

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang penelitian (bagian 1.1), rumusan masalah penelitian (bagian 1.2), tujuan penelitian (bagian 1.3), manfaat penelitian (bagian 1.4) dan definisi operasional dari penelitian (bagian 1.5).

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam konteks berkomunikasi, bahasa verbal bukan satu-satunya cara (moda) yang bisa digunakan dalam membangun makna. Bahasa verbal tanpa adanya bahasa non-verbal misalnya gerak, wajah, suara dan sarana visual lainnya menyebabkan pemahaman kita terhadap bahasa (teks) menjadi terbatas. Pemahaman bahasa (teks) harus berpijak pada lebih dari satu sudut pandang atau kita menggunakan berbagai moda dalam membuat ataupun menyampaikan makna. Penggunaan lebih dari satu mode dalam membuat makna ini disebut dengan istilah multimodal agar kompleksitas makna bahasa dapat terpahami (Suprakisno, 2015).

Sebagai sebuah contoh, sebuah poster secara keseluruhan dikatakan sebagai sebuah teks, yang didalamnya terdapat visual dan verbal sebagai dua moda semiotik yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada publik (Hermawan, 2013). Poster merupakan salah satu media cetak yang memuat berbagai informasi poster secara visual mulai dari atas sampai bawah, banyak mengandung informasi-informasi sangat penting sebagai pesan yang mempunyai fungsi komunikasi, yaitu sebagai penyampai identitas, situasi ekonomi, budaya dan ideologi yang dibawanya (Setianto, 2016). Salah satu studi tentang multimodalitas yang perlu untuk diteliti lebih lanjut adalah poster kampanye. Poster kampanye menjadi salah satu media komunikasi visual dan verbal yang sering dijumpai pada ruang-ruang publik. Poster kampanye berfungsi sebagai media publikasi, pencitraan, pembawa pesan yang bersifat membujuk dan mempengaruhi orang banyak.

Sejauh ini studi tentang poster yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya antara lain perkembangan visualisasi poster kampanye pemilu di Indonesia yang dianalisis dari perspektif ilmu komunikasi dan semiotika (Setianto, 2016). Analisis poster di hotel madani Medan ditinjau dari aspek desain grafis komputer yang bertujuan untuk mengetahui tentang aspek-aspek desain yang diterapkan pada poster dengan pertimbangan nilai tingkat kemudahan dalam membaca (Sinaga dan Erdansyah, 2013). Makna representasi poster film dari perspektif analisis wacana multimodal (Chen dan Guo, 2014).

Kress dan van Leeuwen mendefinisikan multimodal sebagai “penggunaan beberapa *semiotic modes* dalam desain produk, atau peristiwa semiotik secara bersamaan, dan dengan cara tertentu moda-moda ini digabungkan untuk memperkuat, melengkapi, atau berada dalam susunan tertentu (Hermawan, 2013). Dalam kaitannya dengan alat analisis teks multimodal, khususnya yang menggabungkan verbal dan visual, Kress dan van Leeuwen (2006) menawarkan apa yang dianggap sebagai ‘tata bahasa gambar’. Konsep ‘tata bahasa gambar’ tersebut bersandar pada pandangan Halliday (2004) yang melihat tata bahasa tidak sebagai aturan tapi sebuah sumber untuk membuat dan menyampaikan makna.

Dalam konteks pembuatan dan penyampaian makna, penggunaan teks multimodal lebih disukai karena komponen visual dan sumber daya semiotik lainnya dalam teks bisa membantu *viewer* mendapatkan makna dan memahami informasi dengan lebih baik. Seperti halnya di Indonesia yang merupakan negara dengan kepemilikan jumlah penduduk cukup besar, pemanfaatan media yang melibatkan lebih dari satu mode dalam menyosialisasikan program pemerintah bisa menjadi efektif. Misalnya menyosialisasikan kebijakan dalam bidang pendidikan, kesehatan, ekonomi, atau demografi.

Permasalahan demografi sudah menjadi prioritas utama bagi pemerintah di kawasan Asia khususnya di Indonesia, karena berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik tahun 2015 kepadatan penduduk di Indonesia mencapai 134 jiwa/km² naik 4% dari tahun 2014 yaitu 130.4 jiwa/km². Kenaikan angka ini termasuk tinggi dan akan memiliki dampak pada banyak bidang, sehingga mengharuskan

Nurhayati Usman, 2019

ANALISIS POSTER KAMPANYE BADAN KEPENDUDUKAN DAN KELUARGA BERENCANA NASIONAL (BKKBN): SEBUAH KAJIAN MULTIMODAL

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

pemerintah mengambil kebijakan. Salah satu kebijakan yang harus diambil oleh pemerintah adalah kebijakan yang langsung mempengaruhi variabel utama seperti kelahiran (Taufiqurokhman, 2014). Menurut Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, diperlukan kebijakan untuk mengatur atau membatasi jumlah kelahiran agar kelahiran dapat dikendalikan dan kesejahteraan penduduk makin meningkat (Kementerian Kesehatan RI, 2013). Kebijakan tersebut berupa Program Keluarga Berencana (KB) yang sudah dicanangkan sejak akhir tahun 60-an melalui Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana yang dalam penjelasan selanjutnya akan disingkat dengan BKKBN. Sebagai program pemerintah, Keluarga Berencana (*Family Planning Planned Parenthood*) adalah suatu usaha untuk menjarangkan atau merencanakan jumlah dan jarak kehamilan dengan memakai kontrasepsi (Intruksi Presiden No. 26 tahun 1968) agar kepedulian masyarakat dalam mewujudkan keluarga kecil yang bahagia sejahtera semakin meningkat.

Penelitian ini adalah studi tentang multimodal, yang menelusuri representasi Keluarga Berketahanan secara visual dan verbal dalam poster kampanye BKKBN. Representasi Keluarga Berketahanan bisa dilihat dari penggunaan tema atau teks yang didayagunakan. Untuk menjelaskan dan memaknai suatu teks, dimanfaatkan dan diambil analisis linguistik tentang kosakata, klausa, kalimat, proposisi ataupun paragraf (van Dijk, 1996).

Penelitian multimodalitas sudah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya pada buku non-fiksi (Lovland, 2016), buku bergambar untuk anak-anak (Sunderland, 2012. Hermawan dan Sukyadi, 2017), komik bergambar dongeng (Suyudi, 2015). Penelitian multimodal juga banyak menelusuri iklan komersial. Iklan Indomie pada televisi dianalisis menggunakan teori Linguistik Sistem Fungsional (Suprakisno, 2015). (Nugroho, 2009), menganalisis iklan cetak produk kecantikan menggunakan Systemic Functional Linguistics (SFL) Halliday dan mekanisme intersemiosis dari Wee. (Syafitri, 2018), menganalisis iklan cetak pada brosur Hafiz dan Hafizah *Talking Doll* menggunakan Systemic Functional Linguistics (SFL) untuk mengidentifikasi makna tekstual dan semiotiknya.

Sedangkan penelitian multimodalitas, yang mengkaji fitur-fitur linguistik pada poster juga telah dilakukan oleh beberapa penelitian sebelumnya. (Sari,

Nurhayati Usman, 2019

ANALISIS POSTER KAMPANYE BADAN KEPENDUDUKAN DAN KELUARGA BERENCANA NASIONAL (BKKBN): SEBUAH KAJIAN MULTIMODAL

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2017) menelusuri bagaimana multimodalitas ditampilkan dalam poster iklan Luwak White Koffie versi Lee Min-Ho di laman Facebook tahun 2016 memakai teori sosial semiotik dari Kress dan van Leeuwen. Kerangka analisis *multimodality* digunakan untuk melihat struktur dan proses komunikasi dalam poster pemanasan global Victor van Gasbeek, (Albar, 2011). (Zhang dan Chan, 2015) memadukan kerangka multimodal dan *multilingualism* untuk melihat elemen linguistik pada 300 poster even budaya dan hiburan di Macao dari tahun 2000 – 2014. *Multimodal Communicative Act* dari Van Leeuwen dan *Generic Structure Potential* dari Yuen digunakan untuk menganalisis poster HIV/AIDS di Nigeria, (Oyebode dan Unuabonah, 2013). Makna representasional pada poster film diidentifikasi dari perspektif analisis wacana multimodal dengan Systemic Functional Linguistics (SFL) dan desain visual grammar dari Kress dan van Leeuwen (Chen dan Gao, 2014).

Dari penelitian di atas dapat dikategorikan bahwa penelitian tentang multimodalitas sejauh ini masih berfokus pada buku, komik, film, iklan baik elektronik maupun cetak, akan tetapi belum ada penelitian multimodal mengkaji poster berupa kebijakan dari pemerintah yang berisi himbauan atau ajakan kepada masyarakat khususnya yang berhubungan kependudukan. Penelitian ini perlu untuk diteliti lebih lanjut karena bisa melengkapi penelitian sebelumnya dari beberapa segi;

1. Segi empiris, data dalam penelitian ini berupa poster untuk mengkampanyekan program pemerintah.
2. Segi konteks, sejauh ini untuk konteks Indonesia penelitian multimodal pada poster masih berupa iklan yang berisi ajakan untuk membeli sebuah produk.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Dari latar belakang masalah di atas, masalah pokok penelitian ini adalah komunikasi. Sehingga penelitian ini, diharapkan menjawab pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana keluarga berketahanan direpresentasikan secara visual dalam poster kampanye BKKBN ?

2. Bagaimana keluarga berketahanan direpresentasikan secara verbal dalam poster kampanye BKKBN ?
3. Sejauh mana keterkaitan representasi visual dan verbal dalam poster kampanye BKKBN ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menemukan representasi keluarga berketahanan di dalam poster kampanye BKKBN secara visual.
2. Untuk menemukan representasi keluarga berketahanan di dalam poster kampanye BKKBN secara verbal.
3. Untuk menemukan keterkaitan representasi visual dan verbal dalam poster kampanye BKKBN.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan kontribusi yang meliputi empat aspek antara lain:

1. Manfaat dari segi teori, penelitian ini memberikan sumbangsih teoritis terhadap pemahaman tentang multimodalitas dan transitivitas.
2. Manfaat dari segi kebijakan, penelitian ini menjadi referensi bagi pemerintah ketika ingin mengeluarkan kembali kebijakan lain tentang demografi.
3. Manfaat dari segi praktik, penelitian ini memberikan pengetahuan kepada masyarakat terkait kebijakan pemerintah tentang program Keluarga Berketahanan.
4. Manfaat dari segi isu serta aksi sosial, penelitian ini menjadi referensi terhadap kondisi demografi Indonesia. Memberikan pemahaman kepada masyarakat bahwa program KB sebagai kebijakan pemerintah yang diimplementasikan melalui kampanye Keluarga Berketahan, penting untuk dilaksanakan dalam rangka menekan laju pertumbuhan penduduk.

1.5 Definisi Operasional

Pada bagian ini akan berisi istilah kunci yang akan digunakan sebagai variabel dalam penelitian ini yaitu:

1. Multimodalitas adalah istilah yang digunakan untuk merujuk pada cara orang berkomunikasi menggunakan *modes* yang berbeda pada saat bersamaan (Kress & van Leeuwen, 2006).
2. Representasi merupakan metafungsi yang menunjukkan bagaimana partisipan, peristiwa atau proses dan sirkumtan direalisasikan (Bezerra, 2011).
3. Poster, menurut KBBI merupakan plakat yang dipasang di tempat umum (berupa pengumuman atau iklan).
4. Kampanye, merupakan rangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu (Rogers, Storey 1987).
5. BKKBN merupakan singkatan dari Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional adalah lembaga pemerintah nonkementerian yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Presiden melalui Kementerian Kesehatan.
6. Keluarga Berketahan adalah keluarga kecil yang terdiri dari ayah, ibu dan anak yang tidak lebih dari dua (BKKBN, 2017).