

Makna Simbol “S” dalam Film *Superman* sebagai Bentuk Propaganda Internasional Amerika Serikat

Reva Rinanda Siregar* & Afrizal*

Abstract

This Research describes that a film is capable of actualizing a symbolization that can become an identity of state, community or individual. One of Hollywood Movies that succeeded as a signifier of United States' superpower was Superman Movie. “S” symbol on the costume of Superman becomes signifier of the United States' superpower. “S” means ambiguity in the meaning of superpower and it has been adhering to the global society's mindset that United States is the only most super country in the whole world. United States expands its hidden ideology through diplomacy especially by culture expansion. This research explores the meaning of “S” symbol in Superman Movies which is perceived as United States' international propaganda. Through these movies, the meaning that United States wants us to comprehend is that they are in every way more superior than any country.

Keywords: *Cultural Diplomacy, International Propaganda, Superman, United States of America.*

Pendahuluan

Hollywood merupakan sebuah kota atau distrik di pusat wilayah Los Angeles, California.¹ *Hollywood* dikenal sebagai pusat industri hiburan, dimana film yang pertama sekali muncul berasal dari kota ini. *Hollywood* juga dikenal sebagai hasil dari representasi industri perfilman Amerika Serikat, dan distrik ekonomi dari bisnis hiburan. Hingga sekarang, *Hollywood* menjadi pusat *trendsetter* industri perfilman dunia.

Salah satu film yang menjadi simbolisasi kejayaan film *Hollywood* adalah film *Superman* (1978) karya produksi Alexander Salkind.² Film ini mampu mendominasi *box office* dalam beberapa dekade terakhir, seperti Amerika Serikat, Inggris, Swedia, Australia, bahkan seluruh dunia. Film *Superman* ini menghasilkan 6 seri film hingga sekarang, yaitu *Superman I* (1978), *Superman II* (1980), *Superman III* (1983),

1 * Alumni Angkatan 2011 Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, FISIP Universitas Riau.

* Sekretaris Jurusan Hubungan Internasional FISIP Universitas Riau.

Vivek Abhinav. Fokus: ‘Hollywood, *Encyclopedia Britannica*, 28 Juli 2013, Tersedia di: <<http://www.britannica.com/topic/269462/history>> [internet] (diakses pada 26 Februari 2014, pukul. 20.20 Wib).

2 Tony Sloman. Fokus: ‘Obituary: Alexander Salkind, *The Independent*, 25 Maret 1997, Tersedia di: <<http://www.independent.co.uk/news/obituaries/obituary-alexander-salkind-1274937.html>> [internet] (diakses pada 26 Februari 2014, pukul. 20.42 Wib).

Superman IV: The Quest for Peace (1987), *Superman Return* (2006), dan *Man of Steel* (2013). Film *Superman* ini memicu persaingan perfilman yang melahirkan film-film dalam kategori “*Superhero*”, seperti film *Robocop*, *Superboy*, *Hulk*, *Captain America*, *Batman*, *Iron Man*, *Spider Man*, *Fantastic Four*, *Daredevil*, *X-Men*, *Transformers*, dll.

Selama kita menonton atau menyaksikan film-film *superhero* tersebut, secara tersirat dibawah alam sadar kita seolah dikonstruksikan oleh apa yang kita lihat. Fenomena ini dapat membentuk karakter anak-anak muda dan mempunyai dampak yang sangat besar bagi masa depan. Dalam film-film *superhero* tergambar bagaimana kejahatan dengan menggunakan kekerasan dapat menguasai dunia. Karena film-film tersebut mengendalikan pemikiran anak muda, maka sesuatu yang bersifat objektivitas akan menjadi bias nilai.

Berkaitan dengan industri perfilman yang mampu mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat dunia, akibat merebaknya fenomena film *superhero* yang diprakarsai oleh industri perfilman *Hollywood*. Sehingga timbul gejala-gejala yang dapat dikaji dalam ilmu Hubungan Internasional untuk menganalisa sebuah teks atau wacana. Di dalam kajian Hubungan Internasional terdapat sebuah kajian mengenai teori strukturalisme. Teori strukturalisme dalam Hubungan Internasional dibatasi oleh 4 bidang akademik, yaitu bidang linguistik, antropologi, psikoanalisis, dan filsafat.³ Didalam kajian strukturalisme terdapat suatu kajian yang membahas mengenai strukturalisme teks, akan tetapi, karena adanya pembatasan-pembatasan terhadap mitos objektivis strukturalisme, kajian tersebut digantikan dengan kajian semiotik teks.⁴ Kajian-kajian tersebut merupakan kajian teori post-modernisme, dimana post-modernisme digunakan sebagai suatu analisa kritis dari Hubungan Internasional yang tidak peduli dampak atau akibat yang akan terjadi.

Dengan merebaknya industri perfilman terutama dalam kategori *superhero* ternyata memberikan gambaran baru tentang sebuah pemikiran di kalangan masyarakat umum terutama masyarakat pecinta film. Dengan menonton film tersebut, masyarakat akan beranggapan bahwa film tersebut merupakan simbolisasi dari kecanggihan teknologi dan kehebatan negara Amerika Serikat.

Di dalam ilmu Hubungan Internasional, kajian post-strukturalis menyimpan pemahaman teori feminis yang mendalam untuk kebanyakan tujuan dekonstruktif sementara tidak melihat pada tujuan rekon-

³ Winfried Nöth. *Handbook of Semiotics (Advances in Semiotics)*. Ed. 1. Diterjemahkan oleh Abdul Syukur Ibrahim, Airlangga University Press, Surabaya, 2006, hal. 299.

⁴ *Ibid.*, hal. 300.

struktif fundamental dari feminism.⁵ Di lain hal, kajian post-modernisme mencoba menganalisa dan merepresentasikan sebuah wacana yang disimbolisasi dalam suatu simbol. Dalam film *Superman*, simbolisasi “S” yang terdapat pada kostum bajunya menjadi simbol negara Amerika Serikat.

Setiap penonton yang menyaksikan film tersebut, beranggapan bahwa simbol “S” menyiratkan istilah *superpower* Amerika Serikat. *Superpower* tersebut terlihat dari konsep **Leviathan** oleh **Thomas Hobbes** yang beranggapan bahwa negara merupakan makhluk raksasa yang menakutkan dan kejam, serta manusia selalu bertindak menurut emosi dan nafsu yang paling kuat.⁶ Dalam film tersebut, terlihat jelas bahwa pesan film *Superman* menggambarkan bahwa Amerika Serikat merupakan negara yang ingin menguasai dunia berdasarkan naluri untuk mempertahankan kehidupan dan perasaan takut terhadap kematian. Hal ini, sejalan dengan konsep kekuasaan negara Thomas Hobbes bahwa negara adalah wilayah manusia untuk menancapkan taring agar dapat bertahan di dalam kehidupan.

Hegemoni Amerika Serikat terlihat jelas dari konsep kekuasaan negara Thomas Hobbes. Amerika Serikat secara leluasa menyebarluaskan paham liberalis-kapitalis diseluruh dunia dengan cara pembendungan paham komunis (*containment policy*), memberikan bantuan ekonomi secara besar-besaran terutama terhadap negara-negara Dunia Ketiga sehingga mereka menggantungkan kehidupan ekonomi kepada Amerika Serikat melalui hutang luar negeri. Hutang luar negeri tersebut menjadikan negara-negara Dunia Ketiga sebagai “budak” Amerika Serikat. Dilain hal, Amerika Serikat mendirikan suatu organisasi internasional dimana negara-negara anggotanya tunduk akan hak veto yang dimilikinya, misalnya, PBB, USAIDS, G-8, dan lain sebagainya.

Perilaku Amerika Serikat melalui film *Superman* juga dapat dibuktikan melalui **wacana psikologi** oleh **Sigmund Freud**. Menurut Freud, bahwa “berperilaku dengan ego akan berhasil dengan baik jika ego selalu bisa memenuhi tuntutan dan ego bisa mendamaikan tuntutan masing-masing”.⁷ Dalam film *Superman* menyiratkan bahwa berperilaku menurut ego akan berdaya guna meskipun menghasilkan efek negatif bagi sekitarnya. Hal ini sejalan dengan tindakan Amerika Serikat ter-

5 Scoot Burchill & Andrew Linklater. *Teori-Teori Hubungan Internasional*. Ed. 3. Diterjemahkan oleh M. Sobirin, Nusa Media, Bandung, 2013, hal. 324.

6 Bakri Abbas. *Empat Pemikiran Politik Barat*. Yayasan Kampus Tercinta-IISIP, Jakarta, 2003, hal. 4.

7 Daniel L. Pals. *Seven Theories of Religion*. Edisi Baru. Diterjemahkan oleh Inyiak Ridwan Muzir & M. Syukri, IRCiSoD, Yogyakarta, hal. 92.

adap negara-negara yang berusaha untuk melawannya, seperti dalam kasus Perang Irak, Kasus Osama bin Laden (peristiwa Terorisme), intervensi kemanusiaan di Suriah, Mesir dan lain sebagainya.

Dilihat dari segi **pendekatan media**, film *Superman* diproduksi/dirilis setiap 3-8 tahun melalui media elektronik dan surat kabar. Hal ini dilakukan karena Amerika Serikat beranggapan bahwa penyebaran ideologi dengan mudah hanya melalui media massa. Media massa merupakan alat yang sangat berperan bagi penyebaran ideologi seiring dengan berkembangnya populasi dan teknologi. Media massa juga dapat dikatakan sebagai propraganda putih menurut **Harold D. Laswell**, dimana propaganda yaitu menyebarkan informasi ideologi secara terbuka melalui media massa.⁸ Pesan dari setiap produksi film *Superman* adalah bahwa ideologi Amerika Serikat merupakan satu-satunya ideologi yang tidak dapat terkalahkan bagaikan “manusia baja (*Man of Steel*)”. Rilis dari setiap film *Superman* bertujuan untuk menanamkan paham ideologi dari generasi ke generasi berikutnya.

Cara lain untuk membuktikan konstruksi suatu simbol adalah dengan menggunakan **teori dekonstruktifnya Jacques Derrida**. Dengan menggunakan teori dekonstruktif Derrida, lebih detail dapat diketahui bahwa simbol “S” yang terdapat dikostum bajunya film *Superman* sebagai pemaknaan dari “superpower” yang dimiliki Amerika Serikat. Tentunya, kecenderungan gaya tulisan Derrida seperti ini bukan tanpa menimbulkan implikasi. Implikasinya bahkan cukup serius untuk tidak mengatakan sangat serius.⁹

Konstruksi suatu simbol dapat menjadi suatu propaganda yang dapat berperan untuk mendorong suatu komunitas masyarakat keluar dari norma, adat-istiadat, bahkan agama. Simbol merupakan suatu identitas, dimana simbol berimplikasi serius terhadap stereotip suatu komunitas. Dengan kata lain, simbol adalah sesuatu yang digunakan untuk memperlihatkan sesuatu lainnya, berdasarkan kesepakatan kelompok orang.¹⁰

Simbol dapat mengantarkan seseorang kedalam gagasan atau

8 Hadamrica. Fokus: ‘Media Massa Sebagai Alat Propaganda Amerika Serikat Dalam Masalah Terorisme Di Asia Tenggara, *Wordpress*, 03 September 2012, Tersedia di: <<http://hadamrica.wordpress.com/2012/09/03/media-massa-sebagai-alat-propaganda-amerika-serikat-dalam-masalah-terorisme-di-asia-tenggara/>> [internet] (diakses pada 03 April 2014, pukul. 10.10 Wib).

9 Alex Sobur. *Filsafat Komunikasi: Tradisi dan Metode Fenomenologi*. Ed. 1. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2013, hal. 405.

10 Lilik Hamidah & Chalimatus Sa'diyah. *Analisis Simbol Iklan Rokok Dji Sam Soe Gold Edisi Halus dan Mantap (Kajian Analisis Semiotik Pendekatan Roland Barthes)*. Jurnal Ilmu Komunikasi, vol. 1, No. 2, Oktober 2011, hal. 240.

konsep. Simbol mengandung seperangkat ide dan dapat digunakan untuk menciptakan sesuatu yang bersifat imaginatif. Simbol mempunyai nilai yang bersifat abstrak sehingga manusia dalam memahami sebuah simbol, menganggap bahwa simbol adalah kebenaran yang hakiki. Hal ini berpengaruh terhadap kesalahan konstruksi pemikiran seseorang dalam membaca gagasan simbol.

Berdasarkan fenomena yang diuraikan di atas, maka peneliti mencoba untuk menganalisa secara kritis konstruksi budaya dalam film *Superman* sebagai kajian Hubungan Internasional. Dengan menggunakan teori dekonstruksi Derrida, peneliti mencoba menganalisa dan merepresentasikan simbol “S” yang terdapat dalam film *Superman* yang berpengaruh terhadap pemikiran masyarakat global terhadap Amerika Serikat. Penggunaan simbol dalam suatu wacana sangat mengkonstruksi pemikiran masyarakat dunia pada umumnya. Dalam film *Superman* konstruksi yang ingin diberikan adalah pemaknaan Amerika Serikat sebagai negara yang bersifat *superior* terhadap negara-negara lainnya.

Teknik penulisan yang digunakan dalam menyusun penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik penelitian pustaka (*library research*) dan teknik *in-depth interview*. Pada teknik *library research*, data-data yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas merupakan data-data sekunder yang didapatkan dari buku-buku, majalah, surat kabar, dan sumber lainnya. Kemudian, pada teknik *in-depth interview*, dilakukan tanya jawab sambil bertatap muka antara penulis dengan responden, dimana penulis mempersiapkan model-model pertanyaan yang pasti berupa kuisioner yang telah secara sistematis disusun sedemikian urut.

Hasil dan Pembahasan

Simbol “S” pada Kostum *Superman* dalam Pandangan Semiotik

Ilmu yang mengkaji tanda dinamakan semiotik. Ini dikemukakan oleh Pierce bahwa tanda terjadi karena suatu proses yang disebutnya semiosis. Tujuan umum menganalisa simbol “S” pada kostum film *Superman* adalah ‘menunjukkan bagaimana mitos dari sebuah masyarakat, melalui struktur mereka, mengkomunikasikan suatu tatanan konseptual kepada anggota masyarakat itu’ dan coba menunjukkan bagaimana film *Superman* ‘menghadirkan konseptualisasi mengenai keyakinan sosial Amerika Serikat yang sederhana secara simbolik namun sungguh mendalam’.

Film *Superman* dapat diidentifikasi melalui perangkat dasar dari oposisi-oposisi biner yang memberi struktur:

Masyarakat sendiri	Masyarakat luar
Baik	Buruk
Kuat	Lemah
Peradaban	Nir-peradaban

Namun, untuk sepenuhnya memahami makna sosial mitos, perlu kiranya menganalisis tidak hanya struktur binernya melainkan juga struktur naratifnya-progresi kejadian dan penyelesaian terhadap konflik. Film *Superman* dibagi menjadi 14 narasi:

1. Sang pahlawan memasuki kelompok sosial;
2. Sang pahlawan diketahui punya kemampuan yang luar biasa;
3. Masyarakat mengakui perbedaan antara diri mereka dengan sang pahlawan; sang pahlawan diberi status spesial;
4. Ada konflik kepentingan antara sang penjahat dan masyarakat;
5. Sang penjahat lebih kuat ketimbang masyarakat; masyarakat lemah;
6. Ada penghormatan atau persahabatan yang kental antara sang pahlawan dan penjahat;
7. Sang penjahat mengancam masyarakat;
8. Sang pahlawan mengelak terlibat dalam konflik;
9. Sang penjahat mengancam teman sang pahlawan;
10. Sang pahlawan berkelahi dengan sang penjahat;
11. Sang pahlawan mengalahkan sang penjahat;
12. Masyarakat aman;
13. Masyarakat menerima sang pahlawan;
14. Sang pahlawan menghilang atau menanggalkan status spesialnya.

Setiap tipe film *Superman* ‘bersesuaian’ dengan ‘super’ nya Amerika Serikat dimana setiap periode dunia, Amerika Serikat selalu bertahan dan bahkan menjadi hegemoni dengan mencari sekutu-sekutunya untuk menanamkan *containment policy* dimana terefleksikan dalam beberapa narasi dalam film tersebut. Di bawah ini terdapat alur oposisi-oposisi melalui peringkat dasar dalam menganalisa simbol ‘S’ menjadi sebuah interpretasi masyarakat terutama penikmat *genre* film *Superman*:

Flowchart 1. Proses Semiosis: Masuknya Unsur Tanda ke Dalam Indra Manusia



Sumber: Winfried Nöth. *Handbook of Semiotics*. Indiana University Press, Bloomington/Indianapolis, 1995, hal. 39.

Barthes mengembangkan pikirannya dengan mengemukakan bahwa sifat sebuah tanda didasari relasi antara dua aspek, yaitu bentuk (penanda/*expression*) dan isi (petanda/*contenu*).¹¹ Jika kita menganalisa simbol “S” pada kostum *Superman* berdasarkan pemikiran Bathers maka simbol “S” dapat diterangkan lebih lanjut, misalnya tanda pelengkap kostum *Superman* yang berwarna merah, yang dilingkari dengan bentuk trapesium, oval, kotak yang berubah-ubah sesuai dengan versi film yang diproduksi mengikuti perkembangan zaman.

Biasanya pandangan masyarakat tidak satu, melainkan berbeda menurut pengalaman setiap kelompok yang hidup dalam masyarakat itu. Simbol “S” dapat mempunyai konotasi “super”. Konotasi sering kali tidak mempunyai hubungan dengan makna awalnya. Konotasi menciptakan relasi baru antarbentuk dan isi, yakni makna yang diberikan oleh masyarakat terhadap suatu tanda. Konotasi terbentuk karena pengalaman kelompok masyarakat dalam kaitannya dengan suatu tanda. Berdasarkan pengalaman itu, kelompok masyarakat tersebut memberikan konotasinya. Kita dapat menyimpulkan bahwa tanda sebagai unsur budaya, terbuka pada berbagai penafsiran. Teori apa pun yang kita gunakan sehari-hari, makna itu tidak lagi inheren pada tanda itu, tetapi diberikan oleh kelompok masyarakat yang menyerapnya. Oleh karena itu, simbol “S” merupakan jenis tanda yang paling erat kaitannya dengan kebudayaan suatu masyarakat.

Totemisme dalam Film *Superman*

Gejala totemisme yang timbul dalam masyarakat sebagai akibat film dan dampaknya pada proses transformasi budaya masyarakat. Totem adalah tanda yang dirujuk untuk “pengikat” oleh suatu komunitas atau suku.¹² Industri film *Superman* telah disebut sebagai “industri yang

¹¹ Roland Barthes. *Elements de Semiologie*. Edisi ke-22 oleh Hill dan Wang. Jonathan Cape, New York, 2000, hal. 130-132.

¹² *Ibid.*, hal. 268.

dibangun dari mimpi” karena sifatnya yang imajinatif dan sebagai media kreatif. Sesuatu yang mudah juga untuk menganggap industri film *Superman* merupakan salah satu bisnis media terbesar karena publisitas di sekitarnya seperti tokoh-tokoh *Superman* yang berparas menawan dan dapat menangkap banyak perhatian. Sehingga, orang-orang terkejut mengetahui bahwa industri film *Superman* merupakan usaha yang sebenarnya tidak lebih banyak menghasilkan uang setiap tahun dari industri cenderamata, film, atau komik.

Superman adalah tokoh yang dijadikan semacam totem dan diberi makna “selalu menang dalam setiap pertempuran melawan musuh-musuhnya”. Film ini disertai simbol “S” pada kostumnya yang bermakna ‘super’. Di sini kita sudah mulai berhadapan dengan suatu upaya yang tidak lagi sekadar “menjajakan”, melainkan upaya untuk mengajak calon penonton untuk mengidentifikasi dirinya dengan seseorang atau suatu kelompok tertentu yang akan dijadikan acuan oleh calon penonton. Di sini yang dilakukan tidak sekedar “tontonlah”, tetapi juga “jadilah manusia super seperti *Superman*”.

Film *Superman* juga dapat dilihat sebagai gejala budaya. Jadi, film tersebut merupakan bagian suatu kebudayaan, yakni kebudayaan sebagai sistem tanda. Dengan demikian, film *Superman* akan dilihat sebagai salah satu jenis tanda, yaitu “sesuatu yang mewakili sesuatu” (Pierce) atau tanda sebagai gabungan *signifiant* dan *signifié* (de Saussure). Film *Superman* mewakili suatu makna tertentu yang oleh pembuatnya ingin disampaikan kepada khalayak sasaran, yakni kelompok tertentu dalam masyarakat. Simbol “S” dalam film tersebut sebagai tanda yang mengacu pada makna yang intinya adalah “tontonlah film *Superman*” dan “jadilah manusia *super*” yang dimaksud.

Tokoh *Superman* tidak sekedar mewakili komoditas sugesti untuk mengidentifikasi diri dengan kelompok tertentu yang dibentuk sebagai rujukan. Inilah totemisme, yakni simbol yang diperlakukan sebagai lambang untuk dipercayai suatu komunitas. Yang dituju di sini adalah komunitas pecinta film fiksi. Nama *Superman* (dalam teori Pierce) merupakan representamen dari objek “manusia *super* asal Amerika Serikat” atau *expression* dari *contenu* baru “manusia *super* asal Amerika Serikat” (dalam teori Barthes). Dalam teori Barthes, *contenu* baru ini disebut konotasi. *Superman* bukan sekedar nama seorang pria lagi (denotasi).

Tentu saja, totemisme yang dimaksud dalam kaitan dengan film *Superman* tidak sama dengan yang terjadi dalam masyarakat primitif.

Namun, pada prinsipnya terdapat keserupaan dalam hal sifatnya yang “mengikat” kelompok masyarakat dengan suatu lambang. Namun, konvensi yang mendasari lambang ini dibentuk melalui sugesti yang ditimbulkan, sehingga diharapkan ini menimbulkan kesepakatan yang menjadi dasar bagi suatu konvensi dalam menerima suatu tokoh menjadi semacam “totem”. Tokoh yang dipercayai kehebatannya.

Dalam banyak versi film *Superman*, ada upaya untuk memanfaatkan gejala modernitas yang ada pada masyarakat. Modernitas adalah suatu sikap yang cenderung ingin meninggalkan apa yang secara tradisional sudah berlaku dan mencari sesuatu yang baru. Namun, dalam kenyataannya, modernitas mempunyai sejumlah konotasi.

Film *Superman* cenderung memanfaatkan modernitas ini karena harus menyajikan sesuatu yang baru dan tidak biasa terjadi dalam masyarakat. Simbol “S” yang sering ditampilkan pada layar film berfungsi menarik perhatian. Dengan demikian, film dapat mengubah sistem nilai yang sudah berlaku, yakni pendapat tentang “kuat-lemah”, atau “menang-kalah”. Upaya seperti ini tentu saja tidak apriori buruk. Hal yang dipersoalkan di sini adalah upaya di bidang perfilman yang mengarah pada pembentukan “totem-totem gaya baru” dan memanfaatkan modernitas yang ada dalam kelompok-kelompok sasaran dalam masyarakat.

Konsep pembentukan totem-totem gaya baru ini terjadi dengan mengaitkan lambang yang mengungkapkan lambang komoditas X dengan makna “jadilah manusia *super*”. Jadi, X adalah sifat khas komoditas tertentu yang akan dijadikan pusat perhatian dan dijadikan “lambang ikatan” calon penonton. Di sini, makna X akan berfungsi sebagai totem bagi para penggemarnya.

Menuju Cyberspace melalui Film *Superman* (Simbol “S”) berdasarkan Pengaruh Pemikiran Jacques Derrida

Tidak bisa dipungkiri lagi bahwa *cyberspace* (tenggelam dalam dunia fiktif) kini telah menjadi semacam “realitas baru” di abad informasi dewasa ini. Perkembangannya tentu saja tidak dapat dilepaskan dari fondasi-fondasi nilai-nilai filosofis, etis, ideologis, dan kultural oleh para teoritikusnya. Para pemikir ini telah mengembangkan sebuah asumsi filosofis dan turut mengembangkan landasan ideologis dalam penciptaan teknologi *cyberspace*.

Berbagai bentuk imajinasi dan visi, seperti model kehidupan *cyber* dan model kehidupan yang artifisial, telah terbentuk dari para teoritikus

cyber ini. Apa yang tadinya hanya merupakan imajinasi, angan-angan dan visi dapat menjadi ‘realitas’, ketika masyarakat yang tergabung dalam komunitas *cyberspace* telah melakukan tindakan sosial untuk mengikuti imajinasi atau angan-angan tersebut. Akan tetapi, perjuungan imajinasi itu bukanlah tanpa masalah. Masalahnya terjadi, ketika nilai-nilai yang terkandung dan ditawarkan di dalam *cyberspace* itu bersifat kontradiktif dengan nilai-nilai yang masih dianut dalam masyarakat. Artinya, terjadi distorsi antara ideologi, etika dan nilai-nilai budaya yang berkembang di balik penciptaan *cyberspace* dengan pandangan dunia, ideologi, etika dan nilai-nilai kultural yang masih hidup dan berkembang di masyarakat.¹³

Problem utama pada teoritis *cyberspace* ini adalah mereka menggunakan terminologi-terminologi filsafat, etika, ideologi dan nilai-nilai yang bersifat ironis. Artinya, terminologi-terminologi itu akan digunakan sedemikian rupa sehingga, pada akhirnya menghancurkan pengertian dasar dari terminologi itu sendiri. Dengan mediasi seluruh versi film *Superman*, mereka mengembangkan sikap-sikap politis yang penuh dengan warna pengingkaran. Salah satunya adalah kepercayaan akan kebebasan informasi, pengingkaran terhadap otoritas dan semua bentuk kekuasaan, meneriakkan jargon desentralisasi, mempromosikan motto kehidupan “*do it yourself*”, merayakan kebebasan dengan menjamah batas-batas yang dianggap tabu atau terlarang.

Film *Superman* juga menularkan berbagai nilai kultural yang baru, yang mau mengingkari berbagai nilai-nilai lama yang sudah ada di masyarakat. Film tersebut juga merupakan produk dari zaman mereka hidup, yang *notabene* sangat mengagungkan subjektifitas. Salah satu pemikiran filosofis yang sangat mempengaruhi mereka adalah semangat ‘dekonstruksi’ yang dikembangkan oleh Jacques Derrida dan berkembang menjadi sebuah gerakan filsafat yang melanda dunia intelektual sejak era 1960-an.

Derrida mungkin tidak pernah menyangka bahwa pengaruh pemikiran filosofisnya justru sangat besar terhadap para pemrakarsa film *Superman*. Ia sebenarnya mau mengembangkan teori dekonstruksi sebagai sebuah model analisa teks dan bahasa, yang memfokuskan pada ketidakstabilan tanda dan makna, ketimbang kemantapannya. Dekonstruksi dilandasi oleh sebuah kecenderungan pengingkaran terhadap apa yang disebut Derrida sebagai Logosentrisme, yang berakar di dalam tradisi filsafat dan pemikiran Barat. Logosentrisme “S” pada

¹³ Yasraf Amir Pialang. *Dunia Yang Berlari: Mencari Tuhan-Tuhan Digital*. Grasindo, Jakarta, 2004, hal. 20.

kostum *Superman* adalah salah satu karakter dominan filsafat Barat, yang bersandar secara kuat pada pengklasifikasian dunia berdasarkan pada sistem pembedaan yang kaku, yang kerap disebut sebagai oposisi biner. Dimana elemen yang satu kemudian dianggap lebih *superior* (Amerika Serikat) daripada elemen yang lain (negara-negara berkembang), sehingga dianggap sebagai tempat bermuaranya semua ‘kebenaran’ (paham demokrasi) sebagai terminal terakhir bagi ‘kebenaran akhir’ atau sebagai tempat bersemayamnya ‘kebenaran absolut’.

Derrida berpendapat bahwa hak istimewa yang ditempelkan terhadap istilah-istilah *superior*, serta pelecehan terhadap istilah-istilah *inferior* sebagai palsu, semu, tidak esensial adalah penyebab utama kebuntuan kreatifitas dan produktifitas seluruh tradisi pemikiran Barat.¹⁴ Filsafat kemudian pun dipenjara oleh kebenaran absolut yang telah disediakan bagi manusia, tetapi tetap tidak terjangkau oleh pikiran manusia. Dekonstruksi adalah sebentuk penyangkalan terhadap disposisi teoritis logosentrisme dan sistem oposisi biner yang diciptakannya. Dekonstruksi, yang dirumuskan oleh Derrida merupakan sebuah proses pengambilan jarak dan *difference*, yakni proses permainan tanda dan makna dalam bahasa, sehingga muncullah perbedaan tanda dan makna yang tidak berhingga dan tanpa batas, dimana di dalam proses permainan itu tidak akan dapat ditemukan adanya kebenaran absolut.

Para penikmat film *Superman* berada pada posisi yang melampaui kontradiksi, yakni posisi yang mengambang, dimana di dalamnya dihadapkan pada rangkaian pilihan-pilihan, tetapi tidak perlu menentukan apa yang menjadi pilihan akhir yaitu apakah film tersebut baik/buruk. Melalui pemikiran Derrida, tanda “S” pada kostum *Superman* dapat dianalisa sebagai “kecanduan” nihilisme dimana dalam simbol tersebut selalu menampakkan oposisi biner yang tidak peduli akan penghancuran terhadap masa depan kehidupan manusia yang bermakna baik secara moral, sosial maupun spiritual. Misalnya, kebanyakan masyarakat global berpendapat bahwa jika berlindung di balik ‘S: *superior* Amerika Serikat’ maka akan terjadi ketentraman yang sebenarnya melucuti kebenaran dan makna.

Makna Simbol “S” dalam Film Superman sebagai Bentuk Propaganda Internasional Amerika Serikat

Berpikir secara lebih kritis terhadap makna simbol “S” dalam film *Superman* kerapkali menjadi dasar bagi pembentukan teori-teori ber-kaitan dengan metafisika-kehadiran. Di sini penulis menganalisa sim-

¹⁴ Jacques Derrida. *Of Grammatology*. Johnson Hopkins University Press, Baltimore, 1974, hal. 3.

bol sebagai perlawanan terhadap pemikiran. Dalam logika identitasnya Aristotelian maka akan didapatkan hal-hal sebagai berikut:

- (a) Simbol "S" : Berarti "super";
- (b) Simbol "S" : Ideologi Amerika Serikat;
- (c) Simbol "S" : *Solidarity* (salah satu impian Amerika);

Menurut Barthes¹⁵, terkait makna simbol "S", analisis sintagmatik adegan film terdapat dalam lapisan informasional, yaitu segala sesuatu yang dapat diserap, baik dari latar, kostum, tata letak, karakter, dialog, serta gerak laku tokoh. Kombinasi dari aspek tersebut membentuk makna yang mengungkapkan representasi superioritas Amerika Serikat dalam film *Superman*. Analisis ini menggunakan fungsi lima kode yang dipakai Barthes dalam menerjemahkan tanda atau leksia. Kode itu sendiri bisa diartikan sebagai seperangkat sistem atau konvensi yang melandasi teks. Kode tersebut antara lain kode hermeneutika, proairetik, kultural, simbolik, dan semik. Dalam penelitian ini kode yang dipakai adalah simbolik.

Kode simbolik merupakan pengelompokan yang muncul berulang-ulang secara teratur dan sarana tekstual serta memberikan struktur simbolik cerita. Simbolisme yang muncul dalam film *Superman* tersebut berbentuk stereotip bangsa atau negara. Simbolisme ini antara lain:

- a. Amerika Serikat merupakan negara yang kreatif, menghargai pluralisme, menguasai sains dan teknologi, dan menjadi negeri impian bagi masyarakat dunia karena memberikan kesejahteraan. Akar dari stereotipe ini adalah keunggulan di bidang sains dan teknologi tinggi.
- b. Amerika Serikat sebagai negara hebat/adidaya (dilambangkan sebagai "laki-laki unggul"). Akar dari stereotipe ini adalah *Superman* sebagai laki-laki terkuat yang selalu menang dalam pertempuran di berbagai sekuel film *Superman*.
- c. Ideologi Amerika Serikat adalah ideologi yang terhebat. Akar dari stereotipe ini adalah masyarakat Amerika Serikat di film *Superman* tersebut sangat mengagungkan sosok kepahlawanan *Superman*, dimana Ia menunjukkan kemampuan menghadapi tantangan musuh dan kekuatan. Penggambaran secara positif terletak pada; kekuatan dan kemampuan menghadapi tantangan musuh, keberanian bertarung melawan musuh yang lebih besar, berotot, berjiwa nasionalis dan patriotis, berposisi sebagai pemimpin, motivator bagi prajurit

¹⁵ Agustinus Hartono. *Imaji Musik Teks*. Edisi Terjemahan. Jalasutra, Yogyakarta, 2010, hal. 41.

Yunani, disukai dan dibutuhkan orang banyak dimanapun berada, bersikap dewasa, penjaga kerajaan dan panglima perang, keberanian dan aksi heroik pantang menyerah menghadapi lawan yang kuat, dan melindungi masyarakatnya dari musuh serta mendapat kehormatan karena keberaniannya bahkan dari musuhnya sekalipun dan namanya akan dikenang dan harum sepanjang masa yang juga merupakan mitos-mitos kepahlawanan yang tersebar luas di masyarakat. Hal ini berdasarkan teori psikoanalisisnya Sigmund Freud, tidak lepas dari tiga struktur kepribadian, yakni id, ego, dan super ego yang bekerjasama mendasari tingkah laku manusia.

Propaganda Ideologi Amerika Serikat melalui Simbol “S” Film *Superman*

Propaganda ideologis biasanya ditempuh untuk mencapai kepentingan jangka panjang. Propaganda seperti ini biasanya bersinggungan dengan nilai-nilai ideologis yang ingin disebarluaskan pada pihak lawan, dan menanamkan ‘citra buruk’ terhadap nilai-nilai ideologis yang di-anut oleh negara musuh. Metode utama propaganda ideologis jangka panjang yang dilakukan oleh Amerika Serikat adalah disinformasi, yakni melakukan penyesatan opini. Meraka gencar mengembangkan ide-ide yang muncul dari ideologis sekularisme, seperti nasionalisme, demokrasi, pluralisme politik, HAM, kebebasan, dan politik pasar bebas.

Film *Superman* yang diproduksi oleh dua teman sejawat keturunan Yahudi tidak bertujuan untuk mempengaruhi pandangan kalangan *elite* di antara ahli seni, tetapi ia berupaya mengambil perhatian massa yang luas dimana film ini dijadikan sebagai alat propaganda internasional Amerika Serikat. Akibatnya, film tersebut dapat digunakan sebagai alat uji coba untuk mengukur pengaruh pada masyarakat. Dalam konteks strategi propaganda Gobbels, alat propaganda tersebut merupakan faktor yang sangat diperlukan dalam kampanye indoktrinasi apa pun, khususnya ditinjau dari fakta bahwa efek film lebih bertahan lama karena tidak mengenal aktualitas seperti radio dan surat kabar.¹⁶

Amerika Serikat menjadikan film *Superman* yang direfleksikan dalam simbol “S” sebagai ciri motifnya. “S” tampak di kostum *Superman* yang mengkonfrontasikan khalayak dengan kostum yang gagah dan sayap terbentang sebagai pengingat yang maha ada untuk meng-ingatkan massa pada “superpower” Amerika Serikat. Simbol “S”

¹⁶ Mohammad Shoelhi. *Propaganda Dalam Ilmu Komunikasi Internasional*. Simbiosa Rekatama Media, Bandung, 2012, hal. 166.

menyimbolkan istilah “super” Amerika Serikat dan merupakan epitome visual ideologi Amerika Serikat. “Amerika Serikat adalah Negara yang berdasarkan persamaan, persahabatan, dan kebebasan,” begitulah impian Amerika Serikat. Simbol “S” menggantikan utopia. Film *Superman* menggunakan simbol “S” secara menonjol pada kostum *Superman* seperti ikon yang berisi nilai moral tinggi bagi Amerika Serikat. Simbol tersebut ditampilkan pada permulaan film untuk mengajak para penonton menggunakan bingkai pikiran yang benar hingga akhir film. “S” juga berfungsi sebagai titik kontrol kesan seperti digunakan para peneliti untuk mencocokkan batasan pengetahuan atau variabel penelitian.

Signifikansi moral, ideologi, dan emosi pada simbol “S” begitu penting selama Amerika Serikat berjaya. Warna terang pada simbol dimasukkan untuk menanamkan ideologi Amerika Serikat secara kokoh di benak terdalam dalam kesadaran massa. Menurut terminologi Sigmund Freud seperti dijelaskan dalam karyanya *Psikologi Kelompok dan Analisis Ego*, hal itu disebut sebagai infeksi psikis atau kesan klise mutlak, sebagai harga yang harus dibayar pemimpin ambisius yang menghendaki sukses dalam tawaran kontrak politik. Tampilan visual selalu diupayakan dalam setiap film sebagai dupa visual, sejenis eliksir kehidupan atau jampi-jampi magis agar setiap orang bersedia menjadi pahlawan, untuk mengumpulkan keberanian dan memperoleh rasa percaya diri. Simbol “S” bahkan lebih dari semua ini.¹⁷ Inilah mitos yang bisa membuat setiap orang dirasuki dengan paham Amerikanisasi.

Hegemoni: Pengaruh atas Simbol “S”

Hegemoni dapat didefinisikan sebagai pengaruh, kekuasaan atau dominasi kelompok sosial tertentu atas kelompok sosial lainnya yang biasanya lebih lemah.¹⁸ Dalam penelitian ini, penulis menelusuri melalui pandangan Antonio Gramsci. Pandangan Gramsci mengenai hegemoni berdasarkan pada gagasan Karl Marx mengenai “kesadaran yang salah” yaitu keadaan di mana individu menjadi tidak menyadari adanya dominasi dalam kehidupan mereka.

Dari sudut pandang Gramsci, maka film *Superman* yang mengideologikan simbol “S (*superior*)”-nya sebagai ideologi Amerika Serikat selalu identik dengan peran sebagai makhluk *superior* yang dicerminkan *Superman* tidak pernah terkalahkan oleh musuh-musuhnya. Ideologi

17 *Ibid.*, hal. 170.

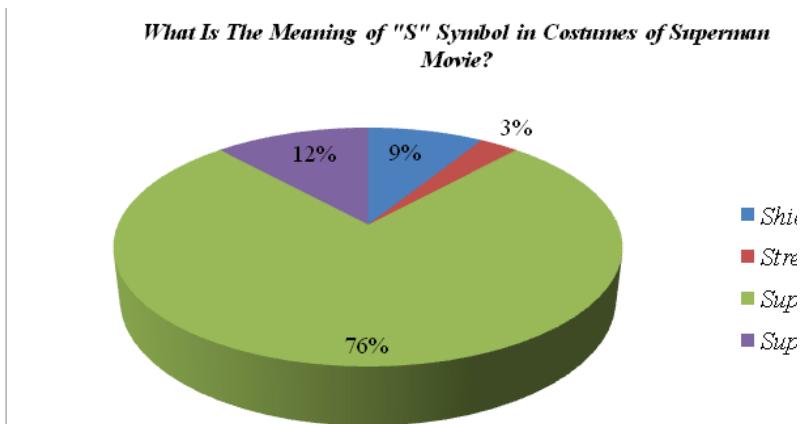
18 Richard West & Lynn H. Turner. *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. Edisi Keempat. McGraw Hill, New York, 2007, hal. 394.

yang berlaku itu menyatakan bahwa Amerika Serikat dapat dijadikan penolong bagi negara-negara lemah. Masyarakat global akan lebih mudah dipengaruhi melalui persetujuan yang mereka berikan daripada keterpaksaan melalui kekerasan. Mereka juga akan lebih mendukung ideologi Amerika Serikat yang dominan misalnya demokrasi.

Dalam hal ini, film *Superman* selalu didominasi oleh ideologi Amerika Serikat yang berkuasa dan akses media lainnya memperlakukan ideologi yang berlawanan (terutama sosialis komunis) atau berbeda dalam kerangka ideologi yang dominan yang mengakibatkan ideologi yang berlawanan dipandang sebagai ideologi “pinggiran”. Berbagai versi film *Superman* selalu bersifat ilusi yang menimbulkan ironi karena faktanya mereka hanyalah instrumen ideologi buatan Amerika Serikat.

Fenomena tersebut berdasarkan penelitian yang penulis lakukan, dapat dianalisa sebuah diagram yang mendeksripsikan pendapat responden *in-depth interview* mengenai film *Superman* yang terkonstruksi dengan simbol “S” pada kostum *Superman*:

Diagram 2. What Is The Meaning of “S” Symbol in Costumes of Superman Movies?



Sumber: Olahan Penulis dari *Polling* yang dilakukan Via Kuisoner, dan *Social Media* (*Twitter*, *Path*, dan *Facebook*) Pada 25 April 2014

Berdasarkan diagram 2 diatas, maka kita dapat tarik kesimpulan bahwa dari 35 orang koresponden, melalui polling via *Twitter*, *Facebook*, *Path*, dan Kuisoner, maka 8,58% mengatakan “Shield” sebagai

makna dari simbol “S” dalam kostum *Superman*, 2,88% mengatakan “*strength*”, 74,28% mengatakan “*superpower*”, dan 11,43% mengatakan “*superhero*”.

Sering kali terjadi pertarungan memperebutkan kekuasaan untuk menentukan makna yang harus diterima masyarakat, dan pemenang pertarungan biasanya adalah mereka yang berada pada puncak hierarki sosial. Media adalah salah satu bagian dari masyarakat yang berada pada puncak hierarki kekuasaan, sebagaimana para pemrakarsa berbagai versi film *Superman*, mereka berkesinambungan memproduksi film tersebut dengan maksud untuk selalu mempertahankan ideologi Amerika Serikat (*superior*). Apa makna dari misalnya “*super*” atau “hebat” semuanya ditentukan oleh media *audio-visual* (film), dan masyarakat akan mengikutinya. Jika media (film *Superman*) menyatakan makna “*super*” adalah tidak terkalahkan, berada di atas, sementara makna “hebat” adalah kuat, jenius, maka itulah makna “*super*” atau “hebat” yang diterima masyarakat dan kelompok-kelompok yang menentukan makna, dan mereka mendominasi kelompok-kelompok lain dalam menentukan makna

Simpulan

Sebagai bentuk propaganda internasional Amerika Serikat, film *Superman* digunakan sebagai alat uji coba untuk mengukur pengaruhnya terhadap masyarakat. Salah satu bentuk propaganda internasional Amerika Serikat, simbol “S” dalam film *Superman* memberikan makna “*super*” Amerika Serikat. Film *Superman* menggunakan simbol “S” secara menonjol pada kostum *Superman* seperti ikon yang berisi nilai moral tinggi bagi Amerika Serikat. Bentuk propaganda lainnya memperlihatkan bahwa simbol “S” juga berfungsi sebagai titik kontrol kesan seperti digunakan para peneliti untuk mencocokkan batasan pengetahuan atau variabel penelitian.

Amerika Serikat dengan kekayaan budaya kontemporer/modern yang dimilikinya, mencoba menggunakan film *Superman* sebagai bagian dari diplomasinya dalam upaya mendekati publik luar negeri. Film ini dapat menjadi alat yang paling tepat untuk menarik hati publik luar negeri dan mengkomunikasikan nilai-nilai yang membuat Amerika Serikat dipandang sebagai negara yang hebat (*super*) sekaligus menanamkan *soft power*nya, seperti: demokrasi, kebebasan individu, kesetaraan dan kesempatan yang sama bagi semua orang, keberagaman dan toleransi.

Daftar Pustaka

- Abbas, Bakri. *Empat Pemikiran Politik Barat*. Yayasan Kampus Ter-cinta-IISIP, Jakarta, 2003.
- Abhinav, Vivek. Fokus: ‘Hollywood, *Encyclopedia Britannica*, 28 Juli 2013, Tersedia di: <<http://www.britannica.com/topic/269462/history>> [internet] (diakses pada 26 Februari 2014, pukul. 20.20 Wib).
- Audifax. *Semiotika Tuhan: Tafsir Pembacaan Manusia Terhadap Tuhan*. Pinus Book Publisher, Yogyakarta, 2002.
- Barthes, Roland. *Elemen-Elemen Semiologi: Sistem Tanda Bahasa, Hermeneutika, dan Strukturalisme*. Cetakan Pertama. Diterjemahkan oleh M. Ardiansyah, IRCiSoD, Yogyakarta, 2012.
- Burchill, Scoot & Linklater, Andrew. *Teori-Teori Hubungan Internasional*. Ed. 3. Diterjemahkan oleh M. Sobirin, Nusa Media, Bandung, 2013.
- Derian, James Der & Shapiro, Michael J. *International/Intertextual Relations: Postmodern Readings of World Politics*. Lexington Books, United States of America, 1989.
- Derrida, Jacques. *Of Grammatology*. Johnson Hopkins University Press, Baltimore, 1974.
- Hadamrica. Fokus: ‘Media Massa Sebagai Alat Propaganda Amerika Serikat Dalam Masalah Terorisme Di Asia Tenggara, *Wordpress*, 03 September 2012, Tersedia di: <<http://hadamrica.wordpress.com/2012/09/03/media-massa-sebagai-alat-propaganda-amerika-serikat-dalam-masalah-terorisme-di-asia-tenggara/>> [internet] (diakses pada 03 April 2014, pukul. 10.10 Wib).
- Hamidah, Lilik & Sa'diyah, Chalimatus. *Analisis Simbol Iklan Rokok Dji Sam Soe Gold Edisi Halus dan Mantap (Kajian Analisis Semiotik Pendekatan Roland Barthes)*. Jurnal Ilmu Komunikasi, vol. 1, No. 2, Oktober 2011, hal. 236-268.
- Hartono, Agustinus. *Imaji Musik Teks*. Edisi Terjemahan. Jalasutra, Yogyakarta, 2010.
- Nöth, Winfried. *Handbook of Semiotics (Advances in Semiotics)*. Ed. 1. Diterjemahkan oleh Abdul Syukur Ibrahim, Airlangga University Press, Surabaya, 2006.
- Pals, Daniel L. *Seven Theories of Religion*. Edisi Baru. Diterjemahkan oleh Inyiak Ridwan Muzir & M. Syukri, IRCiSoD, Yogyakarta.
- Piliang, Yasraf Amir. *Dunia Yang Berlari: Mencari Tuhan-Tuhan Digital*. Grasindo, Jakarta, 2004.

- Shoelhi, Mohammad. *Propaganda Dalam Ilmu Komunikasi Internasional*. Simbiosa Rekatama Media, Bandung, 2012.
- Sloman, Tony. Fokus: ‘Obituary: Alexander Salkind, *The Independent*, 25 Maret 1997, Tersedia di: <<http://www.independent.co.uk/news/obituaries/obituary-alexander-salkind-1274937.html>> [internet] (diakses pada 26 Februari 2014, pukul. 20.42 Wib).
- Sobur, Alex. *Filsafat Komunikasi: Tradisi dan Metode Fenomenologi*. Ed. 1. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2013.
- West, Richard & Turner, Lynn H. *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. Edisi Keempat. McGraw Hill, New York, 2007.