleong (2011: 6), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Metode penelitian kualitatif adalah metode yang berdasarkan pada filsafat post positivisme, sedangkan untuk meneliti pada objek alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara triangulasi (gabungan). Analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Teknik dalam menganalisis data, peneliti menggunakan analisis isi kualitatif semiotika dengan model John Fiske. Semiotika mempelajari hakikat tentang keberadaan suatu benda (Sobur, 2004). Semiotika pada penelitian ini peneliti menggunakan semiotika model John Fiske yang berasumsi bahwa semua komunikasi melibatkan tanda (*sign*) dan kode (*codes*) yang dikonstruksi dalam tiga tahapan, yaitu realitas, representasi dan ideologi (Piliang, 2010:19).

Subjek dari penelitian ini adalah Film Dokumenter Darurat! Sekolah Dikepung Iklan Rokok, sedangkan objek penelitian ini adalah semiotika bahaya candu rokok pada gambar dan dialog dari film tersebut. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi yang merupakan metode pengumpulan data yang digunakan pada riset kualitatif. Observasi adalah (perilaku) dan percakapan yang terjadi diantara subjek yang diriset (Kriyantono, 2009). Dengan meneliti makna semiotika setiap scene yang ada dalam film yang diteliti. Peneliti langsung menyaksikan film dokumenter Darurat! Sekolah Dikepung Iklan Rokok untuk melakukan analisis terhadap semiotika bahaya candu rokok yang terdapat dalam film tersebut.

Selain itu penelitian ini juga menggunakan Teknik Dokumentasi dengan tujuannya untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data (Kriyantono, 2009). Analisis dalam penelitian ini diperkuat oleh data dokumentasi dan artikel terkait tentang film ini melalui internet dan dokumentasi pribadi dari sang narasumber. Disini peneliti juga melakukan tangkap layar (screenshot) pada setiap adegan yang berhubungan

dengan semiotika bahaya candu rokok. Baik itu bermakna penanda atau petanda.

PEMBAHASAN

Dari hasil analisis yang dilakukan peneliti di atas guna menjawab rumusan masalah yang diajukan sebelumnya yakni bagaimana bahaya candu rokok dalam film dokumenter “DARURAT! Sekolah dikepung Iklan Rokok” dengan analisis semiotika John Fiske. Dalam pandangan Fiske, semiotika dikonstruksi dalam tiga tahapan, yaitu realitas, representasi dan ideologi. Semiotika membantu untuk menafsirkan berbagai tanda komunikasi, baik tanda alam maupun tanda buatan, semiotika mampu untuk menafsirkan makna-makna baik yang tersirat maupun tersurat, karena pada dasarnya semiotika berdasarkan pada logika atau subjektivitas si penafsir itu sendiri. Tanda-tanda yang ada dalam semiotika biasanya terdiri atas tanda natural, yaitu tanda yang terjadi secara alami, dan tanda konvensional, yaitu tanda yang khusus dibuat untuk komunikasi (Dharmastuti, 2018).

Dalam penelitian ini, analisis semiotika dengan model pendekatan John Fiske digunakan untuk mencari makna konstruktif dari bahaya candu rokok di film dokumenter Darurat! Sekolah Dikepung Iklan Rokok. Film ini menceritakan tentang kondisi Lembaga Pendidikan yang dikepung oleh iklan rokok. Bahkan di gerbang utama sekolah saja, sudah disambut oleh iklan-iklan rokok dan warung-warung yang menjual rokok dengan bebas. Dengan maraknya iklan rokok yang selalu dilihat oleh pelajar di bawah umur, hal ini dikhawatirkan akan berbahaya karena memicu para pelajar untuk mengkonsumsi rokok dan mengalami kecanduan.

Film dokumenter Darurat! Sekolah dikepung Iklan Rokok memiliki jumlah scene dengan total sebanyak 12 buah dan memiliki 6 buah scene yang setiap adegannya menampilkan dan membangun makna dari bahaya candu rokok dalam film tersebut. Berikut pembahasan mengenai analisis semiotika dengan pendekatan model John Fiske dalam film dokumenter Darurat! Sekolah dikepung Iklan Rokok yang dilihat melalui tahapan makna realitas, makna representasi, dan ideologi.

Tahapan Realitas

Tahapan Realitas adalah sebuah tahap yang menampilkan realitas peristiwa dalam tampilan pakaian, lingkungan, perilaku, percakapan, gestur, ekspresi, suara dan sebagainya. Dalam artian bahwa, semua bentuk tayangan televisi benar-benar menampilkan sesuatu yang nyata atau sesuai fakta yang ada ditengah-tengah masyarakat. Sebagai contoh, apabila sedang memberitakan peristiwa tsunami, maka tayangan berita harus menampilkan

gambar detik-detik tsunami, dampak tsunami, rumah-rumah yang terkena tsunami, dan sebagainya (Piliang, 2010:19). Berikut makna tahapan realitas dalam film dokumenter Darurat! Sekolah dikepung Iklan Rokok, di antaranya: Scene 1 pada tahapan realitas, pembahasan yang ditampilkan adalah tentang realitas tampilan iklan. Karena menggambarkan beberapa spanduk iklan rokok yang banyak dipajang di sekitaran sekolah menampilkan pesan-pesan persuasif yang seolah ditujukan untuk pelajar SMPN 13 Mataram. Pesan-pesan persuasif tersebut bertuliskan seperti “Go Ahead”, “Where Mild Becomes Powerful”, “Live to the Max”. Scene 4 pada tahapan realitas, pembahasan yang ditampilkan adalah tentang realitas pakaian, lingkungan, perilaku, dan gestur karena menggambarkan beberapa pelajar yang masih mengenakan pakaian sekolah sedang bersantai bersama beberapa temannya sambil mengkonsumsi rokok di tempat umum.

Scene 7 pada tahapan realitas, pembahasan yang ditampilkan adalah tentang realitas lingkungan karena menggambarkan realitas tentang suasana jalan raya di pusat kota Mataram yang riuh dengan lalu lintas kendaraan dan menampilkan iklan rokok merek Surya GG Mild yang terpajang jelas dalam bentuk videotron yang besar. Scene 8 pada tahapan realitas, pembahasan yang ditampilkan adalah tentang realitas pakaian, lingkungan, perilaku, percakapan, gestur, dan ekspresi karena menggambarkan realitas tentang iklan rokok berbentuk spanduk di sekitar sekolah dan iklan tersebut memberikan informasi harga rokok yang murah. Scene ini juga menampilkan transaksi jual-beli rokok di pekarangan sekitar sekolah. Dan juga menunjukkan beberapa pelajar yang sedang bersantai menikmati rokok. Scene 9 pada tahapan realitas, pembahasan yang ditampilkan adalah tentang realitas tampilan iklan dan lingkungan karena menggambarkan realitas tentang iklan rokok berbentuk videotron yang ditampilkan di jalan raya pusat kota Mataram dan menunjukkan sebuah tayangan visual yang mewah. Scene 12 pada tahapan realitas, pembahasan yang ditampilkan adalah tentang realitas tampilan iklan karena menggambarkan spanduk baru yang dipasang di beberapa warung depan sekolah dan menampilkan informasi untuk tidak menjual rokok pada anak-anak.

Tahapan Representasi

Tahapan Representasi adalah tindakan menghadirkan atau mempresentasikan sesuatu lewat sesuatu yang lain di luar dirinya, biasanya berupa tanda atau simbol (Piliang, 2010). Representasi dalam tayangan televisi berkaitan dengan technical codes, seperti kamera, lighting, editing, musik dan suara, elemen-elemen inilah yang kemudian ditransmisikan ke dalam kode representasional yang dapat mengaktualisasikan realitas dalam tayangan televisi. Berikut makna tahapan representasi dalam film dokumenter Darurat! Sekolah dikepung Iklan Rokok, di antaranya: Scene 1 memperlihatkan lingkungan yang ramai dengan pelajar sekolah serta iklan-iklan rokok dengan slogan produk yang persuasif ditampilkan komposisi close

up. Pada Scene 4 menggambarkan representasi tentang set lokasi di taman Sangkareang Mataram dan sekitarnya yang menjadi tempat favorit pelajar di bawah umur untuk merokok. Visual pada scene ini diambil dengan kamera tersembunyi. Scene 7 menggambarkan representasi tentang visual dalam film yang diambil dengan sudut pengambilan low angle yang memberikan makna sebuah hal yang gagah dan visual ini menggunakan komposisi extreme long shot untuk menampilkan suasana lalu lintas secara keseluruhan. Scene 8 menggambarkan representasi tentang visual dalam film yang menggunakan komposisi medium shot dan close up saat menunjukkan harga rokok yang tertera di spanduk dan saat melakukan transaksi jual-beli rokok. Komposisi pada scene ini seolah memberikan penekanan akan hal tersebut. Scene ini juga menggunakan sudut pengambilan gambar high angle saat menunjukkan suasana sekitar sekolah yang dikepung iklan rokok, dan low angle untuk menggambarkan beberapa pelajar yang sedang bersantai menikmati rokok. Scene 9 menggambarkan representasi tentang visual yang ditampilkan menggunakan komposisi medium shot dan sudut pengambilan gambar low angle. Scene 12 menggambarkan representasi tentang visual dalam scene ini yang menggunakan komposisi gambar close up pada informasi yang tertera di spanduk baru. Hal ini bertujuan untuk memberikan penekanan dan informasi yang jelas dari objek yang diambil.

Tahapan Ideologi

Tahapan Ideologi merupakan sistem kepercayaan dan sistem nilai yang direpresentasi dalam berbagai media dan tindakan sosial (Piliang, 2010:16). Dalam tahap ini, semua elemen diorganisasikan dan dikategorikan dalam kode-kode ideologis, seperti patriarki, individualisme, ras, kelas, materialisme, kapitalisme dan sebagainya. Berikut makna tahapan ideologi dalam film dokumenter Darurat! Sekolah dikepung Iklan Rokok, di antaranya: Scene 1 menunjukkan paham ideologi kapitalisme karena produsen rokok diberikan kebebasan menjual, mempublikasi, dan menyalurkan produknya di sekitar lingkungan sekolah. Publikasi tersebut juga berisi pesan persuasif yang bertujuan untuk mempengaruhi pola pikir pelajar bahwa rokok adalah sesuatu yang wajar untuk dikonsumsi dan dibeli. Walaupun berdampak buruk, hal ini dilakukan demi keuntungan produsen rokok tersebut. Dari kebiasaan ini dikhawatirkan akan membawa pengaruh buruk pada tingkat konsumsi dan kecanduan rokok di usia remaja. Pada tahapan ideologi, ideologi yang dipakai pada scene 4 adalah kapitalisme dimana memberikan informasi bahwa produsen rokok bisa menjual produknya di manapun secara bebas bahkan kepada pelajar yang masih di bawah umur. Produsen rokok membiarkan individu-individu tersebut mengejar dan menikmati kepentingan mereka sendiri demi meraup keuntungan. Scene ini memperlihatkan produsen rokok yang mengesampingkan dampak buruk mengkonsumsi rokok bagi kalangan pelajar. Scene 7 menggunakan ideologi kapitalisme karena memberikan informasi bahwa produsen rokok tidak hanya mempublikasikan iklan

produknya di sekitar sekolah, melainkan di seluruh tempat yang ramai masyarakat. Ini menyebabkan pelajar dapat menjumpai iklan rokok dalam berbagai bentuk di lingkungan umum. Membuat iklan rokok menjadi sesuatu yang lumrah dan menarik minat pelajar dan masyarakat untuk membelinya karena iklan rokok tersebut telah membaaur dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Scene 8 menggunakan ideologi kapitalisme karena produsen rokok menghadirkan iklan yang dipajang di sekitar sekolah yang berisi pesan bahwa rokok bisa dibeli dengan harga terjangkau dan mudah didapatkan pada warung terdekat dari pekarangan sekolah. Ini bertujuan menarik minat pelajar untuk membelinya. Scene ini juga seolah menginformasikan bahwa pelajar yang merokok di tongkrongan dan tempat umum akan terlihat keren. Scene 9 menggunakan ideologi kapitalisme karena produsen rokok secara bebas mempublikasi iklan produknya di jalanan pusat kota dan selalu menunjukkan visual yang terlihat keren serta mewah yang merupakan impian kebanyakan orang. Terutama kalangan anak muda. Ini bertujuan menarik minat konsumen agar membeli rokok dan pihak produsen rokok bisa meraup keuntungan secara masif. Promosi dan publikasi iklan ini tetap dilakukan meskipun melanggar peraturan pemerintah yang telah ditetapkan. Scene 12 menggambarkan makna ideologi independen karena beberapa pelajar SMPN 13 Mataram berinisiatif untuk mencabut beberapa iklan rokok yang terpasang di warung-warung sekitar sekolah mereka dan menggantinya dengan spanduk baru yang berisi pesan persuasif. Sehingga akses untuk mendapatkan rokok di sekitar sekolah mulai terbatas, dan bisa mengurangi tingkat candu rokok pada pelajar.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada enam scene dalam film dokumenter Darurat! Sekolah Dikepung Iklan Rokok yang dianalisis, terdapat tahapan yang menggambarkan realitas tampilan iklan, realitas pakaian, realitas lingkungan, realitas perilaku, dan realitas gestur. dimana memperlihatkan bahwa pelajar yang mengalami candu rokok berekspresi senang dan bersikap santai. Ideologi yang tergantung dalam film tersebut fokus pada sistem perekonomian yang memberikan kebebasan secara penuh kepada setiap orang untuk melaksanakan kegiatan perekonomian seperti memproduksi barang, menjual barang, menyalurkan barang dan lain sebagainya. Hal ini terlihat dari begitu banyak menyebarkan iklan rokok dalam kehidupan sehari-hari dengan berbagai maksud dan tujuan, seperti menarik minat pelajar untuk mengkonsumsi rokok, meraup keuntungan yang masif dari publikasi iklan yang ditempatkan pada pusat kota, dan mudahnya transaksi jual beli rokok kepada seluruh kalangan secara bebas. Di sisi lain film ini juga menampilkan ideologi independen yang menampilkan beberapa pelajar yang berinisiatif untuk mencabut spanduk-spanduk iklan rokok yang terpasang di warung

sekitar sekolah mereka dan menggantinya dengan spanduk baru yang berisi pesan persuasif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro, Dkk. 2009. Komunikasi Massa Suatu Pengantar Revisi. Simbiosis Rekatama Media: Bandung.
- Barthes, Roland. 2012. Elemen-elemen Semiotika. Terj. M. Ardiansyah. IRCiSoD: Yogyakarta.
- Cangara, Hafied. 2012. Pengantar Ilmu Komunikasi. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Deni Sofiansyah. 2019. Sistem Pertandaan Semiotik Pada Iklan Layanan Masyarakat “ Stop Hoax” Dalam Media Televisi Indosiar (Analisis Semiotik Jhon Fiske)
- Eco, Umberto. 1979. A Theory of Semiotic. Indiana University Press: Bloomington
- Hermansyah, Kusen Dony. 2017. Dasar-Dasar Dokumenter. Workshop Pusat Pengembangan Perfilman Kemendikbud RI: Bogor
- Kartika Puspa Rini dan Nurul Fauziah. 2019. Feminisme Dalam Video Klip Blackpink: Analisis Semiotika John Fiske Dalam Video Klip Blackpink Ddu-Du Ddu-Du.
- Komariah, Aan. Satori, Djam’an. 2014. Metode Penelitian Kualitatif. Alfabeta: Bandung.
- Kriyantono, Rahmat. 2014. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Prenada Media Group: Jakarta
- Moleong, J Lexy. 2011. Metode Penelitian Kualitatif. PT. Remaja Rosdakarya: Bandung
- Nasution, M.A. 2003. Metode Research (Penelitian Alamiah). Bumi Aksara: Jakarta
- Nurudin. 2011. Pengantar Komunikasi Massa. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Poerwadarminta, W.J.S. 2011. Kamus Umum Bahasa Indonesia. PN Balai Pustaka: Jakarta
- Sobur, Alex. 2014. Analisis Teks Media. Remaja Rosdakarya: Bandung
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta: Bandung
- Suwartono. 2014. Dasar Dasar Penelitian. Andi: Yogyakarta
- Tinarbuko Sumbo. 2009. Semiotika Komunikasi Visual. Jalasutra: Yogyakarta

- Trianton, Teguh. 2013. *Film Sebagai Media Belajar*. Graha Ilmu Mulia: Surabaya
- Trivosa Pah dan Rini Darmastuti. 2018. *Analisis Semiotika John Fiske Dalam Tayangan Lentera Indonesia Episode Membina Potensi Para Penerus Bangsa Di Kepulauan Sula*.
- Wiryanto. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Grasindo: Jakarta 2014.
- Anwar, L. P., & Wulandari, H. (2022). Analisis Semiotika Tentang Representasi Disfungsi Keluarga Dalam Film *Boyhood*. *Journal of Discourse and Media Research*, 1(01), 60–78. Retrieved from <https://journal.rc-communication.com/index.php/JDMR/article/view/16>
- Husna, I., & Hero, E. (2022). Analisis Semiotika Ferdinand De Saussures Makna Pesan Iklan Rokok A Mild Versi Langkah. *Journal of Discourse and Media Research*, 1(01), 44–59. Retrieved from <https://journal.rc-communication.com/index.php/JDMR/article/view/15>
- Nasirin, C., & Pithaloka, D. (2022). Analisis Semiotika Roland Barthes Konsep Kekerasan Dalam Film *The Raid 2 Berandal*. *Journal of Discourse and Media Research*, 1(01), 28–43. Retrieved from <https://journal.rc-communication.com/index.php/JDMR/article/view/14>
- Ridwan, M., & Aslinda, C. (2022). Analisis Semiotika Diskriminasi Pada Film “The Hate U Give”. *Journal of Discourse and Media Research*, 1(01), 1–12. Retrieved from <https://journal.rc-communication.com/index.php/JDMR/article/view/12>
- Wijaya, D. E., & Handayani, B. (2022). Analisis Semiotika Kecanduan Merokok di Film Dokumenter “Darurat! Sekolah Dikepung Iklan Rokok”. *Journal of Discourse and Media Research*, 1(01), 13–27. Retrieved from <https://journal.rc-communication.com/index.php/JDMR/article/view/13>