

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahu

Berikut adalah tabel beberapa penelitian terdahulu tentang tema atau metode yang berhubungan dengan tema penelitian yang diambil oleh peneliti :

No.	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Imperialisme Budaya Pada Rubrik Fashion (Studi Analisis Semiotika Imperialisme Budaya Pada Rubrik Fashion di Majalah GoGirl!)	Patrecia Yohana Hutabarat (skripsi), Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara, 2009	Metode yang digunakan oleh peneliti yaitu metode kualitatif dengan analisis semiotika Roland Barthes	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa busana-busana yang ditampilkan pada rubrik fashion di majalah GoGirl! sebagian besar adalah dari kebudayaan Barat, yang pada akhirnya menjadi sebuah <i>trend</i> tersendiri di kalangan pembacanya.
2.	Representasi Nasionalisme Dalam Film Merah Putih (Analisis Semiotika Roland Barthes)	Christina Ineke Widhastuti, (skripsi), Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas	Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat dua makna yang dapat diartikan berdasarkan model semiotika Barthes, yaitu makna

		Sultan Ageng Tirtayasa, 2012		denotasi, dan makna konotasi yang terdapat pada film Merah Putih.
3.	Imperialisme Budaya Industri Dunia Hiburan Korea di Jakarta (Studi terhadap Remaja-Remaja yang Menggemari Musik Pop Korea)	Astuti, (Tesis), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia, 2012	Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu metode kualitatif dengan pendekatan analisis fenomenologi	Hasil dari penelitian yang didapat oleh peneliti yaitu dengan meledaknya budaya K-Pop ini dimana-mana, pihak dari Korea Selatan pun menambahkan sebuah kesadaran palsu di benak remaja-remaja agar budaya Korea ini dikultivasi, dan juga menemukan bahwa remaja-remaja yang menggemari K-Pop mengkonsumsi segala macam hal-hal yang berhubungan dengan Korea Selatan.
4.	Representasi Pesan Antisosial Dalam Film “ <i>The Spongebob Squarepants Movie</i> ” (Studi Semiotik Terhadap Film “ <i>The Spongebob Movie</i> ”)	Moch. Samsul Ma’arif, (Skripsi), Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 2010	Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan analisis semiotika John Fiske	Hasil dari penelitian yang didapatkan yaitu bahwa film “ <i>The Spongebob Squarepants Movie</i> ” adalah ketidakseimbangan antara kekuasaan – status sosial – peranan sosial dengan moralitas. Dalam hal ini digambarkan pada level realitas, representasi dan ideologi berdasarkan analisis semiotika John Fiske.
5.	Representasi Fenomena Sosial Dalam Iklan Televisi A Mild (Studi Semiotika)	Nuraini Shofiya Asy’ari, (Skripsi), Fakultas Ilmu Sosial Dan	Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu metode penelitian kualitatif dengan analisis semiotika	Hasil dari penelitian yang didapat sesuai dengan model analisis Roland Barthes didapat makna yaitu makna denotasi, dan

	Tentang Representasi Fenomena Sosial Dalam Iklan Televisi A Mild Periode Tahun 2005 – 2008)	Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 2009	Roland Barthes	makna konotasi yang terdapat pada iklan televisi A Mild.
--	---	---	----------------	--

Tabel 2.1

Penelitian terdahulu

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Komunikasi

Pengertian komunikasi adalah istilah komunikasi berasal dari bahasa latin *communicatio*, yang bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna, jadi komunikasi dapat terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan (Effendy, 2003:30).

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa berupa keyakinan, kepastian, keraguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati (Bungin, 2006).

Jika kita berada dalam situasi komunikasi, maka kita memiliki beberapa kesamaan dengan orang lain, seperti kesamaan bahasa atau kesamaan arti dari

simbol-simbol yang digunakan dalam berkomunikasi. Seperti yang dinamakan Wilbur Schramm yaitu *frame of reference* atau dapat diartikan sebagai kerangka acuan, yaitu paduan pengalaman dan pengertian. Selain itu Schramm juga menyatakan bahwa *field of experience* atau bidang pengalaman merupakan faktor yang amat penting untuk terjadinya komunikasi. Apabila bidang pengalaman komunikator tidak sama dengan bidang pengalaman komunikan, maka akan timbul kesukaran untuk mengerti satu dengan yang lain dan situasi akan menjadi tidak komunikatif (Effendy, 2003:30-31).

Komunikasi mempunyai beberapa kategori fungsi. Karlinah (1999) mengemukakan fungsi komunikasi secara umum, adalah:

#### 1. Fungsi Informasi

Fungsi memberikan informasi ini dapat diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar, ataupun pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingan khalayak. Khalayak sebagai manusia social akan selalu merasa haus akan informasi tentang segala sesuatu yang ada disekitarnya.

#### 2. Fungsi Pendidikan

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya, karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik.

### 3. Fungsi Mempengaruhi

Fungsi mempengaruhi dalam komunikasi, khalayak terpengaruh oleh pesan-pesan dalam komunikasi yang dilakukan, sehingga tanpa sadar khalayak melakukan tindakan-tindakan sesuai dengan yang diinginkan oleh komunikator.

### 4. Fungsi proses Pengembangan Mental

Untuk mengembangkan wawasan, kita membutuhkan berkomunikasi dengan orang lain. Dengan berkomunikasi, manusia akan bertambah pengetahuannya dan berkembang intelektualitasnya. Hal tersebut diperoleh dari pengalaman pribadinya dan dari orang lain. Pengalaman dapat membantu manusia untuk memahami betapa besar ketergantungan manusia kepada komunikasi, karena komunikasi dapat membantu manusia dalam perkembangan mentalnya.

### 5. Fungsi Adaptasi Lingkungan

Setiap manusia berusaha untuk menyesuaikan diri dengan dunianya untuk dapat bertahan hidup. Proses komunikasi membantu manusia dalam proses penyesuaian tersebut. Proses pengiriman pesan oleh komunikator dan penerima pesan oleh komunikan dapat membantu kita dengan berhubungan dengan orang lain, saling menyesuaikan diri, sehingga menimbulkan kesamaan diantara komunikator dan komunikan.

### 6. Fungsi Memanipulasi Lingkungan

Memanipulasi disini bukan diartikan sebagai sesuatu yang negatif. Memanipulasi lingkungan artinya berusaha untuk mempengaruhi. Setiap orang

berusaha saling mempengaruhi dunia dan orang-orang yang berada disekitarnya. Dalam fungsi manipulasi, komunikasi digunakan sebagai alat control utama dan pengaturan lingkungan.

#### 7. Fungsi Meyakinkan

Fungsi komunikasi massa secara umum antara lain memberikan hiburan kepada khalayaknya. Namun ada fungsi yang tidak kalah penting dari media massa yaitu fungsi meyakinkan atau persuasi. Persuasi menurut devito, dalam bentuk:

- a. Mengukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan atau nilai seseorang;
- b. Mengubah sikap, kepercayaan atau nilai seseorang;
- c. Menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu
- d. Memperkenalkan etika dan menawarkan sistem nilai tertentu.

### **2.2.2 Komunikasi Massa**

Komunikasi masa adalah sebuah bentuk komunikasi (penyampaian pesan) oleh komunikator kepada komunikan dalam jumlah besar yang terjadi melalui media massa tradisional seperti surat kabar, koran, radio, maupun modern, yaitu televisi dan internet. Dalam artian lain komunikasi massa adalah penyebaran pesan dengan menggunakan media yang ditujukan kepada masyarakat yang abstrak, yaitu sejumlah orang yang tidak nampak oleh penyampaian pesan (Effendy, 2002:50). Media massa mempunyai beberapa bentuk, seperti cetak dan

elektronik, sehingga pesan juga dapat berupa lisan, maupun tulisan, atau gabungan keduanya.

Defenisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner, yakni: komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang (*mass communication is message communicated through a mass medium to a large number of people*) (Ardianto, 2004:3).

Definisi-definisi komunikasi massa itu secara prinsip mengandung suatu makna yang sama, bahkan antara definisi yang satu dengan definisi lainnya dapat dianggap saling melengkapi. Melalui defenisi tersebut maka kita dapat mengetahui karakteristik dari komunikasi massa, sebagai berikut (Ardianto, 2004:7-13) :

#### 1. Komunikator Terlembagakan

Ciri komunikasi yang pertama adalah komunikatornya. Kita sudah memahami bahwa komunikasi massa itu menggunakan media massa, baik media cetak maupun elektronik.

#### 2. Pesan Bersifat Umum

Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan hanya untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karenanya, pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa, ataupun opini. Namun tidak semua fakta dan peristiwa yang terjadi disekeliling kita dapat

dimuat dalam media massa. Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk apapun harus memenuhi kriteria penting atau menarik bagi sebagian besar komunikan.

### 3. Komunikan Anonim dan Heterogen

Komunikan pada komunikasi massa bersifat anonim dan heterogen. Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikannya (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Disamping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai jenis lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokkan berdasarkan faktor usia, jenis kelamin, pendidikan, latar belakang budaya, agama, dan tingkat ekonomi.

### 4. Media Massa Menimbulkan Keserempakan

Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapai relatif banyak dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari itu, komunikan tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama.

### 5. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan

Setiap komunikasi melibatkan unsur isi dan unsur hubungan sekaligus. Dalam komunikasi massa, pesan harus disusun sedemikian rupa berdasarkan sistem tertentu dan disesuaikan dengan karakteristik media massa yang akan digunakan.



## 6. Komunikasi Massa bersifat Satu Arah

Komunikasi massa adalah komunikasi dengan menggunakan atau melalui media massa. Karena melalui media massa, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan. Namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog. Dengan demikian, komunikasi massa itu bersifat satu arah.

## 7. Stimulus Alat Indra Terbatas

Ciri komunikasi massa lainnya yang dapat dianggap salah satu kelemahannya adalah stimulasi alat indra yang “terbatas”. Dalam komunikasi massa, stimulus alat indra bergantung pada jenis media massa, contohnya dalam media majalah, kita menggunakan indra penglihatan dalam memahami informasinya.

## 8. Umpan Balik tertunda (*Delayed*)

Komponen umpan balik atau lebih dikenal dengan sebutan *feedback* merupakan faktor penting dalam membentuk komunikasi apapun. Efektifitas komunikasi sering kali dapat dilihat dari *feedback* yang disampaikan oleh komunikan. Umpan balik dalam komunikasi massa tidak dapat secara langsung karena komunikator tidak dapat melihat langsung reaksi atau tanggapan dari komunikan.

Menurut Charles R. Wright, komunikasi massa memiliki empat fungsi, yaitu : (Wiryanto, 2000:11)

- a. *Surveillance*, menunjuk pada fungsi pengumpulan dan penyebaran informasi mengenai kejadian-kejadian dalam lingkungan, baik di luar

maupun di dalam masyarakat. Fungsi ini berhubungan dengan apa yang disebut *Handling News*.

- b. *Correlation*, meliputi fungsi interpretasi pesan yang menyangkut lingkungan dan tingkah laku tertentu dalam mereaksi kejadian-kejadian, fungsi diidentifikasi sebagai fungsi editorial atau propaganda.
- c. *Transmission*, menunjuk pada fungsi mengkomunikasikan informasi, nilai-nilai dan norma-norma sosial budaya dari suatu generasi ke generasi yang lain atau dari anggota-anggota suatu masyarakat kepada pendatang baru.
- d. *Entertainment*, menunjuk pada kegiatan-kegiatan komunikatif yang dimaksudkan untuk memberi hiburan tanpa mengharapkan efek-efek tertentu.

### 2.2.3 Representasi

*Represent* menunjukkan citra: menggunakan atau bertindak sebagai simbol: menunjukkan, melukiskan, menjelmakan, memperlihatkan sebuah citra, dengan seni imitasi, bertindak dan sejenisnya, dapat disamakan atau serupa dengan bertindak sebagai contoh menghadirkan dengan seksama dalam ingatan, memunculkan dan menyatakan sesuatu tersebut. Representasi : tindakan menghadirkan atau mempresentasikan sesuatu lewat sesuatu yang lain di luar dirinya, biasanya berupa tanda atau simbol (Piliang, 2003:21).

Representasi menunjuk baik pada proses maupun produksi dari pemaknaan suatu tanda. Representasi juga bisa berarti proses perubahan konsep-konsep ideologi yang abstrak dalam bentuk-bentuk yang konkret. Representasi adalah konsep yang digunakan dalam proses sosial pemaknaan melalui sistem penandaan yang tersedia: dialog, tulisan, video, film, fotografi dan sebagainya. Secara ringkas representasi adalah produksi makna melalui bahasa. (<http://kunci.or.id/esai/nws/04/representasi.htm>).

Menurut Graeme Turner (1991:128), ada dua proses representasi. Pertama, representasi mental, yaitu konsep tentang sesuatu yang ada di kepala kita masing-masing (peta konseptual). Representasi mental ini masih berbentuk sesuatu yang abstrak. Kedua, bahasa yang berperan penting dalam proses konstruksi makna. Konsep abstrak yang ada di dalam kepala kita harus diterjemahkan dalam bahasa yang lazim, supaya kita dapat menghubungkan konsep dan ide-ide kita tentang sesuatu dengan tanda dan simbol-simbol tertentu.

Proses pertama memungkinkan untuk memaknai dunia dengan mengkonstruksi seperangkat rantai korespondensi antara sesuatu dengan sistem peta konseptual kita dengan “peta konseptual” dan “bahasa dan simbol” adalah jantung dari produksi makna lewat bahasa. Proses yang menghubungkan ketiga elemen ini secara bersama-sama inilah yang kita namakan representasi.

Konsep representasi bisa berubah-ubah. Selalu ada pemaknaan baru dan pandangan baru dalam konsep representasi yang sudah pernah ada. Intinya adalah : makna akan intern dalam suatu dunia ini, ia selalu dikonstruksi, diproduksi, lewat

proses representasi. Ia adalah hasil dari praktek penandaan. Praktek yang membuat sesuatu hal bermakna sesuatu.

## **2.2.4 Tinjauan Tentang Video Klip Musik**

### **a. Pengertian Video Klip**

“Video klip musik atau *Music Video*, adalah sebuah film lagu, kombinasi dari lagu seorang musisi atau grup, dengan gambar visual/*visual images* kebanyakan dari video klip ditayangkan di TV atau dijual dalam bentuk kaset video atau *lasser disc*”(Epstein, 2004).

### **b. Sejarah Perkembangan Video Klip**

Ditahun 1960 hingga 1970an, para musisi rock mulai membuat apa yang disebut film musik termasuk juga didalamnya grup inggris *The Beatles*. Pada awalnya masih sangat sulit untuk menyiarkan film-film tersebut, hingga pada tahun 1970an ketika para musisi tersebut mulai menggunakannya untuk kegiatan promosi album mereka. Dengan semakin berkembangnya TV kabel di tahun 1980an dan munculnya *Music Television* (MTV) ditahun 1981. Barulah video musik mendapatkan kepopuleran. Hanya dalam waktu singkat saja banyak para musisi menggunakan video klip musik untuk promosi albumnya. Video klip musik dirilis para musisi tersebut bersamaan dengan keluarnya album mereka. Penggunaan video klip musik telah berkembang dengan sangat cepat dalam mempengaruhi gaya dalam musik, termasuk didalamnya Musik *country*, dan

*gospel* (musik yang bernuansa keagamaan). Dan malah ada yang khusus menyarkan video klip musik dengan tema tertentu saja. *The Network Video Hits1* (VH-1), contohnya hanya menyiarkan lagu-lagu yang populer saja, bahkan ada yang jam tayangnya sangat malam, sehingga dapat menyiarkan jenis-jenis video klip musik dengan tema yang sedikit kasar atau dewasa tanpa khawatir ditonton oleh anak-anak. MTV, VH-1, dan banyak *networks* lainnya yang menyiarkan ke segala penjuru dunia, memberikan akses yang lebih mudah antara sang artis dan penggemarnya.

Gaya dari video klip berkembang semakin luas. Seperti artis Michael Jackson dan Madonna membuat video klip yang mengkolaborasikan *choreography*, *sets*, *costume* dan terkadang *special effect*. Tetapi ada musisi lainnya menggunakan cara atau format yang lebih sederhana, seperti memfilmkan penampilan mereka dengan pencahayaan dan *sets* yang wajar. Beberapa musisi mengeluarkan beberapa video klip musik sekaligus atau seri, misalnya sehubungan dengan cerita atau tema dari albumnya.

Video klip musik sangat berperan untuk mengenalkan kepada publik tentang sang artis. Gambar penuh makna, *special effect*, dan editing adalah elemen penting dari video klip musik. Gaya dari video klip musik bisa mencerminkan suasana tema dari single/album musik, memvisualisasikan isi lirik lagu melalui beberapa gaya. Misalnya, gaya anak muda yang cenderung bernuansakan simbolik, gaya orang dewasa atau lanjut umur yang lebih mencerminkan ketenangan, kematangan, dan melankolis, tapi semua kembali lagi pada konsep serta warna lagu masing-masing (Epstein, 2004).

### **2.2.5 Teks dan Konteks**

Teks bisa diartikan sebagai perangkat tanda yang ditransmisikan dari seorang pengirim kepada seorang penerima melalui medium tertentu dan dengan kode-kode tertentu. Pihak pertama, yang menerima tanda-tanda tersebut sebagai teks, segera mencoba menafsirkannya berdasarkan kode-kode yang tepat dan telah tersedia (Sobur, 2001:53). Cook mengartikan teks sebagai semua bentuk bahasa, bukan hanya kata-kata yang tercetak di lembar kertas, tetapi juga semua jenis ekspresi komunikasi, ucapan, musik, gambar, efek suara, citra, dan sebagainya. Sedangkan konteks memasukkan semua situasi dimana teks tersebut diproduksi, fungsi yang dimaksudkan, dan sebagainya (Sobur, 2001:56).

Dalam penelitian ini peneliti hanya meneliti teks yang menunjukkan representasi dari imperialisme budaya Amerika. Teks yang peneliti gunakan untuk mengetahui representasi imperialisme budaya Amerika adalah tulisan, ucapan, dan citra (tampilan visual). Hal ini diselaraskan dengan pengertian representasi yaitu “sesuatu yang merujuk pada proses yang dengannya realitas disampaikan dalam komunikasi, via kata-kata, bunyi, citra atau kombinasinya” (Fiske, 2004:282).

### **2.2.6 Budaya**

Pernyataan Kroeber dan Kluckhohn (Alisjahbana, 1986:207), definisi kebudayaan dapat digolongkan menjadi 7 hal, yaitu: Pertama, kebudayaan sebagai keseluruhan hidup manusia yang kompleks, meliputi hukum, seni, moral,

adat istiadat, dan segala kecakapan lain, yang diperoleh manusia sebagai anggota masyarakat. Kedua, menekankan sejarah kebudayaan, yang memandang kebudayaan sebagai warisan tradisi. Ketiga, menekankan kebudayaan yang bersifat normatif, yaitu kebudayaan dianggap sebagai cara dan aturan hidup manusia, seperti cita-cita, nilai, dan tingkah laku. Keempat, pendekatan kebudayaan dari aspek psikologis, kebudayaan sebagai langkah penyesuaian diri manusia kepada lingkungan sekitarnya. Kelima, kebudayaan dipandang sebagai struktur, yang membicarakan pola-pola dan organisasi kebudayaan serta fungsinya. Keenam, kebudayaan sebagai hasil perbuatan atau kecerdasan. Ketujuh, definisi kebudayaan yang tidak lengkap dan kurang bersistem.

(Sukidin. Basrowi. Agus wiyaka, 2003:4) Menurut E.B. Tylor dalam bukunya yang berjudul "*primitive culture*" bahwa kebudayaan adalah keseluruhan kompleks yang didalamnya terkandung ilmu pengetahuan lain, serta kebiasaan yang didapat manusia sebagai anggota masyarakat. Pada sisi yang agak berbeda, Koentjaningrat mendefinisikan kebudayaan sebagai keseluruhan manusia dari kelakuan dan hasil kelakuan yang teratur oleh tata kelakuan yang harus didapatnya dengan belajar dan yang semuanya tersusun dalam kehidupan masyarakat. Dari beberapa pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa kebudayaan adalah keseluruhan sistem, gagasan, tindakan, dan hasil karya manusia untuk memenuhi kehidupannya dengan cara belajar yang semuanya tersusun dalam kehidupan masyarakat. Hampir semua tindakan manusia adalah kebudayaan.

Menurut koentjaraningrat (1980) kata kebudayaan berasal dari kata sansekerta budhayah, yaitu bentuk jamak dari buhdi yang berarti budi atau akal, dengan demikian kebudayaan dapat diartikan hal-hal yang bersangkutan dengan akal. Sedangkan kata budaya merupakan perkembangan majemuk dari budi daya yang berarti daya dari budi sehingga dibedakan antara budaya yang berarti daya berarti hasil dari cipta, karsa dan rasa (Munandar Soelaeman, 2005:21).

Kebudayaan mempunyai dua aliran secara umum yaitu aliran ideasional dan dari aliran *behaviorisme* (materialisme). Pertama, definisi kebudayaan ideasional dijelaskan oleh Edward B. Taylor, kebudayaan sebagai keseluruhan yang kompleks, yang didalamnya terkandung ilmu pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum adat, adat istiadat dan kemampuan yang lain, serta kebiasaan yang didapat oleh manusia sebagai anggota masyarakat. Sedangkan menurut Ralp Lipton mengartikan kebudayaan sebagai sejumlah total sikap dan pola tingkah laku yang dibiasakan, dibagikan dan ditransmisikan oleh anggota dari masyarakat tertentu. Kedua, definisi kebudayaan dari aliran *behaviorisme* (materialisme), kebudayaan merupakan suatu fenomena yang dapat diamati yaitu pola-pola kehidupan di dalam komunitas, aktivitas yang berulang-ulang secara reguler serta pengaturan material dan sosial. Eguen A. Nida yang mengartikan kebudayaan sebagai perilaku manusia yang diajarkan terus menerus dari generasi ke generasi. Sedangkan J. Verkuyl mendefinisikan kebudayaan sebagai suatu yang diajarkan manusia, segala sesuatu yang dibuat oleh manusia. Dari berbagai definisi tersebut masing-masing definisi hanya membahas sebagian dari pengertian kebudayaan, tetapi apabila kedua



definisi tersebut digabungkan maka akan memiliki pengertian secara lebih sempurna. Pada dasarnya pengertian kebudayaan meliputi apa yang didefinisikan oleh Koentjaraningrat yaitu kebudayaan sebagai sistem gagasan, perbuatan, dan hasil karya (Yulia Budiwati, 2006:222).

Dalam hal ini peneliti mengambil definisi kebudayaan yang ke dua yaitu aliran *behaviorisme* yang menjelaskan bahwa kebudayaan merupakan suatu fenomena yang dapat diamati yaitu pola-pola perilaku kehidupan didalam komunitas, aktifitas yang berulang-ulang secara reguler serta material sosial sebagai perilaku manusia yang diajarkan terus menerus dari generasi kegenerasi dan mendefinisikan kebudayaan sebagai suatu yang diajarkan manusia, segala sesuatu yang dibuat oleh manusia.

Didalam masyarakat kebudayaan sering di artikan sebagai *the general body of arts*, yang meliputi seni maupun pengetahuan filsafat atau bagian-bagian yang indah dari masyarakat. Segala sesuatu yang diciptakan manusia baik yang konkrit maupun abstrak maka disebut budaya. Karena kebudayaan adalah keseluruhan sistem gagasan tindakan dan hasil karya manusia untuk memenuhi kehidupannya dengan cara belajar, yang semuanya tersusun dalam kehidupan masyarakat (Djoko Widagdho, 2001:20).

Kebudayaan dapat dibagi menjadi dua bagian, kebudayaan materi dan non materi. Kebudayaan non materi terdiri dari kata-kata yang dipergunakan orang, hasil penelitian, adat istiadat, keyakinan yang masyarakat anut dan kebiasaan yang masyarakat ikuti. Kebudayaan materi merupakan benda-benda hasil pabrik, alat-

alat, mebel, mobil bangunan irigasi dan semua benda yang dapat dirubah dan dipakai orang (Paul B.Horton, 1984). Sebuah budaya dapat berbentuk menjadi beberapa hal seperti artifak, sistem aktifitas dan sistem ide atau gagasan. Kebudayaan yang berbentuk artifak salah satu contohnya ialah benda-benda yang merupakan hasil karya manusia. Sedangkan kebudayaan aktivitas dapat diterjemahkan berupa tarian, olah raga, kegiatan sosial dan kegiatan ritual. Berbeda lagi dengan kebudayaan yang berbentuk sistem ide atau gagasan. Sistem kebudayaan yang satu ini dapat didefinisikan sebagai pola pikir yang ada di dalam pikiran manusia. Pikiran merupakan bentuk budaya abstrak yang mengawali suatu perilaku ataupun hasil perilaku bagi setiap bangsa atau ras.

### **2.2.7 Imperialisme Budaya**

Kata imperialisme berasal dari kata Latin "*imperare*" yang artinya "memerintah". Hak untuk memerintah (*imperare*) disebut "*imperium*". Orang yang diberi hak itu (diberi *imperium*) disebut "*imperator*". Yang lazimnya diberi *imperium* itu ialah raja, dan karena itu lambat-laun raja disebut *imperator*, dan kerajaannya ialah daerah dimana *imperium*nya berlaku. Pada zaman dahulu kebesaran seorang raja diukur menurut luas daerahnya, maka raja suatu negara ingin selalu memperluas kerajaannya dengan merebut negara-negara lain. Tindakan raja inilah yang disebut imperialisme oleh orang-orang sekarang, dan kemudian ditambah dengan pengertian-pengertian lain hingga perkataan imperialisme mendapat arti yang kita kenal sekarang ini.

Teori imperialisme budaya ini pertama kali dikemukakan oleh ekonom politik dari Amerika, Herbeth Schiller pada tahun 1969. Gagasan yang mendasari teori ini adalah peranan media dalam pembangunan nasional. Imperialisme berarti hegemoni politik, ekonomi, budaya yang dijalankan suatu bangsa atas bangsa lain. Kata ini biasanya mengacu pada imperialisme budaya atau imperialisme media, mengenai bagaimana perangkat keras dan perangkat lunak komunikasi digunakan oleh negara-negara adikuasa untuk memaksakan nilai dan agenda politik budaya mereka pada bangsa dan budaya yang kalah kuat. Imperialisme media merupakan salah satu istilah yang berhubungan dengan imperialisme budaya. Media memainkan peranan penting dalam menghasilkan kebudayaan dan mempunyai peranan yang besar sekali dalam proses imperialisme budaya.

( Herb Schiller 1973 ) menyatakan bahwa Negara barat mendominasi media di seluruh dunia ini. Ini berarti pula, media massa Negara barat juga mendominasi media massa di dunia ketiga. Alasannya, media barat mempunyai efek yang kuat untuk mempengaruhi media dunia ketiga. Media barat sangat mengesankan bagi media di dunia ketiga. Sehingga mereka ingin meniru budaya yang muncul lewat media tersebut. Dalam perspektif teori ini, ketika terjadi proses peniruan media negara berkembang dari negara maju, saat itulah terjadi penghancuran budaya asli di negara ketiga.

Kebudayaan barat memproduksi hampir semua mayoritas media massa di dunia ini, seperti film, berita, komik, foto dan lain-lain. Yang menjadikan mereka mendominasi seperti itu ialah pertama, mereka mempunyai uang. Dengan uang mereka akan bisa berbuat apa saja untuk memproduksi berbagai ragam sajian

yang dibutuhkan media massa. Kedua, mereka mempunyai teknologi. Dengan teknologi modern yang mereka punyai memungkinkan sajian media massa diproduksi secara lebih baik, meyakinkan dan “seolah nyata”, seperti film *Avatar*, atau *Transformer*, yang memiliki efek 3D (tiga dimensi) sehingga terlihat seperti nyata.

Negara-negara dunia ketiga melihat media massa di negara barat sebagai bentuk sajian yang kemudian menjadi gaya hidup, kepercayaan dan pemikiran. Diyakini, keinginan negara-negara dunia ketiga untuk menerapkan sistem demokrasi yang memberikan kebebasan berpendapat, sedikit banyak merupakan hasil sajian media massa barat yang masuk ke dunia ketiga. Selanjutnya, negara dunia ketiga tanpa sadar meniru apa yang disajikan media massa yang sudah banyak diisi oleh kebudayaan barat tersebut. Saat itulah terjadi penghancuran budaya asli negaranya untuk kemudian mengganti dan disesuaikan dengan budaya barat. Kejadian ini bisa dikatakan terjadinya imperialisme budaya barat. Imperialisme itu dilakukan oleh media massa barat yang telah mendominasi media massa dunia ketiga.

Media dapat membantu modernisasi dengan memperkenalkan nilai-nilai barat yang dilakukan dengan cara mengorbankan nilai-nilai tradisional sehingga mengakibatkan hilangnya keaslian budaya lokal. Nilai-nilai yang diperkenalkan itu adalah nilai-nilai kapitalisme dan karenanya proses imperialistis dilakukan secara sengaja, atau disadari dan sistematis, yang menempatkan negara yang sedang berkembang dan lebih kecil di bawah kepentingan kapitalis yang lebih dominan khususnya Amerika Serikat (McQuail, 1994:99).

Menurut Schiller (1979) Imperialisme budaya adalah “*The sum of processes by which a society is brought into the modern world system and how its dominating stratum is attracted, pressured, forced and sometimes bribed into shaping social institutions to correspond to, or even promote the values and structures of the dominating center of the system*”. (merupakan suatu proses dimana masyarakat dibawa kepada sistem dunia modern dan bagaimana ia menguasai seluruh lapisan, menekan, memaksa, dan terkadang masuk ke dalam lembaga social tersebut untuk mempromosikan nilai-nilai dan stuktur dari sistem pusat). Herbeth Schiller dalam bukunya “*communication and cultural Domination*”(1976) menegaskan penggunaan istilah imperialisme budaya untuk menggambarkan dan menjelaskan cara perusahaan-perusahaan multinasional, termasuk media dalam membangun negara-negara yang didominasi negara yang sedang berkembang.

Media barat yang selalu mendominasi media di dunia, membuat kebudayaan barat selalu memproduksi hampir semua mayoritas media massa di dunia ini, seperti halnya berita, foto, komik, film, dan lain sebagainya. Banyak faktor pendorong bagi Negara barat untuk dapat mendominasi, salah satu faktornya adalah memiliki modal uang dan teknologi yang mendukung. Banyak nya Negara dunia ketiga berpandangan positif mengenai hal-hal yang ada di budaya barat membuat Negara dunia ketiga lebih memilih produk barat dalam berbagai hal dari pada buatan Negara nya sendiri. Masyarakat yang berada di Negara-negara berkembang akan lebih memilih untuk membeli produk/ barang dari Negara-negara maju, baik berupa gaya hidup, teknologi, kepercayaan dan

pemikiran, dan meniru kebudayaan dari Negara barat yang kebanyakan dikenal hanya melalui media massa. Selama Negara-negara dunia ketiga terus menerus mengikuti atau mengisi media massanya yang berasal dari Negara barat, maka tentunya masyarakat dunia ketiga akan terus menerus mempercayai hal-hal yang di percayai oleh Negara barat.

Media iklan di barat telah membuat suatu terobosan besar karena memiliki gaya arsitektur dan fashion. Bersifat halus tapi kuat, namun terkadang berisikan pesan sindiran bahwa budaya barat jauh lebih baik dari pada budaya dunia ketiga. Mengingat media massa sebagai proses-proses globalisasi, yang dikuasai dan dikendalikan oleh perusahaan-perusahaan besar di negara barat (Amerika serikat dan Inggris). Melalui perusahaan itu lah media massa dunia barat mampu mendominasi media masa global. Kenyataanya, media massa yang juga merupakan sarana imperialisme budaya (*Cultural Imperialism*) yang juga merupakan imperialism media atau (*Cultural imperialism as media imperialism*), (Tomlinsonm, 2002).

### **2.2.8 Lirik Lagu**

Lirik lagu merupakan ekspresi seseorang tentang suatu hal yang sudah dilihat, didengar maupun dialaminya. Dalam mengekspresikan pengalamannya, penyair atau pencipta lagu melakukan permainan kata-kata dan bahasa untuk menciptakan daya tarik dan cirri khas terhadap lirik atau syairnya. Permainan bahasa ini dapat berupa permainan vokal, gaya bahasa maupun penyimpangan

makna kata dan dapat diperkuat dengan penggunaan melodi dan notasi musik yang disesuaikan dengan lirik sehingga pendengar semakin terbawa dengan apa yang dipikirkan pengarangnya (Awe, 2003:51).

Definisi lirik lagu dapat dianggap sebagai puisi begitu pula sebaliknya. Hal serupa juga dikatakan oleh Jan Van Luxemburg (1986) yaitu “definisi mengenai teks-teks puisi tidak hanya dicakup jenis-jenis sastra melainkan juga ungkapan yang bersifat pepatah, pesan iklan, semboyan-semboyan politik, syair-syair lagu pop dan doa-doa”.

### **2.2.9 Teori Semiotika**

Semiotika berasal dari kata Yunani : *semeion*, yang berarti tanda. Dalam pandangan Piliang, penjelajahan semiotika sebagai metode kajian ke dalam berbagai cabang keilmuan ini dimungkinkan karena ada kecenderungan untuk memandang berbagai wacana sosial sebagai fenomena bahasa. Berdasarkan pandangan semiotika, bila seluruh praktek sosial dapat dianggap sebagai fenomena bahasa, maka semuanya dapat juga dipandang sebagai tanda. Hal ini dimungkinkan karena luasnya pengertian itu sendiri (Piliang, 1998:262).

Semiotika adalah studi mengenai tanda (*signs*) dan simbol yang merupakan tradisi penting dalam pemikiran tradisi komunikasi. Tradisi semiotika mencakup teori utama mengenai bagaimana tanda mewakili objek, ide, situasi, keadaan, perasaan dan sebagainya yang berada di luar diri. Studi mengenai tanda tidak saja memberikan jalan atau cara dalam mempelajari komunikasi tetapi juga

memiliki efek besar pada hampir setiap aspek yang digunakan dalam teori komunikasi (Morisson, 2009:27).

Menurut John Fiske (Fiske, 2004) semiotika memiliki tiga bidang kajian studi utama yaitu :

1. Tanda. Hal ini terdiri atas studi tentang berbagai tanda yang berbeda, cara tanda-tanda yang berbeda itu dalam penyampaian makna, dan cara tanda-tanda yang berbeda itu terkait dengan manusia yang menggunakannya. Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami dalam artian manusia yang menggunakannya.
2. Kode atau sistem yang mengoperasikan tanda. Studi ini mencakup cara berbagai kode dikembangkan guna memenuhi kebutuhan suatu masyarakat atau budaya untuk mengeksploitasi saluran komunikasi yang tersedia untuk mentransmisikannya.
3. Kebudayaan tempat kode dan tanda bekerja. Ini pada gilirannya bergantung pada penggunaan kode-kode dan tanda itu untuk keberadaan dan bentuk sendiri.

Semiotika pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampur adukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). “Memaknai berarti bahwa objek-objek yang terstruktur berdasarkan tanda-tanda tidak hanya membawa sebuah informasi”(Kurniawan, 2001:53).



Jika diterapkan pada tanda-tanda bahasa, maka huruf, kata, kalimat, tidak memiliki arti pada dirinya sendiri. Tanda-tanda itu hanya mengemban arti dalam kaitannya dengan pembacaan. Pembaca itulah yang menghubungkan tanda dengan apa yang ditandakan, sesuai dengan konvensi dalam sistem bahasa yang bersangkutan. Sebuah teks, baik itu lirik lagu, surat cinta, novel, cerpen, puisi, komik, semua hal yang mungkin menjadi “tanda” dapat dilihat dalam aktifitas penanda yakni suatu proses signifikasi yang menggunakan tanda yang menghubungkan objek dan interpretasi. Menurut Jacobsan (1963), kajian semiotika sampai sekarang telah dibedakan menjadi dua semiotic, yaitu semiotika komunikasi dan semiotika signifikasi. Yang pertama menitikberatkan pada teori tentang produksi tanda, yang salah satu diantaranya mengasumsikan adanya kode (sistem tanda pesan), saluran komunikasi dan acuan (hal yang dibicarakan). Dan yang kedua menitikberatkan pada teori dan segi pemahamannya dalam suatu konteks tertentu. Pada jenis kedua (semiotika signifikasi) tidak dipersoalkan adanya tujuan komunikasi, sebaliknya yang diutamakan adalah segi pemahaman. Suatu tanda sehingga proses kognisinya pada penerima tanda lebih diperhatikan dari pada proses komunikasinya (Sobur, 2003:15).

Semiotika modern mempunyai dua pakar besar teori yaitu teori Charles Sanders Peirce (1839-1914) dan Ferdinand de Saussure (1857-1913). Pierce adalah ahli filsafat dan ahli logika, sedangkan Saussure adalah cikal bakal linguistic umum. Peirce mendefinisikan semiotika sebagai suatu hubungan antara tanda (simbol), objek dan makna. Tanda mewakili objek (*referent*) yang ada dalam pikiran orang yang menginterpretasikannya (*interpreter*). Peirce

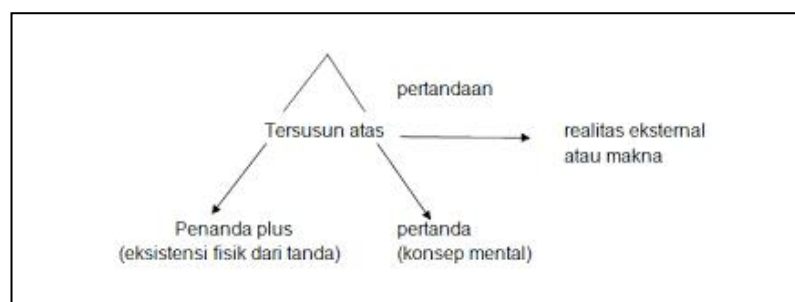
menyatakan bahwa representasi dari suatu objek disebut dengan *interpretant*. Misalnya ketika kita mendengar kata “anjing” maka pikiran kita akan mengasosiasikan kata itu dengan hewan tertentu. Kata “anjing” itu sendiri bukanlah binatang, namun asosiasi yang kita buatlah (*interpretant*) yang menghubungkan keduanya. Ketiga elemen tersebut yaitu sebagai berikut :

- a. Tanda, yaitu seperti kata “anjing” yang terdiri atas sejumlah huruf atau singkatnya, kata “anjing” adalah wakil dari tanda.
- b. Referen, yaitu objek yang tergambarkan oleh kata “anjing” yang terbentuk dalam pikiran kita yaitu hewan berkaki empat.
- c. Makna, yaitu hasil gabungan tanda dan referen yang terbentuk dalam pikiran. Makna anjing bagi mereka yang menyukai anjing adalah hewan yang sangat lucu dan menggemaskan. Tetapi beda lagi menurut orang mempunyai ketakutan akan anjing.

Saussure mendefinisikan tanda sebagai “kesatuan dari suatu bentuk penanda (*signifier*) dan sebuah idea tau pertanda (*signified*)”(Sobur, 2004). Yang dimaksud dengan penanda disini yaitu citra atau penggambaran tanda, sedangkan pertanda adalah konsep mental atau pemaknaan tanda.

Gambar 2.1 Unsur makna dari Saussure

(Sumber : Fiske, 2004:66)



Dari gambar tersebut dapat dilihat bahwa penanda dan pertanda. Yang mana penanda sendiri merupakan eksistensi fisik dari tanda dan pertanda adalah konsep mental seseorang terhadap suatu tanda. Kedua hal tersebut (penanda dan pertanda) kemudian pertandaan yang kemudian akan membuat seseorang menemukan makna dari tanda tersebut (realitas eksternal makna).

Roland Barthes dikenal sebagai salah seorang pemikir strukturalis yang rajin mempraktikkan model linguistik dan semiologi Saussurean. Ia juga intelektual dan kritikus sastra Prancis yang ternama eksponen penerapan strukturalisme dan semiotika pada studi sastra. Ia berpendapat bahasa adalah sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu.

Roland Barthes (Sobur, 2006) dalam memaknai tanda membagikannya kedalam tiga bagian, yaitu denotasi, konotasi, dan yang ketiga adalah mitos.

#### d) Denotasi

Pada level ini tanda dimaknai sebagaimana adanya, Barthes menyebut denotasi sebagai makna paling nyata dari tanda. Denotasi berarti hubungan yang digunakan dalam tingkat pertama pada sebuah kata yang secara bebas memegang peranan penting dalam sebuah ujaran. Maka denotasi bersifat langsung, yaitu makna khusus yang terdapat dalam sebuah tanda, pada intinya dapat disebut sebagai gambaran sebuah pertanda. Denotasi juga merupakan makna kata atau kelompok kata yang didasarkan atas penunjukan yang lugas pada sesuatu diluar bahasa atau yang didasarkan atas konvensi tertentu secara obyektif

e) Konotasi

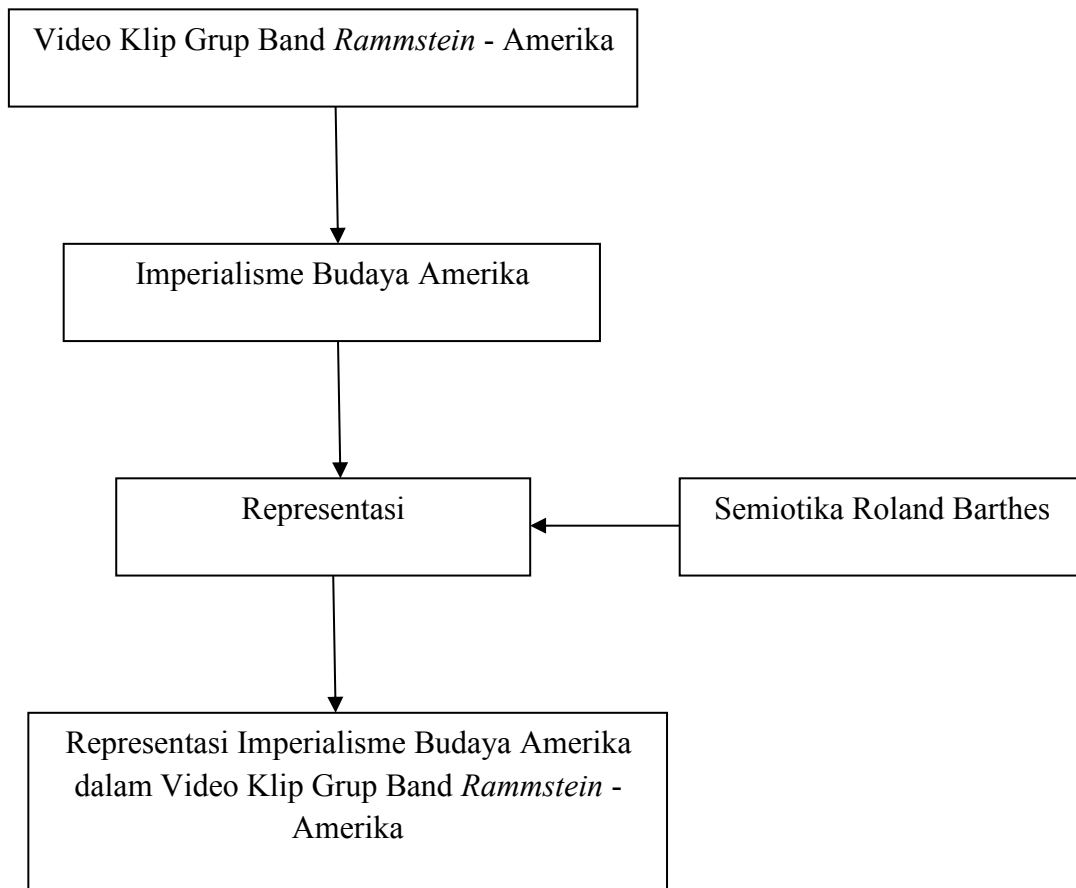
Pada analisis level konotasi, tanda dimaknai menurut makna tambahannya (makna konotasi). Menurut Barthes, konotasi menggambarkan interaksi yang berlangsung pada saat tanda bertemu dengan emosi dari penggunaannya dan nilai-nilai kulturalnya. Konotasi bersifat ekspresif, lebih melibatkan pengalaman subyektif daripada unsur obyektif. Konotasi merupakan cara yang penting dimana *encoder* mentransmisikan emosi, perasaan, atau penilaian mereka mengenai pesan dalam teks.

f) Mitos

Ketika tanda lebih mengandung makna kultural daripada makna representasional, maka proses signifikasi pada tanda melangkah pada level mitos. Secara umum, mitos adalah cerita yang digunakan oleh suatu kebudayaan untuk menjelaskan atau memahami beberapa aspek realitas atau gejala alam. Mitos merupakan produk kelas sosial yang sudah mempunyai suatu denominasi (Sobur, 2006). Bagi Barthes, mitos merupakan cara berpikir dari suatu kebudayaan mengenai suatu hal, cara untuk mengkooptualisasikan atau memahami sesuatu. Bila konotasi merupakan pemaknaan tatanan kedua dari pertanda, mitos adalah suatu wahana dimana ideologi berwujud. Ideologi menunjuk pada realita dimana individu maupun kelompok, secara obyektif maupun subyektif mengorientasikannya dalam dunia mereka masing-masing.

Dari penjelasan akan semiotika tersebut tampak keunggulan semiotika dibandingkan metode penelitian lainnya dalam menganalisis video klip musik. Keunggulannya yaitu melalui setiap tanda yang ada dalam video klip musik, metode ini mampu membangun kembali suatu kesatuan yang terdapat dalam gambar dan suara dalam video klip musik. Keunggulan inilah yang kemudian menjadi alasan peneliti untuk memilih semiotika sebagai metode penelitian representasi imperialisme budaya Amerika dalam video klip musik grup band *Rammstein* – Amerika.

### 2.3 Kerangka Pikir



Gambar 2.2 Kerangka Pikir

Dari kerangka pikir di atas dapat dijelaskan bahwa video klip dari grup band *Rammstein* yaitu Amerika mengandung unsur-unsur imperialisme budaya Amerika yang di representasikan di dalamnya. Unsur-unsur imperialisme budaya Amerika yang direpresentasikan di dalam video akan dilihat melalui tanda-tanda visual atau suara dalam video klip musik tersebut menggunakan metode semiotika Roland Barthes. Dan dari kerangka tersebut muncullah judul penelitian yaitu "Representasi Imperialisme budaya Amerika dalam video klip band *Rammstein* – Amerika".