

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa kini, media audiovisual semisal film berperan krusial dalam mereproduksi atau menantang struktur sosial politik, sehingga pendekatan semiotika menawarkan kerangka analisis kritis untuk mengungkap ketimpangan struktural di baliknya. Ketimpangan sosial politik, yang bersifat multidimensi, mencakup ketidakseimbangan distribusi kekuasaan, sumber daya ekonomi, dan kesempatan sosial, dipengaruhi faktor seperti kelas, sumber daya, serta ideologi politik. Film *Air* (2023), yang mengisahkan perekrutan *Michael Jordan* oleh Nike pada 1984, melampaui sekadar biografi olahraga; ia mencerminkan dinamika sosial politik *Amerika di era Reaganomics*, yang memicu kapitalisme neoliberal melalui rivalitas korporasi sengit antara Nike dan Adidas. Melalui lensa semiotika, unsur-unsur seperti dialog, komposisi visual, dan simbol korporat dalam film ini dapat dianalisis untuk mengungkap representasi serta penguatan ketimpangan tersebut. Sebagaimana ditegaskan *Eco* (1976) dalam *A Theory of Semiotics*, tanda-tanda bersifat kontekstual dalam budaya dan politik, menjadikan analisis semacam ini esensial untuk menelusuri pengaruh film terhadap diskursus sosial.

Analisis ketimpangan sosial politik pada film *Air* (2023) dapat diformulasikan melalui konsep hegemoni korporat serta reproduksi

kekuasaan ekonomi. *Bourdieu (1986)*, dalam *The Forms of Capital*, menguraikan interaksi modal ekonomi, sosial, dan kultural yang memperpetuasi ketimpangan terlihat jelas saat Nike menggelontorkan modal finansial untuk merebut Jordan dari Adidas, sementara Jordan memaksimalkan modal kulturalnya sebagai atlet papan atas guna menduduki puncak hierarki. Konteks politik AS 1980-an memperlihatkan bagaimana *Reaganomics* mengukuhkan oligarki korporat, dengan aktor seperti Nike mendominasi pembentukan opini publik dan identitas nasional lewat supremasi pasar. Kompetisi korporasi sebagai pemicu ketimpangan tergambar nyata, misalnya dalam adegan Vaccaro mengunjungi rumah Jordan yang sarat skeptisisme terhadap proposisi bisnis; atlet kerap dijadikan objek eksploitasi komersial. Secara politik, kesepakatan Nike dan Jordan terjadi di tengah gejolak rivalitas bisnis, di mana olahraga berpotensi transformasi sosial tapi acap dikomodifikasi demi agenda korporasi.

Film ini disutradarai oleh Ben Affleck dengan Matt Damon berperan sebagai Sonny Vaccaro, film *Air (2023)* mendokumentasikan perekrutan nyata Michael Jordan oleh Nike proses yang merevolusi industri olahraga global via persaingan dengan Adidas. Sosok Jordan, atlet pionir ikon global, melambangkan perlawanan terhadap hegemoni korporasi incumben. Keraguan ayahnya terhadap kesepakatan tersebut merefleksikan ketidakpercayaan terhadap institusi bisnis dominan yang lama menguasai pasar. *The Guardian (2023)* mencatat kritik halus film

ini terhadap olahraga sebagai medan perpetuasi ketimpangan korporat, di mana Nike memanfaatkan image Jordan untuk ekspansi pasar sambil mempertahankan superioritas hierarkis. Aspek gender terbukti lewat peran periferal wanita, seperti istri Vaccaro, yang menggarisbawahi keteguhan patriarki di ranah bisnis olahraga. Berlaku 112 menit, film ini mengandalkan semiotika seperti musik optimis simbol mimpi Amerika untuk menyamarkan konflik sosial politik, menjadikannya subjek ideal bagi skruti mendalam atas implikasi kontemporer.

Roland Barthes, tokoh utama semiotika struktural, menyediakan alat analitis krusial untuk meneliti hubungan semiotika film, khususnya dimensi sosial politik. Dalam *Mythologies* (1957), ia memperkenalkan mitos sebagai tanda sekunder yang menyembunyikan ideologi dominan dalam representasi sehari-hari; mitos ini bukan sekadar cerita, melainkan mekanisme normalisasi kekuasaan, dengan budaya pop seperti film memperkuat hegemoni sosial politik.

Teori Barthes, bila diaplikasikan pada studi film, memungkinkan pemahaman bagaimana elemen audiovisual narasi, visual, suara berfungsi sebagai mitos yang mereproduksi disparitas sosial politik semisal kapitalisme atau patriarki. *Elements of Semiology* (1964) membedakan denotasi (makna literal) dan konotasi (asosiasi budaya), dengan mitos memfasilitasi dekonstruksi lapisan makna. Contohnya, adegan perekrutan Jordan di Air (2023) muncul sebagai mitos kapitalis: denotatif sebagai sukses bisnis, konotatif sebagai topeng neoliberalisme yang prioritas

profit korporat sambil mengeksploitasi persona atlet Jordan demi narasi mimpi Amerika di era rivalitas Adidas.

Barthes berargumen bahwa mitos ini meredam realitas sosial politik seperti tensi kompetisi korporasi AS 1980-an dengan mentransformasinya menjadi epos heroik yang menutupi kesenjangan kelas. Image, Music, Text menggambarkan film sebagai teks polisemik yang mengundang interpretasi berlapis, memungkinkan audiens mengenali atau menolak mitos dominan. Relevansinya bagi konteks sosial politik terletak pada kecenderungan film seperti *Air* (2023) mereproduksi hegemoni korporat kapitalis, via dominasi figur eksekutif dalam narasi sementara Jordan ikon atlet dikomodifikasi. Barthes pula mengkritik media populer, termasuk film, atas *efek realitas* yang menaturalisasi ketidakadilan, seperti logo Nike yang menyimbolkan sukses universal tapi menyelubungi eksploitasi buruh global dan disparitas korporat.

Di tengah isu kontemporer seperti kesenjangan pasca COVID-19 dan kapitalisme digital, analisis semiotik ketimpangan dalam *Air* (2023) kian vital. Film ini menyoroti kontinuitas disparitas dari 1980-an hingga kini, dengan korporasi seperti Nike membentuk identitas sosial politik lewat persaingan pasar.

Karl Marx, dalam karyanya yang monumental *Das Kapital* (1867), menggambarkan sebuah dunia di mana segala aspek kehidupan manusia, mulai dari barang sehari-hari seperti sepotong roti hingga aspirasi pribadi, diubah menjadi objek perdagangan yang dapat diperjualbelikan di pasar.

Sebagai seorang filsuf dan ekonom Jerman yang hidup di era Revolusi Industri, Marx memandang kapitalisme bukan sebagai sistem netral, melainkan sebagai mekanisme eksploitatif yang tak kenal ampun. Inti dari teori komodifikasinya adalah proses transformasi nilai intrinsik suatu entitas seperti tenaga kerja manusia, budaya, atau kegiatan sosial menjadi *komoditas*: objek yang nilainya ditentukan semata-mata oleh harga pasar, bukan oleh esensinya yang murni.

Dalam perspektif Marx, fenomena ini melampaui sekadar transaksi ekonomi; ia merupakan bentuk alienasi mendalam. Individu kehilangan koneksi personal dengan hasil kerja mereka. Sebagai contoh, seorang pekerja pabrik tidak lagi memandang produknya sebagai ekstensi dari dirinya, melainkan sebagai barang yang harus dijual untuk keuntungan pemilik modal. Marx menyebutnya *fetisisme komoditas* sebuah ilusi di mana relasi antarmanusia digantikan oleh interaksi antarbarang. Kapitalis, dengan modal mereka, mengeksploitasi proses ini untuk menghasilkan surplus nilai: keuntungan tambahan yang diperoleh dengan membayar tenaga kerja di bawah nilai yang mereka ciptakan, sambil menjual produk dengan harga tinggi. Teori ini berasal dari observasi Marx terhadap pabrik-pabrik Inggris pada abad ke-19, di mana manusia diperlakukan seperti mesin, dan semua dimensi kehidupan dikomodifikasi untuk akumulasi kekayaan tanpa batas.

Meskipun Marx tidak secara eksplisit membahas olahraga dalam tulisannya, konsep komodifikasinya telah menjadi kerangka analisis yang

kuat untuk memahami transformasi olahraga modern. Aktivitas yang dulunya berupa ritual sosial, permainan anak-anak, atau kompetisi antarwarga kini berubah menjadi industri besar. Pemikir seperti Theodor Adorno dalam teori industri budaya, serta ahli olahraga seperti John Hargreaves, telah menerapkan gagasan Marx ini untuk menjelaskan bagaimana olahraga, yang seharusnya menekankan kegembiraan, solidaritas, dan pengembangan fisik, kini dipasarkan sebagai produk komersial. Pertandingan diubah menjadi acara spektakuler, atlet menjadi selebriti, dan penggemar menjadi konsumen loyal.

Sebagai ilustrasi, pertimbangkan evolusi lapangan basket dari area sederhana di halaman belakang rumah, di mana anak-anak bermain semata-mata untuk kesenangan, menjadi arena megah seperti Staples Center di Los Angeles, dengan pencahayaan menyilaukan, musik keras, dan ribuan penonton yang bersorak. Basket, khususnya melalui National Basketball Association (NBA), merupakan contoh utama komodifikasi menurut Marx. Didirikan pada 1946 sebagai liga kecil, NBA kini merupakan imperium global bernilai miliaran dolar, di mana setiap dribel, lemparan, dan dunk bukan lagi elemen permainan murni, melainkan komponen dalam rantai produksi keuntungan. Atlet seperti Michael Jordan atau LeBron James tidak lagi sekadar pemain; mereka adalah merek hidup dengan nilai pasar mencapai ratusan juta dolar.

Teori Marx menjelaskan mekanisme keuntungan dalam kapitalisme sebagai hasil eksploitasi sistematis, dan NBA memberikan ilustrasi

empiris. Atlet dapat dipandang sebagai *tenaga kerja* yang diproduksi oleh sistem: mereka dilatih sejak muda, dibentuk menjadi mesin performa tinggi, kemudian diperdagangkan di pasar. Kontrak NBA sering membatasi gaji misalnya, pemain rookie menerima bayaran rendah meskipun menghasilkan pendapatan besar untuk tim. Ini mencerminkan surplus nilai Marx dalam praktik: pemilik tim, seperti miliarder Mark Cuban dari Dallas Mavericks, membayar atlet di bawah nilai pasar mereka, sambil mengekstrak keuntungan dari penjualan tiket, merchandise, dan hak siar. LeBron James, sebagai contoh, telah menghasilkan lebih dari \$1 miliar untuk NBA melalui penjualan jersey dan iklan, namun gajinya dibatasi oleh regulasi liga untuk mempertahankan keuntungan pemilik.

Pasar konsumen juga mengalami komodifikasi secara intensif. Penggemar tidak lagi hanya menonton; mereka membeli pengalaman seperti tiket pertandingan dengan harga ribuan dolar, jersey bertanda tangan, atau langganan streaming NBA League Pass. Fetisisme komoditas Marx terwujud di sini: nilai basket diukur berdasarkan harga, bukan kegembiraan intrinsik. Sponsor seperti Nike membayar jutaan untuk hak branding, mengubah pemain menjadi billboard hidup. Globalisasi NBA memperluas fenomena ini, dengan pertandingan di Tiongkok atau Eropa menarik jutaan penonton baru, menghasilkan keuntungan dari pasar internasional yang haus akan hiburan Amerika.

Akhirnya, NBA beroperasi sebagai monopoli sebuah kartel liga yang

mengontrol aturan, transfer pemain, dan distribusi yang mencegah persaingan bebas, memungkinkan akumulasi modal tanpa henti. Hal ini selaras dengan kritik Marx: olahraga menjadi instrumen alienasi, di mana atlet mengalami cedera kronis dan kelelahan, penggemar terperangkap dalam konsumsi tak berujung, dan nilai sosial olahraga terkubur di bawah tumpukan keuntungan.

Sejak rilis 5 April 2023, *Air* (2023) Affleck fokus perekrutan Jordan Nike rengkuh popularitas tinggi. Komersial: US\$90 juta global (US\$24 juta domestik), solid internasional meski non-blockbuster superhero. Dorongan: review kritis (92% Rotten Tomatoes, 73 Metacritic) puji dinamika bisnis olahraga, akting Damon-Vaccaro; nominasi Oscar Best Picture/Supporting Actor (Viola Davis), penghargaan Cannes tingkatan eksposur.

Respons audiens tunjuk apresiasi narasi dinamika bisnis olahraga, tapi kritik muncul atas absen visual-naratif Jordan figur sentral. Kritikus tekankan hal ini kurang kedalaman dampak kontrak pada karier atlet serta perspektif negosiasinya.



1.1.1 Ulasan dari Website IMDb

Semiotika, sebagai bidang studi yang menyelidiki tanda-tanda serta sistem makna, telah berkembang menjadi instrumen analisis krusial dalam penelitian budaya dan media, termasuk dalam kajian film. Roland Barthes, seorang pakar semiotika asal Prancis, mendefinisikan semiotika sebagai *ilmu tentang tanda-tanda* dalam karya seminalnya berjudul *Elements of Semiology* (1964), di mana ia menyatakan bahwa semiotika merupakan cabang linguistik yang mengkaji sistem tanda-tanda (Barthes, 1964). Dalam hal ini, tanda-tanda tidak terbatas pada kata-kata, melainkan mencakup gambar, objek, dan unsur visual yang membangun makna dalam proses komunikasi. Teori semiotika Barthes menegaskan bahwa makna bukanlah entitas statis, melainkan terbentuk melalui interpretasi yang dipengaruhi oleh konteks budaya dan sosial. Ia membagi semiotika ke dalam tiga tingkatan utama *denotasi*, *konotasi* yang kemudian berkembang menjadi konsep *mitos*, yang sangat berguna untuk menganalisis film seperti *Air* (2023), sebuah biopik yang menceritakan kolaborasi antara Nike dan Michael Jordan dalam penciptaan sepatu basket ikonik.

Pada tingkatan pertama, yaitu denotasi, Barthes menjelaskan bahwa ini merujuk pada makna literal atau deskriptif dari tanda, di mana tanda secara langsung mengacu pada objek atau realitas tanpa interpretasi tambahan. Dalam *Elements of Semiology*, Barthes menyatakan bahwa denotasi merupakan tingkat pertama makna, yang bersifat langsung dan

objektif (*Barthes, 1964*). Untuk film *Air (2023)*, denotasi dapat diterapkan pada elemen visual mendasar, seperti tampilan eksplisit sepatu Nike Air Jordan atau dialog yang secara langsung menggambarkan peristiwa historis, misalnya pertemuan antara Sonny Vaccaro (diperankan oleh Matt Damon) dan Michael Jordan (diperankan oleh Damian Young). Tingkatan ini memfasilitasi identifikasi *apa yang ada* dalam film tanpa analisis mendalam, seperti bagaimana kostum, latar, dan properti secara harfiah merepresentasikan dunia olahraga dan bisnis pada dekade 1980 an.

Tingkatan kedua, konotasi, melibatkan makna tambahan yang muncul dari asosiasi budaya, emosional, atau ideologis. Barthes menguraikan konotasi sebagai makna kedua yang ditambahkan pada denotasi, yang bergantung pada konteks (*Barthes, 1964*). Dalam analisis film, konotasi terwujud melalui simbolisme, seperti bagaimana warna merah dan hitam pada sepatu Air Jordan tidak hanya mewakili desain produk, tetapi juga membawa konotasi kekuatan, keberanian, dan identitas *Afrika Amerika*, yang terkait dengan perjuangan rasial serta kebangkitan budaya *hip-hop*. Film *Air (2023)* memanfaatkan konotasi ini untuk membangun narasi tentang inovasi dan persaingan, di mana adegan seperti latihan basket atau iklan televisi tidak sekadar menggambarkan olahraga, melainkan menyiratkan tema ambisi kapitalis dan impian Amerika. Barthes menekankan bahwa konotasi ini bersifat subjektif dan tergantung pada pengetahuan penonton, sehingga dalam kajian *Air*, kita dapat mengamati

bagaimana elemen seperti musik latar atau ekspresi wajah aktor memicu emosi kegembiraan atau ketegangan, yang memperkaya interpretasi film sebagai kisah transformasi budaya melalui produk konsumen.

Tingkatan ketiga dan paling kompleks dalam teori Barthes adalah mitos, yang ia elaborasi dalam *Mythologies* (1957), di mana ia mendefinisikan mitos sebagai sistem tanda-tanda yang digunakan untuk menjustifikasi atau mempertahankan ideologi tertentu (Barthes, 1957). Mitos bukanlah sekadar narasi, melainkan mekanisme di mana tanda-tanda digunakan untuk membuat sesuatu tampak alami atau tak terbantahkan, sering kali untuk mendukung kekuasaan dominan. Dalam konteks film *Air* (2023), mitos dapat diterapkan pada cara film ini memitoskan Nike sebagai inovator yang memberdayakan atlet kulit hitam, sambil menyembunyikan aspek eksploitasi ekonomi atau stereotip rasial. Contohnya, ikon Michael Jordan sebagai *pahlawan* mitos dalam budaya populer, di mana sepatu Air Jordan menjadi simbol status sosial, bukan hanya produk, melainkan pembawa narasi tentang kesuksesan Amerika yang mengaburkan ketidaksetaraan. Barthes menyatakan bahwa *mitos adalah jenis bicara yang mengubah sejarah menjadi alamiah* (Barthes, 1957), sehingga analisis film ini dapat mengungkap bagaimana Air berkontribusi pada mitos kapitalisme olahraga, di mana perusahaan seperti Nike digambarkan sebagai penyedia kesempatan, padahal sebenarnya memperkuat struktur kekuasaan.

Dalam penerapan semiotika Barthes untuk mengkaji film *Air* (2023),

analisis dapat dilakukan secara sistematis. Dimulai dari denotasi untuk memahami elemen dasar seperti plot dan karakter, dilanjutkan dengan konotasi untuk mengeksplorasi lapisan makna budaya, dan berakhir pada mitos untuk mengkritisi bagaimana film ini membentuk ideologi konsumerisme. Film ini, yang disutradarai oleh Ben Affleck, menyediakan materi analisis semiotik yang kaya karena mengintegrasikan elemen visual, naratif, dan simbolik yang mencerminkan dinamika budaya kontemporer. Dengan menggunakan kerangka Barthes, kajian ini tidak hanya menguraikan fungsi tanda-tanda dalam film, tetapi juga mengungkap implikasi sosialnya, seperti bagaimana Air memperkuat mitos tentang kesuksesan melalui merek, yang relevan dalam era media sosial di mana produk menjadi komponen identitas pribadi. Secara keseluruhan, teori semiotika Barthes menyediakan alat untuk membaca film bukan sebagai hiburan belaka, melainkan sebagai teks budaya yang sarat makna tersembunyi, memungkinkan penonton untuk mempertanyakan realitas yang disajikan.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, maka dapat ditarik rumusan masalah diantaranya :

1. Apa saja bentuk denotasi, konotasi dan mitos ketimpangan sosial politik yang terlihat dari film *Air* 2023 tersebut?
2. Apa saja hasil interpretasi ketimpangan kapitalisme sosial politik teori Komodifikasi Karl Marx yang dapat dianalisis menggunakan model semiotika barthes?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, penelitian yang telah dijelaskan, penelitian yang berjudul “Analisis Semiotika Ketimpangan Kapitalisme Sosial Politik dalam Film *Air* (2023)” memiliki tujuan mengungkap bentuk Denotasi, Konotasi, dan Mitos ketimpangan sosial politik, juga memberikan penggambaran interpretasi Barthes dan Marx dalam film tersebut.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman mengenai ketimpangan kapitalisme sosial politik yang tergambar dalam film *Air* (2023). Selain itu, analisisnya dapat dilakukan dengan menggunakan teori Komodifikasi Karl Marx. Penelitian ini juga bertujuan untuk berfungsi sebagai tinjauan pustaka bagi peneliti mendatang, serta

menyediakan informasi dan wawasan mendalam, khususnya di bidang pendidikan, terutama dalam disiplin ilmu sosial dan ilmu politik.

1.4.2 Manfaat Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pemahaman mengenai peran film dalam menginterpretasi representasi visual dan simbolik, serta dalam menafsirkan mekanisme kekuasaan yang beroperasi di balik narasi politik. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan manfaat dengan meningkatkan kesadaran terhadap ketimpangan sosial, yang tidak hanya digambarkan secara eksplisit dalam alur cerita, melainkan juga dikonstruksi secara subtil melalui tanda-tanda, bahasa, dan wacana, yang semuanya dapat dianalisis dengan menggunakan pendekatan semiotika dan teori Komodifikasi Marx.