

MITOS DALAM KAMPANYE POLITIK (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Film *Our Brand is Crisis*)

Ella Afnira

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Maritim Raja Ali Haji
Jl. Raya Dompok, Kec. Bukit Bestari, Kota Tanjung Pinang, Kepulauan Riau
ellaafnira@umrah.ac.id

ABSTRACT

*One form of audio-visual mass media that is capable of conveying information effectively is a film, both in the form of fiction and documentary. Mass art, especially film, can bring a picture of the contemporary world to the public at large, increase political awareness, encourage world surveillance, and bring social critical images. Through film, directors can convey messages and raise a phenomenon that occurs in society. Roland Barthes's semiotic analysis is very relevant to use in studying a film because a film consists of various interrelated signs. The signs include various sign systems that work together to achieve the desired effect. In Roland Barthes' semiotic analysis, the film has a meaning consisting of a signifier and a signified. The research method used is qualitative with primary data sources from the film *Our Brand Is Crisis*. Researchers used data collection techniques through observation and documentation. Roland Barthes' Semiotic Analysis in this study is used to interpret the meaning of the signs in the film, which consists of five stages: identifying signs, analyzing denotative and connotative meanings, determining social, cultural, and historical contexts, and analyzing the myths contained in signs. The goal is to understand and express meaning in film and how the social and cultural context shapes it.*

Keywords: *Film, Semiotics, Denotation, Connotation, Myth*

PENDAHULUAN

Salah satu bentuk media massa audio-visual yang mampu menyampaikan informasi dengan efektif adalah film, baik itu dalam bentuk fiksi maupun dokumenter. Meskipun Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan film sebagai selaput tipis yang digunakan untuk menempatkan gambar negatif atau positif untuk diputar di bioskop, namun makna film sebenarnya lebih dari sekedar karya seni atau hiburan semata. Film merupakan bentuk komunikasi massa yang dapat diakses oleh banyak orang. Sebagai media massa, film berfungsi sebagai sarana untuk menyebarkan hiburan, menceritakan kisah, peristiwa, musik, drama, komedi, dan

konten lainnya kepada masyarakat umum (Aji, 2023).

Menurut Kellner dalam Aji (2023) Film adalah media massa yang mampu menjangkau banyak orang dalam waktu singkat, dan menarik perhatian dengan cara yang unik. Film dapat mengangkat berbagai isu, seperti politik, lingkungan, personal, dan sosial. Ketika isu sosial diangkat dalam sebuah film, penonton dapat lebih mudah merasakan dekat dengan isu tersebut karena terjadi di sekitar mereka. Seni massa, khususnya film, dapat membawa gambaran dunia kontemporer kepada masyarakat secara luas, meningkatkan kesadaran politik,

mendorong pengawasan dunia, dan membawa gambaran kritis sosial kepada jutaan orang.

Menurut Fahida (2021), Film merupakan bentuk media yang menggunakan gambar sebagai unsur utama dalam menyampaikan pesan dan informasi kepada penonton. Selain itu, film juga dianggap sebagai wacana sosial yang memiliki karakteristik unik dan dapat mempengaruhi cara berpikir dan penilaian nilai pada penonton melalui pendekatan psikoanalisis. Melalui film, sutradara dapat menyampaikan pesan dan mengangkat tema atau fenomena yang terjadi di tengah masyarakat.

Analisis semiotika Roland Barthes sangat relevan digunakan dalam mempelajari sebuah film, karena film terdiri dari berbagai tanda yang saling berkaitan. Tanda-tanda tersebut mencakup berbagai sistem tanda yang bekerja sama untuk mencapai efek yang diinginkan. Seperti yang dikemukakan oleh Roland Barthes, film memiliki makna yang terdiri dari penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Meskipun penonton umumnya hanya memahami makna film secara umum, namun ketika dianalisis, terdapat banyak makna yang terdiri dari denotasi, konotasi, dan mitos (Hidayati, 2021).

Salah satu film yang mengangkat tema atau fenomena yang terjadi di masyarakat dan dapat dianalisis menggunakan semiotika Roland Barthes adalah Film "Our Brand Is Crisis" yang merupakan film bergenre komedi satir (*satirical comedy*) dan drama tahun 2015. Film ini mengisahkan tentang pemilihan presiden di Bolivia pada tahun 2002 dan kampanye para kandidatnya. Film ini disutradarai oleh David Gordon Green dan ditulis oleh Peter Straughan, yang mengangkat kisah pemilu presiden Bolivia

pada tahun 2002. Dalam film tersebut, salah satu tokoh yang merupakan kandidat presiden fiktif bernama Pedro Castillo (Joaquim de Almeida) digambarkan sebagai kandidat yang diusung oleh tim konsultan politik yang terdiri dari "Calamity" Jane Bodine (Sandra Bullock), Buckley (Scoot McNairy), Ben (Anthony Mackie), Nell (Ann Dowd), dan LeBlanc (Zoe Kazan). Mereka harus berhadapan dengan rival mereka, yaitu calon presiden Rivera dan konsultan politiknya, Pat Candy (Billy Bob Thornton), yang selalu memimpin dalam jajak pendapat di media massa (Mahardhika et al., 2015). Uniknya film ini mengungkapkan intrik dan pertarungan pribadi dalam dunia konsultan politik kelas dunia, di mana menang dianggap lebih penting daripada segalanya (Green, 2015).

Menurut Mahardhika dkk (2015) Film "Our Brand is Crisis" membahas tentang strategi kampanye politik. Secara denotatif, strategi kampanye politik mengacu pada proses pembuatan pesan politik secara sistematis oleh tim kampanye politik, seperti yang ditunjukkan dalam film ini. Namun, secara konotatif, film ini menunjukkan bahwa strategi kampanye politik juga didorong oleh ego dan ambisi pribadi untuk memenangkan perang politik, yang dapat berdampak negatif pada sisi pribadi maupun politik. Film ini juga menunjukkan penggunaan propaganda negatif sebagai bentuk strategi kampanye politik untuk memenangkan calon yang didukung. Tanda-tanda tertentu diproduksi dalam strategi kampanye politik ini untuk meningkatkan elektabilitas calon dan menurunkan elektabilitas lawan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes untuk menganalisis tanda-tanda (*sign*) dalam film

"Our Brand is Crisis" yang menggambarkan realitas sosial kampanye politik. Melalui pendekatan semiotika, penelitian ini bertujuan untuk memahami makna dari tanda-tanda yang digunakan dalam film tersebut. (Wibisono & Sari, 2021). Lewat semiotika Roland Barthes peneliti menganalisis pemaknaan tanda melalui sistem pemaknaan denotatif, konotatif, dan meta-bahasa (metalanguage) atau mitos.

STUDI KEPUSTAKAAN

Kampanye Politik

Kampanye merupakan serangkaian tindakan komunikasi yang direncanakan dengan tujuan menciptakan efek yang sudah direncanakan pada audiens, yang dilaksanakan secara bersamaan dalam jangka waktu tertentu (Febri dkk., 2022). Menurut Venus (2004) yang dikutip oleh Mahardhika dkk (2015), kampanye dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan secara sadar dan terencana dalam periode tertentu dengan tujuan mempengaruhi khalayak sasaran tertentu. Venus juga mengidentifikasi bahwa kampanye harus memiliki empat unsur, yaitu: (1) menciptakan efek tertentu, (2) ditujukan kepada jumlah khalayak sasaran yang besar, (3) dilaksanakan dalam rentang waktu tertentu, dan (4) dilakukan melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisir. Didalam film *Our Brand Is Crisis* banyak dimunculkan adegan-adegan yang menggambarkan aktivitas kampanye.

Semiotika Roland Barthes

Dalam bidang semiotik, Ferdinand de Saussure memperkenalkan konsep semiologi dan berperan penting dalam pengembangan

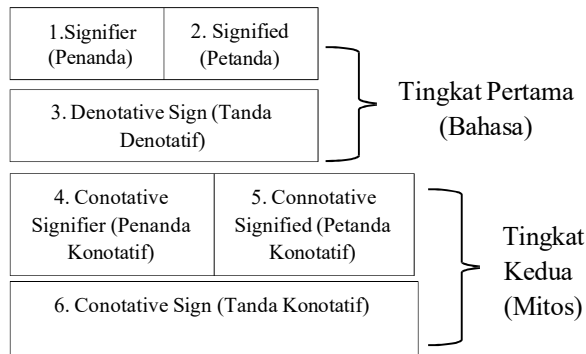
strukturalisme. Saussure menganggap bahwa bahasa merupakan sistem tanda yang paling penting, meskipun terdapat banyak jenis tanda dalam kehidupan sosial. Oleh karena itu, ia mengusulkan adanya sebuah ilmu yang dapat mempelajari tanda-tanda dalam kehidupan sosial, yang dikenal dengan nama *sémiologie* dan berasal dari bahasa Yunani *sēmeîon* yang berarti "tanda". Linguistik sendiri adalah bagian dari ilmu ini, yang mencakup semua tanda dalam kehidupan sosial, dan kaidah semiotik dapat diterapkan pada linguistik (Hidayati, 2021).

Barthes adalah seorang ahli semiotika Prancis yang terinspirasi oleh Saussure. Teorinya meliputi semiotika teks, visual, dan sejarah. Kontribusinya termasuk pemikiran tentang kompleksitas pembentukan kalimat dan bagaimana bentuk kalimat memengaruhi makna. Dalam "order of signification", kalimat yang sama dapat memiliki makna yang berbeda tergantung pada orang dan situasi yang berbeda (Pratiwi, 2020).

Barthes mengembangkan gagasan "*order of signification*" yang fokus pada signifikasi dua tahap, yaitu denotasi dan konotasi. Denotasi adalah definisi objektif sebuah kata, sedangkan konotasi adalah makna subjektif atau emosionalnya. Barthes berbeda pandangan dengan Saussure yang masih menggunakan istilah *signifier-signified*, dengan Barthes menyatakan bahwa konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebutnya sebagai mitos. Mitos berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu, dan

terbentuk bukan karena adanya penelitian atau penyelidikan, melainkan karena keyakinan atau observasi kasar dari masyarakat (Aritonang dkk., 2019).

Cara kerja semiotika Roland Barthes untuk menganalisis makna tergambar dalam peta berikut:



Sumber : (Hamidah & Syadzali, 2019)

Barthes membagi sistem pemaknaan menjadi dua, yaitu konotatif dan denotatif. Konotasi membutuhkan partisipasi pembaca agar dapat berfungsi. Barthes membahas sistem pemaknaan di tataran kedua, yang dibangun di atas sistem bahasa sebagai sistem pertama. Sastra merupakan contoh sistem pemaknaan tataran kedua. Barthes menyebut sistem kedua ini sebagai konotatif, yang ia bedakan dengan tegas dari sistem denotatif atau sistem pemaknaan pada tataran pertama. (Nasirin & Pithaloka, 2022).

Berikut penjelasan dari peta analisis semiotika Roland Barthes (Aritonang dkk., 2019)

a. Denotasi

Menurut Barthes, Denotasi Signifikasi tahap pertama adalah koneksi antara signifier dan signified dalam sebuah tanda terhadap realitas

eksternal yang disebut denotasi. Denotasi merupakan makna yang paling jelas dari sebuah tanda. Dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak hanya memiliki makna tambahan, tetapi juga mencakup kedua bagian tanda denotatif yang mendasarinya. Dalam hal ini, denotasi dikaitkan dengan keberadaannya yang tertutup makna. Proses signifikasi denotasi biasanya mengacu pada penggunaan Zapa yang terucap.

b. Konotasi

Barthes menggunakan kata "konotasi" untuk menjelaskan tahap kedua dari proses penafsiran tanda. Konotasi mengacu pada makna-makna kultural yang melekat pada sebuah tanda, yang terpisah dari makna denotatifnya. Konotatif merupakan gabungan dari makna denotatif dengan segala gambar, ingatan, dan perasaan yang muncul ketika kita melihat tanda tersebut. Konotasi berhubungan dengan nilai-nilai kebudayaan dan dapat dimaknai secara berbeda oleh setiap individu. Kerangka Barthes menjelaskan bahwa konotasi adalah operasi ideologi yang disebut mitos, yang berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan dalam suatu periode tertentu.

c. Mitos

Barthesian berpendapat bahwa manusia selalu hidup dalam dunia mitos, baik di masa primitif maupun di zaman modern melalui media massa, pidato, obrolan, dan perilaku manusia. Mitos dapat membentuk prasangka pada manusia terhadap hal-hal yang

diungkapkan dalam mitos. Hanya melalui pengalaman langsung, manusia dapat memahami kebenaran dan kesalahan dari interpretasi mitos tersebut. Terus terpapar dengan mitos dapat menghasilkan dua kemungkinan: pengukuhan mitos atau mitos pengukuhan (*myth of concern*) dan penolakan mitos atau mitos pembebasan (*myth of freedom*). Pengukuhan mitos berusaha mempertahankan status quo, sementara mitos pembebasan berusaha mencari sesuatu yang baru dengan melepaskan diri dari apa yang ada sebelumnya (Masduki, 2016).

Menurut Sunardi dalam Masduki (2016) bagi Barthes, mitos adalah sistem simbolik yang terdiri dari tiga unsur: signifier (*form*), signified (*concept*), dan sign (*signification*) dalam sistem semiotika. Ada dua sistem semiotika: tingkat pertama adalah sistem linguistik yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari, sedangkan tingkat kedua adalah sistem mitis yang terdiri dari tanda-tanda dan simbol-simbol yang berasal dari sistem semiotika tingkat pertama dan diolah menjadi mitos. Dalam sistem mitis, signifier (*form*) diambil dari sistem tanda tingkat pertama, sedangkan signified (*concept*) diciptakan oleh pembuat atau pengguna mitos. Sign (*signification*) dihasilkan dari hubungan antara signifier dan signified. Dengan demikian, mitos adalah sistem simbolik yang kompleks dan terdiri dari berbagai unsur dari sistem semiotika tingkat pertama dan kedua, dan memberikan makna pada tanda.

Keterkaitan Keterkaitan mitos dengan kampanye politik cukup erat. Banyak Politisi menggunakan kampanye untuk menunjukkan gambaran bahwa dirinya layak untuk dipilih dengan menunjukkan tanda atau simbol-simbol tertentu seperti janji-janji politik, gaya bicara, cara berpakaian dan aktivitas kampanye lainnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif Penelitian kualitatif menghasilkan data deskriptif dari orang-orang dan perilaku yang diamati secara alami, menekankan makna dan nilai, dan dilakukan untuk tujuan penemuan, di mana peneliti memiliki peran sebagai instrumen kunci (Murdiyanto, 2020). Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer yang peneliti peroleh dari adegan yang berkaitan dengan kampanye politik didalam film *Our Brand Is Crisis* (Sugiyono, 2015). Agar mendapatkan pemahaman yang luas mengenai fenomena penelitian, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi dan dokumentasi dari sumber-sumber utama.

Studi ini menggunakan Analisis Semiotika Roland Barthes untuk menafsirkan arti dari tanda-tanda dalam film *Our Brand is Crisis* yang memiliki konotasi dan denotasi. Tanda konotatif dapat ditafsirkan dengan cara yang baru karena memiliki arti terbuka dan implisit. Barthes menggunakan sistem signifikansi tingkat pertama untuk menjelaskan denotasi, arti objektif dan tetap, dan sistem signifikansi tingkat kedua untuk

menjelaskan konotasi, arti subjektif dan bervariasi. (Nasirin & Pithaloka, 2022). Semiotika Roland Barthes untuk menganalisis makna terdiri dari lima tahap. Pertama, mengidentifikasi tanda dalam sebuah teks atau objek. Kedua, menganalisis makna denotatif dari tanda tersebut. Ketiga, menganalisis makna konotatif dari tanda tersebut. Keempat, menentukan konteks sosial, budaya, dan sejarah yang terkait dengan tanda tersebut. Kelima, menganalisis mitos yang terkandung dalam tanda tersebut, yaitu nilai-nilai dan keyakinan yang dibangun oleh masyarakat dan diinternalisasi dalam tanda tersebut..

Dengan menganalisis tanda dari beberapa sudut pandang ini, penulis berusaha untuk memahami dan mengungkapkan makna yang terkandung dalam sebuah teks atau objek, serta bagaimana makna tersebut dipengaruhi oleh konteks sosial dan budaya yang membentuknya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Film "Our Brand Is Crisis" membahas tentang strategi kampanye politik dan dapat dianalisis menggunakan semiotika Roland Barthes. Dalam film ini, terdapat penggunaan tanda-tanda tertentu yang diproduksi untuk memengaruhi persepsi dan penilaian pemilih terhadap calon presiden dan rivalnya. Penggunaan tanda ini dapat dilihat pada beberapa adegan dalam film. Tahap pertama dalam mengkaji sebuah tanda adalah melihat latar belakang dari tanda, yaitu penanda dan petandanya. Pada tahap ini, penelaian lebih

menitikberatkan pada makna tanda secara denotatif, yang terkait dengan bahasa yang digunakan. Setelah memahami makna denotatif dari tanda, kita dapat melanjutkan ke tahap kedua yaitu menelaah makna tanda secara konotatif. Pada tahap ini, aspek budaya juga memainkan peran penting dalam penilaian makna tanda. Film ini juga menggambarkan intrik dan pertarungan pribadi dalam dunia konsultan politik kelas dunia, di mana menang dianggap lebih penting daripada segalanya.

1. Dalam kampanye politik dibutuhkan jasa konsultan politik

Gambar 1, Adegan 1, Menit: 00:00 - 07:25



Dalam adegan tersebut, Calamity Jane Bodine adalah seorang konsultan politik yang tidak aktif selama 6 tahun karena mengalami kekalahan sebanyak 4 kali dalam karirnya. Kekalahan tersebut membuatnya depresi dan hidup mengasingkan diri di daerah pegunungan. Namun, kemudian ia diminta bergabung dalam tim kampanye untuk memenangkan pemilihan presiden Bolivia dengan kandidat Pedro Castillo yang elektabilitasnya rendah. Awalnya Jane tidak tertarik, namun ketika melihat bahwa rivalnya, Pat Candy, sedang membantu kandidat lawan politik Castillo, yakni Victor Rivera, Jane pun menerima tawaran tersebut.

Analisis:

1. Penanda atau "*Signifier*": Calamity Jane Bodine merupakan seorang konsultan politik yang telah 6 tahun tidak terjun dalam dunia konsultasi kampanye politik dan telah mengalami kekalahan sebanyak 4 kali dalam karirnya.
2. Petanda atau "*Signified*": Karir yang merosot dan kekalahan dalam dunia politik membuat Calamity Jane Bodine mengalami depresi dan mengasingkan diri.
3. Tanda Denotatif atau "*Denotative Sign*": Nell dan Ben meminta Calamity Jane Bodine bergabung dalam tim kampanye untuk memenangkan pemilihan presiden Bolivia dengan kandidat dengan elektabilitas rendah, Pedro Castillo.
4. Penanda Konotatif atau "*Connotative Signifier*": Calamity Jane Bodine menerima tawaran tersebut ketika melihat kandidat lawan politik dari Castillo, yakni Victor Rivera menggunakan jasa konsultan politik Pat Candy yang merupakan rival dari Jane.
5. Petanda Konotatif atau "*Connotative Signified*": Dalam dunia politik, konsultan politik memiliki peran penting dalam memenangkan kampanye dan keberhasilan dalam karir politik.
6. Tanda Konotatif atau "*Connotative Sign*": Konsultan politik berperan penting dalam memenangkan kampanye politik dan keberhasilan dalam karir politik.

Tabel 1 Analisis Semiotika Roland Barthes Adegan 1

Keterangan	
Denotasi	Adegan awal di mana Jane diperkenalkan dan tim kampanye Nell dan Ben Memintanya ikut bergabung dalam tim pemenangan untuk memenangkan pemilihan presiden Bolivia dengan kandidat dengan elektabilitas rendah, Pedro Castillo.
Konotasi	Dalam dunia politik, konsultan politik memiliki peran penting dalam memenangkan kampanye dan keberhasilan dalam karir politik.
Mitos	Konsultan politik berperan penting dalam memenangkan kampanye politik dan keberhasilan dalam karir politik.

2. Citra buruk kandidat mempengaruhi kepercayaan publik

Gambar 2, Adegan 2, Menit: 07:29 – 08:18



Dalam adegan tersebut, Pedro Castillo digambarkan sebagai seorang senator konservatif yang mewakili paham globalisasi dan maju sebagai calon Presiden Bolivia. Namun, di masa lalu, 16 tahun sebelumnya, ia pernah menjabat sebagai Presiden Bolivia dan membuat kebijakan yang tidak disukai rakyat serta dituduh sebagai sumber kerusuhan sosial. Hal ini menyebabkan ia dibenci oleh masyarakat. Selain itu, dalam adegan tersebut, Castillo dipermalukan di depan televisi karena tidak dapat menjawab pertanyaan wartawan tentang masa lalunya,

yang menunjukkan bahwa citranya sudah buruk di mata publik.

Analisis:

Dalam adegan tersebut, dapat dilihat adanya penggunaan tanda-tanda sebagai berikut:

1. *Signifier* (Penanda): Pedro Castillo sebagai calon presiden Bolivia, senator konservatif, mewakili paham globalisasi, pernah menjabat sebagai presiden Bolivia.
2. *Signified* (Petanda): Citra atau image politik Pedro Castillo.
3. *Denotative Sign* (Tanda Denotatif): Pernah menjabat sebagai Presiden Bolivia dan pernah membuat kebijakan yang tidak disukai rakyat serta dituduh sebagai sumber kerusuhan sosial.
4. *Conotative Signifier* (Penanda Konotatif): Kekuatan dan kredibilitas politik Pedro Castillo yang lemah.
5. *Conotative Signified* (Petanda Konotatif): Citra negatif Pedro Castillo di mata publik, ketidakmampuannya untuk menjawab pertanyaan wartawan tentang masa lalunya yang buruk.
6. *Conotative Sign* (Tanda Konotatif): Citra atau image politik yang buruk memengaruhi persepsi dan kepercayaan publik terhadap kandidat.

Tabel 2 Analisis Semiotika Roland Barthes Adegan 2

Keterangan	
Denotasi	Adegan di mana Tokoh Pedro Castillo diperkenalkan. Dalam <i>scene</i> ini ia dicari pertanyaan oleh wartawan tentang masa lalunya yang pernah menjabat menjadi sebagai presiden, namun pernah membuat kebijakan yang kurang populer sehingga

	menyebabkan kerusuhan sosial dan membuat ia dibenci masyarakat.
Konotasi	Citra negatif Pedro Castillo di mata publik, ketidakmampuannya untuk menjawab pertanyaan wartawan tentang masa lalunya yang buruk
Mitos	Citra atau image politik yang buruk memengaruhi persepsi dan kepercayaan publik terhadap kandidat.

3. Kampanye politik berorientasi pada kepuasan pemilih dan citra kandidat

Gambar 3, Adegan 3, Menit: 10:20 – 12:30



Dalam adegan tersebut, ditampilkan rapat yang dilakukan oleh tim kampanye dari Pedro Castillo. Rapat ini membahas alasan mengapa Castillo hanya memperoleh 8% dalam survei yang sangat jauh dari pesaingnya, Victor Rivera, yang memimpin dengan 36%. Dalam rapat ini, tim kampanye membahas tentang keinginan masyarakat terhadap presiden selanjutnya dan pandangan masyarakat Bolivia terhadap Castillo yang dianggap oligarki dan sulit untuk didekati. Pesaingnya menggunakan anggapan ini sebagai isu untuk mengalahkannya. Dalam adegan tersebut, terlihat bagaimana tim kampanye Castillo merencanakan strategi untuk mengubah citra Castillo agar lebih positif di mata masyarakat dan memenangkan pemilihan.

Analisis:

1. *Signifier* (Penanda): Adegan rapat tim kampanye Pedro Castillo yang sedang melakukan survei di Bolivia untuk memahami keinginan dan pandangan pemilih.
2. *Signified* (Petanda): Pentingnya memahami kebutuhan dan pandangan pemilih dalam kampanye politik untuk memenangkan pemilihan.
3. *Denotative Sign* (Tanda Denotatif): Adegan ini menunjukkan tim kampanye Pedro Castillo sedang melakukan survei untuk memahami keinginan dan pandangan pemilih di Bolivia.
4. *Conotative Signifier* (Penanda Konotatif): Adegan ini mengimplikasikan bahwa kampanye politik harus berfokus pada pemahaman dan pemenuhan kebutuhan serta pandangan pemilih.
5. *Conotative Signified* (Petanda Konotatif): Pemahaman terhadap kebutuhan dan pandangan pemilih memainkan peran penting dalam memenangkan pemilihan politik.
6. *Conotative Sign* (Tanda Konotatif): Strategi terbaik dalam kampanye politik adalah fokus pada keinginan dan citra kandidat daripada ideologi atau program politik yang tepat.

Tabel 3 Analisis Semiotika Roland Barthes Adegan 3

Keterangan	
Denotasi	Adegan ini memperlihatkan tim kampanye Pedro Castillo melakukan survei di Bolivia untuk mengetahui apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan dari pemilih di sana serta bagaimana pandangan mereka terhadap Pedro Castillo

Konotasi	degan menunjukkan pentingnya memahami kebutuhan dan pandangan pemilih dalam kampanye politik. Pemahaman ini memainkan peran penting dalam memenangkan pemilihan, karena pemilih memiliki peran penting dalam menentukan hasil pemilihan.
Mitos	Dalam kampanye politik, strategi terbaik adalah fokus pada keinginan dan citra kandidat daripada ideologi atau program politik yang tepat.

4. Iklan kampanye politik dapat menciptakan citra positif dan mempengaruhi kepercayaan pemilih

Gambar 3.4 Adegan 4, Menit: 13:27 – 16:14



Dalam adegan ini, tim kampanye Castillo membuat iklan yang menampilkan Castillo sebagai sosok yang heroik. Dalam iklan tersebut, Castillo digambarkan menolong seorang orang tua yang jatuh dari langit dengan tersenyum. Dalam iklan tersebut, Castillo juga berjanji untuk membuat masa depan Bolivia lebih cerah. Namun, iklan tersebut dinilai buruk karena dianggap tidak mencerminkan sosok kepahlawanan Castillo dan senyuman Castillo yang dianggap aneh.

Analisis

1. *Signifier* (Penanda): "Tim kampanye Castillo berusaha membuat iklan TV untuk menampilkan Castillo sebagai sosok heroik."

2. Signified (Petanda): Tim kampanye Castillo berusaha membangun citra positif tentang kandidat mereka, Castillo, dengan menggunakan iklan TV yang menampilkan Castillo sebagai sosok heroik.
3. Denotative Sign (Tanda Denotatif): Iklan TV yang menampilkan Castillo sebagai sosok heroik.
4. Connotative Signifier (Penanda Konotatif): Kesannya adalah memberikan kesan positif tentang kandidat Castillo kepada pemilih, menyoroti pandangan positif dan visi optimis untuk masa depan Bolivia.
5. Connotative Signified (Petanda Konotatif): Iklan ini berharap agar pemilih memiliki pandangan positif tentang kandidat Castillo dan memercayainya sebagai pemimpin yang heroik dan memiliki visi yang baik untuk masa depan Bolivia, meskipun akhirnya iklan ini dinilai buruk dan tidak jadi digunakan.
6. Connotative Sign (Tanda Konotatif): Mitos bahwa iklan TV menjadi alat penting untuk membangun citra positif kandidat di depan publik.

Mitos	Iklan TV menjadi alat penting untuk membangun citra positif kandidat di depan publik.
-------	---

5. Citra atau “*brand*” dalam kampanye politik adalah hal yang paling penting

Gambar 5, Adegan 5, Menit: 21:00 – 25:88



Dalam adegan ini, Calamity Jane memerintahkan tim kampanye kandidat Castillo untuk tidak meminta maaf atas insiden pemukulan terhadap pelaku pelempar telur terhadap kandidat mereka. Jane berpendapat bahwa permintaan maaf akan membuat kandidat Castillo terlihat lemah dan memberikan kesempatan kepada lawan politik untuk menyerangnya. Dia ingin Castillo dipromosikan sebagai sosok yang kuat dan tegas dengan tidak menunjukkan ketakutan atau kesalahan. Tim kampanye awalnya menentang perintah tersebut, namun akhirnya menuruti perintah Jane dan mengubah narasi insiden tersebut. Sebagai alternatif, Jane menawarkan citra kampanye mereka sebagai "Crisis" untuk mengubah citra negatif dari kandidat mereka menjadi citra yang lebih positif dan kuat, meskipun kenyataannya dia adalah seorang politikus yang bermasalah. Jane mengambil risiko besar dalam merancang kampanye yang kontroversial dan mengambil kelemahan

Tabel 4 Analisis Semiotika Roland Barthes Adegan 4

Keterangan	
Denotasi	Tim kampanye Jane berusaha membuat iklan TV untuk kandidat mereka dengan menampilkan Castillo sebagai sosok heroik
Konotasi	Iklan TV ini ditujukan untuk memberikan kesan positif tentang kandidat Jane kepada pemilih dengan menyoroti pandangannya yang positif dan visinya yang optimis untuk masa depan Bolivia walaupun iklan ini dinilai buruk dan tidak jadi digunakan

kandidat mereka dan mengubahnya menjadi kekuatan untuk memenangkan pemilihan.

Analisis:

1. Signifier (Penanda): Adegan tersebut menunjukkan Calamity Jane memberikan perintah kepada tim kampanye untuk tidak meminta maaf atas insiden pemukulan terhadap pelaku pelempar telur terhadap kandidat mereka.
2. Signified (Petanda): Dalam adegan tersebut, Calamity Jane memerintahkan tim kampanye untuk mengubah narasi insiden tersebut dan memperlihatkan Castillo sebagai sosok yang kuat dan tegas dengan tidak menunjukkan ketakutan atau kesalahan.
3. Denotative Sign (Tanda Denotatif): Adegan tersebut menggambarkan strategi politik tim kampanye dalam menghadapi insiden pemukulan terhadap kandidat mereka. Mereka memutuskan untuk tidak meminta maaf dan mengubah narasi insiden tersebut.
4. Conotative Signifier (Penanda Konotatif): Strategi politik yang diambil oleh tim kampanye untuk mengubah citra negatif kandidat mereka menjadi citra yang lebih positif dan kuat.
5. Conotative Signified (Petanda Konotatif): Adegan tersebut menunjukkan bahwa dalam politik, kelemahan bisa dijadikan sebagai kekuatan dengan memanfaatkan kelemahan kandidat sebagai kekuatan dan mengeksposnya sebagai bagian dari strategi kampanye.
6. Conotative Sign (Tanda Konotatif): citra politik adalah hal yang paling penting dalam kampanye politik.

Tabel 5 Analisis Semiotika Roland Barthes Adegan 5

Keterangan	
Denotasi	Adegan tersebut menunjukkan Calamity Jane memberikan perintah kepada tim kampanye untuk tidak meminta maaf atas insiden pemukulan terhadap pelaku pelempar telur terhadap kandidat mereka. Ia meminta tim untuk mengubah narasi insiden tersebut dan memperlihatkan Castillo sebagai sosok yang kuat dan tegas dengan tidak menunjukkan ketakutan atau kesalahan.
Konotasi	Bahwa politik adalah dunia yang kejam dan penuh manipulasi, di mana citra politik dan kekuasaan lebih penting daripada kebenaran dan keadilan
Mitos	Citra politik adalah hal yang paling penting, di mana manipulasi dan pengaruh adalah kunci untuk memenangkan pemilihan. Bahkan dalam membangun citra kandidat, kelemahannya bisa dijadikan kekuatan

6. Gaya berpakaian kandidat menunjukan karakter seorang pemimpin

Gambar 3.8 Adegan 6, Menit: 28:28 – 30:13



Dalam adegan kampanye langsung, Calamity Jane meminta Pedro Castillo untuk menggulung lengan baju kemejanya sebelum berpidato di depan pendukungnya.

Analisis

1. *Signifier* (Penanda): adegan di mana Calamity Jane meminta Pedro Castillo untuk menggulung lengan baju kemejanya sebelum berpidato di depan pendukungnya.
2. *Signified* (Petanda): tindakan menggulung lengan baju sebagai simbol siap untuk bekerja keras dan menunjukkan kekuatan fisik.
3. *Denotative Sign* (Tanda Denotatif): Calamity Jane meminta Pedro Castillo untuk menggulung lengan baju kemejanya sebelum berpidato di depan pendukungnya, menunjukkan bahwa itu adalah tindakan fisik sederhana.
4. *Conotative Signifier* (Penanda Konotatif): tindakan menggulung lengan baju untuk menunjukkan bahwa dia siap untuk bekerja keras dalam memimpin dan melayani rakyatnya, serta menegaskan kesiapan Castillo untuk menangani tantangan.
5. *Conotative Signified* (Petanda Konotatif): tampilan fisik yang maskulin dan tangguh dapat menunjukkan kekuatan dan kredibilitas seorang pemimpin.
6. *Conotative Sign* (Tanda Konotatif): mitos bahwa tampilan fisik yang maskulin dan tangguh dapat menunjukkan kekuatan dan kredibilitas seorang pemimpin, serta tindakan menggulung lengan baju seringkali dikaitkan dengan aktivitas fisik yang keras dan menunjukkan kekuatan yang dimiliki.

Tabel 6 Analisis Semiotika Roland Barthes Adegan 6

Keterangan	
Denotasi	Calamity Jane meminta Pedro Castillo untuk menggulung lengan baju kemejanya sebelum berpidato di depan pendukungnya
Konotasi	Castillo menggulung lengan baju untuk menunjukkan bahwa dia siap untuk bekerja keras dalam memimpin dan melayani rakyatnya sekaligus menegaskan Castillo siap menangani kiris
Mitos	Penggunaan tampilan fisik maskulin dan tangguh dapat menunjukkan bahwa seseorang memiliki kekuatan dan kredibilitas sebagai pemimpin

7. Kampanye negatif: kontroversi tapi efektif

Gambar 7, Adegan 7, Menit: 28:28 – 30:13



Dalam adegan tersebut, Jane Bodine mengajak timnya untuk melakukan kampanye negatif terhadap kandidat lawan, meskipun beberapa anggota tim menentang taktik tersebut karena kampanye negatif tidak populer di Bolivia dan suara yang turun dari kandidat lawan sebagai akibat dari kampanye negatif yang akan mereka gencarkan mungkin tidak akan beralih ke kandidat mereka. Meskipun ada usulan alternatif kampanye yang lebih positif dan berkualitas, Jane tetap yakin bahwa taktik negatif adalah satu-satunya cara untuk menang dalam

situasi sulit ini, dan akhirnya timnya setuju untuk melanjutkan kampanye negatif tersebut..

Analisis

1. *Signifier* (Penanda): Jane dan timnya berdebat tentang kampanye negative
2. *Signified* (Petanda): Tim kampanye sedang mempertimbangkan untuk melakukan kampanye negatif terhadap kandidat lawan mereka
3. *Denotative Sign* (Tanda Denotatif): Tim kampanye sedang membahas strategi kampanye untuk menurunkan suara kandidat lawan dengan melakukan kampanye negative
4. *Conotative Signifier* (Penanda Konotatif): Kampanye negatif dianggap kontroversial dan sering kali dianggap tidak etis, karena dapat memicu perdebatan internal dalam tim kampanye.
5. *Conotative Signified* (Petanda Konotatif): Anggota tim merasa tidak nyaman dengan taktik tersebut karena mereka khawatir suara yang turun mungkin tidak akan beralih ke kandidat mereka.
6. *Conotative Sign* (Tanda Konotatif): Kampanye negatif dapat memiliki konsekuensi yang tidak diinginkan dan bisa memicu perdebatan internal dalam tim kampanye, namun dalam situasi tertentu, kampanye negatif bisa menjadi taktik yang efektif.

Tabel 7 Analisis Semiotika Roland Barthes Adegan 7

Keterangan	
Denotasi	Jane dan timnya berdebat tentang kampanye negatif yang akan mereka lakukan untuk menurunkan suara

	kandidat lawan. Mereka mempertimbangkan beberapa opsi kampanye dan memutuskan untuk meluncurkan serangan terhadap kandidat lawan dengan membuat iklan negatif dan pernyataan yang menyerang kandidat lawan mereka.
Konotasi	Kampanye negatif adalah taktik yang kontroversial dan sering kali dianggap tidak etis dan populer di Bolivia serta bisa memiliki konsekuensi yang tidak diinginkan. Meskipun dalam situasi tertentu, kampanye negatif bisa menjadi taktik yang efektif,
Mitos	Kampanye negatif selalu efektif dan dapat menjamin kemenangan, namun faktanya, taktik ini dapat memiliki konsekuensi yang tidak diinginkan

8. Kemenangan kandidat adalah kemenangan rakyat

Gambar 8 Adegan 8, Menit: 01:27:00 – 01:41:54



Adegan di mana Castillo memenangkan pemilihan merupakan bagian akhir dari film "Our Brand Is Crisis". Setelah berjuang keras selama kampanye politik yang penuh tekanan, tim konsultan politik yang dipimpin oleh Jane Bodine berhasil membantu Castillo memenangkan pemilihan presiden di Bolivia. Dalam adegan tersebut, Castillo merayakan kemenangannya di depan kerumunan pendukungnya. Jane dan timnya juga ikut merayakannya. Namun, meskipun mereka

merayakan kemenangan tersebut, Jane menyadari bahwa keberhasilan mereka tercapai dengan mengorbankan integritas dan nilai-nilai moral yang seharusnya mereka pegang. Setelah Castillo terpilih, ia kembali membuat kebijakan ekonomi yang tidak populer dan memicu kerusuhan sosial di Bolivia. Dalam adegan tersebut, Jane Bodine merasa tidak nyaman dengan cara kampanye politik yang dijalankannya dan merasa tidak senang dengan konsekuensi dari kemenangan politik yang mereka capai. Sementara Castillo dan timnya bersukacita dengan kemenangan mereka, Jane menunjukkan bahwa dia sedang merenungkan pilihan-pilihan moral yang mereka buat selama kampanye tersebut.

Analisis

1. *Signifier* (Penanda): Adegan di mana Castillo memenangkan pemilihan presiden dan tim konsultan politik merayakannya.
2. *Signified* (Petanda): Kemenangan politik dan keberhasilan tim konsultan politik dalam membantu Castillo memenangkan pemilihan presiden di Bolivia.
3. *Denotative Sign* (Tanda Denotatif): Adegan tersebut secara objektif menunjukkan bahwa Castillo memenangkan pemilihan presiden di Bolivia dan tim konsultan politik merayakan kemenangan mereka.
4. *Conotative Signifier* (Penanda Konotatif): Jane Bodine merasa tidak nyaman dengan cara kampanye politik yang dijalankannya dan konsekuensi dari kemenangan politik yang mereka capai.

5. *Conotative Signified* (Petanda Konotatif): Pengorbanan integritas dan nilai-nilai moral yang seharusnya mereka pegang dalam mencapai kemenangan politik, dan akibat buruk dari kebijakan ekonomi yang tidak populer yang diambil oleh Castillo setelah terpilih sebagai presiden.
6. *Conotative Sign* (Tanda Konotatif): Adegan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan politik tidak selalu sejalan dengan nilai-nilai moral dan integritas, dan dapat menimbulkan konsekuensi yang tidak diinginkan bagi masyarakat yang dipimpin oleh pemimpin yang terpilih.

Tabel 8 Analisis Semiotika Roland Barthes Adegan 8

Keterangan	
Denotasi	Castillo memenangkan pemilihan presiden di Bolivia dengan bantuan tim konsultan politik yang dipimpin oleh Jane Bodine. Namun, tim tersebut harus mengorbankan integritas dan nilai-nilai moral dalam mencapai kemenangan tersebut. Setelah terpilih, Castillo kembali membuat kebijakan ekonomi yang tidak populer dan memicu kerusuhan sosial di Bolivia.
Konotasi	politik adalah permainan yang kotor, yang memaksa orang untuk mengorbankan nilai-nilai moral mereka demi kepentingan pribadi atau kelompok. keberhasilan politik sering kali dibayar dengan harga yang mahal dan berdampak pada kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Jane Bodine merasa tidak nyaman dengan cara kampanye politik yang dijalankannya dan merenungkan pilihan-pilihan moral yang mereka buat selama kampanye tersebut.

Mitos	berhasilan politik dapat membawa perubahan positif dan kemakmuran bagi masyarakat.
-------	--

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan analisis semiotika Roland Barthes pada film *Our Brand Is Crisis*, dapat disimpulkan bahwa terdapat mitos-mitos dalam kampanye politik yang dibangun oleh konsultan politik dan diadopsi oleh masyarakat. Mitos-mitos tersebut antara lain: pentingnya jasa konsultan politik dalam kampanye politik, pengaruh citra buruk terhadap kepercayaan masyarakat, kampanye politik yang berorientasi pada kepuasan pemilih dan citra kandidat, pentingnya iklan kampanye politik dalam menciptakan citra positif, citra atau "brand" dalam kampanye politik sebagai hal yang paling penting, gaya berpakaian kandidat sebagai penunjuk karakter seorang pemimpin, efektivitas kampanye negatif, serta kemenangan kandidat dianggap sebagai kemenangan rakyat.

Dapat dikatakan bahwa mitos-mitos tersebut menciptakan persepsi yang salah dan bisa mempengaruhi pandangan masyarakat dalam memilih kandidat. Secara keseluruhan, mitos-mitos dalam kampanye politik dapat memberikan dampak yang besar bagi proses politik dan kehidupan masyarakat. Selain itu, penggunaan mitos-mitos tersebut juga dapat mengorbankan integritas dan moralitas dalam kampanye politik. Oleh karena itu, sebagai masyarakat yang sadar politik, kita harus waspada dan kritis dalam menerima narasi-narasi kampanye politik yang

dibangun oleh konsultan politik, serta mempertimbangkan nilai-nilai dan moralitas dalam memilih kandidat. Selanjutnya penting bagi kita untuk memahami mitos-mitos tersebut dan mengevaluasi kebenaran di balik klaim-klaim tersebut. Dalam hal ini, analisis Semiotika Roland Barthes dapat menjadi alat yang berguna untuk membantu kita memahami mitos-mitos dalam kampanye politik dan mempertanyakan klaim-klaim yang tidak benar atau membingungkan.

REFERENSI

- Abdussamad, Z. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rapanna (ed.); Vol. 21, Issue 1). Makassar: Syakir Media Press iii.
- Aji, W. K. (2023). Analisis Semiotika Representasi Komunikasi Politik Dalam Film Fatahillah Karya Imam Tantowi Dan Chaerul Umam. *Jurnal Kommas*, 13(1), 104–116.
- Aritonang, David, Ardhy, Doho, Y. (2019). Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Lirik Lagu Band Noah “Puisi Adinda.” *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Bisnis*, 4(April), 77.
- Fahida, S. N. (2021). Analisis Semiotika Roland Barthes pada Film “ Nanti Kita Cerita Hari Ini ” (NKCTHI) Karya Angga Dwimas Sasongko. *Cinematology: Journal Anthology of Film and Television Studies*, 1(2), 33–42.
- Febri, R., Suryanef, S., Hasrul, H., & Irwan, I. (2022). Kampanye Politik Melalui Media Sosial oleh Kandidat Calon Kepala Daerah Kabupaten Pesisir

- Selatan pada Pilkada Tahun 2020. *Journal of Civic Education*, 5(2), 269–277. <https://doi.org/10.24036/jce.v5i2.630>
- Green, D. G. (2015). *Our Brand Is Crisis*. Warner Bros. <https://www.warnerbros.com/movies/our-brand-crisis>
- Hamidah, H., & Syadzali, A. (2019). Analisis Semiotika Roland Barthes Tentang Fenomena Jilboobs. *Jurnal Studia Insania*, 4(2), 117. <https://doi.org/10.18592/jsi.v4i2.1124>
- Hidayati, W. (2021). Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Film Dua Garis Biru Karya Sutradara Gina S. Noer. *Jurnal Pendidikan Tematik*, 2(1), 53–59. <https://siducat.org/index.php/jpt/article/download/208/172>
- Mahardhika, R., Putra, M., & Wiwitan, T. (2015). Strategi Kampanye Politik dalam Film Our Brand Is Crisis. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 199–205. <https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/humas/article/view/9850>
- Masduki, A. (2016). MITOS DAN HIPERREALITAS KOMUNIKASI POLITIK (Studi Iklan Pemilu Jusuf Kalla-Wiranto Versi Humble dan Mampu). *Informasi*, 45(2), 125. <https://doi.org/10.21831/informasi.v45i2.7988>
- Murdiyanto, E. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif)* (1st ed.). UPN "Veteran" Yogyakarta Press.
- Nasirin, C., & Pithaloka, D. (2022). Analisis Semiotika Konsep Kekerasan dalam Film The Raid 2 : Berandal. *Journal of Discourse and Media Research*, 1(1), 28–43. <https://journal.rc-communication.com/index.php/JDMR/article/download/14/18>
- Nugrahani Farida. (2014). Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa. In *Solo: Cakra Books* (Vol. 1, Issue 1).
- Pratiwi, N. D. A. (2020). Islamophobia dalam Film Ayat-ayat Cinta 2: Analisis Semiotika Roland Barthes. *Panangaran: Jurnal Penelitian Agama Dan Masyarakat*, 4(2 SE-Articles), 29–47. <http://ejournal.uin-suka.ac.id/pusat/panangaran/article/view/0402-03>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wibisono, P., & Sari, D. Y. (2021). Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Film Bintang Ketjil Karya Wim Umboh Dan Misbach Yusa Bira. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, 1(1), 30–43.