

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tahun 2018 merupakan tahun politik bagi warga negara Indonesia. Mengingat pada tahun 2018 merupakan tahun pergantian pemimpin daerah secara serentak. Pemimpin daerah dipilih dan memimpin jabatannya selama 5 tahun atau selama-lamanya maksimal dua periode atau 10 tahun. Setiap pelaksanaan pemilu raya, banyak bursa-bursa partai yang mengusung calon-calon terbaiknya. Hal ini sebagai bentuk partisipasi dan eksistensi sebuah partai di ranah politik. Partai akan benar-benar menyeleksi calon-calonnya secara ketat, penuh pertimbangan dan perhitungan yang matang. Tentu proses penyeleksian ini sebagai bentuk konsistensi dan komitmen sebuah partai dalam menentukan pemimpin di suatu daerah. Apabila yang menjadi pemimpin berasal dari partai yang konsisten dan komitmen, akan menjadi nilai tambahan untuk partainya di pandangan masyarakat tentunya. Hal ini biasanya berkaitan dengan asas kepercayaan masyarakat terhadap partai ataupun calon pemimpin yang diusung oleh suatu partai tertentu. Semakin baik partainya ataupun calonnya, masyarakat akan semakin percaya. Baik, bukan berarti sering blusukan atau bagi-bagi sembako, tetapi baik dalam makna merakyat, tanggungjawab, serta bijaksana.

Pada laman portal Publikasi Pemilihan Kepala Daerah 2018 milik Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia, bahwa pelaksanaan pemilu serentak 2018 akan dilaksanakan pada 27 Juni 2018. Pada pemilu serentak ini akan dilaksanakan di 17 provinsi, 39 kota, dan 115 kabupaten yang ada di Indonesia. Semenjak

dilaksanakannya pilkada serentak mulai tahun 2015, antusias masyarakat dalam menyambut pilkada serentak pun semakin positif. Tidak hanya masyarakat secara umum saja, namun partai-partai politik pun saling bersaing ketat dalam mengusung calon-calonnya sebagai pemimpin. Setiap pelaksanaan pemilu raya pasti akan bermunculan beberapa pandangan-pandangan terkait pelaksanaan pemilu raya. Salah satu contohnya adalah ketika pemerintah meminta untuk merevisi UU pilkada. Namun revisi UU Pilkada diharapkan sebagai acuan dan pedoman pelaksanaan pilkada yang lebih baik lagi.

Berdasarkan 115 kabupaten yang terdaftar, kabupaten Bangkalan adalah salah satu pendaftar yang melaksanakan pemilihan kepala daerah serentak pada tahun 2018. Dilansir pula pada laman Publikasi Pilkada 2018 tentang pasangan calon yang sudah ditentukan status penetapannya di kolom pencarian kabupaten Bangkalan diketahui terdapat 3 pasangan calon yang akan bertanding merebutkan sebagai kepala daerah. Pasangan calon tersebut berasal dari berbagai latar belakang. Ada yang pernah menjabat sebagai anggota dewan, pegawai negeri sipil, wakil bupati dan swasta. Masing-masing pasangan calon, akan melewati beberapa tahapan seleksi pilkada seperti pendaftaran, konfirmasi ulang, penetapan, melengkapi berkas, kampanye, debat kandidat, sampai tiba pada kegiatan pemilu.

Pilkada tidak lepas dari yang namanya kampanye. Banyak macam dan bentuk kampanye yang dilakukan oleh para pasangan calon. Kampanye adalah salah satu cara pasangan calon agar dikenal oleh masyarakat. Ketika masyarakat mulai mengenal calon pemimpinnya, masyarakat akan mulai menentukan bahkan memulai untuk memilihnya. Kampanye merupakan bentuk komunikasi dua arah

ataupun satu arah yang dilakukan oleh pasangan calon. Oleh karena itu, banyak yang beranggapan bahwa kampanye adalah cara pasangan calon untuk mempengaruhi masyarakat agar memilih dirinya. Kampanye di Indonesia sendiri banyak versi dan bentuk, mulai dari hal kecil sampai yang terbesar. Kampanye juga pula dianggap sebagai bentuk politik calon pemimpin dalam memenangkan dirinya pada proses pemilihan.

Berbagai bentuk kampanye akan dilakukan oleh para pasangan calon. Sehingga masyarakat sering mendengar istilah “kampanye hitam”. Kampanye hitam adalah suatu istilah untuk menyebut kegiatan kampanye yang buruk atau melanggar peraturan kampanye. Salah satu kampanye hitam yang sering terjadi adalah kampanye uang atau yang sering disebut dengan *mooney politic*. Pasangan calon akan berusaha semaksimal mungkin untuk memenangkan dirinya dalam perebutan kursi kepala daerah melalui uang yang dijamin. Namun, sebagai masyarakat yang tidak tahu menahu tentang itu, akan menerima saja sebagai bentuk kebutuhan mereka. Bentuk kampanye kedua adalah saling menjatuhkan lawan. Saat ini Indonesia sedang semangat-semangatnya menggalakkan anti *Hoax*. *Hoax* merupakan berita kebencian dan kebohongan yang dengan mudah disebar luaskan untuk menjatuhkan seseorang demi kepentingan pribadi. Berita *hoax*, juga sering digunakan sebagai bentuk kampanye yang menjatuhkan. Hal ini sangat negatif terhadap citra partai maupun pasangan calon yang akan diusungkan. Penyebaran berita *hoax* dilakukan secara tertutup. Tidak mungkin lantas dilakukan dengan terang-terangan. Sama halnya dengan politik uang atau *mooney politic*. Apabila kampanye hitam ini dilakukan secara terang –terangan, tentu badan pengawas pemilu (BAWASLU) akan mengambil kebijakan serta

keputusan tegas terhadap hal tersebut. Bisa berupa sanksi administrasi bahkan pencabutan pasangan calon dari daftar pendaftar.

Proses kampanye tidak perlu dilakukan dengan hal-hal yang terindikasi kecurangan. Kampanye cukup dilakukan sepenuh hati, berintegritas, serta penuh tanggungjawab. Lantas, tidak menutup kemungkinan jika masyarakat banyak yang berdemo menuntut kesejahteraan dan kemakmuran kepada pemimpinnya karena kampanye yang dilakukan hanya sebatas janji-janji saja tanpa realisasi. Utamanya bagi masyarakat dengan ekonomi menengah ke bawah. Seorang pemimpin boleh berharap dan berjanji, namun perlu realisasi dengan bukti tanpa kata-kata yang hanya sisa janji-janji saja. Saat ini banyak cara kampanye yang telah dilakukan pasangan calon sebagai bentuk pilkada damai. Salah satunya yang masyarakat Bangkalan ketahui terutamanya, sepanjang jalan kabupaten Bangkalan dari ujung kota sampai ujung batas kabupaten terpampang *banner-banner* pasangan calon. Pohon-pohon, tiang listrik, tepian jalan, bahkan teras rumah dijadikan tempat pemasangan *banner*.

Banner-banner yang dipasang di jalan-jalan serta pamflet tampak bervariasi. Ada yang kecil, sedang, bahkan besar. Dihiasi dengan pemilihan warna yang berbeda dari masing-masing pasangan menjadi ciri khas dari pasangan calon itu sendiri. Tidak lupa pula, nama khas atau jargon kepemilikan dari setiap pasangan calon juga berbeda. Tampak kreatif, solutif, dan penuh makna. Pemasangan *banner-banner* ini juga tidak sembarangan dipasang. Mengingat setiap jalan di Bangkalan tidak selalu dijumpai *banner* yang sama. Namun di beberapa titik, masyarakat akan menjumpai itu. Salah satunya di alun-alun kota Bangkalan, depan SPBU Socah, dan daerah lainnya. Tentu pemasangan *banner* ini

dimaksudkan untuk menjaring daerah-daerah yang dianggap sebagai pendukung terbanyak. Pada pilkada serentak di Bangkalan kali ini, semua *banner* pasangan calon dipasang berdampingan. Mengingat, kabupaten Bangkalan sedang semangat-semangatnya menyosialisasikan kampanye damai anti *hoax*. Jika *banner* yang ada di jalan dipublikasikan oleh pihak KPU, sedangkan leaflet yang ada hanya dipublikasikan melalui tim kemenangan dan media sosial dari tim kemenangan.

Terkait ketentuan kampanye calon Bupati dan wakil Bupati Bangkalan calon pemimpin daerah pada umumnya telah diatur secara rinci di UU Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2017 tentang kampanye pemilihan Gubernur dan wakil Gubernur, Bupati dan wakil Bupati, dan/atau Walikota dan wakil Walikota. Peraturan tersebut membahas secara gamblang prosedur kampanye di dalam pemilu. Kaitannya aturan tersebut turut mengatur teknis penyusunan serta pembuatan alat peraga kampanye (APK) pasangan calon. Pada Bab IV Metode Kampanye Bagian Ketiga Pemasangan Alat Peraga Kampanye Pasal 28 ayat 2; dijelaskan bahwa ukuran-ukuran alat perga kampanye harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Misalkan, baliho/billboard/videotron paling besar ukuran 4 (empat) meter x 7 (tujuh) meter, paling banyak 5 (lima) buah setiap Pasangan Calon untuk setiap kabupaten/kota (UU PKPU No 4, 2017:22). Mengacu pada peraturan ini, Kepala Bagian Teknis KPU Bangkalan memaparkan bahwa KPU kabupaten Bangkalan memberikan aturan terkait pemasangan alat peraga kampanye (APK) sesuai dengan aturan PKPU terhadap masing-masing paslon beserta tim kememangannya.

Pembahasan mengenai alat peraga kampanye (APK) di dalam pemilu, tentunya tidak lepas dari isi atau materi kampanye itu sendiri. Sesuai dengan UU PKPU No 4 tahun 2017 Bab IV Metode Kampanye Bagian Kedua Penyebaran Bahan Kampanye Pasal 24 ayat 2, dijelaskan bahwa: desain dan materi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat memuat nama, nomor, visi, misi, program, foto Pasangan Calon, tanda gambar Partai Politik atau Gabungan Partai Politik dan/atau foto pengurus Partai Politik atau Gabungan Partai Politik. Ketentuan ini pun menjadi acuan bagi seluruh pasangan calon Bupati dan wakil Bupati Bangkalan tahun 2018. Alat peraga kampanye yang digunakan tidak lepas dari foto pasangan calon serta nama, nomor urut, visi secara umum, serta tanda gambar partai politik yang mendukung.

Pengangkatan visi secara umum dari masing-masing paslon, tidak lepas dari kasus sosial yang terjadi pada pemerintahan di kabupaten Bangkalan selama ini. Isu-isu politik pun disuarakan secara terang-terangan oleh masing-masing pasangan calon di alat peraga kampanye salah satunya *banner* dan pamflet-pamflet yang ada. Dimulai dari pasangan calon nomor urut 1, mengangkat isu politik dengan nama jargon politik dengan “Bangkalan Berani Bangkit”. Hal ini tidak sembarangan mengangkat nama. Tentunya dari pasangan calon beserta tim kemenangannya telah memikirkan secara matang-matang.

Menurut Maskur Kholil, S.PdI selaku ketua tim pemenangan nomor urut 1, ia mengemukakan bahwa Bangkalan ini merupakan kabupaten dengan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) terkecil sebelum Sampang. IPM merupakan gabungan antara angka kemiskinan, kematian ibu dan anak, serta kesehatan yang masih rendah semuanya di masyarakat Bangkalan ini. Perubahan masyarakat hanya bisa diubah setiap 5 tahun sekali melalui pilkada. Sehingga momentum berubah itu harus bangkit pada pilkada, dan untuk bangkit itu butuh keberanian karena masyarakat tidak mau berubah dengan alasan takut. Birokrasi itu sudah pasti takut pada Bupati karena

kalau berani sedikit saja sudah dimutasi. Hal ini pernah terjadi pada salah satu kepala dinas di Bangkalan, saat itu ia berani kritis terhadap pemerintahan akhirnya dipindah. Namun saat ini jika tidak salah menjadi asisten di pemerintah daerah. Sehingga ketakutan-ketakutan inilah yang menyebabkan masyarakat tidak mau berubah dan pada akhirnya hanya mengikuti apa yang sudah digariskan. (Kholil, wawancara pada 16 Oktober 2018).

Dari isu politik paslon nomor 1, bahwasanya masyarakat Bangkalan berada dalam kebiasaan yang buruk yaitu takut untuk bersuara. Sehingga masyarakat lebih banyak diam tak bersuara dan mengikuti alur pemerintahan saja. Hal ini menjadi keberanian tersendiri dari paslon nomor 1 untuk mengajak masyarakat bangkit dan berani untuk menuju lebih baik. Tidak mau kalah, paslon nomor 2 juga memberikan jargon politik yang sangat kritis.

Isu politik yang diangkat oleh pasangan calon nomor 2 yaitu dengan jargon politik “Bangkalan Beriman, Berikan Semua Hak Rakyat”. Dari penggunaan nama tersebut, tentunya paslon beserta tim kememangan memiliki pemikiran serta pertimbangan khusus. Bagi masyarakat Bangkalan sendiri, jargon politik “Berikan Semua Hak Rakyat” tentunya telah mendapatkan tempat di dalam cara berpikir masyarakatnya. Namun, bagi masyarakat yang tinggal di luar Bangkalan hal ini menunjukkan sebagai bentuk kepedulian calon pemimpin terhadap masyarakat secara murni. Berdasarkan informasi yang diperoleh, jargon politik ini berkaitan dengan proses kepemimpinan bupati sebelumnya. Menurut Ra Mondir selaku wakil paslon nomor 2, pengambilan jargon politik “Berikan Semua Hak Rakyat” berangkatnya dari permasalahan kepemimpinan sebelumnya. Permasalahan ini dari segala sektor baik di bidang demokrasi bahkan ekonomi. Beliau berani mengungkapkan hal tersebut, karena beliau pernah menjabat sebagai wakil bupati periode 2013-2018.

Pemilu calon Bupati dan wakil Bupati Bangkalan terlihat sangat kompak. Membaca dari penggunaan jargon politik masing-masing paslon sudah terlihat letak kekompakannya. Semuanya diawali dengan kata “Bangkalan”, karena proses pemilunya memang dilakukan di kabupaten Bangkalan serta mengangkat isu Bangkalan. Tidak ingin ketinggalan dari paslon nomor 1 dan 2, paslon nomor 3 pun mengusung sebuah jargon politik yang tak kalah menarik. “Bangkalan Sejahtera” merupakan jargon politik yang diangkat menjadi isu politik bagi paslon nomor 3 beserta tim kemenangan. Berbicara tentang kesejahteraan tentunya sangat kompleks dan banyak sektor yang mendukung suatu wilayah menjadi sejahtera. Berdasarkan informasi yang diperoleh, paslon nomor 3 beserta tim kemenangan mengangkat permasalahan kesejahteraan di tiga sektor yaitu pendidikan, pembangunan, dan pertanian.

Menurut Lukman Hakim, S.H.I selaku sekretaris tim kemenangan paslon nomor 3, beliau mengungkapkan bahwa “Bangkalan Sejahtera” ini menuju keberadaan masyarakat saat ini, khususnya di Bangkalan yang disebut kabupaten yang tertinggal. Sehingga paslon beserta tim ingin menyejahterakan masyarakat melalui tiga sektor yaitu pertanian, pembangunan, dan pendidikan. Jika dikaitkan dengan kepemimpinan sebelumnya, memang tidak ada perubahan yang berarti artinya kepemimpinan sebelumnya masih stagnan atau tetap. Sehingga dari tim yang lain hendak memberikan perubahan melalui paslon nomor 3 ini, karena masih ada keterkaitan keluarga. (Hakim, wawancara pada 29 Oktober 2018).

Dari ketiga sektor ini, paslon nomor 3 bercermin pada era kepemimpinan Bupati R. KH. Fuad Amin Imron selaku kakak kandungnya. Saat itu di tahun 2004 pertanian di kabupaten Bangkalan berkembang pesat. Sehingga tanah yang cukup gersang ini lebih cocok ditanami dengan buah alpukat. Tidak hanya pertanian saja yang menjadi pusat perhatian, dunia pendidikan pun tak lepas dari pandangan. Salah satunya adalah terkait adanya Madrasah Diniyah. Tenaga pengajar di Madrasah perlu mendapatkan perhatian khusus sehingga dari paslon

nomor 3 menganggarkan dana untuk tahun anggaran 2019. Hal ini tentunya untuk menjaga marwah manusia sebagai makhluk sosial. Mengingat karakter dibangun juga berasal dari pendidikan. Pendidikan yang bermutu, tentunya akan memberikan pelayanan serta ilmu yang bermanfaat.

Berbicara tentang sosial, maka tidak lepas pula dengan budayanya. Masing-masing calon Bupati dari nomor urut 1-3, merupakan tokoh yang terlahir dari kehidupan sosial yang kental dengan garis budayanya. Hal ini berkaitan pula dengan tingkatan sosial masyarakat Madura. Tingkatan ini terdiri atas tiga lapisan stratifikasi sosial yaitu *orèng kènè'* atau disebut *orèng dumè* sebagai lapis terbawah; *pongghaba* sebagai lapis menengah; dan *parjaji* (Jawa: priyayi) sebagai lapis paling atas (Wiyata, 2013:55). Orang lapis terbawah merupakan masyarakat biasa atau masyarakat yang ada pada umumnya. Masyarakat umum yang dimaksud adalah masyarakat yang dengan mata pencahariannya sebagai petani, nelayan, pengrajin dan lain sebagainya termasuk di dalamnya orang-orang yang tidak memiliki pekerjaan atau pengangguran.

Masyarakat lapis tengah merupakan masyarakat yang dengan mata pencahariannya sebagai pegawai daerah atau yang bekerja di birokrasi pemerintahan. Secara harfiah *pongghaba* berarti pegawai atau orang-orang yang bekerja pada institusi-institusi formal, khususnya kantor-kantor pemerintah (Wiyata, 2013:55). Sedangkan masyarakat lapis atas merupakan mereka yang terlahir dari keturunan bangsawan ataupun keturunan raja-raja di Madura. Biasanya mereka memiliki gelar kebangsawanan, misalkan Raden Panji (RP), Raden Bagus (RB), Raden Ayu (RA), atau bahkan Raden (R). Jika melihat stratifikasi sosial yang ada di Madura, maka salah satu paslon khususnya calon

Bupati nomor 3 masih dalam lingkup keluarga kerajaan, karena bergelar Raden (R) yaitu R. Abdul Latif Amin Imron. Nama ini pun tertera dalam alat peraga kampanye yang ada.

Apabila statifikasi sosial ini dipandang dari segi agama tentunya akan berbeda. Mengingat Madura identik dengan masyarakat dengan tingkat religiusitas yang tinggi. Hal ini dikarenakan, mayoritas masyarakat di Madura adalah santri dan santriwati bahkan masih keturunan Kiyai. Abdurrahman (dalam Wiyata, 2013:56), mengemukakan bahwa dalam dimensi agama pelapisan sosial dibagi menjadi *santrè* (santri) dan *bennè santrè* (bukan santri). Pada konteks ini, santri bisa jadi priyayi atau orang kecil begitu seblainya dengan bukan santri. Dalam hal ini kiai (*kèyaè*) merupakan sekelompok masyarakat yang berada pada lapisan sosial teratas sedangkan santri (*santrè*) di lapisan bawah. Kebudayaan masyarakat Madura menyebut bahwa orang-orang yang telah menamatkan pendidikan pondok pesantren disebut dengan *Bhindhara* karena mereka memiliki ilmu pengetahuan keagamaan serta religiusitas yang tinggi (Wiyata, 2013:57). Namun hal ini tidak serupa dengan kiyai tapi melebihi santri. Berbeda apabila ia telah menjadi kiyai. Biasanya masyarakat lebih akrab menyebut dengan *Lora* atau (Jawa: Gus). Pada cerminan ini, calon Bupati Bangkalan mayoritas berasal dari keluarga pesantren. Hal ini ditunjukkan dengan penggunaan nama yang diawal dengan kata “Ra”. Contohnya pada paslon nomor dua yaitu Ra Imam dan Ra Mondir. Calon Bupati nomor 1 juga keturunan keluarga pesantren, namun berdasarkan informasi yang diterima paslon beserta tim kememangannya sengaja tidak menunjukkan trahnya sebagai keluarga pesantren. Namun mereka ingin menunjukkan sifat akademisinya.

Penelitian tentang “Analisis Semiotika Roland Barthes Pada *Banner* dan Pamflet Calon Bupati Dan Wakil Bupati Bangkalan Tahun 2018” ini menarik untuk di teliti dan dikaji lebih jauh lagi. Hal ini tentunya berkaitan dengan makna-makna simbol yang tersembunyi di dalamnya. Oleh karenanya ilmu semiotika dirasa sangat tepat untuk mengupas lebih jauh dan detail terkait alat peraga kampanye yang digunakan oleh masing-masing paslon. Berbicara semiotika atau ilmu yang mempelajari makna lambang dan simbol tentu sangat kompleks. Kata semantik sendiri berasal dari bahasa Yunani *sema* (nomina) ‘tanda’ atau ‘lambang’, yang verbanya *semaino* ‘menandai’ atau ‘melambangkan’ (Sudaryat, 2004:2). Menurut Eco (dalam Sobur, 2015:95) semiotik secara terminologis didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda.

Ullman (2012:17) membagi semiotik menjadi: (1) **semantik**, berhubungan dengan makna tanda-tanda itu, (2) **sintaktik**, berhubungan dengan kombinasi tanda-tanda, dan (3) **pragmatik**, berhubungan dengan asal usul, pemakaian, dan akibat pemakaian tanda-tanda itu dalam tingkah laku dimana mereka berada (fungsi tanda itu). Masing-masing teori tersebut memiliki fokus pembahasan tersendiri terkait makna berdasarkan gejala yang dihadapi dalam kehidupan sehari-hari. Suhardi, (2015:41) mengemukakan bahwa kajian semantik dan semiotika berbeda. Semantik lebih fokus mengkaji makna kata, sementara semiotik lebih fokus mengkaji pada makna yang berkaitan dengan simbol, tanda, atau lambang. Ilmu semiotika mencoba mengupas secara mendalam berdasarkan kajian pembahasannya. Sudut pandang pengupasannya dapat dilakukan berdasarkan analisis makna denotatif, konotatif, dan mitos.

Barthes dalam bukunya yang berjudul *Mythologies* mengemukakan tentang semiologi sebagai ilmu tentang bentuk, sebab Barthes mempelajari penandaan secara terpisah dari kandungannya (Barthes, 2006:156). Bagi Barthes beserta pengikutnya dalam ilmu semiologi mengungkapkan pada tingkat signifikasi pertama disebut sebagai tanda denotasi, sedangkan pada signifikasi kedua disebut dengan tanda konotasi. Pada tingkat pertama terdapat penanda (*signifier*), petanda (*signified*) dan tanda denotatif (*denotative sign*), sedangkan pada tingkat kedua terdapat penanda konotatif (*connotative signifier*), petanda konotatif (*connotative signified*), dan tanda konotatif (*connotative sign*). Secara bersamaan tanda denotatif juga penanda konotatif dalam peta tanda Barthes (Sobur, 2013:69). Sehingga diantara keduanya merupakan unsur material yang saling berkaitan.

Makna denotatif adalah makna yang tidak mengandung perasaan-perasaan tambahan, sedangkan makna konotatif adalah suatu jenis makna dimana stimulus dan respon mengandung nilai-nilai emosional (Sobur, 2015:26-27). Artinya jika makna denotatif adalah makna yang sebenarnya, objektif, lugas dan sesuai dengan keadaan tanpa ada penambahan ataupun dibuat-buat. Berbeda dengan makna konotatif, dimana disana diharapkan ada respon terhadap stimulus. Jadi pembaca diharapkan memberi respon kepada makna yang ditulis ataupun diucapkan karena makna yang digunakan adalah bukan makna yang sesungguhnya. Sehingga, apabila penggunaan makna berbeda tidak seperti adanya akan menimbulkan respon dari pendengar ataupun pembaca, baik itu berupa penyanggah, ataupun mengomentari.

Berdasarkan kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebutnya sebagai ‘mitos’, dan berfungsi untuk mengungkapkan dan

memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu (Budiman dalam Sobur, 2013:71). Mitos terdapat tiga pola dimensi yang berkaitan dengan penanda, petanda, dan tanda. Namun mitos dibangun oleh pemaknaan yang telah ada sebelumnya, sehingga mitos dikatakan sebagai sistem pemaknaan kedua. Ideologi ada selama kebudayaan ada, sehingga Barthes berbicara tentang konotasi sebagai suatu ekspresi budaya (Sobur, 2013:71). Ideologi dibangun karena adanya kebudayaan sehingga ekspresi untuk mengagumi kebudayaan diistilahkan sebagai konotasi. Artinya, mitos berada di dalam ranah tanda konotasi atau tataran kedua bahasa. Sama halnya dengan Budiman, (Susilo dalam Sobur, 2015:128) juga memiliki pandangan bahwa mitos adalah suatu wahana dimana suatu ideologi berwujud. Untuk memperoleh ideologi yang terdapat pada *banner-banner* cabup dan cawabup ini dengan cara meneliti konotasi-konotasi yang terdapat pada sebuah teks (Van Zoest dalam Sobur, 2015:128).

Pembeda dari penelitian ini dengan penelitian sebelum-sebelumnya adalah pasti terkait pengambilan data, subjek dan objek data yang diteliti, waktu penelitian, serta hasil yang berbeda. Penelitian semacam ini tentunya pernah dilaksanakan, namun pada tahun dan pasangan calon yang berbeda. Program studi Pendidikan Bahasa Indonesia Universitas Trunojoyo Madura, sebagai tempat peneliti menempuh studi belum banyak menemukan daftar penelitian ilmiah atau skripsi yang membahas sejenis. Namun, ditemukan penelitian semiotik terkait iklan, sastra lisan, dan karya sastra. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengkaji permasalahan semacam ini. Mengingat tahun 2018 sedang ramai-

ramainya dengan sebutan tahun politik serta pilkada serentak. Termasuk Bangkalan, yang turut serta melaksanakan pilkada serentak.

1.2 Rumusan Masalah

Sehubungan dengan permasalahan yang ditemukan, maka masalah pokok yang hendak menjadi pembahasan pada penelitian “Analisis Semiotika Roland Barthes Pada *Banner* dan Pamflet Calon Bupati Dan Wakil Bupati Bangkalan Tahun 2018” adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana makna denotatif pada *banner* dan pamflet calon Bupati dan wakil Bupati Bangkalan 2018?
2. Bagaimana makna konotatif pada *banner* dan pamflet calon Bupati dan wakil Bupati Bangkalan 2018?
3. Bagaimana makna mitos yang terdapat pada *banner* dan pamflet calon Bupati dan wakil Bupati Bangkalan 2018?

1.3 Tujuan Pembahasan

Sehubungan dengan beberapa pengajuan permasalahan, maka perlu adanya proses untuk menemukan solusi ataupun jawaban dari suatu masalah. Dengan hal itu, peneliti memaparkan beberapa tujuan pembahasan terkait masalah yang diajukan sebagai berikut.

1. Mendeskripsikan makna denotatif pada *banner* dan pamflet calon Bupati dan wakil Bupati Bangkalan 2018.
2. Mendeskripsikan makna konotatif pada *banner* dan pamflet calon Bupati dan wakil Bupati Bangkalan 2018.

3. Mendeskripsikan makna mitos yang terdapat pada *banner* dan pamflet calon Bupati dan wakil Bupati Bangkalan 2018.

1.4 Manfaat Penelitian

Secara praktis, penelitian ini memiliki manfaat sebagai penambahan wawasan terkait pengetahuan bahasa, utamanya tentang makna simbol atau lambang. Sehingga peneliti berharap dengan adanya penelitian ini, masyarakat dapat memahami sebuah kata ataupun kalimat, simbol dan tanda dengan cara yang bijak. Kata atau kalimat sering kali menjadi provokatif bagi masyarakat yang keliru memaknai dengan baik. Oleh karenanya, penelitian ini dibuat agar masyarakat tahu dan paham makna simbol yang digunakan dari *banner* dan pamflet pasangan calon Bupati Bangkalan 2018.

Secara teoretis tentu untuk mengetahui bagaimana penanda, petanda, tanda denotatif, tanda konotatif, dan mitologi yang terbentuk dari *banner* dan pamflet pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Bangkalan 2018. Sehingga asumsi-asumsi peneliti dapat dipecahkan secara alamiah dan kebenarannya dapat teruji dengan baik. Selain itu juga dapat digunakan sebagai bahan kajian untuk penelitian lebih lanjut di bidang semiotika dan kebahasaan (makna) secara khususnya.

1.5 Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian merupakan anggapan awal terhadap sebuah penelitian sebagai bentuk landasan berpikir yang dianggap benar. Menurut KBBI Versi V luring, asumsi adalah dugaan yang diterima sebagai dasar. Sehubungan dengan dugaan ini, maka dalam sebuah penelitian perlu diuji kebenarannya. Alasan utama

mengapa penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui maksud dan tujuan dari pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati mengangkat simbol, tanda atau lambang seperti yang digunakan. Peneiliti berasumsi ada pesan tersendiri yang hendak disampaikan secara mendalam oleh para pasangan calon Bupati Bangkalan 2018 melalui *banner* dan pamflet yang ada.

Penggunaan simbol atau tanda pada *banner* dan pamflet yang ada, tentunya memiliki makna tertentu. Secara sederhana makna itu dapat diperoleh dari penggunaan warna yang sangat mencolok dari masing-masing *banner* dan pamflet paslon. Peneliti mencoba memberikan dugaan awal terkait penggunaan warna yang digunakan oleh masing-masing paslon merupakan bentuk analogi dari partai pendukung. Pemahaman ini dapat diperoleh dengan berpikir secara logika dan mengaitkan dengan fakta yang ada pada warna partai. Misalkan, kuning identik dengan partai Golkar.

1.6 Definisi Operasional

Definisi operasional untuk menegaskan kembali dari pengertian istilah yang sering digunakan dala penelitian ini. Definisi operasional dari penelitian ini adalah yaitu.

1. Semiotika merupakan disiplin ilmu yang mengkaji tentang sebuah tanda. Tanda yang dimaksud adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia, dan bersama-sama manusia (Sobur, 2013:15).
2. Menurut Vera (2015:28), tataran denotatif menghasilkan makna yang emplisist, secara langsung dan pasti sedangkan makna konotatif artinya memiliki

keterbukaan makna atau makna yang implisit, tidak langsung, dan tidak pasti, ada kemungkinan terhadap penafsiran-penafsiran baru

3. Mitos adalah tipe wicara (Barthes, 2006:151). Tipe wicara yang dimaksud adalah sebuah pesan. Pesan bisa terdiri dari pelbagai bentuk tulisan atau representasi; bukan hanya dalam bentuk wacana tertulis, namun juga berbentuk fotografi, sinema, reportase, olahraga, pertunjukan, publikasi, yang ksesemuanya bisa berfungsi sebagai pendukung wicara mistis (Barthes, 20016: 153).
4. Pengertian *banner* menurut Durianto (dalam Yourdan dan Utomo, 2018:501) adalah sebuah proses komunikasi yang memiliki tujuan untuk membujuk banyak orang untuk membeli dan menggunakan apa yang dipublikasikan dan menjadi sebuah promosi yang bisa meningkatkan daya beli atau ketertarikan orang pada produk tersebut.
5. Pamflet memiliki definisi sebagai surat selebaran (KBBI V *offline*) atau tulisan yang dapat disertai dengan gambar atau tidak, tanpa penyampulan maupun penjilidan, yang dicantumkan pada selembarnya kertas di satu sisi atau kedua sisinya, lalu dilipat atau dipotong setengah, sepertiga, atau bahkan seperempatnya, sehingga menjadi sebuah buku kecil (wikipedia).