

Makna Simbolik pada Cover CD Hellowar: On The March To The Final Doom

¹Sony Mulia Pratama²Maya Amalia Oesman

^{1,2}*Bidang Kajian Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung*

Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116

e-mail: ¹snicksnackrecords@yahoo.com

Abstract: Artwork is part of the creative products of the underground community. Creative product is still rarely used in the mainstream music industry, it makes artwork something interesting and taken into account. Artwork can also be categorized as a symbol since it can reflect and encounters an identity with meaning. CD Cover entitles Hellowar "On The March To The Final Doom" has a stunning visual display. Therefore, this CD packaging has more value in the eyes of consumers. This reason makes the author try to examine more in every image, that is by examining the symbol that will reveal the denotative, connotative, and myth meanings. This study examines the meaning of the symbols found on the artwork entitles Hellowar "On The March To The Final Doom" by using the paradigm of qualitative approach with a semiotic analysis of Roland Barthes. This study can be attributed to the concept of PR Marketing, identifies the connection of CD cover artwork than as a form of promotion is also to maintain the identity of the products marketed to consumers.

Key Words: *Artwork, Hellowar, Roland Barthes, Semiotic, PR Marketing*

Abstrak. *Artwork* adalah bagian dari produk kreatifitas komunitas underground. Produk kreatifitas ini masih jarang digunakan dalam industri musik mainstream, hal ini menjadikan *artwork* menjadi sesuatu yang menarik dan diperhitungkan. *Artwork* juga dapat dikategorikan sebagai sebuah simbol karena dapat merefleksikan dan menginteraksikan sebuah identitas disertai makna. Cover CD Hellowar "On The March To The Final Doom" memiliki tampilan yang memukau secara visual. Oleh karena itu, kemasan CD ini mempunyai nilai lebih di mata konsumen. Alasan ini yang membuat penulis mencoba untuk meneliti lebih dalam setiap gambar yang ada dengan cara meneliti symbol yang akan mengungkap makna denotatif, konotatif, maupun mitos. Penelitian ini meneliti mengenai makna simbol yang terdapat pada *artwork* Hellowar "On The March To The Final Doom" dengan menggunakan pendekatan paradigma kualitatif dengan analisis semiotika Roland Barthes. Penelitian ini dapat dihubungkan dengan konsep Marketing PR, melihat adanya hubungan dari *artwork* cover CD ini selain sebagai bentuk promosi juga untuk menjaga identitas produk yang dipasarkan kepada konsumen.

Kata Kunci: *Artwork, Hellowar, Roland Barthes, Marketing PR*

A. Pendahuluan

Komunikasi adalah hal yang tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan manusia. Setiap manusia pasti akan berkomunikasi baik secara verbal maupun nonverbal, secara sadar atau pun tidak sadar, seorang diri atau bersama manusia lainnya. Sehingga komunikasi merupakan hal fundamental yang meliputi semua aspek kehidupan manusia, dengan demikian tidak ada manusia yang tidak akan berkomunikasi sama sekali.

Salah satu media komunikasi yang saat ini adalah musik. Berbicara mengenai musik di Indonesia tentunya tidak akan lepas dari perkembangan musik itu sendiri. Dari tahun ke tahun perkembangan musik di Indonesia berkembang dengan pesat, bahkan tidak sedikit musisi-musisi ternama lahir. Adapun yang membuktikan bahwa musik dapat dijadikan media komunikasi dapat dilihat dalam komunitas musik underground. Komunitas underground merupakan suatu komunitas yang minoritas, dikarenakan jumlah pendengarnya tidak begitu banyak dibanding pendengar musik

pop atau dangdut yang juga eksis. Hal ini dikarenakan musik underground cenderung terdengar seperti musik yang berisik di telinga orang awam dibanding dengan musik pop yang *easy listening*. Ditambah penampilan para pelaku underground yang terlihat urakan. Pembahasan mengenai musik tentunya tidak akan luput dengan produk kreatifitas yang dihasilkan para musisi tersebut. Sama saja dengan ranah mainstream komunitas underground pun memiliki produk kreatifitasnya sendiri. Berbagai macam produk seperti kaset, vinyl, CD, t-shirt, sweater, flyer, bahkan sticker dapat kita temui juga dapatkan.

Beberapa hal menarik dari komunitas underground yang saat ini sering ditonjolkan bahkan menjadi bagian yang penting yaitu *artwork*. Di dalam komunitas musik mainstream *artwork* sangat jarang digunakan sebagai bagian dari produk kreatif sebuah kelompok musik, namun bila dibandingkan dalam lingkup komunitas underground itu menjadi hal yang berbeda. Oleh sebab itu, tidak heran jika banyak kelompok musik underground lokal maupun internasional tidak hanya menggunakan lirik untuk merepresentasikan ide-ide mereka. Adapun saat ini *artwork* juga menjadi sebagai salah satu media yang dapat diperhitungkan untuk penyampaian sebuah ide dalam komunitas underground.

Salah satu bentuk *artwork* yang menarik perhatian peneliti adalah sebuah *artwork* dalam cover CD dari kelompok musik underground lokal yang bernama *Hellowar*. Band *hardcore/punk/metal* asal Jakarta ini memiliki pengaruh yang kuat dari beberapa band seperti *Tragedy*, *His Hero Is Gone*, *Consume*, *Black Sabbath*, dll. Untuk cover CD *Hellowar* yang bertajuk "*On The March To The Final Doom*" terdapat *artwork* yang dibuat oleh seorang *artist* lokal bertalenta bernama Abud Maud. Abud juga sering mengerjakan *artwork* untuk band-band di lingkup komunitas underground lokal maupun internasional. *Artwork* ini sendiri dicetak dan dipublikasikan *Hellowar* sebagai cover CD yang dirilis oleh Revulsion Records yang merupakan salah satu label rekaman underground asal Malaysia. Peneliti melihat *artwork* yang terdapat dalam cover CD *Hellowar* "*On The March To The Final Doom*" memiliki suatu tujuan penyampaian sebuah pesan yang ingin disampaikan secara nonverbal melalui media gambar. Dengan lahirnya banyak talenta dalam kesenian khususnya seni *artwork*, setiap individu, organisasi, atau kelompok yang bahkan tak bisa menggambar pun dapat menggunakan jasa mereka untuk membuat sebuah karya yang mewakili ide setiap individu, organisasi, atau kelompok itu sendiri.

Dalam konteks Public Relations, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya cakupan dan bahasan seorang PR. Seorang PR diharapkan mampu melakukan riset dalam berbagai masalah atau pun bidang yang berkaitan dengan publik. Selain itu penelitian ini merupakan salah satu bentuk kegiatan Marketing Public Relations (Marketing PR). Bidang keilmuan yang dipelajari dalam Marketing PR salah satunya bertujuan untuk mempromosikan dan menjaga citra produk. Di dalam kajian Ilmu Komunikasi terdapat suatu ilmu yaitu Marketing Public Relations (Marketing PR). Marketing PR di definisikan sebagai proses perencanaan dan pengevaluasian program-program yang merangsang pembelian dan kepuasan konsumen melalui komunikasi mengenai informasi yang dapat dipercaya dan melalui kesan-kesan yang menghubungkan perusahaan dan produknya sesuai dengan kebutuhan, keinginan, perhatian, dan kepentingan para konsumen. (dalam Ruslan, 2010:245) Marketing PR tidak menekankan pada kegiatan selling seperti kegiatan (periklanan). Namun lebih kepada pemberian informasi, pendidikan dan upaya peningkatan pengertian lewat

penambahan pengetahuan mengenai suatu merk produk dan jasa agar lebih kuat dampaknya dan lebih lama diingat oleh konsumen.

Menurut Philip Kottler, Marketing PR diciptakan untuk menambah atau memberikan nilai bagi produk melalui kemampuan yang unik yang menunjukkan kredibilitas pesan produk. (dalam Ruslan, 2010:245) Dalam cover CD Hellowar “*On The March To The Final Doom*” tidak terlepas dari kegiatan promosi album oleh pihak label yang merilis yaitu Revulsion Records.

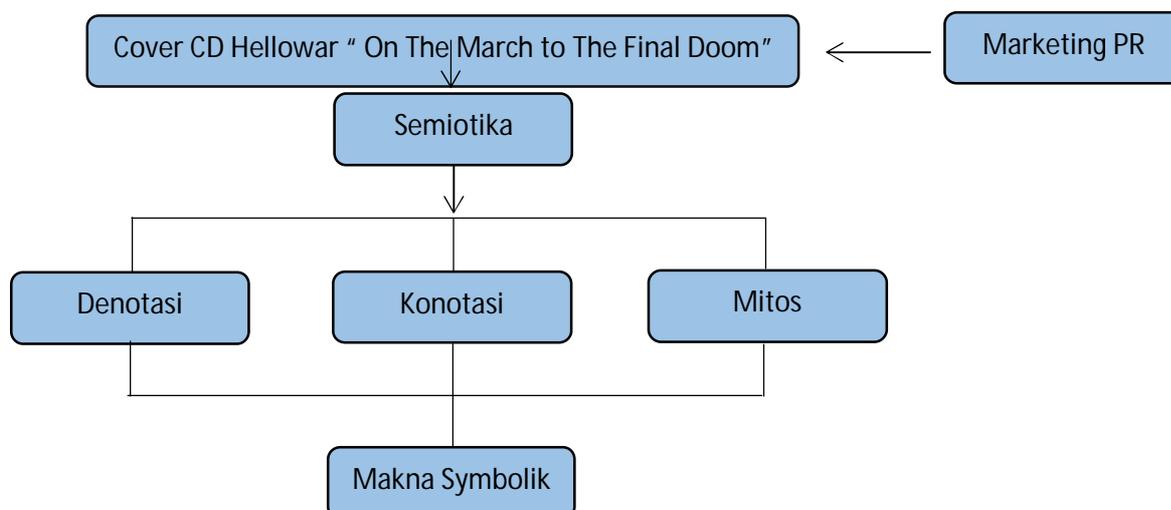
Secara umum pengertian Marketing Public Relations merupakan suatu proses perencanaan, pelaksanaan dan pengevaluasian program-program yang dapat merangsang pembelian dan kepuasan konsumen melalui pengkomunikasian informasi yang dapat dipercaya dan melalui kesan-kesan positif yang ditimbulkan dan berkaitan dengan identitas perusahaan atau produknya sesuai dengan kebutuhan, keinginan, perhatian dan kepentingan para konsumennya.

Perbedaan-perbedaan antara pemasaran dan public relations tetap ada, namun perbedaan kedua peranan tersebut bisa dipersempit atau diupayakan titik temu perannya (equal function) dalam hal pencapaian tujuannya (main objective) dan khalayak sasaran (target audience),

Daya tarik yang berusaha ditonjolkan untuk album ini tergambar dari *artwork* CD tersebut. Tujuannya selain untuk menarik minat juga sebagai cara menjaga identitas dan kualitas produk yang ingin dipasarkan kepada konsumen. Pada *artwork* ini menampilkan gambaran seorang ksatria *Viking* yang sedang bertempur dengan musuh-musuhnya di dalam suatu arena perang. Gambaran seperti pedang, helm bertanduk ala *Viking*, dan prajurit-prajurit yang gagah perkasa dapat kita lihat dalam *artwork* ini. Ditambah dengan tampilan varian warna yang membuatnya semakin menarik.

Sebuah *artwork* memiliki agenda media yang kemudian membuat komunikatornya (*artist*) menuangkan ide yang dipahaminya ke dalam sebuah bentuk gambar dan disajikan kepada khalayak. Oleh karena itu, berdasarkan hal tersebut menjadi dasar bahwa makna simbol sebuah *artwork* pada cover CD dapat diuraikan menggunakan metode analisis semiotika.

Tabel 1.1 : Kerangka Pemikiran



Sumber: Data Penulis

B. Landasan Teori

Komunikasi merupakan hal yang paling vital dalam kehidupan manusia. Selama proses kehidupan manusia tidak bisa terlepas dari proses menyampaikan dan menerima pesan ke dari orang lain. Artinya, komunikasi telah menjadi bagian dari pola hidup manusia, bahkan bisa dikatakan menjadi kebutuhan mendasar bagi manusia. Dalam kehidupan sehari-hari, tindakan komunikasi memiliki pengaruh yang besar, sehingga sebuah kalimat dari Paul Watzlawick “*We Cannot Not Communicate*” adalah benar.

Bahasa merupakan jembatan yang digunakan manusia dalam tindakan komunikasi. Kemudian, bahasa pula yang dipakai dalam penggunaan komunikasi verbal. Dalam pengertian yang populer, bahasa adalah percakapan, sementara dalam wacana linguistik bahasa diartikan sebagai simbol bunyi bermakna dan beratikulasi (dihasilkan oleh alat ucap), yang bersifat arbitrer dan konvensional, yang dipakai sebagai alat berkomunikasi oleh sekelompok manusia untuk melahirkan perasaan dan pikiran. (Sobur, 2009:274)

Dalam tindakan komunikasi dalam memahami isi dan pesan manusia tidak hanya mempersepsi dari bahasa verbalnya: (halus, lembut, kasar, fasih berbahasa asing, intelektual, penuh wawasan, dsb) namun dari bagaimana perilaku nonverbalnya juga. Secara sederhana, dapat disimpulkan pesan nonverbal adalah isyarat yang bukan kata-kata. Seluruh komunikasi manusia digerakan oleh simbol-simbol, dibentuk oleh simbol-simbol, dan dirayakan dengan simbol-simbol. Oleh sebab itu, Sussane K. Langer menyatakan keyakinannya bahwa “Kebutuhan dasar ini, yang memang hanya ada pada manusia, adalah kebutuhan akan simbolisasi. Fungsi pembentukan simbol ini adalah satu di antara kegiatan-kegiatan dasar manusia, seperti makan, melihat, dan bergerak. Ini adalah proses fundamental dari pikiran, dan berlangsung setiap waktu. (Sobur, 2009:254)

Penelitian ini menggunakan pendekatan paradigma kualitatif. Penelitian kualitatif mengharuskan seorang peneliti menjadi instrument kunci, yang artinya seorang peneliti terlibat sepenuhnya dalam kegiatan informan kunci yang menjadi subjek penelitian dan sumber informasi penelitian. Dengan demikian, manusia adalah satu-satunya makhluk hidup yang menggunakan lambang. Salah satu keunggulan manusia dibanding makhluk lainnya adalah keistimewaan mereka sebagai *animal symbolicum*. Hampir semua pernyataan manusia baik yang ditujukan untuk kepentingan dirinya, maupun untuk kepentingan orang lain dinyatakan dalam bentuk simbol. Korelasi antara pihak-pihak yang ikut serta dalam proses komunikasi banyak ditentukan oleh simbol atau lambang-lambang yang digunakan dalam berkomunikasi. Simbol dalam bahasa komunikasi seringkali diistilahkan sebagai lambang. Lambang atau simbol adalah sesuatu yang digunakan untuk menunjuk sesuatu lainnya, berdasarkan kesepakatan kelompok orang.

Penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata verbal maupun nonverbal dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Seorang peneliti dalam penelitian kualitatif tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi dalam variabel atau hipotesis, namun perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan. Semiotika secara etimologi berasal dari kata “*semeion*” yang berarti tanda. Sedangkan secara terminologi

semiotika didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa dan seluruh kebudayaan sebagai suatu tanda. Littlejohn mendefinisikan bahwa “tanda-tanda” (*signs*) adalah basis dari seluruh komunikasi.

Semiotika memandang semua hal merupakan tanda-tanda yang diproses oleh manusia untuk mendapatkan suatu arti (*meaning*). Ucapan, tindakan, gambar, objek, peristiwa hingga kebudayaan dibentuk oleh suatu dasar yaitu tanda. Manusia selalu mencoba untuk memaknai segala sesuatu yang berada disekitarnya dan proses pemaknaan ini menjadi fokus dari kajian semiotika.

Semiotika adalah istilah yang dipakai untuk merujuk pada bidang studi yang mempelajari makna atau arti dari suatu tanda atau lambang. Kata “semiotika” itu sendiri berasal dari bahasa Yunani, *semeion* yang berarti “tanda” (Sudjiman dan van Zoest, 1996:vii) atau *seme*, yang berarti “penafsir tanda”. (Cobley dan Jansz, 1999:4)

Secara harfiah, bahasa nonverbal dalam komunikasi dapat dipahami sebagai bahasa tanpa menggunakan kata-kata atau komunikasi tanpa bahasa, selain itu biasa disebut juga bahasa isyarat atau bahasa diam (*silent language*). Bahasa non verbal mulai menarik perhatian para ahli diperkirakan sejak tahun 1873, diawali dengan munculnya tulisan Charles Darwin mengenai bahasa ekspresi wajah manusia.

Menurut Mehrabian (Tubbs & Moss, 1994:103) bahwa 93 persen dari semua makna sosial dalam komunikasi tatap-muka diperoleh dari tanda-tanda nonverbal, sementara Birdwhistell (1970, dalam Tubss & Moss, 1994:103) memperkirakan bahwa 65 persen dari komunikasi semacam itu adalah nonverbal. (Sobur, 2009:123)

Barthes memiliki pendapat bahwa bahasa adalah sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu. Pandangan ini ia ajukan dalam *Writing Degree Zero* (1953) dan *Critical Essays* (1964).

Suatu tanda menandakan sesuatu selain dirinya sendiri, dan makna (*meaning*) adalah korelasi antara suatu objek atau idea dan suatu tanda (Littlejohn, 1996:64). Konsep dasar ini mengikat bersama seperangkat teori yang amat luas berurusan dengan simbol, bahasa, wacana, dan bentuk-bentuk nonverbal, teori-teori yang menjelaskan bagaimana tanda saling berhubungan dengan maknanya dan bagaimana tanda disusun. Pada umumnya, studi terhadap tanda merujuk kepada semiotika.

Peran *the reader* (pembaca) adalah salah satu poin penting yang diperhatikan Barthes. Keaktifan pembaca dibutuhkan untuk membuat berfungsi makna konotasi yang pada dasarnya merupakan sifat asli tanda. Barthes mengulas mengenai sistem pemaknaan tataran kedua yang dibangun di atas sistem lain yang telah ada sebelumnya.

Tabel 1. Peta tanda Roland Barthes

1. Signifier (penanda)	2. Signified (petanda)
3. Denotative Sign (Tanda Denotatif)	
4. CONOTATIVE SIGNIFIER (PENANDA KONOTATIF)	5. CONOTATIVE SIGNIFIED (PETANDA KONOTATIF)

6. CONOTATIVE SIGN (TANDA KONOTATIF)

Sumber: Alex Sobur. 2003. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya., hlm 69

Konsep Barthes ini menunjukkan bahwa ada sesuatu yang lain pada tanda konotatif yakni tanda konotatif tidak hanya memiliki makna tambahan namun terkandung juga bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Sesungguhnya, inilah sumbangan Barthes yang sangat berarti bagi penyempurnaan semiologi Saussure, yang hanya berhenti pada penandaan dalam tataran denotatif.

Dalam pengertian umum, denotasi biasanya dimengerti sebagai makna harfiah, makna “sesungguhnya” bahkan kadang kala juga dirancukan dengan referensi atau acuan. Proses signifikasi yang secara tradisional disebut sebagai denotasi ini biasanya mengacu pada penggunaan bahasa dengan arti yang sesuai dengan apa yang terucap. Akan tetapi di dalam semiologi Roland Barthes dan para pengikutnya, denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua. Dalam hal ini denotasi justru lebih di asosiasikan dengan ketertutupan makna dan dengan demikian, sensor atau represi politik. Makna denotasi dalam penelitian ini dapat ditemukan dengan cara melihat suatu objek dengan kasat mata. Ini merupakan reaksi yang paling ekstrem melawan keharfiahan denotasi yang bersifat opresif ini, Barthes mencoba menyingkirkan dan menolaknya. Bagi Barthes, yang ada hanyalah konotasi semata-mata. Penolakan ini mungkin terasa berlebihan, namun ia tetap berguna sebagai sebuah koreksi atas kepercayaan bahwa makna “harfiah” merupakan sesuatu yang bersifat alamiah. (Sobur, 2009:71)

Dalam kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi yang disebut ‘mitos’, yang berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan kebenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu (dalam Sobur, 2009:71). Makna konotasi dalam penelitian ini merupakan makna tingkat dua yang dicari setelah makna denotasi yang ditemukan dengan cara melakukan observasi lebih dalam mengenai simbol-simbol yang terdapat pada ranah denotasi.

Pertimbangan atau alasan Barthes untuk menempatkan ideologi dengan mitos dikarenakan baik dalam ideologi dan mitos, hubungan antara penanda konotatif dan pertanda konotatif terjadi secara termotivasi. (dalam Sobur, 2009:71). Ideologi ada selama kebudayaan ada, oleh sebab itu Barthes berbicara tentang konotasi sebagai suatu ekspresi budaya. Hal ini disebabkan, seperti Marx, Barthes juga memahami ideologi sebagai kesadaran palsu yang membuat orang hidup di dalam imajiner dan ideal, meskipun realitas hidupnya yang sesungguhnya tidak seperti demikian. Semiotika komunikasi mengkaji tanda yang berada dalam konteks komunikasi secara lebih mendalam. Hal ini berarti semua yang berkaitan dengan semiotika juga melibatkan berbagai elemen-elemen komunikasi.

Charles Sanders Peirce menciptakan semiotika agar dapat memecahkan dengan lebih baik ihwal inferensi (pemikiran logis); namun menurut Eco, semiologi juga membahas persoalan-persoalan “signifikasi” dan komunikasi. (Sobur, 2009:21)

Secara sederhananya aplikasi semiotika dalam komunikasi bisa dilakukan apabila ada hubungan antara pengirim dan penerima. Dalam hal ini bisa dilakukan melalui berbagai jenis dari mulai iklan, kode nonverbal, film, musik, hingga karya atau

sastra kesenian.

Dalam penggunaan semiotika tentu harus memperhatikan dasar pada pemahaman yang komprehensif agar penelitian tidak keluar dari jalurnya. Elemen-elemen dasar semiotika di antara lain; komponen tanda (denotasi dan konotasi), aksis tanda (sintagma dan sistem), tingkatan tanda (denotasi dan konotasi), dan relasi antar tanda (metapora dan metamini).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam penelitian mengenai makna simbol yang terdapat pada cover CD Hellowar "*On The March To The Final Doom*" beberapa penemuan yang didapatkan oleh peneliti akan dibahas pada bab ini. Penelitian ini seperti yang sudah disebutkan sebelumnya berpijak kepada analisis semiotika Roland Barthes. Namun, terdapat pertanyaan khusus mengenai korelasi *artwork* sebagai cara meningkatkan penjualan CD dalam hal ini berkaitan untuk tetap memasukan peran *Public Relations* dalam penelitian ini yang cenderung lebih ke arah kajian Jurnalistik.

Makna denotasi adalah makna yang dilihat secara kasat mata atau bisa diartikan sebagai makna harfiah. Dengan demikian dalam bagian ini peneliti akan menganalisis *artwork* Hellowar "*On The March To The Final Doom*" dengan melihat gambar-gambar yang terdapat di dalamnya. Ini merupakan signifikansi tingkat pertama dalam analisis semiotika Roland Barthes. *Artwork* ini secara keseluruhan merupakan sebuah rangkaian cerita layaknya seperti yang terdapat di dalam komik. Jadi, setiap gambar memiliki kaitan antara satu sama lain yang membangun sebuah kerangka cerita. Makna konotasi merupakan makna denotatif ditambah dengan segala gambaran, perasaan, ingatan yang tercipta dari *artwork* Hellowar "*On The March To The Final Doom*". Pembahasan dari tiap unsur komposisi yang sudah disebutkan terlebih dahulu diatas akan mencakupi kedua makna tersebut. Walaupun, pembahasan mengenai makna konotasi jauh mendominasi akan pembahasan makna dari *artwork* karya Abud Maud yaitu, Hellowar "*On The March To The Final Doom*".

Mitos yang terdapat di dalam *artwork* Hellowar "*On The March To The Final Doom*" karya Abud Maud secara garis besar menggambarkan situasi perang. Mitos adalah sistem signifikansi tingkat kedua dalam semiotika Roland Barthes. Mitos dipakai untuk mendistorsi kenyataan, akibatnya akan timbul stigma dari berbagai kalangan di masyarakat. Kemudian akan memunculkan persepsi yang dapat membentuk pola pikir seseorang dalam menanggapi mitos. Pada hakikatnya, mitos adalah usaha rasional manusia, sebab tanpa usaha manusia rasional, mitos tidak akan mengenal dirinya sebagai mitos. Jadi, mitos tidak berdiri secara otonom. Dalam semiotika Roland Barthes mitos mencakup bagian penanda, petanda, dan tanda konotatif.

Perang adalah situasi dan kondisi dimana ada dua kubu yang saling bertarung dan berusaha mengalahkan satu sama lain untuk mencapai tujuan yang menjadi cita-citanya. Bila merujuk pada sejarah di Indonesia juga tidak terlepas dari perang, kita semua sudah mengetahui negara ini untuk mencapai kemerdekaan yang nyata memerlukan perjuangan melawan penjajah baik secara fisik ataupun dalam bidang politik. Beragam mengenai perjuangan melawan ketidakadilan dapat kita lihat dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu contohnya adalah seperti yang akan peneliti tampilkan di bawah ini, berupa sebuah artikel mengenai penolakan penambangan dan pendirian pabrik Semen di Rembang. Adapun hal-hal yang disebutkan adalah sisi lain dari sebuah perang yang dikuasai oleh sekelompok orang yang memiliki kepentingan

untuk menindas, berbeda dengan *artwork* Hellowar yang mengedepankan seorang Karakter Prajurit Bertangan Empat yang justru melawan balik mereka-mereka yang disini diwakili oleh Karakter Penguasa atau Pemimpin yang memiliki kepentingan dan menindas yang lemah yang dalam kehidupan dapat diwakili dengan sebuah bentuk negara yang otoriter dan menindas, kesewenangan korporasi yang membakar hutan dan menggusur lahan kehidupan rakyat, pihak berwajib yang bisa dibeli dengan uang, atau yang sesuai dengan keadaan di Indonesia adalah oknum pemerintah yang korup dan tidak peduli nasib rakyatnya.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian melalui analisis semiotika Roland Barthes dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Makna denotatif tanda nonverbal atau visualisasi *artwork* Hellowar “*On The March To The Final Doom*” karya Abud Maud adalah memaparkan gambaran mengenai situasi dan kondisi saat perang terjadi dari awal hingga berlangsungnya perang. Gambaran mengenai sebuah proses terjadinya perang antar karakter yang ada dan mengajak kita yang melihat untuk berpikir kritis.
2. Makna konotatif tanda nonverbal *artwork* Hellowar “*On The March To The Final Doom*” karya Abud Maud adalah sebuah persepsi atau keinginan dalam melihat *artwork* tersebut sesuai dengan persepsi dan mitos yang digambarkan. Adapun, memberikan pengetahuan dan arti dari makna-makna yang dibentuk secara simbolik sehingga akan membangun kerangka pemikiran perihal mitos dan pesan apa yang hendak disampaikan.
3. Mitos dalam *artwork* Hellowar “*On The March To The Final Doom*” karya Abud Maud ini dapat terlihat dari gambar maupun lirik dalam CD ini, karena keduanya saling berkaitan satu sama lain. Dalam sebuah pesan terdapat kepentingan dan ide yang berusaha disampaikan, bila merujuk pada penelitian ini lebih mengedepankan pesan kritis terhadap perang yang dikemas dalam gambar. Menampilkan perseteruan dua kubu antara yang kuat melawan yang lemah. Dan darisana kita dapat melihat sekeras apapun perjuangan yang lemah melawan dominasi yang kuat, ia akan selalu akan berhadapan dengan sebuah kekalahan. Dominasi yang kuat bukan hal yang sepele dan dapat dengan mudah ditaklukan. Terlepas dari itu semua *artwork* ini hendak menyampaikan sebuah cerita dalam medan perang yang saat ini masih terjadi dihadapan kita dalam berbagai bentuknya baik secara fisik maupun psikologis. Bahwa dalam medan perang selalu ada yang menang dan kalah, walaupun pada intinya bagaimana proses untuk merebut ketidakadilan dan mengadili dominasi itu sendiri yang menjadi nilai lebih. Tidak peduli seberapa kuat dan besarnya musuh yang dihadapi. *Artwork* ini telah menjadi media penyampaian ide ke hadapan khalayak khususnya dalam komunitas underground.
4. *Marketing Public Relations* dalam *artwork* Hellowar “*On The March To The Final Doom*” ini menampilkan visualiasi gambar yang memukau dan dapat menarik minat kepada konsumen untuk sekedar melihatnya. Juga dapat membuktikan bahwa strategi *marketing public relations* juga dapat diaktifkan dan digunakan dalam komunitas underground yang independen sekalipun, baik disadari maupun tidak disadari.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. 2010. Metode Penelitian untuk Public Relation Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Moleong, Lexy J. 2001. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2008. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja

Rosdakarya

Ruslan, Rosady. 2002. *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*. Depok: Rajawali Pers.

Sobur, Alex. 2009. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.