

ARKEOLOGI MAKNA TOPENG: ANALISIS SEMIOTIS FOTO KOMPAS “MENYAMBUT PESTA DEMOKRASI”

Fabianus Fensi¹

¹Dosen Universitas Bunda Mulia, Jakarta
¹fabianusfensi@gmail.com

Abstract

The reaction of the market community of Gede, Solo, Central Java, to the declaration of Joko Widodo-Kiai Ma'ruf Amin and Prabowo Subianto-Sandiaga Salahudin Uno, as candidates for President and Vice President, unique. They wear four candidates' masks. This research aims to explore the meaning of the using of mask. Using Michel Foucault's hermeneutical-archeological approach, it is hoped that traces of the deepest meaning can be traced, why do people use masks? Charles Sanders Peirce's semiotic analysis with triangle meaning method (representant, object, and interpretant) is used to data analyze, especially mask photos. As one type of qualitative research, this study produces meaning findings as follows: real markets characterized by crowds, crowded people, passing sellers and buyers, and the transportation activities of busy goods also do not occur. This condition symbolizes criticism of the behavior of the government which is too happy to play the image in front of their people. This is also a symbol of weakness or failure of the government to place the people (in the market) as the main actors driving the welfare of a nation. We all know that the welfare of a nation is represented by the high activity of "selling" and "buying" on the market. The masks of candidates for the President and Vice President who are not in the center are also not in front of the market, symbolizing criticism of the government which has not been in the midst of its people to motivate and build optimism. They also criticized the government which could not be a role model for the good of the nation. In other words, the mask as a whole contains the criticism of the argument that the people are not sure that leaders can motivate their people, or leaders cannot be trusted to be role models for the welfare of their people.

Keywords: *Archeology, President, Semiotics, Masks, President, Vice President.*

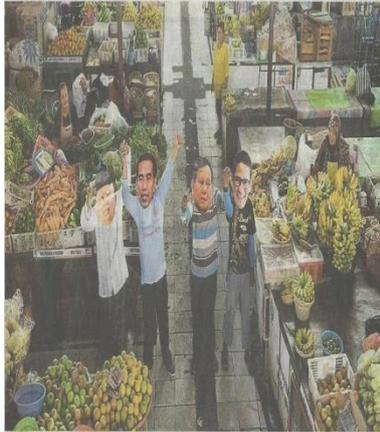
Abstrak

Reaksi masyarakat pasar Gede, Solo, Jawa Tengah, terhadap pendeklarasian Joko Widodo-Kiai Ma'ruf Amin dan Prabowo Subianto-Sandiaga Salahudin Uno, sebagai calon Presiden dan wakil Presiden tergolong unik. Mereka mengenakan empat topeng para kandidat. Penelitian ini bertujuan menggali makna topeng tersebut.. Sebagai salah satu jenis penelitian kualitatif, kajian ini menghasilkan temuan makna sebagai berikut: pasar sesungguhnya yang dicirikan oleh keramaian, penuh sesak orang, lalu lalang penjual dan pembeli, dan aktivitas pengangkutan barang yang serba sibuk juga tidak terjadi. Kondisi ini menyimbolkan kritik terhadap perilaku pemerintah yang terlalu senang bermain citra di hadapan rakyatnya. Ini juga simbol dari kelemahan atau kegagalan pemerintah menempatkan rakyat (dipasar) sebagai aktor utama penggerak kesejahteraan sebuah bangsa. Kita semua tahu bahwa kesejahteraan sebuah bangsa direpresentasikan ramainya aktivitas “menjual” dan “membeli” di pasar. Topeng calon Presiden dan wakil Presiden yang tidak berada di tengah, juga tidak berada di depan pasar, menyimbolkan kritikan terhadap pemerintah yang selama ini tidak berada di tengah rakyatnya untuk memberi motivasi dan membangun optimisme. Mereka juga mengeritik pemerintah yang tidak bisa menjadi panutan untuk kebaikan bangsa. Dengan kata kata lain, topeng secara keseluruhan berisi argumentasi kritik bahwa rakyat sudah tidak yakin bahwa pemimpin bisa memotivasi rakyatnya, atau pemimpin tidak bisa dipercaya menjadi panutan bagi kesejahteraan rakyatnya.

Kata Kunci: Arkeologi, Presiden, Semiotika, Topeng, Presiden, Wakil Presiden.

PENDAHULUAN

Pencalonan kembali Joko Widodo (Jokowi) dengan memilih Kyai Haji Ma'ruf Amin sebagai calon wakilnya serta *remach* dengan



Prabowo Subianto yang memilih Sandiaga Salahudin Uno sebagai calon wakilnya di pemilihan umum (pemilu) presiden

2019, diekspresikan bervariasi, baik oleh media massa maupun masyarakat pada umumnya. Bagi media massa, pendeklarasian dapat dijadikan sebagai berita besar yang layak diwartakan kepada publik, karena peristiwa ini sudah lama mereka nantikan.

Tidak mengherankan kalau media-media massa (cetak, online, elektronik) menulis *headline news* dengan judul-judul bervariasi dan menarik. *Koran Tempo* menulis *cover story* berita berjudul singkat "Akrobat"¹ untuk menggambarkan proses pemilihan wakil dari dua calon Presiden, Joko Widodo dan Prabowo Subianto. *Koran Sindo* menulis berita dengan cara mengutip pendapat Mantan Ketua Mahkamah Konstitusi (MK) Jimly Asshiddiqie, berjudul "Kiai Ma'ruf dan Sandi Cawapres, Jimly: Takdir Politik Memang Ada"².

Sementara *Kompas.com* bereaksi dengan menulis berita tentang tanggapan masyarakat dengan judul berita, "6 Tanggapan Pasca-terungkapnya Cawapres Jokowi dan Prabowo, dari Diam Sejenak

hingga Kaget"³. Atau, *Liputan6.com* menulis berita dengan judul "Akhir Drama Cawapres Jokowi dan Prabowo, Sosok Baru Jadi Kejutan"⁴.

Dari kalangan masyarakat terpantau beberapa komentar dan tanggapan. Ekonom dari *Institute for Development of Economics and Finance (Indef)*, Bima Yudhistira mengatakan bahwa pemilihan Kiai Ma'ruf Amin oleh calon Presiden Joko Widodo, mengagetkan pasar. Menurut Bima, "pelaku pasar berharap sosok pendamping Jokowi berasal dari tokoh yang berpengalaman di bidang ekonomi: bisa birokrat, akademisi atau pengusaha. Karena menurut dia, permasalahan ekonomi tidak kalah *urgent* dengan persoalan identitas dan kebhinekaan"⁵.

Dari Nahdlatul Ulama (NU), tempat dimana Kiai Ma'ruf Amin berperan sebagai Rais 'Aan mengaku tidak menyangka. "Ya, ini *unpredictable*"⁶, kata Sekretaris Jenderal PBNU, Helmy Faisal.

Dari sekian banyak reaksi dan tanggapan ini, penulis tertarik dengan ekspresi, dan bahkan bisa disebut sebagai reaksi masyarakat Pasar Gede, Solo, Jawa Tengah. Mereka berada di tengah pasar sambil mengenakan topeng berwajah kandidat calon presiden dan calon wakil presiden, Joko Widodo-Ma'ruf Amin dan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno⁷. Dengan menggunakan pendekatan arkeologis semiotis kajian ini berusaha mengungkapkan apa makna terdalam dari reaksi masyarakat yang tidak lazim ini. Topeng calon presiden dan wakil presiden ditempatkan tidak terlalu di tengah, juga tidak terlalu di depan, di kelilingi berbagai

³Berita Kompas.com, tanggal 10 Agustus 2018, jam 17.05 WIB.

⁴Berita Liputan6.com, tanggal 09 Agustus 2018, jam 00.07 WIB.

⁵Berita Merdeka.com, tanggal 09 Agustus 2018.

⁶Berita Liputan6.com, tanggal 09 Agustus 2018.

⁷Foto diambil dari Koran Kompas, terbitan tanggal 11 Agustus 2018, hal. 2.

¹Berita Koran Tempo, tanggal 10 Agustus 2018.

²Berita Koran Sindo, tanggal 10 Agustus 2018.

hasil bumi (barang dagangan), dan kurang ramai (penjual dan pembeli). Kondisi pasar dengan lantai koto, tetapi tidak berbecek.

TINJAUAN LITERATUR

Arkeologi

Istilah arkeologi berasal dari kata dasar *arke*, bahasa Yunani. Para filsuf awal di masa Yunani kuno, seperti Thales, Anaximandros, atau Anaximenes menggunakan kata *arke* untuk menunjuk segala hal sebagai: asal mula segala sesuatu, atau hakekat terdalam dari realitas.

Kata ini oleh Lorens Bagus (2002: 83) diberi beberapa pengertian dasar (1) kata *arke* menunjuk kepada substansi atau prinsip dasar yang mendasari semua hal yang ada; (2) atau, kata ini menunjuk pada titik pertama dan permulaan suatu hal terjadi apa adanya sekarang ini.⁸

Perkembangan selanjut para filsuf dan pemikir modern dan atau postmodern mengembangkan istilah *arke* menjadi arkeologi dengan perluasan makna metodologisnya. Konsep ini menjadi terkenal ketika Michel Foucault mengembangkannya sebagai sebuah metodologi eksploratif mengenai kondisi sejarah bagi terbentuknya wacana. Bagi Foucault, arkeologi adalah metode yang tepat untuk menganalisis sejumlah wacana lokal dan memperlakukan wacana tersebut sebagai peristiwa sejarah.⁹

Dengan arkeologi Foucault memaksudkan bahwa wacana bersifat diskontinyu dari satu era sejarah tertentu ke era sejarah lainnya.¹⁰ Penelitian ini mencoba menggunakan konsep arkeologi Foucault ini. Dalam buku *Michel Foucault's Archeology of Scientific Reason*, Gary Gutting menulis:

“... we need to pay special attention to the relation of archeology to one part of traditional history of ideas: the history of science. Foucault approaches this question

*by reflecting on the connection between the sciences and discursive formations (positivistics) that are the concern of archeology. We might think that positivistics simply are science or, at least, what Foucault calls “disciplines” – that is, “groups of statements that borrow their organization from scientific models, which tend to coherence and demonstrativity, which are accepted, institutionalized, transmitted, and sometimes taught as sciences. But Foucault denies that discursive formation are in general disciplines of any sort, whether scientific, pseudoscientific, or prescientific”.*¹¹

Dengan kutipan ini terlihat bahwa Foucault dengan arkeologinya berusaha menelusuri perkembangan pengetahuan, mengapa pengetahuan positivis diterima sebagai kenyataan umum dan universal dan semua jenis pengetahuan lain menjadi benar sejauh meminjam atau mengambil cara yang sama seperti yang dioperasionalkan oleh model pengetahuan positivis. Foucault menolak cara berpikir seperti ini, karena bagi Foucault cara kerja positivis hanya memperlakukan pengetahuan sebagai *whether scientific, pseudoscientific, dan prescientific*.

Arkeologi Foucault sangat dipengaruhi konsep arkeologi Nietzsche, terutama cara kerja Nietzsche mendekonstruksi asal usul moralitas, mulai dari moralitas Yunani, Kristen, dan moralitas modern. Hal yang menarik perhatian Nietzsche soal moralitas adalah keterhubungan moralitas baik di jaman Yunani sering dikaitkan dengan kelas sosial masyarakat atas. Moralitas Kristen bagi Nietzsche berhasil menciptakan etika budak karena selalu mengajarkan etika belas kasih yang sebenarnya sedang mengajarkan manusia untuk membenci dirinya.¹²

Cara berpikir inilah yang dipakai Foucault dalam membangun seluruh cita-cita arkeologisnya, yaitu penggalian masa lalu di

⁸Bagus, Lorens. 2002. *Kamus Filsafat*. Jakarta: Gramedia, hal. 83.

⁹Barker, Chris. 2014. *Kamus Kajian Budaya* (terj. B.

Hendar Putranto). Yogyakarta: Kanisius, hal. 11.

¹⁰Ibid.

¹¹Gutting, Gary. 1989. *Michel Foucault's Archeology of Reason*. Cambridge: Cambridge University Press. hal., 250.

¹²Lubis, Akhyar Yusuf. 2014. *Postmodernisma, Teori dan Metode*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, hal. 71-72.

lokasi tertentu, yang juga berarti penggalian lokasi-lokasi terjadinya praktik-praktik wacana tertentu.¹³ Menurut Foucault dunia sosial selalu ditandai oleh kebenaran yang berbeda sehingga dunia sosial tidak lagi dilihat dari cara yang sama melainkan dari cara yang berbeda akibat adanya patahan sejarah.¹⁴

Semiotika

Kata semiotika berasal dari kata bahasa Yunani, *semeion*, yang merujuk kepada arti tanda. Dalam pengertian modern semiotika selalu dimengerti sebagai teori signifikansi. berarti: Semiotika mencakup semua kajian, tidak hanya terhadap apa yang kita rujuk sebagai tanda, tetapi segala hal yang nampak sebagai fenomena. Semiotika dengan demikian dapat diartikan sebagai tanda yang tampak dalam berbagai bentuk, seperti: kata-kata yang diucapkan, gambar/foto, suara, gerak tubuh, dan segala masuk obyek yang tampak sebagai gejala.

Atau, meminjam istilah Daniel Chandler bahwa semiotika adalah studi tentang bagaimana sebuah makna diciptakan dan sebuah realitas direpresentasikan.¹⁵

Sebagai alat analisis semiotika memiliki empat prinsip dasar pada bagian apa analisis semiotika teks didasarkan.¹⁶ *Pertama*, disadari bahwa makna tidak pernah ada dalam sebuah obyek, suatu obyek tidak pernah menampilkan dirinya. Karena itu sebuah makna harus disingkap dengan cara dikonstruksikan.

Kedua, semiotika berurusan dengan teks sebagai sebuah unit otonom yang koheren secara internal dalam teks tersebut. Lebih dari ide atau makna eksternal dalam teks, semiotika menunjukkan bagaimana fenomena eksternal direfleksikan di dalam unit otonom internal teks tersebut.

Ketiga, semiotika menampilkan bahwa struktur ceritera atau narasi berada dalam

wilayah wacana, entah itu dikenal sebagai sebuah ceritera atau tidak. *Keempat*, semiotika mengungkapkan berbagai level makna pada realitas.

Kaja Silverman memasukan semiotika ke dalam kajian signifikansi, namun menurutnya kajian signifikansi tidak bisa dipisahkan dari subyek manusia sebagai pengguna dan mendefinisikannya lewat makna yang dihasilkan oleh tanda tersebut atau dari sistem budaya yang melingkupi tanda tersebut.¹⁷

Berdasarkan gambaran di atas maka kita bisa mengatakan bahwa semiotika adalah ilmu tentang tanda dan makna tanda tersebut dalam pengalaman sosial budaya, pengetahuan, dan ideologi suatu masyarakat.

Semiotika Charles Sanders Peirce

Penelitian ini berusaha mendekati obyek analisisnya dengan menggunakan analisis semiotika. Dan, semiotika yang dipakai adalah semiotika sebagaimana dikembangkan oleh seorang ilmuwan besar Amerika, Charles Sanders Peirce. Tanda menurut Peirce, tidak pernah menjadi sebuah entitas tunggal. Tanda selalu menghadirkan tiga entitas penting, yaitu tanda itu sendiri (*ground*); fakta obyektif sebagai obyek (*object*); dan penafsir tanda (*interpretant*).¹⁸ Ketiganya disebut sebagai *meaning triangle* (segitiga bermakna).

Menurut Peirce, segala sesuatu yang digunakan agar tanda bisa berfungsi disebut sebagai *ground*. *Ground* memuat antara lain: *qualisign*, *sinsign*, *legisign*. *Qualisign* diartikannya sebagai kualitas yang terkandung dalam tanda; *Sinsign* adalah keberadaan aktual suatu benda atau peristiwa yang ada pada tanda; dan *legisign* adalah yang norma, aturan, kesepakatan yang dikandung oleh sebuah tanda.

Dari segi obyeknya, menurut Peirce tanda terbagi atas *icon*, *index*, dan *symbol*.

¹³Op.cit. Chris Barker., hal. 11-12.

¹⁴Ibid.

¹⁵Chandler, Daniel. 2007. *The Basics Semiotic* (second Edition). Routledge: New York: hal., 2.

¹⁶Martin, Brownwen and Felizitas Ringham. 2000. *Dictionary of Semiotics*. Cassel: London, hal. 7-8.

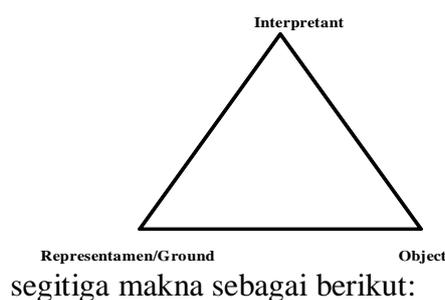
¹⁷Silverman, Kaja. 1983. *The Subject of Semiotika*. Oxford University: New York, hal. 3-4.

¹⁸Sobur, Alex. 2013. *Semiotika komunikasi*. Rosdakarya: Bandung, hal., 41-43.

Icon adalah bentuk alamiah dari hubungan antara penanda dan petandanya; *Index* adalah hubungan alamiah antara tanda yang bersifat sebab akibat dan langsung mengacu pada kenyataan; sementara *symbol* adalah tanda yang menunjukkan hubungan alamiah antara penanda dan petanda berdasarkan kesepakatan tertentu masyarakatnya.

Sementara dari sisi *interpretan*, tanda dibagi menjadi *rheme*, *dicent sign* (*dicent/dicisign*), dan *argument*. *Rheme* adalah tanda yang memungkinkan penafsiran berdasarkan pilihan penafsir; *Dicisign* adalah tanda sebagai sesuatu yang hadir sesuai kenyataan; sementara *Argument* adalah tanda yang secara sinkronik memberikan argumentasi alasan atas sesuatu.

Dengan demikian, kita bisa meringkaskan bahwa tanda merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari obyek referensinya serta pemahaman subyek atas tanda tersebut. Hal inilah yang kemudian melahirkan apa yang disebut sebagai representamen. Dan, segala hal yang diacu/dirujuk selalu disebutnya sebagai obyek. Maka, tanda berarti sesuatu yang mewakili sesuatu yang lain.¹⁹ Kalau digambarkan maka semiotika Charles Sander Peirce, dapat dilukiskan oleh tabel



METODE

Penelitian ini dilakukan dengan mengikuti prosedur-prosedur berikut: Menemukan fenomena yang diteliti (obyek penelitian),

yaitu foto harian *Kompas* yang dimuat tanggal 11 Agustus 2018, sehari sesudah para calon presiden memilih wakil yang mendampingi mereka di pemilu presiden 2018. Foto harian *Kompas* itu unik, yaitu foto reaksi masyarakat yang memakai topeng dua kandidat capres dan cawapres di pasar Gede, Solo, Jawa Tengah. Foto masyarakat pasar yang memakai topeng di tengah pasar tersebut dianalisis dengan menggunakan cara-cara penggalian (arkeologi) semiotika, karena tanda-tanda yang tampak pada foto tersebut, terungkap maknanya secara interpretatif lewat analisis makna tanda dalam kajian semiotika. Setelah obyek penelitian ditentukan, yaitu foto topeng masyarakat untuk calon pemimpin, obyek penelitian tersebut ditempatkan sebagai obyek kajian. Untuk memudahkan penemuan makna maka cara-cara semiotika dipilih sebagai instrumen/alat yang dipakai untuk menganalisis fenomena foto topeng tersebut sehingga maknanya bisa terungkap. Namun, kajian semiotika begitu luasnya, sehingga harus dipilih jenis semiotika yang cocok untuk menggali makna dalam foto topeng tersebut. Maka peneliti menggunakan cara semiotis Charles Sanders Peirce untuk menggali dan mengungkap makna dari foto topeng tersebut.

HASIL & PEMBAHASAN

Hasil

Jika dicermati secara mendalam bentuk reaksi masyarakat Pasar Gede, Solo, Jawa Tengah, yang mengenakan topeng dua pasang calon Presiden dan calon Wakil Presiden, memuat tiga komponen analisis yang penting: *Pertama*, topeng kedua calon Presiden dan Wakil Presiden; *Kedua*, pasar sebagai latar belakang; *Ketiga*, hasil bumi yang dijajakan di pasar. Posisi topeng tidak berada di tengah pasar, juga tidak berada di depan barang dagangan masyarakat. Pasar dengan kondisi lantai kotor, tetapi tidak sampai berbecek. Barang dagangan (hasil bumi) mendominasi pasar, namun minus

¹⁹Rusmana, Dadan. 2014. *Filsafat Semiotika, Paradigma, teori, dan metode interpretasi tanda dari semiotika struktural hingga dekonstruksi praktis*. Pustaka Setia: Bandung, hal., 107.

penjual dan pembeli. Pertanyaannya, yang memakai topeng itu penjual atau pembeli?

Pembahasan

Berdasarkan komponen analisis penting di atas maka setiap komponen akan ditafsir dengan menggunakan model Charles Sanders Peirce dalam pola segi tiga bermakna: *Representament*, *Object*, dan *Interpretant*. Untuk memahami dinamika *Representament* analisis diarahkan untuk mengungkapkan kualitas tanda (*Qualisign*), keberadaan tanda secara aktual (*Sinsign*), dan kesepakatan normatif yang dikandung sebuah tanda (*Legisign*). Sementara untuk memahami *object* tanda, analisis dilakukan mengungkapkan bentuk alamiah tanda (*Icon*), hubungan alamiah tanda sebagai sebab akibat (*Index*), dan tanda yang disepakati dari hubungan alamiah tanda tersebut (*symbol*). Dan, *Interpretant* dianalisis dengan menggunakan tiga kategori analisis, yaitu: tanda yang memungkinkan penafsiran (*Rheme*); tanda sebagai suatu kenyataan (*dicisign*); dan tanda yang memberi argumentasi tertentu (*Argument*).

Analisis Representament

Tanda, *representament*, membutuhkan *ground* agar bisa berfungsi²⁰, maka *representament* mestinya selalu dianalisis dalam relasi triadik antara *ground*, *object*, dan *interpretant*. *Representament* yang dikaitkan dengan *ground* harus dianalisisnya melalui kategori *Qualisign*, *Sinsign*, dan *Legisign*. Berdasarkan itu, maka kalau ditinjau dari sisi kualitas, tanda yang melekatkan pada keseluruhan fenomena pementasan topeng calon Presiden dan calon Wakil Presiden di pasar Gede, Solo ini, meliputi, antara lain: (1) Empat topeng dengan wajah dua pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden; (2) Beragam barang dagang (pisang, mangga, sayuran, wortel, dan lain-lain); (3)

Lorong/jalan dalam pasar dengan lantai berkeramik putih, tidak terlalu bersih; (4) Beberapa orang pedagang, tidak banyak, tidak menggambarkan keramaian pasar sesungguhnya; dan (5) Peralatan berdagang (mangkuk dan wadah penyimpanan barang dagangan).

Sementara secara aktual tanda yang diperlihatkan dapat dikelompokkan ke dalam empat macam kategori, yaitu: (1) Empat topeng (tidak berada di tengah, tetapi agak ke depan pasar; (2) Bahan-bahan dagangan, sedikit mengelilingi empat topeng; (3) Lorong pasar berkeramik putih, tidak terlalu bersih; (4) Hanya sedikit pedagang dengan menatap ke arah empat topeng calon Presiden dan wakil Presiden.

Secara normatif kita tahu bahwa pasar adalah tempat para penjual dan pembeli bertemu, terdapat aktivitas: menjual, membeli, menawarkan, bertransaksi, dan mempromosikan barang dagangan. Pasar sebagai tempat bertransaksi antara pedagang dan pembeli, secara normatif mestinya memiliki beberapa ciri intrinsik, antara lain: ramai, penuh sesak orang, hilir mudik penjual dan pembeli, terdapat aktivitas pengangkutan barang, lantai pasar kotor dan tidak kelihatan, tempat berdagang penuh sesak berbagai bahan dagangan, dan tatapan mata para pedagang tidak terfokus pada satu titik obyek tertentu saja.

Dengan melihat ciri instrinsik ini, kita bisa mengatakan bahwa kondisi pasar Gede (saat pementasan topeng), tidak sedang berada pada posisi ideal sebagaimana layaknya pasar yang sibuk dan ramai.

²⁰Sobur, Alex., Op.cit., hal. 41.

Tabel 1: Analisis Representament

Topeng Calon Presiden & Wakil Presiden Di pasar dengan Latar Belakang Barang Dagangan (Analisis Representament)		
		
<i>Qualisign</i>	<i>Sinsign</i>	<i>Legisign</i>
Terdapat lima kualitas tanda: (1) Empat topeng berwajah dua pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden; (2) Barang dagang; (3) Jalan dalam pasar; (4) Sedikit pedagang; dan (5) Peralatan berdagang.	Terdapat empat kategori tanda secara aktual: (1) Empat topeng; (2) Barang-barang dagangan; (3) Jalan dalam pasar; dan (4) Sedikit pedagang menatap empat topeng	Norma pasar yang disepakati: tempat bertemu penjual dan pembeli (ramai, penuh sesak penjual dan pembeli, sibuk, dan secara fisik kondisi pasar kotor dan berbecek.

Analisis Object

Analisis *object* tanda dalam konsep Peirce selalu bertolak dari pembahasan dan analisis tanda untuk mengungkapkan bentuk alamiahnya, yang dia sebut sebagai *Icon*. Kalau kita berbicara pasar sebagai arena pertarungan aktivitas “menjual” dan “membeli” maka kita berbicara pula tentang kesibukan dua aktor utama ini. Dengan demikian, seharusnya bentuk alamiah pasar dapat dikenali lewat ikon-ikon tertentu. Kita dapat menyebut: pasar ditandai oleh ikon keramaian, kesibukan, dan orang berkumpul dalam jumlah besar, bahkan cenderung padat. Ikon pasar ditandai pula oleh setiap pedagang selalu berada di tempat dagangannya, tidak meninggalkan barang dagangan tanpa penjaga; Terdapat aktivitas memberi dan menerima uang (bayaran). Pasar (tradisional) memiliki ikon kotor dan berbecek.

Secara ikonik, kondisi pasar Gede, Solo, tempat di mana topeng dipentaskan hanya memiliki satu ikon sesungguhnya, yaitu beberapa barang dagangan berupa hasil bumi, namun minim penjual dan pembeli; keramaian dan kesibukan berdagang hampir tidak kelihatan. Pertanyaannya, mengapa? Peirce menyebut *Index* untuk tanda aktual yang dihadapi. Hubungan alamiah tanda (*Icon*) dimanipulasi oleh proses kausalitas sebab akibat (*Index*). Keramaian, kesibukan, dan aktivitas hilir mudik adalah *Icon* pasar,

namun kondisi pasar yang sepi penjual dan pembeli adalah *Index*. Mengapa?

Ada tiga kemungkinan yang menyebabkan *Index*-nya seperti itu, antara lain: (1) Kondisi pasar memang sudah lesuh, sepih, dan sedang tidak bergairah; (2) Minimnya aktivitas yang memperkuat *Icon* pasar sebagai tempat ramai, sengaja didesain oleh pementas topeng supaya unsur topeng para pemimpin yang mau ditonjolkan kepada khalayak; (3) Gabungan dari kemungkinan pertama dan kedua, yaitu melesuhnya aktivitas pasar disebabkan oleh kurangnya perhatian pemerintah, yang, barangkali selama ini, senang bermain topeng-topengan (baca: pencitraan), ketika mengambil keputusan prorakyat. Keputusan prorakyat direpresentasikan lewat bergairahmnya aktivitas di pasar-pasar tradisional.

Berdasarkan analisis *Icon* dan *Index* ini, maka kondisi pasar (tradisional) yang tidak bergairah; perilaku pemerintah yang senang tampil dengan metode pencitraan; dan minimnya diproduksi regulasi pasar yang prorakyat adalah simbol dari kelemahan atau kegagalan pemerintah menempatkan rakyat (dipasar) sebagai aktor utama penggerak kesejahteraan sebuah bangsa. Kesejahteraan sebuah bangsa direpresentasikan oleh bergairahnya aktivitas “menjual” dan “membeli” di pasar (tradisional).

Tabel 2: Analisis Object

Topeng Calon Presiden & Wakil Presiden Di Pasar dengan Latar belakang Barang Dagangan (Analisis Object)		
		
<i>Icon</i>	<i>Index</i>	<i>Symbol</i>
Ikon pasar: keramaian, kesibukan, banyak orang bertemu, jumlah besar (padat). Pedagang fokus berjualan. Secara fisik pasar (tradisional) kotor dan berbecek.	Indeks pasar: (1) Tidak bergairah, lesuh, dan sepih; (2) Pemerintah sebagai topeng; (3) Pemerintah sering melakukan pencitraan untuk prorakyat	Kritik: Kelemahan/ kegagalan pemerintah menempatkan pasar sebagai penggerak kesejahteraan bangsa. Bangsa sejahtera direpresentasikan oleh gairah aktivitas “menjual” dan “membeli” di pasar.

Analisis Interpretant

Bila keseluruhan penggambaran topeng diinterpretasikan dengan menggunakan model Peirce, maka kurang lebih terdapat lima tanda yang memungkinkan ruang penafsiran semiotis, antara lain: (1) Tanda pasar sebagai keseluruhan; (2) Posisi topeng yang berada, tidak di tengah atau, tidak di depan pasar; (3) Jalan pasar dengan keramik putih, tampak masih bersih, dan tidak becek; (4) Barang dagangan yang dijajakan semuanya berasal dari hasil bumi (pisang, mangga, sayur-sayuran, dan wortel); (5) Kondisi pasar yang tidak didukung oleh pertemuan massif penjual dan pembeli.

Dari kelima tanda yang memiliki peluang penafsiran ini, sebenarnya hanya terdapat satu tanda saja yang menggambarkan pasar sebagai satu kenyataan. Atau, dengan perkataan lain hanya terdapat satu tanda yang menggambarkan kebenaran adanya sebuah pasar dalam arti yang sesungguhnya, yaitu: tempat penjualan semua hasil-hasil bumi. Berdasarkan itu maka terdapat empat tanda yang akan memberikan argumentasi tertentu lewat kerja penafsiran arkeologis, yaitu: (1) Makna tanda pasar; (2) Makna hasil bumi; (3) Makna situasi pasar minim kehadiran dua aktor utama pasar (penjual dan pembeli), dan (4) Makna topeng yang tidak

berada di tengah, juga tidak berada di depan pasar.

Pasar adalah arena negosiasi bisnis. Di pasar penjual dan pembeli membangun kesepakatan tentang harga bersama. Pasar selalu menghadirkan argumentasi kegairahan, semangat, dan optimisme hidup. Pasar menggambarkan kesejahteraan. Keramaian (kesibukan) pasar memberi argumentasi yang kuat tentang semangat rakyat memperjuangkan kesejahteraan. Lebih dari sekadar tindakan pertukaran modal pasar (tradisional) adalah hidupnya rakyat suatu bangsa.

Semua hasil bumi yang diperjualbelikan di pasar selalu memberi gambaran umum tentang kemakmuran dan kemudahan rakyat mengakses *economic capital*. Banyaknya hasil bumi rakyat memenuhi pasar (tradisional) menggambarkan, tidak saja sukses panen para petani, tetapi juga akses rakyat/petani terhadap *economic capital* tersebut terpenuhi. Dengan demikian argumentasi hasil bumi menggambarkan seluruh dinamika ekonomi yang sedang terjadi, mulai dari sukses panen sampai mendapatkan uang dari penjualan hasil bumi tersebut di pasar.

Situasi pasar Gede, Solo yang sepih penjual dan pembeli dapat ditafsir dari tiga konteks. Konteks *pertama*, momen

pementasan topeng berlangsung ketika pasar sepi (siang hari), atau konteks *kedua*, berkaitan dengan konteks pertama, ditambahkan oleh empat penjual/pembeli mengambil peran pemain topeng. Kalau pusat perhatian diarahkan kepada topeng maka terkesan pasar sepih penjual, padahal pemeran topeng bisa saja berasal dari dua aktor pasar (penjual dan pembeli). Konteks *ketiga* bisa ditafsir sebagai situasi yang sesungguhnya terjadi. Pasar Gede, Solo, sepih, minim pembeli/penjual, dan kehilangan keairahan.

Konteks ketiga inilah yang melahirkan argumentasi tafsiran atas makna topeng calon Presiden dan wakil Presiden, yang tidak berada di tengah, juga tidak berada di depan pasar. Kalau saja topeng berada di

tengah maka argumentasi semiotisnya bisa bermakna memotivasi rakyat, atau mendorong rakyat untuk selalu optimis. Atau, kalau saja topengnya berada didepan pasar maka secara semiotis bisa diberi makna bahwa pemimpin/calon pemimpin adalah mereka yang mampu memberi contoh dan contohnya dapat diikuti.

Dalam konteks ini, makna topeng yang tidak berada di tengah, juga tidak berada di depan pasar berisi argumentasi kritik bahwa rakyat sudah tidak yakin lagi bahwa pemimpin bisa memotivasi karena itu harus berada di tengah rakyatnya, atau pemimpin yang bisa menjadi panutan karena itu merekalah yang terdepan memberi contoh yang baik bagi kesejahteraan rakyatnya.

Tabel 3: Analisis Interpretant

Topeng Calon Presiden & Wakil Presiden Di Pasar Latar belakang Barang Dagangan (Analisis Interpretant)		
		
<i>Rheme</i>	<i>Dicisign</i>	<i>Argument</i>
Terdapat lima tanda yang memungkinkan penafsiran, yaitu: (1) Pasar sebagai keseluruhan; (2) Posisi topeng; (3) Jalan pasar bersih; (4) Hasil bumi; (5) Pasar tanpa penjual dan pembeli.	Hanya terdapat satu tanda yang menggambarkan kebenaran adanya pasar sesungguhnya, yaitu: tempat penjualan semua hasil-hasil bumi.	Argumentasi Semiotis: Pasar menggambarkan kegairahan, semangat, dan optimisme. Atau, pasar gambaran hidup rakyat. Hasil bumi menggambarkan kemakmuran; Pasar sepih menggambarkan momen pentas, atau pemeran topeng adalah penjual/pembeli, atau keadaan sesungguhnya. Makna topeng tidak di tengah, tidak di depan sebagai kritik. Pemimpin tidak memotivasi dan tidak menjadi panutan bagi kesejahteraan rakyatnya.

SIMPULAN

Reaksi masyarakat Pasar Gede, Solo, Jawa Tengah menanggapi pencalonan Presiden dan wakil Presiden, Joko Widodo-Ma'ruf Amin dan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno dilakukan cara mengenakan topeng berwajah dua kandidat. Analisis dilakukan dengan menggunakan pendekatan arkeologis semiotis. Setelah dilakukan analisis menggunakan model semiotika Charles Sanders Peirce maka dapat ditarik kesimpulan berikut, yaitu bahwa pasar yang

secara normatif disepakati sebagai tempat pertemuan penjual dan pembeli tidak terjadi di pasar Gede, Solo, Jawa Tengah.

Pasar sesungguhnya yang dicirikan oleh keramaian, penuh sesak orang, lalu lalang penjual dan pembeli, dan aktivitas pengangkutan barang yang serba sibuk juga tidak terjadi. Kondisi ini menyimbolkan kritik terhadap perilaku pemerintah yang terlalu senang bermain citra di hadapan rakyatnya. Ini juga simbol dari kelemahan atau kegagalan pemerintah menempatkan

rakyat (dipasar) sebagai aktor utama penggerak kesejahteraan sebuah bangsa. Kita semua tahu bahwa kesejahteraan sebuah bangsa direpresentasikan ramainya aktivitas “menjual” dan “membeli” di pasar.

Topeng calon Presiden dan wakil Presiden yang tidak berada di tengah, juga tidak berada di depan pasar, menyimbolkan kritikan terhadap pemerintah yang selama ini tidak berada di tengah rakyatnya untuk memberi motivasi dan membangun optimisme. Mereka juga mengeritik pemerintah yang tidak bisa menjadi panutan untuk kebaikan bangsa. Dengan kata kata lain, topeng secara keseluruhan berisi argumentasi kritik bahwa rakyat sudah tidak yakin bahwa pemimpin bisa memotivasi rakyatnya, atau pemimpin tidak bisa dipercaya menjadi panutan bagi kesejahteraan rakyatnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bagus, Lorens. 2002. *Kamus Filsafat*. Jakarta: Gramedia.
- Barker, Chris. 2014. *Kamus Kajian Budaya* (terj. B. Hendar Putranto). Yogyakarta: Kanisius.
- Chandler, Daniel. 2007. *The Basics Semiotic* (second Edition). Routledge: New York.
- Gutting, Gary. 1989. *Michel Foucault's Archeology of Reason*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lubis, Akhyar Yusuf. 2014. *Postmodernisma, Teori dan Metode*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Martin, Brownwen and Felizitas Ringham. 2000. *Dictionary of Semiotics*. Cassel: London.
- Rusmana, Dadan. 2014. *Filsafat Semiotika, Paradigma, teori, dan metode interpretasi tanda dari semiotika struktural hingga dekonstruksi praktis*. Pustaka Setia: Bandung
- Silverman, Kaja. 1983. *The Subject of Semiotika*. Oxford University: New York.
- Sobur, Alex. 2013. *Semiotika Komunikasi*. Rosdakarya: Bandung.