

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Fenomena *counter-terrorism* beberapa tahun belakangan ini ramai diperbincangkan di berbagai media (terutama media barat dan timur, yang notabene dilatarbelakangi oleh perbedaan sosial politik). Hal ini timbul karena maraknya fenomena atau aksi teror yang dilakukan oleh kelompok-kelompok atau individu di masyarakat sehingga menimbulkan jatuhnya korban dan kerugian materiil. Aksi-aksi tersebut dijadikan sebagai bahan pemberitaan media arus utama akibatnya negara sebagai sasaran aksi dari para individu atau kelompok tersebut melaksanakan propaganda untuk menangkal aksi teror tersebut. Aksi atau tindakan *counter-terrorism* berawal dari adanya aksi terorisme yang dilakukan oleh individu (dikenal istilah *lonewolf*) atau kelompok atau negara (masyarakat).

Terorisme menjadi salah satu isu penting dalam pembahasan dalam ranah global. Semenjak aksi serangan Al-Qaeda pada menara WTC dan Pentagon AS pada 11 September 2001 lalu, mata dunia seolah tertuju pada aksi-aksi yang menyebabkan perasaan tidak aman pada masyarakat global. Terorisme sebagai ideologi, berisi tatanan nilai yang oleh kelompok kekerasan ini dimanfaatkan sebagai pedoman menjalani tindakan bersama. Menurut Easton dan Apter dalam Sahrasad & Chaidar (2017: 228) mengatakan tatanan nilai ini bisa berasal dari tradisi, adat-istiadat dan bisa pula bersumber dari ajaran suatu agama atau bisa juga merupakan gabungan dari keduanya.

Dalam jurnalnya Wijaya (2010: 31) mengatakan bahwa terorisme adalah serangan-serangan terkoordinasi yang bertujuan membangkitkan perasaan terror terhadap sekelompok masyarakat.

Selain bertujuan untuk membangkitkan perasaan tidak aman, aksi terorisme juga bertujuan untuk mencari dan mendapat perhatian publik melalui publikasi media. Menurut Piliang dalam Hendropriyono (2009: 25) publikasi media massa adalah salah satu tujuan dari aksi kekerasan dari suatu aksi teror, sehingga pelaku merasa sukses jika kekerasan dalam terorisme serta akibatnya dipublikasikan secara luas di media massa. Pihak teroris disini sudah memahami fungsi dari penggunaan media massa sebagai salah satu bagian dari aksinya.

Setiap aksi terorisme, baik skala besar ataupun kecil, selalu mengundang media untuk melakukan publikasi (Nacos, 2006: 1). Pada konteks ini media seolah menjadi penjawab 'doa' dari para pelaku teror, yaitu mendapat publikasi dan menjadi pelaku merasa sukses atas aksinya. Pada akhirnya kedua sisi, teroris dan media, saling membutuhkan atau bisa disebut melakukan simbiosis mutualisme.

Fenomena terorisme juga dimuat di berbagai *channel* komunikasi, mulai dari surat kabar (baik online maupun cetak), film (bentuk fisik/file), internet, iklan, hingga poster. Pemuatnya bisa dari pihak terorisme sendiri atau bisa dari pihak media sebagai penjawab dari aksi teror. Ada perbedaan isi publikasi antara teroris dan media arus utama. Menurut Hendropriyono (2009: 42) hal yang berbeda adalah ketika unuk mencapai hasil maksimal dari operasi-operasi mereka, para teroris membutuhkan publikasi yang luas. Mereka menggunakan bahasa yang sangat terbuka. Contohnya adalah bahasa mengancam sandera yang akan dipenggal (kasus jurnalis Amerika John Foley), propaganda yang

bernarasikan perjuangan menyerang musuh (propaganda ISIS pada Januari 2018), dll.

Seperti yang dilakukan oleh pihak Al-Qaeda pada peristiwa 9/11 di Amerika, menurut Seib & Jambek (2011: 1) *The principal accomplishment of Al Qaeda on 9/11 was not killing several thousand people, but rather terrifying millions more through the reports and images of the attacks and changing the way many people throughout the world live.* Prinsip utama dari terpenuhinya Al-Qaeda pada 9/11 bukanlah membunuh ratusan orang, melainkan membuat ngeri jutaan orang melalui berita dan gambaran dari serangan mereka dan merubah banyak orang mengenai pandangan kehidupan di dunia. Oleh karena itu teroris sebagai pelaku serangan ingin menyampaikan pesan pada masyarakat melalui media bahwa serangan-serangan mereka didasari oleh kekerasan terhadap lawannya. Menurut Hendropriyono (2009: 42) di negara-negara demokrasi yang menekankan kebebasan pers, secara tidak sengaja terorisme terliput apa adanya sesuai dengan kode jurnalistik. Hal ini mengakibatkan adanya pembatasan dari wartawan dalam memberitakan aksi terorisme tadi, sehingga berakibat pada timbulnya bias pemahaman dari audiens.

Ada kecenderungan bahwa media yang menampilkan aksi terorisme yang berlatar belakang agama sebagai aksi teror berlandaskan perjuangan suatu agama dan merugikan banyak pihak. Kecenderungan media ini disebabkan karena tidak adanya konfirmasi dari pihak lain. Akibatnya timbullah bias-bias pemahaman di audiens, sehingga timbul pemahaman dominan dikhalayak.

Kecenderungan tersebut dirangkum dalam beberapa penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya. Salah satu penelitian dengan judul “Stereotype Islam sebagai Agama Teroris”, yang dilakukan oleh mahasiswa

Universitas Muhammadiyah Surakarta pada tahun 2013, meneliti film “*Four Lions*.”

=



Gambar I.1.1.

Poster film “Four Lions”

Sumber www.wikipedia.com

Film dengan genre *comedy* yang berasal dari salah satu *production house* di Inggris ini menampilkan Islam sebagai agama yang identik dengan kekerasan. Simbol-simbol Islam yang ditunjukkan dalam film tersebut seperti atribut yang menunjukkan bahwa pelaku adalah orang Islam dan perjuangan muslim yang digambarkan dalam aksi terorisme dan pengeboman. Konklusinya adalah film ini menunjukkan / merepresentasikan Islam sebagai agama yang erat dengan terorisme.

Contoh lain adalah film *Java Heat* dengan judul penelitian “Representasi Terorisme dalam Film *Java Heat*”. Film yang berlatar

belakang cerita berada di Yogyakarta ini memiliki sesuatu yang baru dalam dunia perfilman, yaitu penempatan Indonesia sebagai latar belakang film dan lebih spesifiknya adalah Kesultanan Yogyakarta. Kemudian hal menarik lain adalah keterlibatan dua negara dalam film ini, yaitu negara Indonesia dan Amerika.



Gambar I.1.2.

Poster film “Java Heat”

Sumber www.wikipedia.com

Berdasarkan hasil penelitian, ada kecenderungan sama dalam film *Four Lions*. Representasi terorisme banyak ditekankan pada aksi teror yang dilandasi oleh agama tertentu (Islam). Meski pelaku dari terorisme dalam film tidak hanya dilakukan oleh satu kelompok saja, namun sepanjang film pelaku dari kelompok Islam garis keras banyak ditampilkan sebagai pihak yang melakukan secara langsung aksi terorisme (Meisasar, 2015: 271).

Akibat dari kecenderungan diatas, menyebabkan adanya kekeliruan dalam merepresentasikan sesuatu dan dalam konteks ini adalah masyarakat Islam secara global dalam kacamata media di belahan timur dan media belahan barat. Hafez mengatakan media barat berbagi visi tertentu bersama tentang Islam dan kaum muslim, seperti yang dilakukan media di negara-negara Islam tentang barat (Ibrahim, 2005: 111). Hafez juga mengatakan ada poin tertentu yang menciptakan distorsi citra palsu yang menggeneralisasikan media islam barat dan media islam barat. Disini ada kecenderungan di media massa barat untuk mengarakterisasikan Islam sebagai fanatik dan agama yang keras yang memotong tangan, menindas wanita, dan merepresentasikan antagonisme yang jelas ide-ide kebebasan, hak asasi manusia, dan demokrasi di barat. Sementara itu di media massa di dunia Islam beredar luas penggambaran kultur dan masyarakat barat sebagai dehumanisasi, komersial, seksis dan keras (Ibrahim, 2005: 112).

Oleh sebab merugikan tersebut maka timbul aksi melawan terorisme yang dinamakan *counter-terrorism*. Sandler (2014: 12-13) menyatakan konsep tentang *counter-terrorism* “*Quite simply, counterterrorism corresponds to actions to ameliorate the threat and consequences of terrorism. These actions can be taken by governments, military alliances, international organizations (e.g., INTERPOL), private corporations, or private citizens.*” *Counter-terrorism* membalas dengan aksi untuk memperbaiki ancaman dan konsekuensi dari terorisme. Aksi ini bisa dilakukan oleh pemerintah, aliansi militer, organisasi internasional, perusahaan swasta, atau masyarakat. Sandler juga menyatakan (2014: 13) “*Counterterrorism comes in two basic varieties: defensive and proactive measures.*” *Counter-terrorism* bisa dilakukan dengan dua tindakan, yaitu defensif dan proaktif.

Sandler (2014: 13) menyatakan tindakan defensif melindungi sasaran dari teroris dengan membuat teroris mengeluarkan uang lebih banyak untuk melakukan serangan atau mengurangi tingkat kesuksesan serangan teroris. Tindakan defensif dilakukan setelah terjadi serangan atau pembaharuan dari serangan. Berkebalikan dengan defensif, tindakan proaktif adalah tindakan menyerang yang dilakukan oleh institusi pemerintah terhadap kelompok teroris maupun pendukungnya. Baik tindakan defensif maupun tindakan proaktif melibatkan adanya pembaharuan penggunaan teknologi ataupun informasi yang dilakukan untuk mencegah serangan terorisme.

Fenomena *counter-terrorism* yang dilakukan melalui dua tindakan tersebut juga dimuat di media. Contoh media iklan adalah kampanye iklan dari Al-Arabiya TV yang tayang pada 2010. Pada iklan tersebut menampilkan seorang laki-laki tua duduk di satu ruang, dengan pencahayaan sedikit gelap, ia memegang sebuah foto yang berisi dirinya, seorang perempuan tua, dua orang laki-laki, dan seorang perempuan muda. Ketika ia melihat laki-laki yang ada di foto seketika ditampilkan cuplikan seorang dokter yang sedang melakukan operasi, pada foto perempuan muda ditampilkanlah ia sedang mengajar di suatu kelas, saat melihat laki-laki ketiga ditampilkanlah ia sedang memegang senjata ak-47 dengan latar belakang bendera *Islamic State* dan sedang menodong seorang pria.



Gambar I.1.3.

Cuplikan iklan Al-Arabiya TV Anti-Terrorism Public Ad

Sumber www.youtube.com

Setelah ditampilkan laki-laki terakhir, ia, pria tua, kemudian menyobek foto laki-laki tadi dan terlihat raut muka marah. Dalam iklan tersebut berusaha menampilkan bahwa seorang teroris tidak diterima dalam sebuah keluarga. Aksi-aksi yang dilakukan oleh para teroris digambarkan seolah melukai hati orang tua mereka. Pada akhir video ditampilkan pesan *“Terrorism. I am Muslim-I am against it.”*

Salah satu publikasi dari pihak oposisi teroris (negara) lainnya adalah iklan yang dibuat oleh perusahaan telekomunikasi Zain yang tayang pada bulan Ramadan 2017, yaitu Zain Ramadhan Advertising. Video yang ditayangkan di media sosial Youtube serta menjadi iklan nasional di Kuwait tersebut menampilkan pesan melawan aksi terorisme dengan lagu-lagu penuh cinta. Dalam video tersebut terdapat lirik lagu yang membawakan narasi-narasi perdamaian yang dinyanyikan dengan menggunakan bahasa Arab dan dinyanyikan oleh Hussain Al Jassmi seorang popstar dari Arab Saudi.



Gambar I.1.4.

Cover video Zain Ramadan Advertising 2017

Sumber www.youtube.com

Kuwait sebagai negara perusahaan Zain berada juga sedang melakukan kampanye melawan terorisme melalui media massa di Kuwait. Bekerja sama dengan Amerika, Kuwait melaksanakan program ini dengan menampilkan pesan melawan terorisme pada media-media di Kuwait, baik melalui kampanye radio, televisi, iklan billboard. Dikutip dari www.counterextremism.com, “*the Kuwaiti government carries out a number of countering violent extremism (CVE) programs, including campaigns on radio, television, and billboards that offer alternative messaging to extremist ideology*” (<https://www.counterextremism.com/> diakses pada 15 Maret 2018).

Dalam iklan ini muatan pesan *counter-terrorism* ditampilkan dengan menggunakan narasi-narasi penuh toleransi dan kedamaian. Berbeda dengan contoh sebelumnya dimana didominasi dengan kekerasan dan ujaran kebencian. Selain itu, pada video peneliti menduga adanya resistensi dari komunitas muslim terhadap praduga-praduga yang ditimbulkan oleh media terhadap komunitas muslim. Resistensi tersebut peneliti menduga sebagai

upaya *counter-terrorism* secara defensif. Hal ini yang membuat peneliti memilih iklan ini untuk diteliti.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan semiotika untuk membedah fenomena *counter-terrorism* di media. Semiotika sebagai suatu model dari ilmu pengetahuan sosial memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki unit dasar yang disebut dengan tanda (Sobur, 2012: 87). Secara etimologis, istilah semiotika berasal dari kata Yunani *Semeion* yang berarti tanda. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai suatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya-dapat mewakili sesuatu yang lain (Wibowo, 2009: 7). Dalam kehidupan bermasyarakat kita, sudah menciptakan tanda-tanda itu sendiri sebagai dasar komunikasi sehari-hari. Tanda-tanda tersebut sudah disepakati sebelumnya sehingga bisa memudahkan kita untuk berkomunikasi dengan lainnya. Menurut Littlejohn dalam Wibowo (2009: 8) manusia dengan perantaraan tanda-tanda dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya dan banyak hal yang bisa dikomunikasikan di dunia ini. Tanda-tanda tersebut disematkan dalam bahasa masyarakat sehari-hari untuk berkomunikasi.

Saat memahami teks media, sering kali tanda-tanda tersebut perlu dipahami lebih lanjut makna yang ada di dalamnya. Isi media pada hakikatnya adalah konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya (Sobur, 2012: 88). Sehingga bagi media, bahasa yang dijadikan media sebagai alat komunikasi untuk menggambarkan realitas bisa juga digunakan untuk menentukan gambaran atau citra tertentu yang hendak diberikan kepada audiens. Kembali dalam konteks publikasi yang dilakukan dalam tema terorisme, ada satu hal yang akhirnya timbul di masyarakat global mengenai pandangan akan terorisme, yaitu terorisme dilakukan oleh Muslim dan Islam adalah jahat. Esposito dalam Ibrahim (2005: 3)

menyatakan bahwa serangkaian peristiwa eksplosif selama dua dekade silam tidak hanya mendominasi judul berita media, tapi juga menyajikan citra dominan tentang “Islam militant”: Revolusi Iran dan “Penyanderaan Orang Amerika”, pembunuhan Anwar Sadat, penculikan dan penyanderaan yang dilakukan di Lebanon dan Timur Tengah umumnya, kasus Salman Rushdie dan pembunuhan beberapa orang yang terkait dengan publikasinya, seruan *jihad* Saddam Husein melawan Barat dalam Perang Teluk, pemboman World Trade Center dan berikut pengadilan atas Sheikh Umar Abdul Rahman serta yang lainnya karena konspirasi dalam pemboman tempat-tempat penting di Amerika Serikat, pembunuhan orang Kristen Koptik di Mesir dan pelecehan serta penganiayaan beberapa gereja Kristen di Republik Islam.

Akibat dari hal ini maka ada konsekuensi yang harus ditanggung oleh masyarakat Muslim dunia, yaitu miskonsepsi mengenai Islam dan jatuhnya citra Islam di mata global. Publikasi-publikasi tersebut mengonstruksi suatu realita yang tidak sesuai dengan realitas yang ada. Hafez dalam Ibrahim (2005: 112) menyatakan citra media yang dibatasi hanya pada kesan negatif seperti itu tidaklah merepresentasikan persepsi yang seimbang tentang Islam, yang merupakan agama spiritual, agama harmoni, dan secara historis terbukti toleran dan system religio-kultural yang menyatukan seperlima umat manusia.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan semiotika dengan pendekatan milik Roland Barthes untuk membedah rumusan masalah peneliti. Barthes melontarkan konsep tentang konotasi dan denotasi sebagai kunci dari analisisnya. Barthes mendefinisikan sebuah tanda (*sign*) sebagai sebuah sistem yang terdiri dari ekspresi atau signifier dalam hubungannya dengan konten (Wibowo, 2009: 19). Berdasarkan hal ini peneliti ingin

melihat bagaimana *counter-terrorism* digambarkan dalam iklan Zain Ramadan Advertising 2017.

I.2. Rumusan Masalah

Bagaimana *counter-terrorism* direpresentasikan dalam iklan Zain Ramadan Advertising 2017?

I.3. Tujuan Penelitian

Mengetahui bagaimana *counter-terrorism* direpresentasikan dalam iklan Zain Ramadan Advertising 2017.

I.4. Batasan Penelitian

Untuk membatasi pembahasan, peneliti menetapkan beberapa batasan pada penelitian ini:

- a. Penelitian ini berfokus pada representasi *counter-terrorism* pada Iklan Zain Ramadan Advertising 2017.
- b. Penelitian ini menggunakan metode semiotika Roland Barthes

I.5. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Dapat bermanfaat pada penelitian berikutnya tentang pembahasan isu terorisme dan atau *counter-terrorism* dengan menggunakan metode semiotika.

2. Manfaat Praktis

Dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pembuat iklan untuk mempertimbangkan mengenai isu-isu terorisme dan *counter-terrorism*.

3. Manfaat Sosial

Dapat memberikan pemahaman mengenai *counter-terrorism* pada pembaca dan masyarakat.