

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Effendi (1986: 134) dalam Raynaldi (2020: 3) menjelaskan bahwa film merupakan salah satu media komunikasi bersifat audio visual yang bertujuan untuk menyampaikan sebuah pesan dari si pembuat film (komunikator) kepada khalayak (komunikan) yang berkumpul disuatu tempat tertentu.<sup>1</sup> Karena bersifat audio visual, khalayak tidak perlu repot berimajinasi seperti saat sedang mendengarkan radio ataupun saat sedang membaca buku. Film termasuk menjadi salah satu media komunikasi yang sangat ampuh dalam menyampaikan pesan karena mampu bercerita banyak dalam waktu yang singkat melalui gambar dan suara yang dihasilkannya.<sup>2</sup> Film dikemas semenarik mungkin agar dapat menghibur khalayak yang menonton, dengan terhiburnya penonton, informasi, pesan moral, makna dan lain sebagainya akan lebih mudah diserap oleh para penonton. Kata “terhibur” disini bersifat luas, bukan hanya karena film bergenre komedi, melainkan dari berbagai jenis genre film seperti, *romance*, *drama*, *horror*, *thriller* dan lain sebagainya namun tetap dapat menjadi hiburan bagi khalayak yang menonton.

Film juga sebetulnya tidak jauh berbeda dengan televisi. Sardar dan Loon (2001) dalam Sobur (2003: 30) menjelaskan bahwa film dan televisi memiliki bahasanya sendiri dengan sitaksis dan tata bahasa yang berbeda.<sup>3</sup> Tata bahasa itu terdiri atas semacam unsur yang akrab, seperti pemotongan (*cut*), pemotretan jarak dekat (*close up*), pemotretan dua (*two shot*), pemotretan jarak jauh (*long shot*), pembesaran gambar (*zoom in*), pengecilan gambar (*zoom out*), memudar (*fade*), pelarutan (*dissolve*), gerakan lambat (*slow motion*), efek khusus (*special effect*).<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Kian Raynaldi, “Perancangan Video Dampak Positif Bodybuilding Untuk Membangun Gaya Hidup Sehat bagi Remaja di Surabaya”, Jurnal DKV Adiwarna, Universitas Kristen Petra, vol. 1, no. 16, 2020, hal. 3.

<sup>2</sup> Sri P, Tonna B dan Reza Prabudi, “Literasi Visual Sebagai Dasar Pemaknaan Karya Audio Visual (Karya Audio Visual “MAULIATE” Pengangkatan Budaya Lokal Toba”, JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study, vol. 5, no. 2, 2019, hal. 150.

<sup>3</sup> Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003, hal. 30.

<sup>4</sup> Alex Sobur, Op. Cit., hal. 130-131.

Film menuturkan ceritanya dengan cara khususnya sendiri. Kekhususan film adalah mediumnya, cara pembuatannya dengan kamera dan pertunjukannya dengan proyektor dan layar.<sup>5</sup>

Film seringkali digunakan sebagai media representasi sebuah realitas sosial maupun hanya sekedar imajinasi sang sutrada film karena film memiliki efektifitas dalam menjangkau banyak segmentasi sosial. Dengan mengangkat tema realitas sosial masyarakat, ditujukan untuk memperlihatkan kepada khalayak, adanya sisi lain kehidupan dalam bermasyarakat.

Efektifitas film dalam menjangkau seluruh lapisan masyarakat membuat film adalah alat yang sangat potensial untuk menggiring opini publik. Dengan demikian, umumnya film juga dijadikan sebagai medium propaganda para sutradara film yang memiliki tujuan tersendiri ataupun para penguasa pemerintahan untuk melancarkan agenda kepentingan golongan ataupun kelompok tertentu. Propaganda melalui film bertujuan untuk memengaruhi persepsi publik mengenai apa yang ditayangkan melalui film tersebut. Film dijadikan sebagai media propaganda sering terlihat dalam film-film Amerika Serikat yang berlatar perang dunia. Di Indonesia sendiri, film dijadikan sebagai media propaganda terlihat dalam film G30 S/PKI.<sup>6</sup>

Film G30 S/PKI adalah sebuah film yang rilis pada tahun 1984 yang dibuat oleh rezim Order Baru untuk mengenang peristiwa kudeta versi pemerintahan Soeharto, di mana kudeta Gerakan 30 September didalangi oleh Partai Komunis Indonesia atau PKI.<sup>7</sup> Film “Pengkhiranatan G-30S/PKI” berhasil menjadi instrumen propaganda politik dengan menggunakan sebuah adegan gerak tubuh seperti pembunuhan, pengeroyokan, penyerbuan, kejahatan terbuka serta menampilkan narasi di layar ataupun penjelasan gambar/diorama dari narator. Film

---

<sup>5</sup> Indiwana S. Wahjuwibowo, *Semiotika Komunikasi (Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi)*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018, hal. 34.

<sup>6</sup> Nurudin, *Komunikasi Propaganda*. Bandung: Remaja Rosdakarya Kencana, 2008, hal. 37.

<sup>7</sup> Mirnawati, Nor Huda Ali, Yulion Zalpa, “*Film dan Propaganda Politik (Studi atas Film “G-30S/PKI” dan Jagal)*”, Tamaddun: Jurnal Kebudayaan dan Sastra Islam, vol. 19, no. 2, 2019 hal. 71.

“Pengkhiran G-30S/PKI dijadikan sebagai alat propagandis untuk menyebarkan propaganda selain itu film tersebut dibuat untuk menggambarkan bagaimana situasi perpolitikan yang terjadi pada masa transisi yaitu era Orde Lama menuju Orde Baru, sehingga penayangan film tersebut menggiring opini publik mengenai kejadian yang terjadi pada 30 September 1965.”<sup>8</sup>

Garth S. Jowett dan Victoria O’Donnell dalam Tjhai dan Paramita (2019: 296) menyatakan:

“Propaganda adalah usaha dengan sengaja dan sistematis, untuk membentuk persepsi, memanipulasi pikiran, dan mengarahkan kelakuan untuk mendapatkan reaksi yang diinginkan penyebar propaganda. Propaganda sendiri dalam media massa dapat berdampak dalam berbagai segi. Dari pengaruh politik, pengaruh kebijakan, penggunaan produk, rubrik keagamaan, kebudayaan, iklan, dan penyebaran doktrin.”<sup>9</sup>

Propaganda dan film keduanya memiliki hubungan yang erat. Di mana propaganda adalah teknik untuk memanipulasi pikiran seseorang yang juga dapat digunakan dalam film sebagai sarana komunikasi massa.<sup>10</sup>

Sastropetro (1991: 48) dalam Tobing menyatakan:

“Film sebagai media untuk menyebarkan pesan propaganda dapat membuat penyebaran pesan menjadi lebih luas ke khalayak banyak”<sup>11</sup>

Penelitian ini meneliti mengenai propaganda melalui film. Namun film yang dijadikan peneliti sebagai objek penelitian memiliki perbedaan dengan film propaganda seperti *Coming Home* dan juga G30S/PKI, karena di dalam film yang akan diteliti merupakan wujud propaganda dengan balutan komedi satire untuk menyindir Adolf Hitler dan partai Nazi saat memimpin Jerman. Sedangkan pada film *Coming Home* ataupun G30S/PKI pesan propaganda yang disampaikan

<sup>8</sup> *Ibid.*, hal. 88.

<sup>9</sup> Nathan Tjhai dan Sinta Paramita, “Pesan Propaganda Rasisme Film 8 Mile”, Koneksi: Jurnal Universitas Tarumanagara, vol. 3, no. 2, 2019 hal. 296.

<sup>10</sup> Deddy S. H. Tobing, “Analisa Konten Film Bertema Aksi Terorisme Menggunakan Analisa Film Untuk Mendukung Pertahanan Negara (Film 22 Menit)”, Publipreneur Polimedia: Jurnal Ilmiah Jurusan Penerbitan Politeknik Negeri Media Kreatif, vol. 8, no. 1, 2020, hal. 19.

<sup>11</sup> *Ibid.*

langsung ditujukan kepada para penonton dengan tujuan untuk mendapatkan dukungan melalui pesan yang disampaikan di dalam film tersebut.

Seperti realitas sosial yang terjadi pada masa kejayaan Partai Politik Nazi yang dipimpin oleh Adolf Hitler kala itu, yaitu dengan membuat propaganda kepada para pengikutnya tentang pemikiran, rendahnya derajat ras lain dibandingkan dengan ras Arya bangsa Jerman. Adolf Hitler selalu menekankan kepada pemuda Jerman bahwa bangsa Jerman adalah bangsa besar yang ditakdirkan untuk memerintah dunia, karena bangsa Jerman adalah bangsa berdarah Arya, yang merupakan pangkal kekuatan Jerman. Namun kekuatan itu sedang terbelenggu oleh kekuatan asing, yaitu bangsa Yahudi dan Komunis.<sup>12</sup> Diskriminasi ras ini terjadi sekitar tahun 1933-1945. Pada masa kekuasaannya, Nazi yang dipimpin oleh Adolf Hitler giat menyerukan propaganda anti-Yahudi dan pembersihan kaum tersebut dari wilayah Jerman. Pemboikotan serta penghancuran sinagoge dan toko-toko milik Yahudi menjadi aksi nyata kebencian mereka.<sup>13</sup>

Paham tersebut yang menjadi dasar konstruksi bahwa hanya orang-orang Jerman yang dapat memimpin dunia dan melihat ras lain hanya sebagai parasit. Sikap *anti-semitisme* fanatik yang sudah melekat pada Adolf Hitler ketika muda juga menjadi alasan Hitler membenci kaum Yahudi.<sup>14</sup>

Dalam prakteknya memang propaganda yang dilakukan oleh pemerintahan Nazi Hitler membuat propaganda memiliki nilai yang tinggi, karena sifatnya yang memberikan dukungan efektif pada kekuasaan Hitler. Joseph Paul Goebbels ditunjuk sebagai Menteri Propaganda pada tahun 1933 melakukan sensor kepada pers, radio, dan film. Buku-buku yang dianggap merusak dan tidak sesuai dengan cita-cita pemerintahan Nazi dibakar, dan mereka yang hendak

---

<sup>12</sup> Russel, *Seri Orang Termasyhur: Adolf Hitler* (Jakarta: MM Corp, 2005), hal. 22.

<sup>13</sup> Tania Intan, "Novel Charlotte Karya David Foenkinos: Sebuah Narasi Tentang Diskriminasi, Rasisme, dan Holocaust", *Poetika: Jurnal Ilmu Sastra*, vol. v, no.2, 2017, hal. 97.

<sup>14</sup> Adolf Hitler, *Mein Kampf*. Terj. Ribus Wahyudi, Dwi Ekasari dan Sekar Palupi (Yogyakarta: NARASI, 2019), hal. 83.

menulis buku, harus menyerahkan naskah untuk diperiksa, sebelum boleh dicetak.<sup>15</sup>

*Jojo Rabbit* merupakan sebuah film bergenre drama komedi Amerika Serikat yang disutradarai oleh Taika Waititi yang dirilis pada tanggal 18 Oktober 2019 di Amerika Serikat dan dirilis di Indonesia pada tanggal 01 Januari 2020. *Jojo Rabbit* bercerita tentang Jojo Betzler (diperankan Roman Griffin Davis), bocah 10 tahun calon prajurit dari pelatihan militer Hitler Youth di Jerman yang sangat mencintai negaranya. Jojo memiliki teman khayalan bernama Adolf Hitler (Taika Waititi) versi lebih kekanak-kanakan.

Suatu ketika, kehidupan dan pandangan Jojo tentang perang berubah total setelah mengetahui bahwa ibunya (Scarlett Johansson) diam-diam menyembunyikan seorang gadis Yahudi di balik loteng di rumah mereka.

Pada awalnya, Jojo yang tak pernah sekalipun bertemu dengan orang Yahudi merasa takut dan jijik. Namun, saat ia mengetahui bahwa ibunya secara diam-diam menerima kehadiran perempuan itu meski dengan risiko yang besar, ia juga harus terpaksa menerima untuk menghabiskan waktu bersamanya.<sup>16</sup>

Berbeda dari film-film bergenre komedi Taika Waititi sebelumnya, *Jojo Rabbit* merupakan film tentang satire kondisi Perang Dunia II. Film tersebut memperlihatkan kondisi realitas sosial pada masa kejayaan Nazi dibawah pimpinan Adolf Hitler yang dikemas dalam bentuk komedi satire.

Suwardi (2006:66) dalam Bilal dan Rahmad (2018: 15) mengatakan:

“Komedi satire merupakan tampilan ungkapan kelucuan untuk tujuan menyindir”<sup>17</sup>

<sup>15</sup> Ignatius Haryanto, “Propaganda, Hannah Arendt, Joseph Goebels dan Totalitarianisme”, *ULTIMA Comm*, vol. 7, no. 1, 2015, hal. 97.

<sup>16</sup> Wijayanto, “*JOJO RABBIT: Komedi Satire Hitler dan Nazi Jerman*” (<https://radarsurabaya.jawapos.com/read/2019/12/29/172253/jojo-rabbit-komedi-satire-hitler-dan-nazi-jerman>, Diakses pada tanggal 15 Oktober 2020 pukul 10:33).

<sup>17</sup> Muhammad Bilal dan Cito Yasuki Rahmad, “*Penyutradaraan Komedi Satire Melalui Tokoh Protagonis Pada Film SMART?*”, *texture*, art & culture journal, vol. 1, no. 1, 2018 hal.15.

Propaganda Nazi kepada masyarakat Jerman untuk membeci kaum Yahudi dengan menjelek-jelekkan kaum Yahudi, membuat cerita palsu tentang Yahudi serta mendirikan Gerakan Pemuda Hitler, yaitu gerakan paramiliter yang didirikan Nazi untuk anak-anak muda Jerman berusia 10-14 tahun yang bertujuan untuk menjadi pengikut dan mengabdikan kepada Adolf Hitler serta mendukung Nazi dalam perang yang disuguhkan dalam film *Jojo Rabbit*.

Karir sutradara asal Selandia Baru ini terbilang cukup gemilang, Taika Waititi dengan *Jojo Rabbit* nya berhasil memenangkan banyak penghargaan diajang film festival. *Jojo Rabbit* berhasil memenangkan penghargaan *The Grolsch People's Choice Award* pada ajang *Toronto International Film Festival (TIFF)* pada tahun 2019. Pada festival tersebut *Jojo Rabbit* berhasil mengalahkan film *Joker*, yang digadang-gadang akan menuai kesuksesan pada festival tersebut.<sup>18</sup>

Tidak hanya itu, tahun 2020 *Jojo Rabbit* juga memenangkan penghargaan paling bergengsi untuk sineas dunia yaitu *Jojo Rabbit* berhasil membawa pulang piala Oscar 2020 untuk kategori naskah adaptasi terbaik (*Best Adapted Screenplay*).<sup>19</sup>

Sebelumnya, Waititi mengaku jika naskah film tersebut sudah ia tulis sejak 9 tahun lalu, namun skenario yang ia tulis pada tahun 2011 itu tidak mampu membuat produser manapun tertarik untuk membuatnya menjadi film. Sampai pada tahun 2017, Fox Searchlight menghubungi Waititi dan mengatakan bahwa pihaknya tertarik untuk mendanai produksi film *Jojo Rabbit*.<sup>20</sup>

Berkat sejumlah penghargaan yang diraih, *Jojo Rabbit* membuktikan bahwa Taika Waititi sebagai sutradara yang sukses dalam merepresentasikan keadaan realitas sosial pada masa kejayaan Nazi di bawah pimpinan Adolf Hitler

<sup>18</sup> Adilan Bill Azmy, "Rekam Jejak Taika Waititi Sutradara Film Pemenang TIFF 2019", (<https://tirto.id/rekam-jejak-taika-waititi-sutradara-film-pemenang-tiff-2019-eiDS>, Diakses pada tanggal 15 Oktober 2020 pukul 12:03).

<sup>19</sup> IMDb, "*Jojo Rabbit Awards*" ([https://www.imdb.com/title/tt2584384/awards?ref\\_=ttawd\\_ql\\_1](https://www.imdb.com/title/tt2584384/awards?ref_=ttawd_ql_1), Diakses pada tanggal 15 Oktober 2020 pukul 12:15).

<sup>20</sup> Wijayanto, Op. Cit.

dalam memproganda pengikutnya dengan balutan sindiran terhadap Nazi lewat film bergenre komedi satire berdurasi 108 menit tersebut.

Di Indonesia sendiri film bergenre komedi satire sebenarnya sudah beberapa kali diproduksi, contohnya adalah film yang dibawakan oleh Warkop DKI. Di dalam film Warkop DKI jika kita jeli dalam menyaksikan setiap adegannya tersirat sindiran yang dikemas melalui komedi atau lawakan.

Penelitian yang akan dikaji oleh penulis adalah representasi propaganda dalam film komedi satire *Jojo Rabbit* dengan menggunakan teori tanda Charles Sanders Peirce. Peneliti memilih film *Jojo Rabbit* sebagai objek penelitian karena di dalam film ini terdapat tanda-tanda yang merepresentasikan propaganda dengan balutan komedi satire untuk menyindir Adolf Hitler dan partai Nazi saat memimpin Jerman. Peneliti juga memilih Peirce sebagai landasan teori dalam merepresentasikan sebuah tanda dan makna di dalam film ini karena Peirce menjelaskan bagaimana sebuah tanda dapat merepresentasikan sesuatu yang mewakilinya sehingga teori Peirce mampu merepresentasikan tanda di dalam sebuah objek penelitian peneliti secara komprehensif.

Charles Sanders Peirce dalam Sobur (2003) menjelaskan bahwa:

“Sebuah tanda (*representamen*) memiliki relasi ‘*triadik*’ langsung dengan *interpretan* dan objeknya. Berdasarkan *interpretant*, tanda dibagi atas *rheme*, *dicent sign* atau *dicisign* dan *argument*. *Rheme* adalah tanda yang memungkinkan orang menafsirkan berdasarkan pilihan. Misalnya, orang yang merah matanya dapat saja menandakan bahwa orang itu menangis, atau menderita penyakit mata. *Dicent sign* atau *dicisign* adalah tanda sesuai kenyataan. Misalnya, jika pada suatu jalan sering terjadi kecelakaan, maka di tepi jalan dipasang rambung lalu lintas yang menyatakan bahwa sering terjadi kecelakaan di kawasan tersebut. *Argument* adalah tanda yang langsung memberikan alasan tentang sesuatu.”<sup>21</sup>

Jadi, interpretan ialah pemahaman makna yang muncul dalam diri penerima tanda. Artinya tanda baru dapat berfungsi sebagai tanda bila dapat ditangkap dan pemahaman terjadi berkat *ground*, yaitu pengetahuan tentang sistem

---

<sup>21</sup> Alex Sobur, Op. Cit., hal. 42.

tanda dalam suatu masyarakat. Tinarbuko (2008: 13-14) dalam Gunanto (2015: 246) mengatakan hubungan ketiga unsur yang dikemukakan oleh Peirce terkenal dengan nama segitiga Semiotika.<sup>22</sup>

Apa yang dimaksud dengan proses '*semiosis*' merupakan suatu proses yang memadukan entitas (berupa *representamen*) dengan entitas lain yang disebut sebagai objek. Proses ini oleh Peirce disebut sebagai signifikasi.<sup>23</sup>

## 1.2 Fokus Penelitian

Peneliti memfokuskan penelitian ini kedalam rumusan masalah "Bagaimana representasi propaganda pada film komedi satire *Jojo Rabbit*?"

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui representasi propaganda dalam film komedi satire *Jojo Rabbit*.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Manfaat Akademis

Manfaat akademis dari penelitian ini adalah untuk menambah referensi bagi studi Ilmu Komunikasi, khususnya penelitian kualitatif dalam ranah komunikasi program studi broadcasting mengenai representasi propaganda di dalam sebuah film komedi satire.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah untuk menambah pengetahuan bagi para penikmat film untuk dapat lebih peka mengenai tanda-tanda atau nilai-nilai yang terdapat di dalam sebuah film, serta kemudian diharapkan dapat memberikan manfaat kepada sineas/penggiat film/praktisi film sebagai bahan referensi agar bisa membuat film yang berkualitas untuk para penikmat film.

<sup>22</sup> Aditya Rizky Gunanto, "*Representasi Fanatisme Supporter dalam Film Romeo dan Juliet*", Jurnal Visi Komunikasi, vol. 14, no. 02, 2015, hal. 246.

<sup>23</sup> Indiwana S. Wahjuwibowo, Op. Cit., hal. 18.