

**ANALISIS TERHADAP KONTESTASI  
MAKNA WARNA MERAH DALAM FILM “UNDANGAN  
KUNING” KARYA GOETHENG IKU AHKIN**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto  
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Sosial (S.Sos)**

**Oleh :**  
**KHUSNU AL RIZQIYAH**

**NIM. 1223102022**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM  
JURUSAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PURWOKERTO  
2016**

## **Analisis Terhadap Kontestasi Makna Warna Merah dalam Film “Undangan Kuning” Karya Goetheng Iku Ahkin**

Oleh: Khusnu Al Rizqiyah  
NIM. 1223102022

### **Abstrak**

Warna bukanlah sesuatu yang bebas nilai. Hal ini dibuktikan dengan warna yang menjadi identitas bagi suatu golongan seperti, warna hijau identik dengan golongan NU yang dimaknai sebagai simbol kesejahteraan. Golkar identik dengan warna kuning yang dimaknai dengan kemakmuran. Warna merah identik dengan partai PDI P yang dimaknai sebagai pemberani dan semangat yang membara. Warna memiliki arti dan juga menjadi simbol dari berbagai hal. Seperti dalam film Undangan Kuning yang menggunakan warna menjadi simbol pembedaan strata sosial dimasyarakat. Dalam film tersebut menggunakan warna merah sebagai simbol miskin dan warna kuning menjadi simbol kaya. Sebelum cerita yang berjudul Undangan Kuning tersebut difilmkan, sudah terbit dalam buku kumpulan cerpen karya Nadjib Kartapati Z yang berjudul Menepis Impian. Namun, dalam buku tersebut warna yang disimbolkan berkebalikan dengan warna dalam film.

Persoalan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana kontestasi warna merah dalam film Undangan Kuning Karya Goetheng Iku Ahkin? Dan bagaimana kontestasi makna tersebut jika dianalisis dengan teori semiotika Charles Sanders Peirce?

Analisis ini menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce yang dikenal dengan segitiga tanda. Yaitu terdiri dari *representant*, *objek* dan *interpretant*. Dalam menganalisis kontestasi makna warna merah mengacu pada *representant* dan *objek* yang ada sehingga terjadi proses *interpretant*. Dan *interpretant* sendiri terbagi menjadi tiga konsep dalam menentukan kriteria penafsiran tanda diantaranya; *rheme*, *decisigns* dan *argument*. Analisis kontestasi makna warna merah masuk dalam kriteria konsep *rheme* yang berarti *representant* yang masih memungkinkan untuk diinterpretasikan oleh penafsir.

Mengacu pada teori di atas kontestasi makna warna merah yang terjadi pada film Undangan kuning dan buku kumpulan cerpen terjadi dikarenakan adanya dua penafsir yang berbeda. Dan setiap penafsir memiliki latar belakang dan acuan yang berbeda pula. Oleh karena itu, perbedaan makna yang terdapat pada film dan buku sah-sah saja dan tidak ada makna yang mendominasi. Semua itu tergantung pada penafsir dalam menafsirkan suatu interpretant.

Kata-kata Kunci: Warna Merah, Kontestasi, Makna, Film dan Semiotika.

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang	1
B. Deskripsi Konseptual Operasional	8
C. Pokok Permasalahan	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
E. Telaah Pustaka	11
F. Sistematika Penulisan	15
<b>BAB II : Deskripsi tentang Kontestasi Makna dan Semiotika Charles Sanders Peirce</b>	

A. Definisi Kontestasi Makna	17
1. Definisi Kontestasi	17
2. Definisi Makna	18
B. Deskripsi tentang Semiotika Charles Sanders Peirce	23
1. Definisi Semiotika	23
2. Definisi Semiotika Menurut Para Ahli	30
3. Alur Pikir Semiotika	35
4. Semiotika dalam Alur Fikir Charles Sanders Peirce	38
C. Historisasi Pemaknaan Warna Merah	50
1. Pemaknaan Warna Merah Menurut Sejarah	50
2. Warna Merah dalam Arti Berani	56

### **BAB III : Metode Penelitian**

A. Jenis Penelitian	57
B. Paradigma Penelitian	60
C. Jenis Data	63
D. Pengumpulan Data	63

### **BAB IV : Deskripsi Data**

A. Deskripsi Semiotika Warna Merah dalam Film Undangan Kuning karya: Goetheng Iku Ahkin	67
1. Sinopsis Film Undangan Kuning	67
B. Analisis Data	69
1. Kontestasai Makna Warna Merah dalam Film Undangan Kuning ditinjau Menggunakan Kerangka Pikir Wendell Johnsons	69

2. Kontestasai Makna Warna Merah dalam Film Undangan Kuning  
ditinjau Menggunakan Kerangka Pikir BrodBeck 72
3. Kontestasai Makna Warna Merah dalam Film Undangan Kuning  
ditinjau Menggunakan Kerangka Pikir Ogden dan Richards 73
4. Analisis Semotika Warna Merah dalam Film Undangan Kuning Karya  
Goetheng Iku Ahkin dengan Alur Pikir Semiotika Charles Sanders  
Peirce 75

## **BAB V : Penutup**

- A. Kesimpulan 92
- B. Saran 93

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**IAIN PURWOKERTO**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Film<sup>1</sup> merupakan suatu media massa yang bersifat audio visual<sup>2</sup> untuk menyampaikan suatu pesan pada sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat tertentu. Dalam pasal 1 ayat (1) UU Nomor 8 Tahun 1992 tentang perfilman di mana disebutkan bahwa yang dimaksud dengan film adalah karya cipta seni dan budaya yang merupakan media komunikasi massa<sup>3</sup> dibuat berdasarkan asas sinematografi dengan direkam pada pita seluloid, pita video, piringan video dan/atau bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala bentuk, jenis dan ukuran melalui proses kimiawi, proses elektronika,

---

<sup>1</sup> Film dalam arti awalnya adalah sebuah alat yang menghasilkan gambar, baik gambar positif maupun gambar negatif. Film juga dapat diartikan sebagai gambar hidup atau gambar yang bergerak. Lebih lanjut mengenai film yaitu gambar yang bergerak yang direkam menggunakan sebuah alat (kamera) melalui proses yang lumayan panjang dan juga proses yang kreatif. Namun seiring dengan kemajuan zaman pengertian film telah meluas, yaitu sebuah media atau alat untuk menyampaikan sesuatu kepada masyarakat, baik itu menyampaikan pesan, memberi informasi, memberi hiburan dan lain sebagainya. Film merupakan media paling efektif untuk menyampaikan sesuatu (seperti yang telah ditulis sebelumnya yaitu pesan, hiburan dan lain-lain). Apresiasi bakat seni manusia juga merupakan bagian dari film. Buktinya di dalam film terdapat seni tari, seni artistik, seni teater, seni retorika, seni menulis dan berbagai macam seni lainnya. Lihat <http://id.wikipedia.org> bandingkan dengan <http://5martconsultingbandung.blogspot.com>.

<sup>2</sup> Audio dan visual mempunyai arti yang berbeda. Audio sendiri adalah sesuatu yang hanya dapat didengar, seperti radio sedangkan visual adalah sesuatu yang hanya dapat dilihat, seperti foto, lukisan dan lain-lain. Film disini mempunyai sifat audio visual, yaitu bisa didengar dan bisa dilihat. Lihat buku *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, Atep Adya Barata, 2004.

<sup>3</sup> Komunikasi massa di adopsi dari istilah bahasa Inggris, mass communication, kependekan dari mass media communication (komunikasi media massa). Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa atau komunikasi yang “mass mediated”. Komunikasi massa merupakan suatu tipe komunikasi manusia (human communication) yang lahir bersamaan dengan mulai digunakannya alat-alat mekanik, yang mampu melipat gandakan pesan-pesan komunikasi. Lihat buku *teori komunikasi massa*, wiryanto, 2006. Bandingkan dengan *komunikasi massa*, wawan kusnandi, 2008, bandingkan juga dengan buku *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, Atep Adya Barata, 2004.

atau proses lainnya, dengan atau tanpa suara yang dapat dipertunjukkan dan/atau ditayangkan dengan sistem mekanik, elektronik dan/atau lainnya.

Pada intinya sebuah film merupakan salah satu media untuk menyampaikan pesan kepada pemirsanya. Seperti halnya dalam sebuah film yang berjudul “Undangan Kuning” yang berlokasi syuting di Banyumas, tepatnya di Pakuncen<sup>4</sup>, Ajibarang. Film yang disutradrai oleh Goetheng Iku Ahkin<sup>5</sup> dan dibintangi oleh Kirana Larasati, Erika, Erly, Wiwing Dirgantara, Nanang Anna Noor, Budi Rahman, Slamet Widya dan dibantu warga sekitar yang lulus casting ini sangat kental dengan budaya Banyumas. Hal ini ditonjolkan dengan percakapan atau bahasa yang digunakan adalah bahasa Banyumasan (ngapak). Namun tidak semua yang diceritakan itu adalah budaya Banyumas, ada sisipan-sisipan yang bukan diambil dari budaya Banyumas. Seperti, bagian cerita dalam film tersebut yang diambil dari kejadian yang pernah terjadi di daerah sipenulis naskah film tersebut.

Film ini menceritakan tentang sebuah keluarga terpendang tepatnya keluarga Pak Mudrik yang hendak menikahkan putrinya, seorang dokter yang bertugas di desa tersebut. Kemudian pak Mudrik pun mulai memesan

---

<sup>4</sup>Pekuncen adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah, Indonesia. Kecamatan ini berada di bagian utara wilayah Kabupaten Banyumas, dan berbatasan langsung dengan Kabupaten Brebes di utara. Merupakan daerah subur dengan curah hujan yang cukup tinggi, sehingga daerah ini dapat menjadi sentra pertanian yang handal. Lahan pertaniannya menghasilkan padi, palawija, kol, cabai, ketimun, dan buncis. Lihat *Wikipedia bahasa Indonesia*, ensiklopedia bebas.

<sup>5</sup> Goetheng Iku Ahkin adalah salah seorang sutradara Indonesia. Beliau telah menyutradarai berbagai film, diantaranya film kiamat sudah dekat 3, film mengetuk pintu hati dan lain-lain. Beliau juga pernah menjadi astrada dalam film bonji, film tak cukup sedih, film kalung kiriman mama, film garis darah, film hijrah, film kong kali kong dan lain-lain dan menjadi penulis skenario dalam film di bawah langit, film biar kucium harum tubuhmu serta menjadi penata artistik dalam film alangkah lucunya negeri ini, film kiamat sudah dekat dan sinetron kampung girang.

undangan dengan dua jenis undangan yang berbeda. Sebenarnya si putri pak Mudrik tidak setuju dengan tindakan bapaknya yang membeda-bedakan undangan, tapi apa mau dikata, pak Mudrik tidak mau mendengar alasan apapun dari putrinya, kemudian undanganpun mulai disebar. Warga yang dapat undangan merah sangat tersinggung dan menimbulkan kontra. Perbedaan desain dan bahan undangan sangat mencolok, undangan merah didesain sederhana, sedangkan undangan kuning bertuliskan tinta emas dan wangi. Mereka merasa harga diri mereka direndahkan dan merekapun sepakat untuk tidak datang memenuhi undangan pak Mudrik. Berita ini sampai ke telinga pak Mudrik, ia pun panik dan minta bantuan kepada seorang tokoh pemuda di desa itu untuk membujuk para warga supaya bersedia datang di acara pernikahan putrinya, dan pemuda inipun mengumpulkan warga untuk memberi penjelasan tentang undangan itu, beruntung si pemuda ini pintar bersosialisasi dengan warga, sehingga wargapun sepakat untuk datang.

Tiba saatnya acara resepsi pernikahan digelar, para tamu undangan warna merahpun mulai berdatangan memenuhi kursi untuk para tamu undangan, yang punya hajatpun tersenyum dengan lega. Selesai memberi ucapan selamat buat kedua mempelai, para tamu di persilahkan untuk menikmati hidangan yang telah disediakan. Ketika mereka sedang asik menikmati hidangan, terdengar suara dari sebuah speaker yang memberitahukan bahwa waktu undangan merah telah habis dan mohon pengertiannya untuk segera meninggalkan kursi. Para tamu undanganpun sangat tersinggung mendengar hal itu, ditambah lagi dengan persiapan yang

dilakukan untuk para tamu undangan kuning, semua kursi tamu diganti, pelaminan juga diganti, alat perjamuan berikut makanannya pun diganti, semua diganti dan dibedakan dengan tamu yang undangannya berwarna merah. Para tamu merasa kecewa dengan perlakuan tuan rumah yang membedakan penyambutan dan semua property yang digunakan, mereka meninggalkan tempat dengan menggerutu. Setelah persiapan penyambutan undangan kuning siap, apa yang terjadi? Berjam-jam menunggu tamu undangan kuning, tapi ternyata hanya empat pasang suami istri yang hadir, yang lainnya hanya diwakilkan kado sebagai pengganti kedatangan mereka. Empat pasang suami istri yang hadir pun merasa heran, tidak lama kemudian mereka diam di acara yang tampak kaku itu, si pengantin pun menjadi cemas, sedih dan malu. Akhirnya bapak yang punya ide bikin undangan pun sangat stres, malu sama besan dan tidak berani keluar untuk mendampingi pengantin.

Menurut sutradara film tersebut di atas bercerita tentang cara berpikir manusia kebanyakan (baca : umum) yang menganggap bahwa status sosial, kedudukan, derajat, pangkat dan kekayaan, menjadi tolak ukur suksesnya sebuah rencana. Dalam film Undangan Kuning, rencana menggelar resepsi pernikahan Bapak Mudrik Hamungsemono atas anaknya, serapih apapun rencana manusia bisa sangat mungkin mengalami kegagalan, dan kegagalan Pak Mudrik karena ia sama sekali tidak menyangka bahwa di saat yang bersamaan, ternyata Bapak Bupati pun menggelar acara resepsi juga. Pak Mudrik tertutup oleh pandangannya atas undangan warna merah yang juga

dibuat oleh Bupati. Ia menyangka orang lainpun melakukan hal yang sama, membuat undangan dengan warna yang membedakan kelas atau levelitas orang-orang yang diundang.

Undangan Kuning itu sendiri adalah cerita komedi satir<sup>6</sup> dengan alur yang tidak terlalu tajam tapi memiliki bagian dramatis dan juga komedis mengenai cara berpikir masyarakat Indonesia secara umum, terutama dalam memandang perbedaan warna undangan yang dibuat oleh Pak Mudrik, meskipun sebenarnya perbedaan undangan itu tidak pernah ada (fiktif) di masyarakat Banyumas. Sebagian masyarakat spontan menganggap bahwa hal itu sangat tidak lazim dan ‘nganeh-nganehi’. Bisa jadi masyarakat yang tidak di Banyumas pun juga akan mengalami reaksi yang sama bila ada kejadian serupa. Hal lain yang menarik saya adalah bahwa dialek bahasa Banyumasan itu belum terlalu banyak diangkat menjadi wacana budaya dalam pertelevisian atau perfilman kita.

Tanggapan sutradara mengenai film Undangan Kuning ini, Di dalam kehidupan selalu ada perbedaan. Ada kaya ada miskin. Dalam kasus Pak Mudrik kelas-kelas itu dipertajam dengan membedakan jenis warna undangan. Dalam konteks agama Islam, yang saya pahami, yang

---

<sup>6</sup>Satir berasal dari kata *satura* (bahasa Latin), *satyros* (bahasa Yunani), *satire* (bahasa Inggris) yang berarti sindiran. Komedi satir adalah cerita komedi yang mengemas kebodohan, perlakuan kejam, kelemahan seseorang untuk mengecam, mengejek bahkan menertawakan suatu keadaan dengan maksud membawa sebuah perbaikan. Tujuan drama satir tidak hanya semata-mata sebagai humor biasa, tetapi lebih sebagai sebuah kritik terhadap seseorang, atau kelompok masyarakat dengan cara yang sangat cerdas. Lakon satir hampir sama dengan komedi tetapi ejekan dan sindiran dalam satir lebih agresif dan terselubung. Sasaran dari lakon satir adalah orang, ide, sebuah institusi atau lembaga maupun masalah sosial yang menyimpang. Lihat Quratul Aini. *Pesan Moral Tentang Berbuat Baik Pada Sesama ( Analisis Isi Skenario Sinetron Religi Komedi Satire Mengintip Surga Di Rcti )*. (Jakarta: Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatullah, 2010).

membedakan manusia satu dengan lainnya adalah tingkat kehambaannya kepada Allah SWT. Dan banyak masyarakat yang sependapat dengan sutradara film tersebut bahwa semua manusia itu pada hakekatnya sama hanya yang membedakan adalah tingkatan kehambaannya (amal ibadah).

Film Televisi (FTV) Undangan Kuning berlatar Banyumas yang tayang pada tanggal 30 September 2011 di SCTV ini diluar dugaan, ratingnya langsung melejit mengalahkan FTV lainnya. Menurut informasi, naiknya rating tersebut karena banyaknya respon pemirsa (masyarakat). Tak heran jika pemasang iklanpun berebut dalam film yang memiliki latar kultur budaya Banyumas ini.

Hal ini juga dibuktikan dengan tuntutan pemirsa meminta agar film ini ditayang ulang. Selain pihak SCTV, pembuat film ini Citra Sinema<sup>7</sup> kebanjiran permintaan tersebut.

”Kita kebanjiran telpon dan sms yang minta agar ditayang ulang . Mereka tak hanya warga yang belum sempat nonton tapi juga yang sudah menonton, karena pengen nonton lagi,”ujar Ian produser Undangan Kuning dari Citrasinema. Sementara menurut salah satu aktor Undangan Kuning, Nanang Anna Noor, selama ini dialek Banyumas kerap menjadi bahan olokan.”Tetapi ketika dialek tersebut disuguhkan kedalam bentuk sinema, apalagi yang mengucapkannya artis cantik semacam Kirana Larasati, ternyata menarik dan menggelikan. Kita sebagai pemain juga merasa enjoy dan nyaman melakoni adegan-adegan tersebut,”ujar Nanang yang juga wartawan Indosiar tersebut. Membanjirnya sms dan telepon agar FTV Undangan Kuning ditayang ulang menjadi pemikiran pihak SCTV. Menurut

---

<sup>7</sup> Citra sinema adalah salah satu perusahaan produksi dalam bidang perfilman yang dipimpin oleh Deddy Mizwar. Citra sinema telah banyak memproduksi film diantaranya, kiamat sudah dekat 1 2 3, film undangan kuning, film kong kali kong, film garis darah, film kalung kiriman mama, film bonji, film tak cukup sedih, film leila, film akankah ku terluka dan masih banyak yang lainnya.

sumber, film ini akan ditayang ulang pada siang hari, namun waktunya belum ditentukan.<sup>8</sup>

Film Undangan Kuning yang digarap Citra Cinema, milik Deddy Mizwar, Jakarta, bakal mundur penayangannya. Semula akan tayang pada tanggal 24 September 2011 di SCTV, namun informasi terakhir ditunda. Beberapa isu santer yang beredar, penundaan itu karena terjadi perbedaan penafsiran film yang menceritakan perbedaan kelas dalam masyarakat itu. Menurut sumber, film berdurasi 54 menit ini menggambarkan undangan pernikahan berwarna kuning untuk kelas pejabat dan pengusaha serta orang-orang hebat, sementara untuk undangan merah bagi kelas rakyat jelata. “Perbedaan atau dikotomi kelas ini menimbulkan sedikit tuduhan sindiran terhadap dua partai besar. Kuning identik dengan penguasa dan merah adalah rakyat. Kesannya jadi film ini bernuansa politik,” ujar seorang anggota DPRD di Banyumas yang enggan disebut namanya.

Namun, tuduhan penundaan tayang karena film itu bernuansa politik dibantah sang sutradara Goetheng Iku Ahkin. Menurut Goetheng, penundaan hanya karena persoalan teknik saja. “Ini hanya masalah waktu, mungkin sedang dipersiapkan momen yang tepat,” ujar Goetheng. Hal serupa juga diungkapkan Andi dari in house SCTV. Benar tidaknya alasan penundaan itu yang jelas masyarakat Banyumas khususnya yang tempatnya menjadi lokasi syuting telah menunggu kapan film berlatar Banyumas ini akan segera tayang.

---

<sup>8</sup> <http://banyumasnews.com/2011/07/29/undangan-kuning-sinetron-berlatar-banyumas/>

Dari cerita di atas terdapat dua warna yang digunakan untuk menyimbolkan kedudukan sosial antara orang kaya dan orang miskin. Warna yang digunakan adalah kuning dan merah. Kuning yang menyimbolkan orang kaya dan merah menyimbolkan orang miskin. Pemaknaan warna merah dan kuning ini menjadi sebuah pertanyaan kenapa penyimbolan orang kaya dan miskin menggunakan kedua warna tersebut?

Penulis naskah film *Undangan Kuning* memaparkan bahwa sebelum cerita ini difilmkan, cerita ini telah dibukukan dalam buku kumpulan cerpen beliau, namun terjadi perbedaan antara di dalam cerpen dan ketika dijadikan sebagai naskah film. Perbedaan itu pada penyimbolan warna, di dalam cerpen warna merah itu menyimbolkan orang kaya dan warna kuning itu menyimbolkan orang miskin. Hal ini menjadi tanda tanya besar, mengapa ketika dalam film warna itu dirubah? Ada filosofi apa di balik perubahan warna tersebut?

## **B. Deskripsi Konseptual Operasional**

1. Definisi konseptual operasional tentang kontestasi makna
  - a. Definisi kontestasi

Kontestasi secara konseptual berasal dari kata dasar kontest. Dalam Kamus Ilmiah Populer kontest berarti perlombaan, paparan, eksibisi dan pameran pertandingan.<sup>9</sup> Dalam KBBI disebutkan konntest sebagai kata benda yang artinya perlombaan.

---

<sup>9</sup> Achmad Maulana. dkk. *Kamus Ilmiah Populer*. Cetakan VII. (Yogyakarta: Absolut, 2011), hlm. 243

Kamus Oxford 2005 menyebutkan makna kata *contest* sebagai kata benda yang artinya “*An event in which people compete for supremacy*” yaitu suatu ajang atau perlombaan di mana terjadi adu kekuatan atau keunggulan.<sup>10</sup>

Secara operasional kontestasi yang dimaksud oleh penulis adalah suatu perlombaan atau suatu persaingan yang saling memperebutkan sesuatu.

b. Definisi makna

Makna secara konseptual menurut Kamus Ilmiah Populer adalah arti<sup>11</sup>. Dan menurut Tata Bahasa Indonesia makna adalah arti atau maksud yang tersimpul dari kata, jadi makna dengan bendanya sangat bertautan dan saling menyatu. Jika suatu kata tidak bisa dihubungkan dengan bendanya, peristiwa atau keadaan tertentu maka kita tidak bisa memperoleh makna dari kata itu.<sup>12</sup>

Secara operasional makna yang dimaksud oleh penulis adalah arti atau maksud yang mewakili dari sebuah warna.

Seperti yang telah diuraikan di atas bahwa kontestasi adalah suatu perlombaan atau persaingan untuk memperebutkan sesuatu. Dan makna adalah arti atau maksud dari sesuatu. Jadi kontestasi makna adalah perlombaan atau persaingan untuk memperbetukan arti atau maksud dari sesuatu. Dalam konteks ini sesuatu yang diperebutkan adalah arti dari

---

<sup>10</sup> M. Rafiquddin Ahsan. *Kontestasi Dalam Tayangan Infotainment Televisi Swasta*. (Yogyakarta: Makalah Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Politik, 2010).

<sup>11</sup> Achmad Maulana. dkk. *Kamus Ilmiah Populer*. Cetakan VII, hlm. 285

<sup>12</sup> Bambang Tjiptadi. *Tata Bahasa Indonesia*. Cetakan II. (Jakarta: Yulistira, 1984), hlm. 19

warna merah dalam Film “Undangan Kuning” Karya Goetheng Iku Ahkin.

Warna merah dalam film tersebut mempunyai arti miskin sedangkan dalam buku cerpen yang berjudul “Menepis Impian” karya Nadjib Kartapati Z warna merah justru berarti sebaliknya yaitu kaya. Di sini perbedaan pemaknaan warna terjadi. Oleh karena itu penulis menganalisis mengapa perbedaan pemaknaan tersebut terjadi, warna merah akan tetap bermakna apa dan kontestasi makna apa yang akan tetap dipertahankan.

### **C. Pokok Permasalahan**

Warna tidaklah sesuatu yang bebas nilai, ini dibuktikan warna menjadi identitas bahkan dimaknai sebagai artian berikut: NU identik dengan warna hijau yang dimaknai sebagai simbol islam dan bermakna kesejahteraan, Golkar identik dengan warna kuning yang dimaknai sebagai kemakmuran, Warna merah identik dengan PDI P yang dimaknai sebagai pemberani dan semangat yang membara. Masalah muncul apabila warna tidak mempunyai arti yang tunggal, seperti warna merah oleh para pejuang bermakna pemberani, oleh polisi warna merah bermakna berhenti dan oleh politik warna merah identik dengan partai PDI P.

Dalam film Undangan Kuning, warna merah itu diartikan dengan orang miskin atau golongan menengah ke bawah, namun dalam cerpen yang digunakan sebagai ide dasar pembuatan film undangan kuning diartikan dengan orang kaya atau golongan menengah ke atas. Kenapa hal ini bisa

sampai terjadi? Dari permasalahan di atas peneliti menurunkan pertanyaan operasional.

1. Bagaimana kontestasi makna warna merah menurut perspektif Wendell Johnsons, BrodBeck dan Ogden dan Richards ?
2. Bagaimana kontestasi makna warna merah tersebut dalam perspektif semiotika Charles Sanders Pierce?

#### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Tujuan penelitian film undangan kuning adalah mengetahui kontestasi makna terhadap Warna Merah dalam Film “Undangan Kuning” Karya Goetheng Iku Ahkin dengan menggunakan teori makna dari Wendell Johnsons, BrodBeck, dan Ogden dan Richards, juga menggunakan teori semiotika Charles Sanders Pierce.

Manfaat dari penelitian ini adalah menambah wawasan dan mengetahui makna warna merah dari berbagai aspek. Sehingga warna juga dapat mewakili untuk menyimbolkan tingkatan sosial yang ada dalam masyarakat.

#### **E. Telaah Pustaka**

Banyak penelitian telah dilakukan terkait pemaknaan warna dalam kehidupan, diantaranya Nanang Rizali, “Tinjauan Filosofis dan Semiotik Batik Kawung. Jurnal Seni Rupa dan Desain, volume 2, no 1, maret tahun 2001, hal 20-27, STISI Telkom Bandung. Dalam jurnal tersebut warna dikaitkan dengan arah mata angin, yang bermakna sebagai: Warna putih lambang kejujuran (mutmainah) dan arah timur, Warna hitam lambang

angkara murka (lauwamah) dari arah utara, Warna kuning lambang budi baik (supiah) dari arah barat, Warna merah lambang pamarah (amarah) dari arah selatan. Dalam pengertian lain dijelaskan bahwa warna merah sebagai semangat kerja yang tinggi dan berani. Warna putih sebagai kesucian, bersih dan jujur. Warna hitam sebagai ketenangan, teguh dan damai, serta warna kuning sebagai penerang. Keterangan yang diuraikan tersebut di atas berdasarkan pandangan yang bersifat metafisis atau mistis tentang dunia, akan tetapi ucapan metafisis bukan saja dapat bermakna, Namun akan benar biarpun baru, serta menjadi ilmiah kalau sudah diuji dan dites. Demikian menurut pendirian Popper. Hal tersebut telah menjadi kepercayaan bagi masyarakat Jawa pada umumnya<sup>13</sup>. Andreas Stenly Kolly, “Analisis Semiotika Representasi Kebudayaan Indonesia Dalam Iklan Kuku Bima Energi Versi Flores, Nusa Tenggara Timur Di Media Televisi”, eJurnal Ilmu Komunikasi, volume 1, no 4, tahun 2013, hal 38-52, Universitas Mulawarman. Dalam jurnal tersebut salah satu pembahasannya tentang Asosiasi Warna. Warna mengandung kekuatan yang mampu mempengaruhi emosi dan psikologi seseorang yang melihatnya. Warna menyiratkan kepribadian maupun suasana tertentu. Pemilihan warna yang tepat dalam desain iklan maupun kemasan produk menjadi sangat penting bagi pembuat iklan dan produsen. Dalam desain iklan, warna menjadi suatu tanda yang menguatkan representasi yang “dibangun” dalam iklan melalui pesan tertentu yang “dibawanya”. Sementara dalam desain kemasan, warna dapat mewakili

---

<sup>13</sup> [http://www.academia.edu/3804939/Tinjauan\\_Filosofis\\_Dan\\_Semiotik\\_Batik\\_Kawung](http://www.academia.edu/3804939/Tinjauan_Filosofis_Dan_Semiotik_Batik_Kawung).

karakter produk dan membantu membentuk image yang diinginkan produsen tentang produk. Klimchuk dan Krasovec dan beberapa pakar antara lain, Darmaprawira, Anne Dameria, serta Leatrice Eisman<sup>6</sup> memaparkan bahwa pemahaman mengenai asosiasi warna adalah faktor penting dalam desain, dan menjelaskan sifat-sifat yang tercermin dari warna.

1. Warna merah, warna yang hangat dalam spektrum warna, diasosiasikan dengan matahari dan panas, dan menggambarkan cinta, api, nafsu, agresi, sifat impulsif, mendebarkan, berani dan kuat.
2. Warna kuning melambangkan kehidupan, matahari, kehangatan, dealisme, energi, dan sportif.<sup>14</sup>

Wiwiek Sundari, “Analisis Semiotika Iklan Coca-cola”. Artikel (di upload dalam <http://eprints.undip.ac.id>) , 2011, Fakultas Sastra Undip. Dalam artikel tersebut membahas tentang Ikon dua buah botol mengisyaratkan bahwa produk minuman yang diiklankan mempunyai rasa yang berbeda dengan kemasan botol yang berbeda pula, sedangkan ikon botol yang berisi cairan yang berwarna merah mengisyaratkan bahwa produk tersebut berisi suatu minuman yang membuat suasana menjadi ceria. Pemaknaan terhadap keceriaan diambil dari ikon warna merah dalam iklan. Warna merah menandakan suatu kemenangan dan kebahagiaan. Oleh karena itu, ikon botol yang berisi cairan berwarna merah kemudian menyimbolkan keceriaan yang dibuat oleh minuman yang diiklankan. Selain warna merah, iklan tersebut juga menggunakan warna kuning dan putih sebagai simbol. Warna kuning

---

<sup>14</sup> [ejournal.ikom.fisip-unmul.ac.id](http://ejournal.ikom.fisip-unmul.ac.id) (eJoernal Andreas (10-29-13-03-19-08).pdf (387kB)).

digunakan untuk menandai suatu kehangatan, kesegaran, optimisme, keaktifan dan kedinamisan. Warna kuning merupakan warna mentari yang selalu bersinar setiap hari, selalu memberikn rasa hangat. Oleh karna itu, warna kuning dalam iklan kemudian diasosiasikan dengan kehangatan dan keceriaan. Warna putih menandakan bahwa produk yang diiklankan bersih dan menyehatkan. Putih dan tanpa noda adalah suatu yang bersih dan menyehatkan. Oleh karena itu, warna putih kemudian diasosiasikan sebagai tanda untuk seseutu yang bersih dan menyehatkan. Ikon garis bergelombang melambangkan sesuatu yang mengalir terus dan tiada henti, sehingga ikon garis bergelombang bewarna kuning menandakan suatu keceriaan yang tiada henti-hentinya.<sup>15</sup>

Dari pembacaan literatur tersebut dapat dipahami bahwa warna merah dan warna kuning mempunyai banyak makna, dan secara garis besar warna merah dimaknai sebagai kemiskinan yang mempunyai keberanian untuk mencapai kemenangan atau kebahagiaan, sedangkan warna kuning secara garis besar dimaknai sebagai kehidupan yang baik (kaya) dalam keceriaan dan kemakmuran. Penelitian ini mencoba mencari pemaknaan lain dari warna merah dan warna kuning, dengan mengambil makna warna merah dan kuning dalam Film Undangan Kuning yang berarti miskin dan kaya sebagai obyek telaah.

---

<sup>15</sup> <http://dary-27.blogspot.com/2014/07/analisis-semiotika-iklan-coca-cola.html>.

## **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan disajikan guna untuk mempermudah dalam memahami dan untuk mendapat gambaran dari permasalahan yang diangkat dan dibahas dalam riset yang dilakukan, sehingga dapat memperoleh gambaran jelas tentang isi penulisan tersebut. Penulisan ini terdiri dari 5 bab diantaranya:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini penulis menguraikan mengenai latar belakang masalah yang menyangkut pemaknaan semiotika warna merah dan kuning dalam film *Undangan Kuning* karya: Goetheng Iku Ahkin, serta terdapat adanya pokok permasalahan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II KERANGKA TEORI**

Bab ini menguraikan tentang konsep-konsep dan teori-teori yang menjadi landasan pokok dalam penelitian ini, yaitu mengenai pemaknaan semiotika warna merah dalam film *Undangan Kuning* karya: Goetheng Iku Ahkin.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini membahas tentang metode penelitian yang digunakan, berupa jenis penelitian, paradigma penelitian, jenis data dan teknik pengumpulan data.

#### BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang mengenai hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan dalam penelitian.

#### BAB V PENUTUP

Pada bab penutup ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan dan saran yang diberikan terhadap masalah penelitian.



## BAB V

### Penutup

#### A. Kesimpulan

1. Kontestasi makna warna merah menurut perspektif Wendell Johnsons, BrodBeck dan Ogden dan Richards

Kontestasi makna warna merah menurut perspektif masing-masing ilmuwan di atas hampir sama. Pada intinya pemaknaan pada suatu benda atau hal apapun itu tergantung pada yang member makna (penafsir). Akan berbeda makna jika berbeda orang yang memberi makna. Hal ini di sebabkan karena latar belakang setiap orang yang berbeda-beda. Dan latar belakang seseorang akan sangat mempengaruhi cara pandang dan pola pikir seseorang tersebut.

2. Kontestasi makna warna merah tersebut dalam perspektif semiotika Charles Sanders Peirce

Teori Semiotika Charles Sanders Peirce terkenal dengan Gand Teori atau disebut juga segitiga tanda, yang masing-masing sudutnya adalah *representament*, *objek* dan *interpretant*. Dari analisis yang telah dilakukan peneliti telah menentukan *representamen*, *object* dan *interpretant*. dari kesemuanya penulis mendapatkan kesimpulan bahwa makna warna merah dalam kasus ini sah-sah saja mempunyai dua makna. Tidak ada yang menjdai makna tetap dan pasti dari warna merah karena pada proses *interpretant* yang berkedudukan sebagai penafsir berbeda. *Interpretan* itu sendiri adalah interpretasi kenyataan tanda. Dan

*interpretant* terbagi lagi dalam tiga konsep dalam menentukan kriteria penafsiran tanda. Analisis kontestasi makna warna merah ini masuk dalam konsep *Rheme*. Konsep *rheme* adalah penanda yang bertalian dengan mungkin terpahaminya objek petanda bagi penafsir. Jadi pemaknaan warna merah dalam Film Undangan Kuning diambil berdasarkan pemahaman sipenafsir. Makna warna merah bisa berubah menjadi apa saja tergantung dari pemahaman penafsirnya. Karena *interpretan* dari *rheme* adalah sebuah kemungkinan.

### **3. Saran**

Dalam rangka menciptakan diskursus ilmiah yang berkelanjutan, peneliti memberikan saran kepada penelitian selanjutnya agar dapat menggunakan pendekatan, subjek atau tema yang berbeda agar menghasilkan pengetahuan yang lebih komprehensif dan beragam.

IAIN PURWOKERTO

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahsan, M. Rafiquddin. 2010. *Kontestasi Dalam Tayangan Infotainment Televisi Swasta*. Yogyakarta: Makalah Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Politik.
- Aini, Qurratul. 2010. *Pesan Moral Tentang Berbuat Baik Pada Sesama ( Analisis Isi Skenario Sinetron Religi Komedi Satire Mengintip Surga Di Rcti )*, Jakarta: Skripsi Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatullah.
- Aminudin. 1997. *Statistik; Pengantar Memahami Bahasa dalam Karya Sastra*. Semarang: CV IKIP Semarang Press.
- . 1988. *Semantik: Pengantar Studi Tentang makna*.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur penelitian (suatu pendekatan praktik)*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Barata, Atep Adya. 2004. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Benny, H.Hoed. 2008. *Semiotika dan Dinamika Sosial Budaya Ferdinand de Saussure, Roland Barthes, Julia Kristeva, Jacques Derrida, Charles Sanders Peirce Marcel Danesi, dan Paul Perron*. Jakarta: (FIB) UI Depok.
- Berger, Arthur Asa Berger. 2010. *Media Analysis Techniques*. Edisi Kedua. Terj: Setio Budi HH. Yogyakarta: Penerbitan Universitas Atma Jaya.
- . 2010. *Pengantar Semiotika: Tanda-tanda dalam kebudayaan kontemporer*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Christomy, Tommy (Peny.). 2004. *Semiotik Pragmatik C.S Peirce dan Kajian Budaya*. Depok: Pusat Penelitian kemasyarakatan dan Budaya Direktorat Riset Dan Pengabdian Masyarakat Universitas Indonesia.
- Danesi, Marcel. 2010. *Pesan Tanda Dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Terj. Evy Setyarini & Lusi Lian Piantari. Yogyakarta: Jalasutra.
- Eco, Umberto. 2009. *Teori Semiotika*, terj. Inyik Ridwan Muzir. Bantul: Kreasi Wacana.
- Hidayat, Asep Ahmad. 2006. *Filsafat Bahasa: Mengungkap Hakikat Bahasa, Makna, dan Tanda*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Hidayat, Dedy N. 1999. *Paradigma dan Perkembangan Penelitian Komunikasi*. *Jurnal ISKI* Vol. III/ April. Rosda.

- Hoed, B.H. 2002. *Strukturalisme, Pragmatik, Dan Semiotik Dalam Kajian Budaya*; dalam T. Christomy (penyunting), Indonesia: Tanda Yang Retak. Jakarta: Wedatama Widya Sastra.
- Kolly Andreas Stenly. 2013. *Analisis Semiotika Representasi Kebudayaan Indonesia Dalam Iklan Kuku Bima Energi Versi Flores, Nusa Tenggara Timur Di Media Televisi*, Samarinda: eJurnal Ilmu Komunikasi, volume 1, no 4, Universitas Mulawarman.
- Koto, Alaidin. 2013. *Filsafat Hukum Islam*.
- Kridalaksana. 1993. *Kamus linguistic*. Jakarta: PT gramedia.
- Kuswandi, Wawan. 2008. *Komunikasi Massa*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Maulana, Achmad dkk. 2011. *Kamus Ilmiah Populer*. Cetakan VII. Yogyakarta: Absolut.
- Maskurun. 1984. *Bahasa dan Sastra Indonesia*. Jakarta: Yudistira.
- Ma'mun. 2015. *Konflik dan Ishlah Akinat Intrik : Analisis Semiotika Charles Sandesr Peirce Tentang Makna Novel Orang-orang Proyek Karya Ahmad Tohari*, Skripsi. Purwokerto. IAIN Purwokerto.
- Miyarso, Estu. 2009. *Pengembangan Multimedia Interaktif Untuk Mata Kuliah Sinematografi*. *Majalah Pendidikan*. Jakarta: KTP FIP UNY.
- Mundiri. 2008. *Logika*.
- Noth, Winfried. 1995. *Handbook Of Semiotics*.
- Parera. 1991. *Sintaksis*. Jakarta: Garamadia Utama.
- Pateda, Mansoer. 1987. *Sosiolinguistik*. Bandung: Angkasa.
- Rajiem & Widodo Agus Setianto. *Konstruksi Budaya dalam Iklan: Analisis Semiotik Terhadap Konstruksi Budaya dalam Iklan "Viva Mangir Beauty Lotion"*. volume.16, no. 2, Jurnal Humaniora. Juni 2004.
- Rizali, Nanang. 2001. *Tinjauan Filosofis dan Semiotik Batik Kawung*, Bandung: Jurnal Seni Rupa dan Desain, volume 2, no 1, maret, STISI Telkom Bandung.
- Rusmana, Dadan. M.Ag. 2014. *Filsafat Semiotika : paradigma, teori, dan metode interpretasi tanda dari semiotika structural hingga dekonstruksi praktis*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Santosa, Puji. 1993. *Ancangan Semiotika dan Pengkajian Susastra*. Bandung: Angkasa.
- Sobur, Alex. 2003. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- . 2012. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semotika dan Analisis Faming*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Stephen W. Little Jhon. 2002. *Theories of Human Communication*, Wadsworth, Belmont.

- Sundari, Wiwiek. 2011. *Analisis Semiotika Iklan Coca-cola*, Semarang: Artikel Fakultas Sastra Undip.
- Tjiptadi, Bambang. 1984. *Tata Bahasa Indonesia*. Cetakan II. Jakarta: Yudistira.
- Ullmann, Stephen. 2007. *Pengantar Semantik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Vancil, David L. 1993. *Rhetoric and Argumentation*. Boston: Allyn and Bacon.
- van Zoest, Aart. 1993. *Semiotika; tentang Tanda, Cara Kerjanya dan Apa yang Kita Lakukan Dengannya*. Penerjemah Ani Soekowati. Jakarta: Yayasan Sumber Agung.
- Wardoyo, Suburlaksmono. "Semiotika dan Struktur narasi dalam" *Kajian Sastra*, vol. 29 (Januari, 2005)
- Wibowo, Indiwanto Seto Wahyu. 2013. *Semiotika komunikasi (aplikasi praktis bagi penelitian dan skripsi komunikasi) edisi 2*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Wirasti, Murti Kusuma. 2003. *Pengantar Sinematografi. Buku Pegangan Kuliah*, Yogyakarta: FIP UNY.
- Wiryanto. 2006. *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: PT. Grasindo.
- <http://id.wikipedia.org> diakses 09 Desember 2013.
- <http://5martconsultingbandung.blogspot.com> diakses 10 Desember 2013.
- [i66m.blogspot.com/2013/12/pengaruh-dan-arti-warna-terhadap.html](http://i66m.blogspot.com/2013/12/pengaruh-dan-arti-warna-terhadap.html) diakses 06 Juni 2014.
- <http://www.kajianpustaka.com/2013/03/pengertian-dan-jenis-jenis-makna-kata.html>. diakses 5 November 2014.
- <http://ode87.blogspot.com/2011/03/pengertian-semiotik.html?m=1> diakses 10 November 2014.
- [http://www.academia.edu/3804939/Tinjauan\\_Filosofis\\_Dan\\_Semiotik\\_Batik\\_Kawung](http://www.academia.edu/3804939/Tinjauan_Filosofis_Dan_Semiotik_Batik_Kawung). diakses 21 November 2014.
- <http://dary-27.blogspot.com/2014/07/analisis-semiotika-iklan-coca-cola.html>. diakses 21 November 2014.
- [ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id) (eJoernal Andreas (10-29-13-03-19-08).pdf (387kB)). diakses 22 November 2014.
- <http://banyumasnews.com/2011/07/29/undangan-kuning-sinetron-berlatar-banyumas/> diakses 22 November 2014
- [http://shofiyah---fib09.web.unair.ac.id/artikel\\_detail-61891-Semiotika-Teori%20Semiotika%20Charles%20Sanders%20Peirce](http://shofiyah---fib09.web.unair.ac.id/artikel_detail-61891-Semiotika-Teori%20Semiotika%20Charles%20Sanders%20Peirce). Html diakses pada 6 Januari 2015

M.Syaom Barliana. Semiotika: Tentang Membaca Tanda-tanda.  
<http://www.academia.edu/1045086/> diakses 8 Januari 2015

[http://nurul-u-c-fib09.web.ac.id/artikel\\_detail-61927-Umum-Charles%20Sanders%20Peirce.html](http://nurul-u-c-fib09.web.ac.id/artikel_detail-61927-Umum-Charles%20Sanders%20Peirce.html) diakses 1 Februari 2015

Nicole Everaert & Desmedt. *Peirce's Semiotics*. <http://plato.stanford.edu>. Diakses 15 Februari 2015

<http://historybyrina.blogspot.com/2012/10/asal-usul-nenek-moyang-bangsa-indonesia.html>. diakses 23 Maret 2015

Digital\_126837-RB08R39p-Peggunaanwarna-Analisis.pdf(SECURED)Color  
*Therapy*, Kaina diakses 23 Maret 2015

