

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kota Yogyakarta sebagai daerah yang menyandang predikat kota seniman tentu menjadi hal yang mudah untuk menjumpai ragam kesenian yang ada. Baik pertunjukan seni atau berbagai galeri seni rutin digelar serta jumlahnya tentu tidak bisa dihitung jari lagi. Bahkan, saking mudahnya, kesenian dapat dengan mudah dijumpai di jalanan. Mulai dari mural, grafiti, hingga poster-poster yang ditempelkan di tembok.

Seni tersebut kerap disebut sebagai *street art* atau seni jalanan. Jalanan layaknya panggung bagi seniman untuk berkarya, layaknya pelukis menuangkan karyanya di kanvas.

Street art cenderung sebagai saluran seni serta sebagai bentuk kebebasan berekspresi, mulai dari menyampaikan pendapat, kritik hingga digunakan sebagai media propaganda (Setyowati, 2016). Meski menjadi saluran seni dan bentuk kebebasan berekspresi, *street art* kerap kali mendapatkan stigma negatif bahkan mengalami perlakuan represif, hal tersebut bukan tanpa alasan, pasalnya kegiatan dalam *street art* kerap disamakan dengan vandalisme. Keduanya adalah hal yang berbeda meski kerap dianggap sama.

Vandalisme menurut Salmah (2015) merupakan sifat/perilaku yang bersifat merusak, dalam hal ini merusak bukan berarti menghancurkan tapi merusak situasi

atau pandangan yang semula bersih tertib dirusak dengan adanya corat-coret yang tidak bisa dimaknai bagi pembaca.

Perilaku vandalisme tidak dapat dipungkiri merugikan banyak pihak, selain masyarakat atau pemerintah yang bangunannya dijadikan sasaran vandalisme, tentunya para seniman jalanan turut merasakan dampaknya, seperti uraian di atas, yaitu mendapatkan stigma negatif juga tindakan represif. Hal tersebut tentunya karena antara seniman dan pelaku vandalisme sama-sama menjadikan bangunan khususnya tembok sebagai objek, sehingga baik masyarakat maupun aparat kerap mengira seniman sebagai pelaku vandalisme.

Sikap geram masyarakat serta aparat tentunya bukan tanpa alasan, di Yogyakarta, baik di kota maupun provinsi vandalisme makin mengkhawatirkan, menurut Leon (2022, Januari 14), belum lama ini aksi vandalisme menasar tembok benteng Kraton Jogja yang masuk sebagai situs cagar budaya.

Meski kerap dianggap negatif, nyatanya *street art* masih memiliki porsi sebagai saluran seni di masyarakat, hal tersebut dibuktikan dengan kepercayaan Lapas (lembaga pemyarakatan) Wirogunan di Yogyakarta menghadirkan seniman mural dan grafiti untuk menghiasi dinding lapas dengan karya-karya *street art*.

Menurut Kalapas Wirogunan dengan adanya kolaborasi dengan seniman agar dapat mengubah kesan seram dan menakutkan terkait keberadaan lapas (Radar Jogja, 31 Mei, 2022) Persoalan terkait kebebasan berekspresi dan beropini terutama di media sosial yang menjadi perbincangan hangat pada beberapa tahun

belakangan, tampaknya juga mengancam kegiatan *street art* dalam berpendapat dan kritik melalui sebuah karya.

Pasalnya, pada pertengahan tahun 2021, tepatnya di akhir bulan Agustus, media, baik media massa maupun media sosial di Indonesia, menyoroti persoalan karya *street art* mural. Linimassa tampak diramaikan dengan persoalan mural bergambar Presiden Joko Widodo, memang dinilai hal yang wajar mengusung seorang tokoh dalam karya *street art* mural. Contohnya pilar di bawah jembatan layang Pasupati, Bandung yang mengusung tokoh Soekarno untuk ditampilkan sebagai karya seni mural sebagai peringatan Konferensi Asia-Afrika (KAA) (Fardi Bestari, 2015).

Tak hanya di Bandung, di Kota Solo, tujuh presiden Republik Indonesia ditampilkan warga sebagai peringatan HUT kemerdekaan Republik Indonesia yang ke-75 (Azzam, 2020). Lantas apa yang jadi sorotan dari karya *street art* hingga menuai perhatian publik di bulan Agustus kemarin? Ternyata karya *street art* mural yang diketahui berada di Tangerang tersebut menampilkan tokoh Presiden Joko Widodo disertai kalimat kritik, sehingga dinilai mengganggu ketertiban umum dan dilakukan penghapusan Satpol PP (DetikNews, 2021).

Persoalan penghapusan mural oleh aparat terkait, khususnya Satpol PP tak hanya terjadi di Tangerang, ternyata juga terjadi di kota-kota besar lainnya, seperti: Jakarta, Bandung, Banjarmasin dan kota-kota lainnya (CNN, 2021b). Tindakan penghapusan tersebut memancing beragam respon di berbagai kalangan masyarakat, pasalnya tindakan tersebut dinilai tidak sejalan dengan instruksi

Presiden Joko Widodo bahwa dirinya meminta kritik dari masyarakat (Aditya, 2021).

Meskipun secara masif aparat terus melakukan penghapusan, para seniman jalanan justru secara kolektif terus menghasilkan mural, seperti yang dilakukan seniman jalanan di Yogyakarta, meski belum genap dua puluh empat jam, hasil mural yang berada di Jembatan Kewek tersebut sudah dihapus oleh aparat, namun mereka kembali menghiasinya kembali dengan nada satire (CNN, 2021a).

Ramainya perbincangan publik mengenai penghapusan karya *street art* ternyata bukan kali ini saja terjadi, contohnya seperti *Anti-Tank Project*, nama yang digunakan oleh seorang seniman jalanan di Yogyakarta sebagai nama jalannya. Salah satu kejadian yang pernah dialaminya seperti yang sekarang ini tengah terjadi di masyarakat, yaitu saat penempelan poster di salah satu ruas jalanan Kota Yogyakarta yang akhirnya ditutup oleh aparat.

Di tahun 2012, terjadi pada poster mantan Wakil Presiden Indonesia, Boediono 'Antara Ada Dan Tiada'. Poster tersebut dirusak, dicat dan ditutup dengan koran oleh tentara di jalan Mataram dan Munggur Yogyakarta (kanaltigapuluh, 2019).

Berita tersebut ternyata berkaitan dengan kedatangan atau kunjungan Wakil Presiden Boediono yang saat itu akan berkunjung ke Yogyakarta, sehingga poster yang ditempel di beberapa titik ruas jalan protokol mengalami pengrusakan. Poster tersebut rupanya berisi sindiran terhadap Wakil Presiden Boediono yang kala itu sosoknya dirasa tidak memiliki andil atas kinerjanya sebagai wakil presiden.

Berbeda dengan pelaku *street art* lainnya, *Anti-Tank Project* menyalurkan karya *street art*-nya melalui media poster yang ditempelkan di sudut serta ruas, juga tembok jalanan di Yogyakarta. Mengusung tema mengenai kritik sosial dan politik, *Anti-Tank Project* menggunakan media kertas yang dicetak dengan beragam ukuran dengan desain, gambar serta tulisan yang mampu memancing perhatian publik dengan *headline* yang bernada satire, ironi, parodi ataupun plesetan.

Poster awal yang dihasilkannya mengenai kritiknya tentang tumbuhan atau tanaman bonsai, dimana ia menilai bahwa sebenarnya bonsai seharusnya bisa dibiarkan tumbuh subur dengan semua manfaat penghijauan. Media poster dipilihnya karena saat itu ia dan temannya melihat pameran bonsai dan memiliki penilaian yang sama atas tanaman bonsai, sehingga berniat membuat tulisan tentang kritik tanaman bonsai agar dapat dimuat di surat kabar lokal.

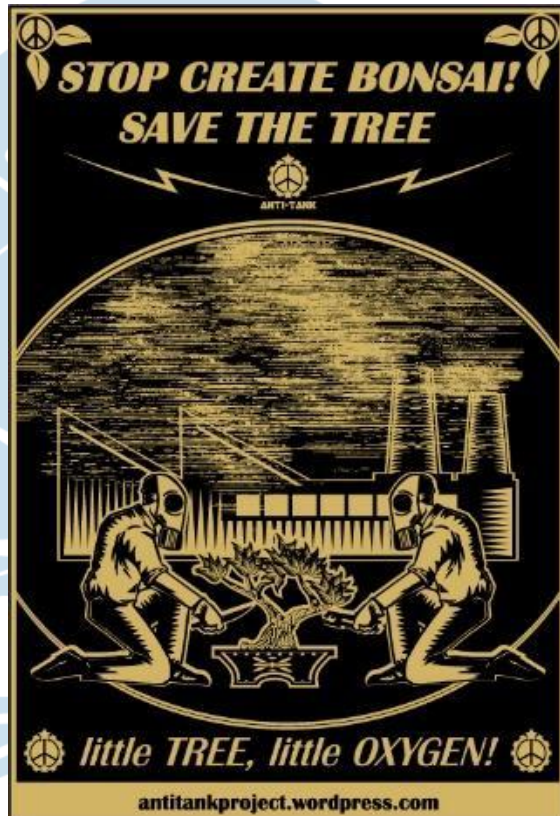
Sadar diri kapasitasnya akan menulis kurang, ia akhirnya memutuskan untuk membuat poster sebagai respon serta kritik atas tanaman bonsai dengan tulisan ‘Stop Create Bonsai! Save The Tree. Little Tree Little Oxygen!’, tak lupa dengan gambar bonsai. Selain melalui media poster, *Anti-Tank Project* juga memuat karyanya di *web blog*. Poster pertamanya tersebut ternyata memancing perhatian publik, dibuktikan dengan 3 hari lamanya poster tersebut bertahan di beberapa titik di Yogyakarta.

Respon publik juga hadir memenuhi kolom komentar di *web blog Anti-Tank Project*, sebanyak 300-an lebih komentar yang didominasi kritikan pedas sebagai

bentuk respon atas kritikan yang dilontarkan *Anti-Tank Project* (kanaltigapuluh, 2019).

GAMBAR I. 1

Poster Pertama *Anti-Tank Project*



Sumber: <https://antitankproject.wordpress.com/>

Poster di atas merupakan poster pertama yang diciptakan oleh *Anti-Tank Project*. Bertuliskan 'Stop Create Bonsai! Save The Tree. Little Tree Little Oxygen!' ia mengutarakan keresahannya terkait fenomena tumbuhan bonsai yang kala itu sedang digandrungi masyarakat. Menurut *Anti-Tank Project* tidak seharusnya tumbuhan yang dapat bertumbuh besar dan berkembang sedemikian rupa, justru dibuat menjadi kerdil.

Merasa media poster yang dibuat *Anti-Tank Project* di tahun 2008 tersebut menuai banyak respon serta *impact* yang besar, hingga dapat menjangkau berbagai kalangan atau lapisan masyarakat, *Anti-Tank Project* lantas meneruskan ide karya posternya tersebut sebagai bentuk serta bagian dari *street art*. Di tahun yang sama, *Anti-Tank Project* menghasilkan karya yang dapat disebut paling fenomenal, yaitu poster aktivis HAM (Hak Asasi Manusia) Munir.

Dalam poster tersebut ditampilkan sosok Munir dibumbui *tagline* ‘Menolak Lupa!’ Pada awalnya, *tagline* yang diusungnya adalah ‘Orang Benar Akan Dibunuh!’ akan tetapi karena ia menyadari bahwa terdapat pesan yang mengandung distorsi, akhirnya kalimat tersebut diubah. Perubahan kalimat tersebut justru mendapatkan respon yang jauh lebih besar ketimbang poster yang sebelumnya, hal ini dibuktikan dengan banyaknya unduhan poster tersebut dan menyebarkanluaskannya di berbagai kota.

Tak hanya diunduh untuk dijadikan poster, ternyata oleh masyarakat, gambar tersebut juga dijadikan dalam bentuk kaos (Kusma, 2015).

GAMBAR I. 2

Poster Fenomenal Karya *Anti-Tank Project*



Sumber: <https://anitankproject.wordpress.com/>

Poster di atas dapat dikatakan poster fenomenal dan ikonik karya *Anti-Tank Project*. Memunculkan sosok atau figur Munir sebagai pejuang atau aktivis HAM, ia mencoba mengajak publik mengingat kembali sosok Munir dan kiprahnya dalam memperjuangkan HAM hingga kematiannya yang sarat akan kontroversi.

Tidak berlebihan apabila poster di atas disebut karya fenomenal dan ikonik, pasalnya karya tersebut kerap digunakan masyarakat luas dalam berbagai kesempatan dan di berbagai media atau sarana (tak hanya poster.) Misalnya seperti pada kegiatan atau aksi Kamisan dan juga kegiatan yang berbau penegakan HAM.

Tak hanya dalam bentuk poster, masyarakat luas menggunakan karya tersebut ke berbagai media dan bentuk, seperti kaos maupun stiker.

Hingga saat ini, *Anti-Tank Project* masih aktif dalam menghasilkan karya *street art* dalam bentuk poster, terhitung hasil karya yang sudah diciptakan *Anti-Tank Project* sudah mencapai puluhan poster. Meski sukses dengan karya *street art*-nya, namun *Anti-Tank Project* tidak menjadikan kegiatannya sebagai proyek politis dari pihak manapun yang dikomersilkan, meskipun kini hasil karya yang dibuatnya dapat dinikmati oleh kalangan luas sebagai *merchandise*, seperti kaos dan *patch*, seperti yang diunggah melalui sosial media akun Instagram @antitanktrade. Selama ini, dalam kegiatan proyeknya, *Anti-Tank Project* menggunakan dana pribadi, tanpa sokongan pihak manapun (Jenie, 2016).

Praktik *street art* dengan menggunakan media poster yang dilakukan *Anti-Tank Project* termasuk dalam bagian dinamika dari sebuah propaganda, dalam rangkaian kajian komunikasi politik. Hal tersebut bukan tanpa alasan, pasalnya menurut Nimmo (2005) dalam buku komunikasi politik, menyebutkan bahwa semua orang merupakan komunikator politik, tidak hanya individu atau kelompok yang berkecimpung di dunia politik saja. Meskipun semua orang adalah komunikator politik, akan tetapi setiap orang memiliki ranah serta porsinya masing-masing, sesuai dengan bidang profesi dan juga peran di dalam masyarakat.

Komunikasi politik adalah proses mengkomunikasikan pesan politik, berasal dari komunikator politik, yang mengandung *source*, *encoder*, *sender* dan *actor* di dalamnya, dan berupaya memulai dan mengarahkan suatu tindakan

komunikasi. Kemudian, pesan tersebut ditujukan kepada khalayak melalui sebuah media yang dipilih, guna meraih suatu tujuan tertentu (Shahreza & El-Yana, 2016).

Dari uraian di atas, *Anti-Tank Project* dapat dikategorikan sebagai komunikator politik, meskipun bukan sebagai politikus ataupun yang berkecimpung di dunia politik, namun kiprahnya dalam menyuarakan kritik melalui media poster yang ditempelkan di berbagai ruas jalanan Yogyakarta menarik atensi berbagai khalayak luas, bahkan hingga diundang salah satu program televisi swasta yang dipandu oleh Andy F. Noya. Atas pencapaiannya tersebut, *Anti-Tank Project* tidak semata-mata hanya mendesain dan menempelkan sebuah poster semata, namun kritik di dalam posternya tersebut mempunyai kredibilitas.

Poster yang digunakan *Anti-Tank Project* dalam menyebarkan kegelisahannya atas berbagai isu yang terjadi merupakan media (*channel*, saluran) yang dipilih, guna menyampaikan sebuah pesan kepada masyarakat (*receiver*, komunikan).

Dalam jurnal yang berjudul 'Pesan Kritik Sosial Dalam Karya "Street Art" Di Yogyakarta', menjelaskan bahwa, setiap individu berhak menyatakan sebuah pendapat atau beropini yang berkaitan dengan kelompok, perorangan, atau bahkan pemerintah sekali pun. Hal ini bukan tanpa alasan, karena dalam menyatakan sebuah pendapat atau opini termasuk ke dalam sebuah hak asasi manusia, sehingga keberadaannya dilindungi oleh undang-undang, yaitu Undang (UU) RI Nomor 39 tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia.

Oleh karena itu, dalam penyampaiannya dapat dengan beragam cara, salah satunya dengan medium *street art* sebagai pesan kritik serta sosial. *Anti-Tank Project* sebagai salah satu seniman jalanan di Yogyakarta yang mengusung tema mengenai kritik sosial, menggunakan media tembok sebagai sasarannya dalam beropini.

Penelitian ini menggunakan kajian Semiotika milik Roland Barthes dengan menguraikan makna kritik sosial gambar poster, street art, dari karya *Anti-Tank Project* melalui 2 tingkatan yaitu denotatif dan konotatif. Selain itu, penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan interpretatif (Akmal, 2015:29-47).

Di sisi lain, jurnal yang berjudul ‘Street Art sebagai Komunikasi Politik: Seni, Protes dan Memori.’ Penelitian ini mencoba untuk membaca kembali praktik seni jalanan, secara khusus mural yang dikembangkan oleh Komunitas Pojok. Dalam studi komunikasi politik, seni jalanan dalam berbagai bentuknya sering kali diidentifikasi sebagai bentuk partisipasi politik non-formal.

Dalam kanon keilmuan politik, bentuk partisipasi dominan dari warga negara umumnya dikaji dalam hubungannya dengan praktik elektoral. Kajian tentang partisipasi politik non-elektoral, yang berada di luar praktik representasi formal, minim dalam kajian ilmu politik. Dengan mengambil praktik mural yang dilakukan sekelompok anak muda di ruang publik, maka dapat digambarkan bentuk partisipasi politik non-elektoral, dan menangkap relasi antara politik dan seni.

Salah satu praktik seni jalanan yang mengisi ruang publik adalah mural/grafiti. Penelitian ini menggunakan studi kasus. Metode studi kasus memungkinkan dilakukan penyelidikan secara tajam dalam memahami seni jalanan, melalui pengalaman para senimannya.

Dari penelitian ini dapat menghasilkan nilai bahwa keberlangsungan komunitas tidak dapat dilepaskan dari ruang sosial tempatnya hidup, tentu lingkungan sosial mempengaruhi keberadaan komunitas. Bagi Komunitas Pojok, isu sosial/politik tampaknya menjadi pilihan bagi praktik berkesenian mereka (Pramana & Azhar Irfansyah, 2019).

Peneliti memilih judul tersebut guna mengkaji serta meninjau poster *Anti-Tank Project* yang mengusung tema serta konsep terkait keresahan isu-isu sosial dan politik. Meski tidak dapat dipungkiri, media visual, dalam hal ini poster mengandung persepsi serta makna yang luas, sehingga, makna yang ditangkap setiap individu terhadap poster yang diproduksi *Anti-Tank Project* bisa saja multitafsir.

Penelitian berfokus pada pemaknaan atau pesan yang terkandung dalam poster *Anti-Tank Project* kepada khalayak, dengan menggunakan kajian semiotika milik Charles Sanders Peirce, peneliti berusaha mengurai dan menganalisis makna atau pesan dari media poster yang diproduksi oleh *Anti-Tank Project*. Kajian semiotika Charles Sanders Peirce yang dimaksud.

Terkait penjelasan mengenai latar belakang poster “Setelah Pemilu Suaramu Tak Perlu,” peneliti tidak banyak mendapatkan literatur mengenai poster

tersebut, hal tersebut lantaran poster yang diusung oleh Anti-Tank berbeda dengan poster-poster lainnya yang mengusung sosok seorang figur atau tokoh, sehingga dapat dengan mudah mencari latar belakang poster tersebut. Contohnya adalah poster Anti-Tank Project yang berjudul ‘Menolak Lupa’ yang mengusung sosok Munir serta poster yang berjudul “Dibunuh Karena Berita” yang mengusung sosok wartawan Udin, tentu dapat dengan mudah mencari literatur tentang sosok tersebut dan alasan mengapa sosok tersebut diusung sebagai karya poster oleh Anti-Tank Project. Berbeda dengan dua poster tersebut yang menampilkan atau mengusung sosok atau figur seorang tokoh, poster yang menjadi objek penelitian yang berjudul “Setelah Pemilu Suaramu Tak Perlu” menggunakan penciptaan ilustrasi melalui teknik editing dan penggabungan ilustrasi. Oleh karena itu, sedikit bagi peneliti menemukan literatur mengenai poster tersebut, yaitu hanya melalui keterangan pada caption di unggahan web serta media sosial Instagram Anti-Tank Project.

Menurut keterangan yang ada di postingan web dan juga sosial media Instagram Anti-Tank Project terkait poster “Setelah Pemilu Suaramu Tak Perlu,” berbunyi:

‘Begitu lagi di coblosan tahun depan.

Memilih untuk tak memilih akan kembali lagi dicap jalang. Pendukung masing-masing calon secara sukarela digiring ke alun-alun beradu congor. Setelah calonnya menang, semua tagihan janji berakhir di lapas aparat. Menagihnya akan berhadapan dengan penculik berencana atau minimal diterjang buzzer plat merah.’
(antitankproject, 2021)

Pernyataan atau keterangan dalam rilisan poster “Setelah Pemilu Suaramu Tak Perlu” di atas secara sekilas berkaitan tentang keresahan terkait penyelenggaraan pemilu, hal ini dibuktikan dengan adanya kata ‘coblosan’ yang dapat dimaknai sebagai kegiatan pemilu. Selain itu jika dilihat dari rilisnya karya tersebut di tahun 2021, hal tersebut sebagai bentuk respon Anti-Tank Project pasca tahun pemilu di 2019. Kita ketahui bahwa di tahun 2019 situasi politik di Indonesia dapat dibidang tidak kondusif, sehingga baru di tahun 2021 setelah melewati tahun 2019 hingga 2020 Anti-Tank Project merasa ada sesuatu yang mengganjal dalam kegiatan pemilu, terutama saat pemilu terjadi hingga pemilu usai.

Selain terlihat di lokasi penelitian, yaitu di bawah jembatan stasiun Lempuyangan, ripanya poster tersebut juga dapat dijumpai di lokasi lainnya, seperti di lampu merah Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Jl. KH Ahmad Dahlan.

Diuraikan lebih dalam, poster “Setelah Pemilu Suaramu Tak Perlu’ terdapat beberapa ilustrasi atau gambar, seperti: kotak pemungutan suara, teralis besi penjara, dua tangan, kaleng cat semprot dan logo Anti-Tank Project. Pemilihan warna dalam poster dapat dikatakan kontras atau bertabrakan, seperti warna hitam, kuning serta putih.

GAMBAR I. 3

Poster ‘Setelah Pemilu Suaramu Tak Perlu’



Sumber: antitankproject.wordpress.com

B. Rumusan Masalah

Gerakan kolektif seperti yang dilakukan *Anti-Tank Project* seperti uraian di atas sebagai bentuk luapan ekspresi atas keresahan maupun kritik terhadap isu-isu yang sedang bergulir di tengah masyarakat yang disalurkan melalui bentuk karya visual *street art* poster, baik secara konvensional menempelkan di jalanan maupun melalui media sosial. Apa yang dilakukan *Anti-Tank Project* tersebut, tentunya

dapat berpengaruh terhadap pandangan masyarakat serta mengajak bersikap kritis atas fenomena tertentu.

Dari uraian tersebut penulis tertarik menjadikan poster-poster karya *Anti-Tank Project* tersebut sebagai bahan penelitian ini menggunakan analisis semiotika dari sudut pandang Charles Sanders Peirce, sebagai salah satu tokoh semiotika atau semiosis. Menurutnya, tanda dibagi menjadi tiga, yakni ikon, indeks dan simbol/lambang. Oleh penulis, poster *Anti-Tank Project* dianalisis lebih rinci dari aspek warna, ilustrasi hingga tipografi yang ada di dalam poster.

Atas dasar tersebut, penulis mengangkat fenomena tersebut ke dalam studi ilmiah dengan rumusan masalah “Bagaimana makna yang terkandung dibalik poster “Setelah Pemilu Suaramu Tak Perlu” karya *Anti-Tank Project* ditinjau dari teori Semiotika Charles Sanders Peirce?”.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk menjelaskan tentang makna yang terkandung pada poster “Setelah Pemilu Suaramu Tak Perlu” karya *Anti-Tank Project* ditinjau dari teori Semiotika Charles Sanders Peirce

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian yang penulis kerjakan diharapkan dapat menjadi kajian, tambahan informasi atau wawasan, serta menjadi

bahan referensi dalam kaitan di bidang ilmu komunikasi, terlebih berkaitan dengan komunikasi visual.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan semangat serta motivasi bagi banyak seniman lainnya dalam menciptakan karya. Selain itu, bagi masyarakat luas dapat memberikan sedikit gambaran mengenai bentuk-bentuk media yang dapat dijadikan sebagai saluran keresahan dan kritik.

E. Kerangka Teori

1. *Street Art* Poster sebagai Bentuk Ekspresi Seni dan Kebebasan Berpendapat

Poster atau kerap disebut sebagai *wheat pasting* merupakan salah satu jenis dari *street art*, yang biasanya dapat diproduksi dengan buatan tangan atau dapat juga dicetak grafis melalui media kertas. Poster dapat diartikan sebagai sebuah karya dari *street art gallery* seni yang dipajang di jalanan.

Umumnya, poster mengandung unsur visual, seperti garis, gambar dan kata-kata yang bertujuan menarik perhatian serta mengkomunikasikan pesan. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan jika poster secara umum adalah gambar, garis atau tulisan yang mengandung pesan tertulis agar dapat menarik atensi atau perhatian orang banyak sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik (Sri, 2008:12).

Di tinjau dari tujuan poster di atas, manfaat poster terdiri dari:

- a. Sebagai media yang menarik perhatian
- b. Sebagai media penyampaian sebuah ide, gagasan dan informasi.
- c. Sebagai media iklan.
- d. Sebagai sarana kreatif.
- e. Sebagai media kampanye.

Dari kategori tersebut, poster-poster yang diproduksi oleh *Anti-Tank Project* termasuk poster sebagai media yang menarik perhatian, penyampaian ide, gagasan atau informasi serta sebagai sarana kreatif. Hal tersebut berpedoman oleh apa yang dikatakan oleh Ginsber (2013) , jika karya seni merupakan bagian dari ekspresi kebudayaan yang unik, bukan hanya dilihat atau ditinjau dari kajian rupa visualnya saja, akan tetapi juga kajian –kajian yang bersangkutan dengan eksistensi karya tersebut.

Sebagai gerakan kolektif individu *Anti-Tank Project* menggunakan media poster utamanya sebagai saluran protes serta kritik atas isu-isu sosial serta politik yang sedang hangat, sedangkan poster sebagai saluran seni dapat dilihat dari berbagai penciptaan poster yang produksinya mengandung unsur-unsur seni, ia memilih memadupadankan posternya dengan berbagai gambar, tulisan hingga komposisi warna melalui proses *editing*. Padahal ia bisa saja menjadikan poster sebagai saluran penyampaian pendapat hanya melalui sebuah tulisan saja tanpa unsur-unsur seni lainnya.

Kustandi dan Cecep (2011:50) menegaskan jika poster merupakan saluran atau media komunikasi yang dapat dibilang efektif dalam rangka

menyampaikan gagasan kepada khalayak, karena singkat, padat, dan impresif. Hal tersebut rupanya hingga kini masih dapat dijumpai di berbagai sudut ruas jalan, berbagai poster mulai dari sebagai media promosi hingga menyatakan pendapat bertebaran di jalan-jalan.

Dalam ranah menyatakan pendapat, terlebih kritik sosial dan politik, media poster lebih mudah dijumpai karena alasan kemudahan serta biaya yang dikeluarkan. Tidak seperti media lainnya yang memerlukan biaya yang tidak sedikit dan waktu yang lama.

Selain kemudahan dan biaya murah, poster lebih mudah dipahami daripada media lainnya, hal tersebut karena faktor tempat penempelannya di sudut strategis, misal lampu merah dan sebagainya serta poster mengandung aspek visual memudahkan khalayak menginterpretasikan dengan mudah, yaitu gambar dan tulisan.

Dibandingkan dengan media lainnya seperti *videotron* yang justru dilengkapi dengan aspek audiovisual, justru hal tersebut kurang efektif, dikarenakan khalayak adalah sebagian besar pengguna kendaraan, sedangkan media *videotron* memiliki durasi yang dapat dikatakan panjang, sehingga tidak sempat memiliki waktu yang panjang, berbeda dengan poster yang dapat dilihat walau sekilas.

Sebagai saluran atau media seni, poster justru tidak banyak dijumpai di galeri atau pameran seni, melainkan di jalanan. Hal tersebut tentunya bukan tanpa alasan, pasalnya ruang-ruang seni justru terkesan eksklusif

dengan karya-karya artistik dan juga terkesan dikomersialisasikan, hal ini membuat jalanan dijadikan ruang-ruang seni tanpa ada batasan, baik pembuat (tidak harus seniman) serta hasil (bagus atau jelek). Oleh karena itu poster banyak dilirik masyarakat sebagai saluran kepuasan afeksi (seni), karena seorang awam dibidang seni dapat turut andil memamerkan karyanya dengan mudah, murah, serta bebas.

Hal tersebut diperkuat dengan argumen Yunimar (2017), jika timbulnya seni jalanan adalah cara menyalurkan ekspresi seni yang benar-benar bebas tanpa syarat, hal ini karena ruang-ruang seni seperti pameran dan galeri dipenuhi oleh kurator seni.

2. Komunikasi Politik

Membahas mengenai komunikasi politik, harus disadari tidak semudah mempelajari ilmu komunikasi ataupun ilmu politik itu sendiri, pasalnya, komunikasi politik merupakan disiplin ilmu yang menggabungkan keduanya menjadi sebuah telaah ataupun konsep baru, baik di dalam ilmu komunikasi maupun di ilmu politik itu sendiri.

Menurut (Shahreza & El-Yana, 2016) (dalam Cangara 2011:29), komunikasi politik merupakan aspek atau jurusan yang menelaah kegiatan serta perilaku komunikasi yang memiliki sifat politik, akibat politik, atau memiliki pengaruh terhadap perilaku politik.

Lahirnya kajian ilmu komunikasi politik tidak dapat dipungkiri karena peranan komunikasi dalam kegiatan politik cukup penting, hal tersebut dikarenakan proses saat informasi-informasi berkaitan politik yang

relevan disampaikan atau dari satu bagian sistem politik ke bagian yang lainnya, disitulah ilmu komunikasi bekerja, sehingga pesan politik yang disampaikan bahkan manuver politik akan optimal atau tidak (Rush & Althoff, 1989).

Sebagai disiplin ilmu, komunikasi politik tentunya terdiri dari berbagai unsur, yakni sumber (komunikator), pesan, saluran atau media, penerima dan efek

a. **Komunikator Politik**

Menurut Nimmo (Shahreza & El-Yana, 2016:1) komunikator politik ialah semua lapisan masyarakat, tanpa memandang status serta latar belakang. Hal tersebut bukan tanpa alasan, pasalnya selama ini seorang komunikator politik selalu diasumsikan dengan seseorang yang memangku jabatan serta berkecimpung di ranah politik, padahal hal tersebut tidak sepenuhnya benar.

Keluhan melambungnya harga cabai oleh ibu-ibu hingga opini mahasiswa tentang besarnya anggaran kunjungan wakil rakyat ke luar negeri ternyata dapat dikategorikan sebagai komunikator politik. Meski semua orang dapat menjadi komunikator politik, hal tersebut tentunya juga dipengaruhi peranan mereka di masyarakat dan profesinya, sehingga setiap individu memiliki wilayah serta kapasitasnya masing-masing dalam topik pembicaraan politik.

b. Pesan Politik

Cangara (2011:31) berpendapat jika pesan politik merupakan sebuah pernyataan yang dikemukakan dapat secara tertulis maupun tidak, secara verbal maupun non verbal, terselubung maupun terang-terangan, baik yang disadari atau tidak isi atau pesannya memuat konteks politik.

Selain pengertian, Cangara juga memberikan berbagai contoh pesan-pesan politik, Seperti: pidato politik, undang-undang kepartaian, undang-undang pemilu, pernyataan politik, artikel atau isi buku /brosur dan berita surat kabar , radio televisi, dan internet yang isinya memuat ulasan politik dan sebagainya.

c. Saluran

Dalam unsur komunikasi politik, saluran komunikasi merupakan alat sekaligus sarana untuk memperlancar penyampaian pesan politik dari seorang komunikator. Pesan disini dapat berupa simbol-simbol, seperti pembicaraan, gambar, serta tindakan.

Terdapat beberapa jenis saluran komunikasi politik, pertama melalui Media Massa, saluran ini menekankan komunikasi satu ke banyak pihak, dapat berupa Media Cetak (surat kabar, majalah, tabloid dll) atau Media Elektronik (film, radio, televisi, internet dll). Selanjutnya, terdapat media luar ruang atau *Outdoor Media* berupa baliho, spanduk, reklame,

kaos oblong, pin, logo, topi dll yang dapat digunakan dalam rangka membangun citra.

Tak hanya melalui sebuah media teknis, sebuah organisasi atau kelompok ternyata juga dapat menjadi saluran komunikasi. Contoh dari Saluran Komunikasi Kelompok adalah, partai politik, organisasi profesi, ikatan alumni dll. Selain itu terdapat Saluran Komunikasi Publik; aula, balai desa, alun-alun, pasar dll. Terakhir terdapat Saluran Komunikasi Sosial, misalnya pesta perkawinan, arisan, pesta rakyat, pertunjukan wayang dll (Cangara, 2011:32).

d. Sasaran atau Target Politik

Sasaran atau target politik atau dalam unsur komunikasi sering kali disebut sebagai komunikan atau *receiver*, merupakan seseorang ataupun khalayak yang menerima pesan, khususnya dalam konteks ini pesan politik. Seseorang atau khalayak yang menerima pesan politik tersebut tidak dapat dipungkiri dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan juga budaya, hal tersebut tentunya berpengaruh pada kesadaran hingga partisipasi khalayak dari sebuah pesan politik (Cangara, 2011:32).

e. Pengaruh atau Efek Komunikasi Politik

Dalam unsur-unsur komunikasi, pengaruh atau efek komunikasi sering disebut sebagai umpan balik atau feedback. Menurut Effendy, (Umaiah, 2016:116), efek komunikasi politik

terbagi menjadi tiga, pertama Efek Kognitif, efek ini muncul dari dalam diri komunikan yang sifatnya hanya sebatas informatif saja tentang sebuah isu atau topik. Kedua adalah Efek Afektif, jika efek yang sebelumnya hanya di tahap sebagai informasi, maka efek yang satu ini levelnya tidak hanya menerima pesan politik sebagai tambahan informasi, namun sampai ke tahap ikut merasakan. Efek yang terakhir adalah Efek Konatif atau Behavioral, efek ini kaitannya dengan perilaku atau tindakan khalayak setelah menerima sebuah pesan politik.

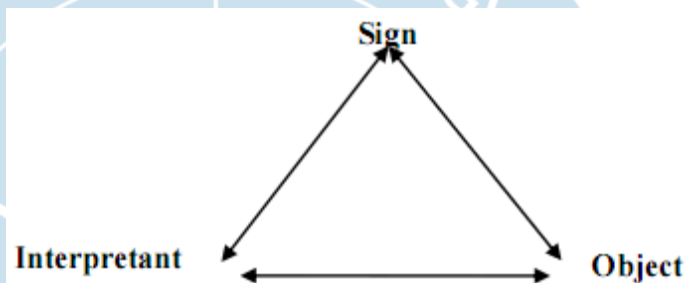
3. Semiotika

Semiotika atau sering disebut sebagai semiologi oleh Barthes merupakan bidang ilmu atau kerap digunakan sebagai metode analisis mempelajari tanda. Pada dasarnya, semiotika hendak mencoba mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*) (Barthes & Kurniawan dalam (Sobur, 2016) . Menurut Littlejohn (Sobur, 2016:15) tanda (*signs*) merupakan dasar dari seluruh komunikasi, dengan adanya perantaraan tanda, manusia dapat berkomunikasi dengan sekitarnya.

Pendekatan tanda oleh filsuf Amerika, Charles Sanders Peirce menegaskan bahwa tanda-tanda berkaitan erat dengan sebuah objek yang menyerupai, oleh sebab itu, keberadaannya (objek) mempunyai hubungan yang terikat satu sama lain yaitu sebab-akibat dengan keberadaan tanda atau karena adanya ikatan konvensional yang sudah disepakati dengan tanda-tanda tersebut (Berger dalam Sobur, 2016:34)

Pada proses semiotika yang dikemukakan oleh Peirce, disebut juga sebagai struktur triadik (*triangle of meaning*). Proses triadik tersebut membahas mengenai makna yang muncul dari sebuah tanda saat tanda tersebut dipergunakan ketika berkomunikasi. Komponen triadik tersebut terdiri dari representamen, objek dan intepretan.

GAMBAR I. 4
Triangle of Meaning



Sumber: <https://elib.unikom.ac.id/>

Menurut Peirce (Piliang, 2012, pp. 12–13) representamen adalah keterwakilan atas sesuatu yang lain pada batas-batas tertentu, sedangkan objek merupakan tanda yang pada dasarnya senantiasa mengacu ke sesuatu yang lain. Terakhir, pemaknaan akan tanda yang timbul dalam benak penerima disebut sebagai intepretan.

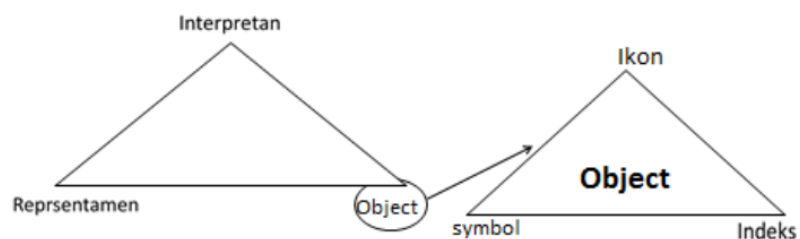
Adanya hubungan triadik atau kerap disebut sebagai segitiga triadik diatas, Peirce mengklasifikasikan tanda dari setiap komponen segitiga triadik. Menurut Sobur (2016, pp. 41–42) berdasarkan representamennya, dibagi menjadi qualisign, sinsign, dan legisign. Qualisign merupakan tanda yang ditandai berdasarkan .sifat atau kualitas. Sinsign merupakan tanda

yang mengandung eksistensi yang aktual akan kebendaan ataupun peristiwa. Legisign merupakan tanda yang mengandung kenormaan.

Selanjutnya, berdasarkan objeknya tanda dibagi atas ikon, indeks dan simbol. Ikon yaitu adanya kemiripan atau acuan pada hubungan antara tanda dengan dengan objeknya. Indeks adalah hubungan sebab-akibat atau kausal yang terkandung dalam hubungan alamiah antara tanda dan petanda. Terakhir, simbol adalah hubungan yang berlandaskan konvensi atau perjanjian di masyarakat yang ada pada hubungan antara tanda dan petandanya.

Berdasarkan intepretannya, tanda dibagi atas rheme, decisign, dan argument. Rheme merupakan tanda yang timbul akibat tafsiran seseorang karena adanya pilihan tafsir. Decisign merupakan kenyataan atau realita yang terkandung pada sebuah tanda. Argument adalah tanda yang hadir beserta dengan alasannya.

GAMBAR I. 5
Struktur Triadik Peirce



Sumber: <file:///C:/Users/My%20Windows/Downloads/390-Article%20Text-515-1-10-20181119.pdf>

Menurut Tinarbuko (2009:9–16) pesan yang disampaikan dalam karya desain komunikasi visual, dalam konteks penulisan skripsi ini adalah poster, disosialisasikan kepada khalayak tentunya melalui sebuah tanda. Tanda dapat dilihat dari dua aspek, yaitu verbal dan visual.

Tanda verbal dapat dijangkau melalui ragam bahasa, tema dan pengertiannya, sedangkan tanda visual dilihat dari cara bagaimana karya digambarkan, dapat melalui ikonis, indeksial maupun simbolis. Selain itu, menurut Peirce, tanda-tanda dalam gambar digolongkan ke dalam ikon, indeks dan simbol.

4. Propaganda

Propaganda merupakan sebuah bentuk komunikasi yang memiliki hubungan erat dengan persuasi (Cangara, 2011:271). Dalam hal ini, propaganda dipercaya dapat mempengaruhi sikap dan atau tingkah laku individu / kelompok melalui ideologi.

Menurut Laswell (Sunarjo & Sunarjo, 1981:26), propaganda semata-mata adalah kontrol opini yang dilakukan melalui simbol-simbol yang mengandung arti, atau dapat menyampaikan pendapat yang konkret dan teliti, melalui sebuah cerita, rumor, laporan gambar, dan bentuk-bentuk yang lainnya yang bisa digunakan dalam komunikasi sosial.

Penggunaan propaganda sebagai bentuk persuasi memiliki banyak tipe, antara lain yaitu propaganda politik, propaganda non politik, hingga propaganda anti politik. Saat ini, penggunaan propaganda merupakan sebuah hal yang normal dan rutin dilakukan dalam konteks politik. Menurut

Cangara, (2011:271) terdapat bentuk-bentuk propaganda dengan tujuan agar juru kampanye dapat meningkatkan efektivitas propaganda tersebut, antara lain yaitu:

a. Propaganda Putih

Merupakan bentuk propaganda yang menyebarkan ideologi dan informasi dengan menyebutkan sumbernya.

b. Propaganda Kelabu

Merupakan bentuk propaganda yang dilakukan oleh sekelompok orang yang tidak jelas dan biasanya bertujuan untuk menimbulkan gosip, adu domba, hingga intrik.

c. Propaganda Hitam

Merupakan bentuk propaganda yang bertujuan untuk menjatuhkan moral lawan dengan cara menyebarkan informasi palsu. Dalam bentuk ini, propaganda yang dilakukan cenderung tidak menghiraukan etika.

Propaganda biasanya muncul di kalangan masyarakat sebagai suatu respon terhadap perubahan, seperti propaganda tentang kesenjangan sosial dan ekonomi, propaganda tentang dominasi etnis dan atau agama tertentu, dan sebagainya (Cangara, 2011:273).

Dalam konsep strategi komunikasi, propaganda dapat digunakan sebagai teknik untuk memperbaiki dan atau merusak citra partai politik. Salah satu bentuk propaganda yang dianggap dapat meresahkan masyarakat adalah desas-desus dalam bentuk rumor atau gosip. Dalam konteks

masyarakat, rumor atau gosip dapat menjalar dengan sangat cepat dan bertujuan untuk membuat kebingungan di masyarakat.

Penyebaran desas-desus dalam konteks propaganda dapat dikatakan berhasil apabila memiliki pesan yang singkat, sederhana, dan menonjol. Desas-desus memiliki sifat dasar, antara lain yaitu:

1. Memiliki pola penyebaran informasi dari mulut ke mulut sehingga sangat mudah mengalami perubahan informasi.
2. Informasi yang disebarkan biasanya tentang orang, kejadian dan kondisi tertentu.
3. Informasi yang disebarkan dapat menimbulkan keresahan apabila desas-desus tersebut bersifat ketakutan, namun juga dapat menimbulkan humor apabila sasaran desas-desus menjadi bulan-bulanan masyarakat.

5. Street Art Poster Sebagai Komunikasi Politik

Seni jalanan atau sering disebut sebagai *street art*, tentunya tumbuh dan berkembang di jalanan, hingga memenuhi ruang-ruang publik. Seni ini mencakup beberapa jenis karya, seperti: grafiti, mural, *stencil*, *wheatpasting* dan poster (Yunimar, 2017).

Pengkombinasian garis, gambar serta kata-kata sebagai unsur visual dapat disebut sebagai poster. Biasanya, maksud dari pembuatan poster untuk menarik perhatian dan juga mengkomunikasikan pesan secara singkat (Sri, 2008). Sebagai sarana untuk menarik perhatian khalayak, media poster

acapkali digunakan untuk tujuan promosi hingga publikasi, akan tetapi media poster rupanya dapat digunakan untuk banyak kepentingan, salah satunya unsur politis.

Pemanfaatan poster dalam ranah politik ternyata sudah ada di Indonesia sejak zaman penjajahan Belanda hingga Jepang, berbarengan dengan seni mural yang masif menyuarakan tentang semangat perjuangan, melawan penjajahan.

Kemunculan medium poster di Indonesia awalnya digunakan oleh pemerintah kolonial dalam menyebarkan berbagai pemberitaan serta informasi, seperti: poster perdagangan, lowongan pekerjaan di pemerintahan, informasi wisata, bahkan hingga perekrutan tentara KNIL (Koninklijk Nederlands Indisch Leger).

Melihat keefektifitasan poster dalam menyebarluaskan berita serta informasi, dimanfaatkan oleh kalangan pribumi terutama golongan muda dan kaum anti penjajahan untuk menyuarakan semangat perjuangan menentang kolonialisme (Putranda).

Medium poster sebagai bagian dari karya *street art* masuk dalam kajian ilmu komunikasi politik bukan tanpa alasan, hal tersebut berdasarkan dari definisi komunikasi politik itu sendiri, menurut Dahlan (Cangara, 2011:29), komunikasi politik adalah aspek atau jurusan yang menelaah kegiatan serta perilaku komunikasi yang memiliki sifat politik, akibat politik, atau memiliki pengaruh terhadap perilaku politik.

Selain itu, menurut Gaber (Cangara, 2011:30) merumuskan jika komunikasi politik tidak hanya sebuah retorika belaka, melainkan juga didalamnya terdapat simbol-simbol bahasa, seperti bahasa tubuh dan juga tindakan-tindakan yang berkaitan politik, seperti boikot, protes serta unjuk rasa.

Dari kedua uraian di atas mengenai definisi dari komunikasi politik, dapat mempertegas bahwa medium poster dalam karya seni jalanan dapat masuk ke dalam konteks kajian ilmu komunikasi politik. Syaratnya, medium poster memuat bahasan mengenai isu politik atau bahkan hingga dapat mempengaruhi perilaku politik seseorang atau khalayak ramai yang membaca atau melihat sebuah medium poster tersebut.

6. Poster

Sudjana dan Rivai (2007) mendefinisikan poster sebagai kombinasi visual dari rancangan yang kuat, dengan warna, dan pesan dengan maksud untuk menangkap perhatian orang yang lewat tetapi cukup lama menanamkan gagasan yang berarti di dalam ingatannya. Sudjana dan Rivai (2007), kemudian menambahi bahwa pada prinsipnya poster itu merupakan gagasan yang dicetuskan dalam bentuk ilustrasi gambar yang disederhanakan yang dibuat dalam ukuran besar, bertujuan untuk menarik perhatian, membujuk, memotivasi atau memperlihatkan pada gagasan pokok, fakta atau peristiwa tertentu. poster bertumpu pada luasnya kata-kata untuk menyampaikan gagasan khusus atau pesan khusus. Poster merupakan media gambar yang memiliki sifat persuasif tinggi karena menampilkan suatu

persoalan (tema) yang menimbulkan perasaan kuat terhadap khalayak yang melihatnya. Yang terpenting dari poster adalah menyampaikan pertanyaan terhadap persoalan di atas, bukan memberikan solusi atau jawabannya. Tujuan poster adalah mendorong adanya tanggapan (respon) dari khalayak dan akan lebih baik apabila kemudian digunakan sebagai media diskusi. Fokus dan tema dari poster perlu diperhatikan, dan memiliki relevansi dengan khalayak agar emosinya bisa ditangkap. Dalam kelompok media, poster dikelompokkan ke dalam kelompok media grafis. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Kusrianto (2007: 338), “poster adalah salah satu bagian seni grafis yang memiliki gaya, aliran, maupun tren sendiri yang tidak lepas dari tingkat penguasaan teknologi serta gaya hidup dari suatu zaman.

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan analisis Isi (Content Analysis) yang merupakan teknik penelitian kualitatif dengan menekankan keajekan isi komunikasi, makna isi komunikasi, pembacaan simbol-simbol dan pemaknaan isi interaksi simbolis yang terjadi dalam komunikasi (Bungin, 2011). Dalam analisis isi kualitatif dilakukan klasifikasi atau penyaringan terhadap teks atau kata-kata ke dalam sejumlah kategori yang mewakili aneka isi tertentu (Puspitasari, 2016). Secara teknik analisis isi mencakup tentang: klasifikasi lambang-lambang yang dipakai dalam komunikasi,

penggunaan kriteria dalam klasifikasi, dan penggunaan analisis tertentu dalam merumuskan suatu prediksi (Bungin, 2011).

2. Metode Penelitian

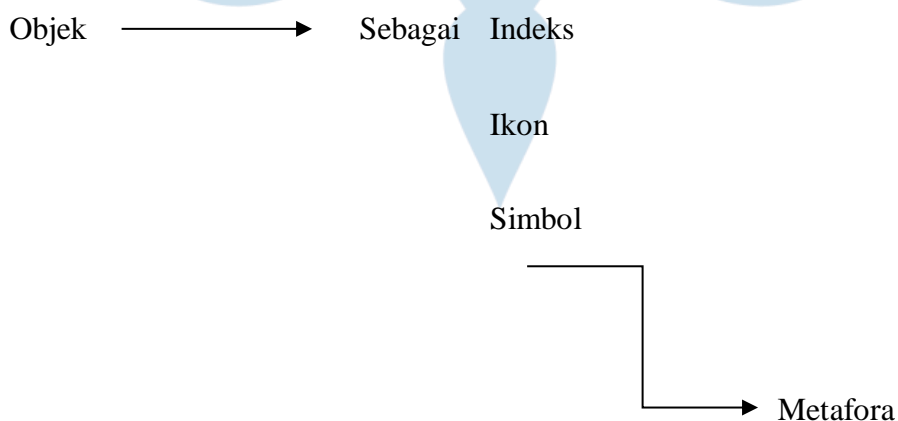
Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis semiotika dari kaca mata Charles Sanders Peirce. Analisis semiotik dipilih agar dapat menemukan makna dari suatu tanda, termasuk hal-hal yang sifatnya tersembunyi yang terkandung dalam sebuah tanda. Nantinya, konstruksi sosial atau latar belakang berperan serta memiliki pengaruh besar terhadap penggunaan tanda tersebut (Idrus, 2009:226).

Semiosis atau tradisi Amerika lebih sering disebut sebagai semiotik yang diperkenalkan oleh Charles Sanders Peirce memiliki peranan terhadap realitas yang dieksternalkan, atau di luar realitas, yaitu Pola perilaku/tindakan manusia, yang dibagi menjadi Kinetis (artifak, lingkungan yang dimodifikasi) dan Verbal (Teks). Dilihat dari sudut orientasi akademis, Peirce mengembangkan sistem semiosis ke dalam kerangka filsafat.

Dengan begitu, sistem semiosis Peirce lebih terperinci mengenai sifat dan hakikat tanda (*sign*). Konsep tanda yang dikembangkan Peirce atas dasar pandangan bahwa realitas terdiri dari tiga kategori, yaitu *firstness*, *secondness*, dan *thirdness* (sistem triadik).

Ketiga kategori tersebut lalu dibedakan menjadi komponen tanda, yaitu yang berkaitan dengan representamen, yang berkaitan dengan relasi terhadap objek dan akhirnya pertalian atau hubungan dengan interpretasi, karena interpretasi dapat tidak konkret dan nyata-ia berada di luar persepsi kita, maka atas sistem triadik tersebut, Peirce mengembangkannya lagi menjadi sebuah tipologi tanda, yaitu: ikon, indeks dan simbol (Masinambow & Hidayat, 2001, pp. 2–10).

Menurut Peirce dalam Fiske (1990:50), tanda dalam interpretasinya sangat luas, oleh karena itu dibagi menjadi tiga, *Icon*, *Index*, dan *Symbol*.



Analisis semiotika seperti dalam penelitian ini bersifat subjektif, oleh karena itu konteks sosiobudaya, teori-teori, konsep-konsep serta

berbagai macam data penting digunakan sebagai dasar serta acuan untuk menjelaskan tanda dalam proses analisis serta interpretasi.

Dalam prosesnya, peneliti seolah-olah memahami pemikiran subjek yang diteliti (Idrus, 2009:229). Peneliti membagi tanda dalam proses semiosis menjadi Ikon, Indeks serta Simbol seperti yang sudah di sebutkan di atas.

3. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:38), Objek dalam sebuah penelitian merupakan variasi pada sebuah atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau tindakan/kegiatan yang ditentukan oleh peneliti itu sendiri untuk dipelajari kemudian dapat dijadikan sebuah kesimpulan.

Dalam penelitian ini objek dari penelitian yang menjadi fokus peneliti adalah poster yang ditemukan di bawah jembatan Stasiun Lempuyangan, yaitu poster yang dibuat oleh *Anti-Tank Project*.

4. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, primer dan sekunder sebagai pedoman penelitian untuk nantinya menjadi sebuah hasil penelitian.

Menurut Kriyantono (2006:41-42), data primer hingga sekunder adalah:

- a. Data Primer, merupakan data yang didapatkan dari sumber asli atau dapat dikatakan langsung dari pihak pertama. Sumber data ini bisa responden atau subjek dalam penelitian, dari sebuah

hasil kuesioner, wawancara hingga observasi. Dalam konteks penelitian ini menggunakan observasi sebagai data penelitian.

- b. Data Sekunder, merupakan data yang didapat bukan dari sumber atau pihak pertama, yaitu dari sumber kedua atau sekunder.

5. Teknik Pengumpulan Data

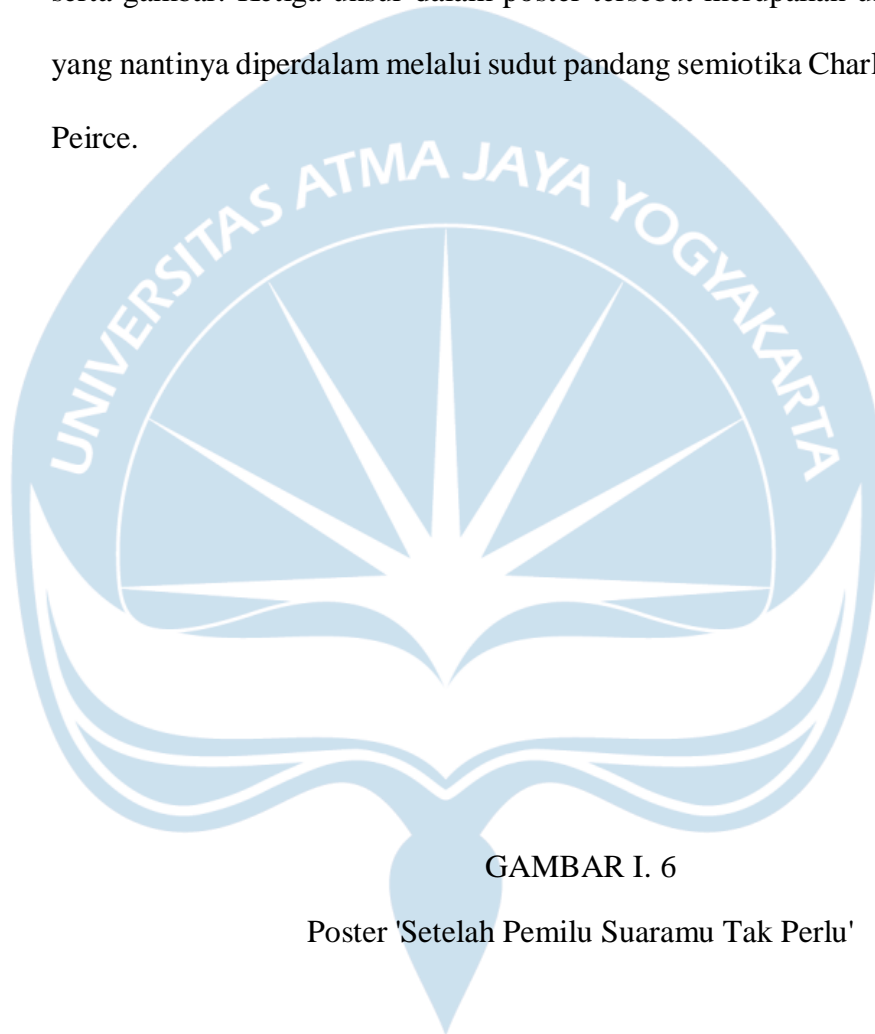
Penelitian ini penulis memilih menggunakan teknik pengumpulan data observasi dan dokumentasi. Menurut Hadi (2002:136) metode observasi merupakan suatu fenomena yang diselidiki dengan cara melakukan pengamatan serta pencatatan yang sistematis. Pengamatan dan pencatatan tersebut sebagai informasi serta referensi untuk diolah.

Menurut (Sugiyono, 2014) observasi terbagi menjadi dua jenis, Partisipan dan Non-Partisipan, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan jenis observasi non-partisipan. Observasi jenis ini penulis hanya sebagai pengamat objek yang diteliti atau dianalisis, tanpa keterlibatan penulis secara langsung. Dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan poster *Anti-Tank Project* sebagai obyek penelitian sehingga digolongkan sebagai observasi non-partisipan.

Teknik dokumentasi digunakan guna menjadi sarana menghimpun data-data dari sumber-sumber non-insani atau bukan dari manusia, baik individu atau kelompok masyarakat. Sumber tersebut tidak lain dari dokumen-dokumen yang diperoleh peneliti. Teknik dokumentasi dipercaya dapat menunjang teknik observasi yang didapatkan di lokasi penelitian agar hasilnya dapat lebih dipercaya (Arikunto, 2002).

6. Unit Analisis

Unit analisis pada penelitian ini yaitu poster *Anti-Tank Project* itu sendiri, dimana di dalam sebuah poster mengandung unsur tipografi, warna serta gambar. Ketiga unsur dalam poster tersebut merupakan unit analisis yang nantinya diperdalam melalui sudut pandang semiotika Charles Sanders Peirce.




GAMBAR I. 6

Poster 'Setelah Pemilu Suaramu Tak Perlu'



Sumber: <https://antitankproject.wordpress.com/>

Keterangan	Visualisasi
<p>Poster “Setelah Pemilu Suaramu Tak Perlu,” merupakan kritik atas tindakan penangkapan hingga pembungkaman, baik secara langsung maupun di dunia maya.</p>	<p>GAMBAR I. 7 Poster di Lokasi Penelitian</p>  <p>Sumber: Dokumentasi Pribadi</p>

- Simbol: kotak suara, tangan memegang *pylox* dan besi/jeruji penjara.

- Teks: setelah pemilu, suaramu tak perlu
- Warna: hitam dan kuning

7. Teknis Analisis Data

Menurut (Sobur, 2016:41-42) dalam penerapannya, Charles Sanders Peirce membagi proses semiosis menjadi 3 tahapan. Tahap pertama merupakan aspek dari representamen tanda, yaitu proses awal semiosis atau semiotika dimulai melalui panca indera. Tahap yang kedua dengan mengaitkan secara langsung representamen dengan latar belakang pengalaman serta kognisi agar dapat memaknai representamen tersebut, tahap ini disebut sebagai objek. Tahap ketiga merupakan cara saling mengaitkan antara representamen dengan objek yang sebelumnya sudah dilalui, atau dapat disebut sebagai interpretasi.

Tahap ketiga ini didasari oleh pikiran jika objek tidak selalu sama dengan realita yang ada, yang disuguhkan oleh representamen. Berdasarkan objeknya, Peirce membagi tanda menjadi Ikon, Indeks dan Simbol.

Peneliti dalam prosesnya menganalisa dan menuliskannya sesuai dengan apa yang dilihat melalui observasi serta dokumentasi yang didapat, dalam hal ini penulis turun langsung ke ruang publik di Yogyakarta, khususnya di bawah jembatan layang Stasiun Lempuyangan yang terdapat poster *Anti-Tank Project*.

Pengumpulan dokumen yang dimaksud berupa buku, koran serta *website* dan media sosial *Anti-Tank Project* itu sendiri sebagai bahan referensi, untuk dilakukan proses semiosis menggunakan sudut pandang Peirce (ikon, indeks dan simbol) dari elemen objek, seperti yang sudah diuraikan di atas, agar dapat ditarik kesimpulan terkait penelitian yang sudah dilakukan.

