

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan yang penuh dengan kekayaan serta keragaman budaya, ras, suku bangsa, kepercayaan, agama, dan masih banyak lainnya. Meskipun penuh dengan keragaman budaya, Indonesia tetap satu sesuai dengan semboyan nya, Bhineka Tunggal Ika yang artinya “meskipun berbeda-beda tetapi tetap satu jua”. Keragaman budaya di Indonesia adalah sesuatu yang tidak dapat dipungkiri keberadaannya. Selain kebudayaan kelompok sukubangsa, masyarakat Indonesia juga terdiri dari berbagai kebudayaan daerah bersifat kewilayahan yang merupakan pertemuan dari berbagai kebudayaan kelompok sukubangsa yang ada didaerah tersebut. Menurut survey dari web <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/01/12/berapa-jumlah-penduduk-indonesia> penduduk indonesia pada 2018 mencapai angka 262 jiwa, dengan jumlah penduduk 262 juta jiwa yang tersebar diseluruh pulau Indonesia, pertemuan beberapa kebudayaan yang berbeda mempengaruhi ragamnya jenis kebudayaan yang ada di Indonesia, kemudian juga berkembang dan meluasnya agama-agama besar di Indonesia turut mendukung perkembangan kebudayaan Indonesia sehingga memcerminkan kebudayaan agama tertentu.

Berkembangnya agama-agama besar di Indonesia membuat Indonesia mengakui memiliki 6 agama yakni Agama Islam, Kristen, Katolik, Hindu dan Buddha serta Kong Hu Cu. Indonesia yang memiliki keberagaman agama seharusnya membuat semua umat beragama harus saling menerima, semua masyarakat Indonesia apapun agamanya dan sukunya berjuang agar Indonesia mampu merebut kemerdekaannya. Membela tanah air harus dilakukan dengan menumbuhkan juga sifat toleransi sesama anak bangsa dalam beragamanya agama, pasalnya, toleransi yang sehat adalah sendi-sendi yang mampu mempertahankan bangsa Indonesia dari kehancuran.

Indonesia memiliki undang-undang tentang bagaimana rakyatnya bebas untuk memeluk agama apapun, dasar hukum yang menjamin kebebasan beragama di Indonesia ada pada konstitusi kita, yaitu Pasal 28E ayat (1) Undang-Undang Dasar Tahun 1945 (“UUD 1945”):

“Setiap orang bebas memeluk agama dan beribadat menurut agamanya, memilih pendidikan dan pengajaran, memilih pekerjaan, memilih kewarganegaraan, memilih tempat tinggal di wilayah negara dan meninggalkannya, serta berhak kembali.”

Pasal 28E ayat (2) UUD 1945 juga menyatakan bahwa setiap orang berhak atas kebebasan meyakini kepercayaan. Selain itu dalam Pasal 28I ayat (1) UUD 1945 juga diakui bahwa hak untuk beragama merupakan hak asasi manusia. Selanjutnya Pasal 29 ayat (2) UUD 1945 juga menyatakan bahwa Negara menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduknya untuk memeluk agama.

Hubungan dalam komunikasi keberagaman umat beragama bisa berbentuk antar individu satu ke individu lainnya atau suatu hubungan erat yang terjalin dari sebuah kelompok masyarakat. Berkaitan dengan manusia merupakan makhluk sosial, memungkinkan manusia untuk melakukan komunikasi antarpribadi maupun komunikasi kelompok. Komunikasi antarpribadi dilakukan dengan proses pengiriman dan penerimaan pesan antara dua individu atau antar individu dalam kelompok dengan beberapa efek dan umpan balik seketika (*Devito, 1989:4*). Komunikasi yang berjalan dengan baik tidak akan menimbulkan konflik-konflik atau *noise*, baik dari segi universal maupun dari segi perbedaan persepsi khususnya dalam perbedaan pandangan antar umat beragama.

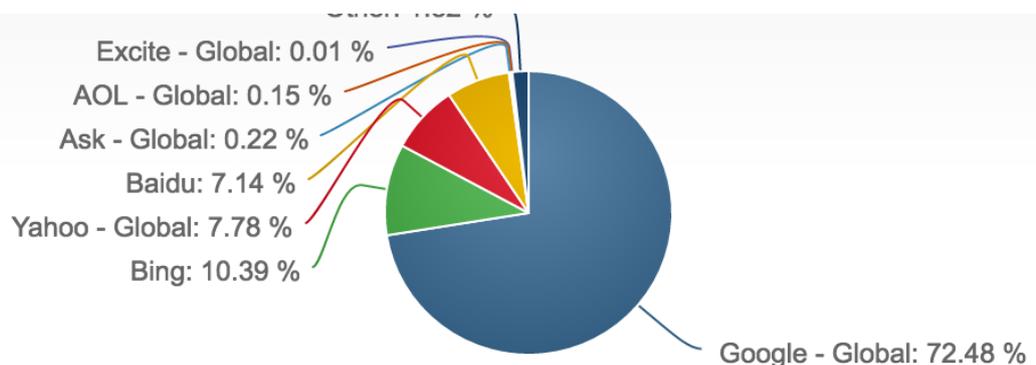
Jauh sebelum terjadinya konflik antar agama khususnya Islam dan Kristen yang mulai memanas pada beberapa tahun terakhir dimana Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) sebagai Gubernur DKI Jakarta dijadikan tersangka oleh polisi setelah ada gelombang demonstrasi yang menuntut dia dipenjara. Basuki dianggap menistakan agama saat berpidato di Kepulauan Seribu pada

September 2016 dengan menyitir Surat Al-Maidah ayat 51 dan berbagai konflik etnik lainnya yang terjadi di Indonesia, hal ini sudah menjadi perhatian para sutradara untuk di angkat menjadi sebuah film.

Google, menjadi salah satu perusahaan yang mengiklankan produknya melalui film pendek yang di unggah pada kanal Google di halaman Youtube. Google tidak berhenti mengembangkan dan mempromosikan dirinya sampai pada akhirnya Google memiliki anak perusahaanya di setiap negara, salah satunya Indonesia. Google Indonesia memproduksi sebuah Film yang bertemakan persahabatan antar umat beragama dengan benang merah toleransi antar umat beragama. Perusahaan Amerika Serikat yang paling terkenal melalui mesin pencariinya sendiri yang juga bernama Google. Google Inc. (NASDAQ: GOOG) ini adalah mesin pencari di Internet yang berbasis di Amerika Serikat. Google merupakan salah satu mesin pencari paling populer di web dan menerima setidaknya 1,7 miliar permintaan pencarian setiap bulannya.

Gambar 1.1

Data Mesin Pencari Terpopuler di Dunia



(sumber: <https://searchenginewatch.com/2016/08/08/what-are-the-top-10-most-popular-search-engines/>) (Diakses pada tanggal 2 Februari 2018 pukul 16.53)

Dikutip dari <http://tekno.kompas.com>, diakses pada tanggal 2 Februari 2018 pukul 18.16 WIB *Head of Marketing* Google Indonesia Veronica Utami menuturkan bahwa mayoritas video yang populer di indonesia mulai tahun 2016 lalu memiliki alur cerita atau *story telling*. Maka dari itu berbagai

produk dipromosikan lewat film pendek agar lebih efektif dalam menyampaikan pesannya.

Pada dasarnya Film menjadi media yang digunakan sebagai sarana hiburan, hal ini dikarenakan film memiliki alur cerita dimana membuat penonton dapat merasakan hal yang sama seperti yang terjadi di lingkungannya. Film, suatu penggambaran seputar fenomena sosial, psikologi, dan estetika yang kompleks yang merupakan dokumen yang terdiri dari cerita dan gambar yang diiringi kata-kata dan musik. Sehingga film merupakan produksi yang multi dimensional dan kompleks (Effendy, 2000 : 207). Film umumnya dibangun dengan banyak tanda. Tanda-tanda itu termasuk berbagai sistem tanda yang bekerja sama dengan baik dalam upaya mencapai efek yang diharapkan. Sistem semiotika yang lebih penting lagi dalam film adalah digunakannya tanda-tanda ikonis, yakni tanda-tanda yang menggambarkan sesuatu (Sobur, 2013:128).

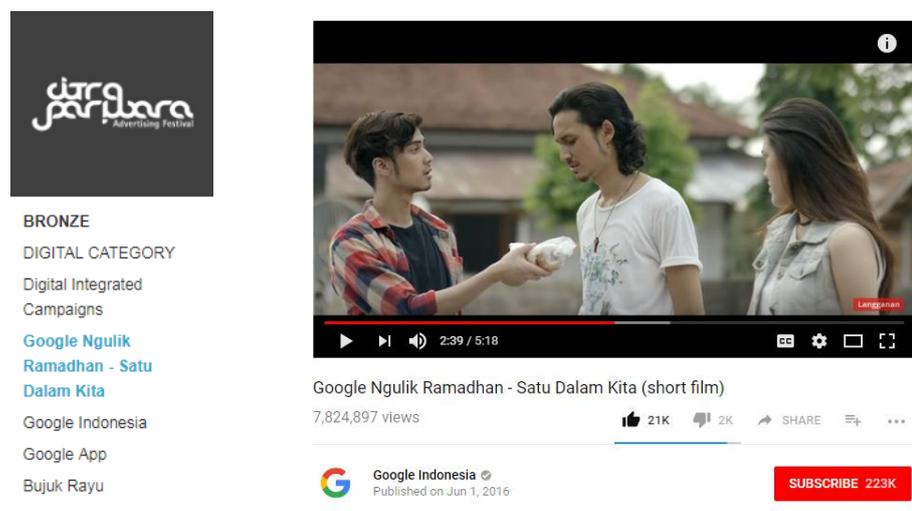
Google Ngulik Ramadhan - Satu Dalam Kita adalah salah satu film pendek yang menggambarkan ikatan persahabatan yang terjalin dengan keberagaman agama yang kuat didalamnya, film ini adalah sebuah karya film pendek dari Google Indonesia yang dirilis pada tahun 2016 dan disutradarai oleh Rudi Soedjarwo, salah satu sutradara Indonesia yang berpengalaman dengan beberapa penghargaan (Sutradara Terbaik Piala Citra, Sutradara Terbaik Vidia Award, Sutradara Terpuji Bandung Film Festival) yang namanya mulai dikenal lewat film Ada Apa dengan Cinta.

Film pendek dalam iklan Google Ngulik Ramadhan – Satu Dalam Kita menggambarkan sekelompok remaja yang memiliki kelompok musik yang mengharuskan mereka untuk pergi audisi dari kota Solo menuju Bali di hari pertama bulan ramadhan. Perbedaan latar belakang agama membuat mereka saling menghargai, saling berkorban dan memberi semangat lebih dalam perjalanan meraih mimpi. “Perbedaan itu bukan halangan dalam mengejar mimpi, karena semua perbedaan bisa diulik agar semua saling mengerti.”. Google juga menampilkan beberapa adegan dimana ketika Ali, Cindy dan Josh menanyakan beberapa pertanyaan pada mesin pencari Google lewat aplikasi terbarunya yaitu Google App yang berbentuk asisten pribadi di

telepon pintar. Cerita yang disutradarai oleh Rudi Soedjarwo ini selain menembus 7,8 Juta penonton di kanal youtube Google Indonesia, film ini juga mendapatkan penghargaan perunggu dari Citra Pariwara 2016 sebagai *Digital Integrated Campaigns*.

Gambar 1.2

Jumlah Penayangan dan Penghargaan Google Ngulik Ramadhan – Satu Dalam Kita



(Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=5nXT_jvYl0s & <http://archive.citrapariwara.org/penghargaan/2016/digital?result=bronze>) (Diakses pada tanggal 3 Februari 2018 pukul 11.19)

Google Ngulik Ramadhan - Satu Dalam Kita juga memiliki makna persahabatan antar umat yang berbeda keyakinan, persahabatan menjadi sesuatu hal yang dekat dengan masyarakat. Makna ada dalam diri manusia, demikian pula makna yang didapat dari pesan-pesan kita akan sangat berbeda dengan makna yang akan dikomunikasikan (DeVito, 1997: 123-124). Dengan penggambaran persahabatan yang hangat, penuh dukungan, kerja sama dan kebahagiaan serta menariknya, hubungan persahabatan yang terjalin antar Josh, Cindy dan Ali memiliki latar belakang agama yang berbeda, tetapi saling menghargai dan memahami satu sama lain. Agama yang diangkat

dalam film ini adalah Islam dan Kristen bagaimana kedua agama ini sedang memanas dengan konflik dan isu-isu sosial dan politik.

Peneliti merasa tertarik bagaimana nilai – nilai keberagaman dalam umat beragama serta toleransi terepresentasikan dalam film Google Ngulik Ramadhan – Satu Dalam Kita. Melihat melalui fenomena yang terjadi pada saat ini agama yang tadinya berfungsi sebagai pemersatu tak jarang menjadi suatu unsur konflik. Beberapa umat beragama merasa bahwa agamanya paling benar, paling baik dan paling bisa diterima, dengan adanya pemikiran tersebut yang diikuti dengan ego setiap individu, maka terjadilah suatu konflik antar umat beragama. Peneliti juga merasa tertarik dan ingin mengetahui bagaimana ideologi Pluralisme terepresentasikan dalam film Google Ngulik Ramadhan – Satu Dalam Kita. Pluralisme yang bagaimana merupakan suatu paham atau teori yang menganggap bahwa realitas itu terdiri dari banyak substansi. Dalam pengertian semacam ini ada sesuatu yang mendasar dari pluralisme, yaitu “ketulusan hati” pada diri setiap manusia untuk menerima keanekaragaman yang ada. Pluralisme adalah upaya membangun kesadaran sosial bagaimana hal itu melibatkan pada kesadaran bahwa manusia hidup di tengah masyarakat yang plural dari segi agama, keberagaman agama yang seharusnya membuat semua umat beragama harus saling menerima.

Dari pengertian film diketahui bahwa film menggunakan tanda dan simbol dalam mentransmisikan pesannya kepada komunikan, dengan itu semiotika menjadi metode yang tepat untuk penelitian ini karena semiotika merupakan studi tentang makna tanda-tanda. Mempermudah menganalisis data yang dimiliki, peneliti menggunakan kajian semiotika John Fiske untuk menganalisis penelitian ini. Dalam semiotika (Ilmu tentang tanda) terdapat dua perhatian utama, yakni hubungan antara tanda dan maknanya, dan bagaimana suatu tanda dikombinasikan menjadi suatu kode. Pada perkembangannya, model dari John Fiske tidak hanya digunakan untuk menganalisis acara televisi, tetapi juga digunakan untuk menganalisis teks media yang lain, seperti film, iklan dan lain-lain (J. Fiske J. Hartley, 2003:22; Vera, 2014:34). Peneliti akan meneliti unit analisis, unit analisis akan

ditafsirkan dalam tiga level, makna yaitu level realitas, level representasi, level ideologi. Dengan tiga level interpretasi makna ini, peneliti akan mengetahui dan mendeskripsikan tentang penggambaran representasi yang terkandung dalam dialog dan adegan dalam film Google Ngulik Ramadhan - Satu Dalam Kita yang memperlihatkan toleransi keberagaman dalam umat beragama.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti merasa tertarik untuk mengangkat iklan Google Ngulik Ramadhan - Satu Dalam Kita menjadi bahan penelitian lebih lanjut. Peneliti merasa tertarik meneliti iklan ini karena pertama, peneliti tertarik dengan iklan online yang ditayangkan pada kanal Youtube dan ditampilkan dengan gaya yang berbeda yaitu sebuah film pendek serta mengangkat nilai-nilai persahabatan yang terjalin dengan keberagaman serta nilai-nilai toleransi antar umat beragama dimana konflik antar umat beragama serta intoleransi tengah terjadi saat ini di Indonesia.

Sesuai dengan uraian dan ketertarikan peneliti yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti hendak mengangkat penelitian dengan judul **REPRESENTASI TOLERANSI KEBERAGAMAN UMAT BERAGAMA DALAM FILM GOOGLE NGULIK RAMADHAN – SATU DALAM KITA (Analisis Semiotika John Fiske).**

1.2 Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada: Representasi Toleransi Keberagaman Umat Beragama dalam Film Google Ngulik Ramadhan - Satu Dalam Kita, dimana peneliti ingin mengetahui dan mengupas bagaimana toleransi umat beragama terlihat dalam iklan dan menjadi suatu proses komodifikasi dengan analisis semiotika John Fiske.

1.3 Identifikasi Masalah

Muncul beberapa pertanyaan untuk peneliti teliti: bagaimana Representasi Toleransi Keberagaman Umat Beragama dalam Film Google Ngulik Ramadhan - Satu Dalam Kita? Adapun pertanyaan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Toleransi Keberagaman Umat Beragama direpresentasikan dalam Level Realitas pada Film Google Ngulik Ramadhan - Satu Dalam Kita?
2. Bagaimana Toleransi Keberagaman Umat Beragama direpresentasikan dalam Level Representasi pada Film Google Ngulik Ramadhan - Satu Dalam Kita?
3. Bagaimana Toleransi Keberagaman Umat Beragama direpresentasikan dalam tataran Level Ideologi pada Film Google Ngulik Ramadhan - Satu Dalam Kita?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Fokus Penelitian diatas, maka tujuan yang ingin peneliti capai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Toleransi Keberagaman Umat Beragama direpresentasikan dalam Level Realitas pada Iklan Google Ngulik Ramadhan - Satu Dalam Kita.
2. Untuk mengetahui Toleransi Keberagaman Umat Beragama direpresentasikan dalam Level Representasi pada Iklan Google Ngulik Ramadhan - Satu Dalam Kita.
3. Untuk mengetahui Toleransi Keberagaman Umat Beragama direpresentasikan dalam tataran Level Ideologi pada Iklan Google Ngulik Ramadhan - Satu Dalam Kita.

1.5 Manfaat dan Kegunaan Penelitian

1.5.1. Manfaat Teoritis

Secara Teoritis, Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan penelitian Ilmu Komunikasi, khususnya yang nantinya akan meneliti Komodifikasi dalam sebuah iklan dan juga penelitian yang berkaitan dengan Teori Semiotika John Fiske.

1.5.2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi wawasan dan bertujuan memberikan pandangan tentang sisi yang terkandung dalam film yang memiliki pesan toleransi keberagaman umat beragama yang positif untuk membangun pola pemikiran masyarakat dikehidupan. Bagaimana pesan

dalam film ini diharapkan dapat menghilangkan konflik antar umat yang berbeda pada masing-masing keyakinannya.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Universitas Telkom, Bandung, Jawa Barat dan dilaksanakan pada semester delapan peneliti. Adapun tahap penelitian tertera pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Waktu dan Periode
Penelitian

NO	Tahapan Kegiatan	Tahun 2017-2018						
		NOV	DES	JAN	FEB	MAR	APR	MEI
1.	Mencari Tema dan Objek Penelitian							
2.	Menentukan topik dan objek yang akan diteliti serta mencari informasi awal tentang penelitian.							
3.	Mencari dan menentukan referensi kepustakaan dan mengumpulkan data-data yang sesuai dengan penelitian.							
4.	Menyusun Bab 1,2 dan 3.							
5.	Pengumpulan <i>Desk Evaluation</i>							
6.	Revisi dan melengkapi proposal penelitian (bab 1-3).							
7.	Menyusun Bab 4 dan 5							
8.	Membuat jurnal untuk melengkapi syarat sidang akhir.							
9.	Sidang Akhir Penelitian.							