

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Dalam Tinjauan Pustaka, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki kaitan dengan penelitian yang peneliti lakukan. Dengan demikian, peneliti akan mendapat rujukan pendukung, perbandingan, pelengkap dan gambaran awal mengenai kajian yang terkait permasalahan di dalam penelitian ini. Berikut ini peneliti temukan beberapa hasil penelitian terdahulu tentang komunikasi dalam film:

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Metode yang Digunakan	Hasil Penelitian	Perbedaan Dengan Penelitian Ini	Universitas
1	Representasi Rasisme Dalam Film Men of Honor	Mohammad Firmansyah	Metode Kualitatif Analisis Semiotika John Fiske	Pada level realitas makna dari pesan yang disampaikan, memperlihatkan suatu perlawanan terhadap rasisme yang dilakukan dalam film tersebut. Pada level presentasi makna rasisme dalam teknik pengambilan gambar. Level	Perbedaan dengan penelitian ini adalah bila Mohammad Firmansyah meneliti tentang Rasisme pada film Men of Honor sedangkan dalam penelitian	Universitas Komputer Indonesia

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Metode yang Digunakan	Hasil Penelitian	Perbedaan Dengan Penelitian Ini	Universitas
				ideologi peneliti juga menghubungkan pesan film Men of Honor dengan ideologi rasisme dan terbentuk mulai dari judul film ini sampai adegan-adegan yang menunjukkan tindakan rasis yang merepresentasi rasisme secara jelas dalam film Men of Honor.	ini meneliti tentang Rasisme Orang Kulit Hitam	
2	Representasi Pesan Pluralisme dalam Film CIN(T)A	Ratih Gema Utami	Metode Kualitatif Analisis Semiotika Roland Barthes	Menunjukkan bahwa film Cin(T)a merupakan film merepresentasikan pesan pluralisme melalui empat adegan verbal dan satu adegan nonverbal dengan berbeda sequence yang dianalisis peneliti. Hasil penelitian tersebut adalah sebagai berikut: (a). Tuhan memiliki berbagai nama. (b). Kerukunan antarumat	Penelitian yang diteliti oleh Ratih Gema Utami membahas Pluralisme dalam sebuah film sedangkan dalam penelitian ini meneliti tentang Rasisme	Universitas Komputer Indonesia

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Metode yang Digunakan	Hasil Penelitian	Perbedaan Dengan Penelitian Ini	Universitas
				beragama,(c). Pentingnya komunikasi untuk menjaga keharmonisan,(d) Kebebasan beribadah bagi sesama umat beragama, (e). Usaha untuk memahami orang lain dalam perbedaan		
3	Representasi Simbol Kepahlawanan Dalam Film “The Avengers” Karya Joss Whedon	Sarah Islamiati Hidayat	Metode Kualitatis dengan Analisis Semiotika John Fiske	Menunjukkan bahwa Representasi Simbol Kepahlawanan Dalam Film The Avengers Karya Joss Whedon adalah melalui informasi aktual yang bisa memberikan pendengar pengetahuan dan wawasan baru mengenai simbol-simbol kepahlawanan. Selain itu diperlihatkan juga bagaimana simbol-simbol kepahlawanan yang ada di dalam Film The Avengers. Representasi Simbol Kepahlawanan	Sarah Islamiati Hidayat meneliti tentang Simbol Kepahlawanan yang ada di dalam Film The Avengers sedangkan dalam penelitian ini peneliti lebih meneliti tentang Rasisme Orang Kulit Hitam yang ada di dalam Film Black Panther	Universitas Komputer Indonesia

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Metode yang Digunakan	Hasil Penelitian	Perbedaan Dengan Penelitian Ini	Universitas
				<p>Dalam Film The Avengers adalah penyajian film yang bersifat interaktif. Dalam level realitas diwakilkan dari segi kostum, riasan, gerakan, dan sebaainya memperlihatkan representasi simbol kepahlwanan dengan adanya cara berpakaian dan gerakan para The Avengers. Dalam level ideologi yang diwakilkan dari faham-faham yang bermunculann setelah menonton film, misalnya feminism, kapitalisme, dan dalam film ini terdapat faham liberalisme.</p>		

Sumber : Catatan Peneliti, Maret 2019

2.1.2 Tinjauan Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi adalah salah satu dari aktivitas manusia yang dikenali oleh semua orang namun sangat sedikit yang dapat mendefinisikannya secara memuaskan. Komunikasi memiliki variasi definisi yang tidak terhingga seperti; saling berbicara satu sama lain, televisi, penyebaran informasi, gaya rambut kita, kritik sastra, dan masih banyak lagi. hal ini adalah salah satu permasalahan yang dihadapi oleh para akademisi: dapatkah kita secara layak menerapkan istilah 'sebuah subjek kajian ilmu' terhadap sesuatu yang sangat beragam dan memiliki banyak sisi seperti yang sebenarnya terjadi pada fenomena komunikasi manusia.

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna. Jadi, jika dua orang terlibat dalam komunikasi misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan (Effendy, 2013:9).

Definisi ilmu bergantung pada sistem filsafat yang dianutnya. Sekarang ilmu memperoleh posisi yang bebas dan mandiri. Definisi ilmu tidak lagi didasarkan dan dilihat dari filsafatnya, melainkan berdasarkan apa yang dilaksanakan oleh ilmu tersebut, serta metodologinya. (Wiryanto, 2008:1)

Para ilmuwan dapat mengembangkan ilmunya ke tingkat yang lebih lanjut. Ilmu bukan ibarat sebuah bangunan gedung dengan dasar yang abadi. Struktur

ilmu, bahkan apa yang disebut pokok ilmu, pun mengalami perubahan. Pendapat ini dapat dilihat dari dua sudut pandang penyelidikan. (Wiryanto, 2008:1)

Pertama, Penyelidikan mengenai segi historis ilmu-ilmu yang membawa kita kepada pengertian pada ilmu yang sama. Arti dua istilah yang digunakan dapat berbeda-beda pada waktu yang berlainan. (Wiryanto, 2008:2)

Kedua, ilmu baru itu merupakan titik pertemuan dari beberapa ilmu yang disebut *kulturologi*. Ilmu komunikasi itu sendiri lahir dari titik pertemuan antara sosiologi, psikologi, politik, bahasa, matematika dan teknik. (Wiryanto, 2008:2)

Dalam komunikasi terdapat dua mazhab utama di dalam ilmu komunikasi. *Pertama*, kelompok yang melihat komunikasi sebagai transmisi pesan. Kelompok ini fokus dengan bagaimana pengirim dan penerima, mengirimkan dan menerima [pesan]. Kelompok ini juga sangat memerhatikan dengan hal-hal seperti efisiensi dan akurasi. Pandangan ini melihat komunikasi sebagai proses dimana seseorang memengaruhi perilaku atau cara berpikir orang lain. Jika efek yang muncul berbeda atau kurang dari yang diinginkan, mazhab ini cenderung untuk berbicara dengan istilah-istilah seputar kegagalan komunikasi, dan melihat berbagai tahap dalam proses komunikasi untuk menemukan dimana kegagalan terjadi. Untuk lebih mudahnya saya akan menyebut pandangan ini sebagai kelompok 'proses'

Mazhab *kedua* melihat komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna. Kelompok ini fokus dengan bagaimana pesan, atau teks, berinteraksi dengan manusia di dalam rangka untuk memproduksi makna; artinya, pandangan ini sangat memerhatikan peran teks di dalam budaya kita. Kelompok ini menggunakan istilah seperti signifikasi (pemaknaan), dan tidak menganggap

kesalahpahaman sebagai bukti penting dari keegagalan komunikasi-kesalahpahaman tersebut mungkin merupakan hasil dari perbedaan-perbedaan budaya antara pengirim dan penerima. Bagi mazhab ini, ilmu komunikasi adalah kajian teks dan budaya. Metode utama dari pandangan ini adalah semiotik (ilmu tentang tanda dan makna), dan itu juga merupakan nama yang akan saya gunakan untuk mengidentifikasi pendekatan ini. mazhab proses cenderung mengaitkan diri dengan ilmu-ilmu sosial, terutama psikologi dan sosiologi, dan cenderung memfokuskan dirinya terhadap tindak (acts) komunikasi. Mazhab semiotik cenderung mengaitkan dirinya dengan linguistik dan subjek-subjek seni, dan memiliki kecenderungan untuk memfokuskan dirinya terhadap kerja (*works*) komunikasi.

Berbicara tentang definisi komunikasi, tidak ada definisi yang benar atau yang salah. Seperti juga model atau teori, definisi harus dilihat dari kemanfaatan untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Beberapa definisi mungkin terlalu sempit, misalnya “Komunikasi adalah penyampaian pesan melalui media elektronik”, atau terlalu luas, misalnya “Komunikasi adalah interaksi antara dua pihak atau lebih sehingga peserta komunikasi memahami pesan yang disampaikannya.

“Hakikatnya komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia. Yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya. Dalam “bahasa” komunikasi pernyataan dinamakan pesan (*message*), orang menyampaikan pesan disebut komunikator (*communicator*). Untuk lebih tegasnya, komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan”. (Effendy, 2003:28)

Menurut professor Wilbur Schramm dalam Cangara (2004:1) mengatakan tanpa komunikasi, tidak mungkin terbentuk suatu masyarakat. Sebaliknya tanpa masyarakat, manusia tidak mungkin dapat mengembangkan komunikasi. Berkomunikasi dengan baik akan memberi pengaruh langsung terhadap struktur keseimbangan seseorang dalam masyarakat, apakah ia seorang dokter, dosen, manajer dan sebagainya.

2.1.3 Tinjauan Komunikasi Massa

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Massa

Komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Rakhmat, 2003:188), yakni : *Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people)*. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar dilapangan luas yang dihadiri oleh ribuan, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah: radio siaran dan televisi keduanya dikenal sebagai media elektronik; surat kabar dan majalah keduanya disebut sebagai media cetak; serta media film. Film sebagai media komunikasi massa adalah film bioskop.

Definisi komunikasi massa yang lebih perinci dikemukakan oleh ahli komunikasi lain, yaitu Gerbner. Menurut Gerbner (1967) "*Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most*

broadly shared continuous flow of messages in industrial societies". (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri (Rakhmat, 2003:188).

Dari definisi Gerbner teergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebar, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, dwimingguan atau bulanan. Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan perorangan, melainkan harus oleh lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri.

Definisi komunikasi massa dari Meletzke berikut ini memperlihatkan sifat dan ciri komunikasi massa yang satu arah dan tidak langsung sebagai akibat dari penggunaan media massa, juga sifat pesannya yang terbuka untuk semua orang, dalam definisi Meletzke, komunikasi massa diartikan sebagai setiap bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada publik tersebar (Rakhmat, 2003:188). Istilah tersebar menunjukkan bahwa komunikan sebagai pihak penerima pesan tidak berada di satu tempat, tetapi tersebar di berbagai tempat.

Definisi komunikasi massa menurut Freidson dibedakan dari jenis komunikasi lainnya dengan suatu kenyataan bahwa komunikasi massa dialamatkan kepada sejumlah populasi dari berbagai kelompok, dan bukan hanya satu atau beberapa individu atau sebagian khusus populasi. Komunikasi massa juga

mempunyai anggapan tersirat akan adanya alat-alat khusus untuk menyampaikan komunikasi agar komunikasi itu dapat mencapai pada saat yang sama semua orang yang mewakiliberbagai lapisan masyarakat (Rakhmat, 2003:188).

Bagi Freidson, khalayak yang banyak dan tersebar itu dinyatakan dengan istilah sejumlah populasi, dan populasi tersebut merupakan representasi dari berbagai lapisan masyarakat. Artinya pesan tidak hanya ditujukan untuk sekelompok orang tertentu, melainkan untuk semua orang. Hal ini sesungguhnya sama dengan istilah terbuka dari Meletzke. Freidson dapat menunjukkan ciri komunikasi massa yang lain yaitu adanya unsur keserempakan penerimaan pesan oleh komunikan, pesan dapat mencapai pada saat yang sama kepada semua orang yang mewakili berbagai lapisan masyarakat.

2.1.3.2 Karakteristik Komunikasi Massa

Sebelumnya dibahas tentang pengertian komunikasi massa melalui definisi komunikasi massa yang dikemukakan oleh beberapa ahli ilmu komunikasi. Kita juga sudah mengetahui bahwa definisi-definisi komunikasi massa itu secara prinsip mengandung suatu makna yang sama, bahkan antara satu definisi dengan definisi lainnya dapat dianggap saling melengkapi. Melalui definisi itu pula kita dapat mengetahui karakteristik komunikasi massa. Komunikasi massa berbeda dengan komunikasi antarpersona dan komunikasi kelompok. Perbedaannya terdapat dalam komponen-komponen yang terlibat di dalamnya, dan proses berlangsungnya komunikasi tersebut. Namun, agar karakteristik komunikasi massa itu tampak jelas, maka pembahasannya perlu dibandingkan dengan komunikasi antarpersona. Karakteristik komunikasi massa adalah sebagai berikut:

1. Komunikator Terlembagakan

Komunikasi massa yang pertama adalah komunikatornya. Kita sudah memahami bahwa komunikasi massa itu menggunakan media massa, baik media cetak maupun elektronik. Bahwa komunikasi massa itu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks, mari kita bayangkan secara kronologis proses penyusunan pesan oleh komunikator sampai pesan itu diterima oleh komunikan, apabila pesan itu akan disampaikan melalui surat kabar, maka prosesnya adalah sebagai berikut : komunikator menyusun pesan dalam bentuk artikel, apakah atas keinginannya atau atas permintaan media massa yang bersangkutan. Selanjutnya, pesan tersebut diperiksa oleh penanggung jawab rubrik. Dari penanggung jawab rubrik diserahkan kepada redaksi untuk diperiksa laik tidaknya pesan itu untuk dimuat dengan pertimbangan utama tidak menyalahi kebijakan dari lembaga media massa itu. Ketika sudah laik, pesan dibuat *setting*-nya, lalu diperiksa oleh korektor, disusun oleh *lay-out man* agar komposisinya bagus dibuat *plate*, kemudian masuk mesin cetak. Tahap akhir setelah dicetak merupakan tugas bagian distribusi untuk mendistribusikan surat kabar yang berisi pesan itu kepada pembacanya.

2. Pesan Bersifat Umum

Komunikasi massa itu bersifat *terbuka*, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karenanya, pesan komunikasi massa bersifat umum. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa atau opini. Namun tidak

semua fakta dan peristiwa yang terjadi di sekeliling kita dapat dimuat dalam media massa. Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk apa pun harus memenuhi kriteria penting atau menarik, atau penting sekaligus menarik, bagi sebagian besar komunikan. Dengan demikian kriteria pesan yang penting dan menarik itu mempunyai ukuran tersendiri, kriteria pesan yang penting dan menarik itu mempunyai ukuran tersendiri, yakni bagi sebagian besar komunikan. Ada peristiwa yang mempunyai kategori penting, tetapi hanya penting bagi sekelompok orang. Peristiwa tersebut tentu saja tidak dapat disampaikan melalui media massa.

3. Komunikannya Anonim dan Heterogen

Komunikan pada komunikasi massa bersifat anonim dan heterogen. Pada komunikasi antarpersona, komunikator akan mengenal komunikannya, mengetahui identitasnya, seperti : nama, pendidikan, pekerjaan, tempat tinggal, bahkan mungkin mengenal sikap dan perilakunya. Sedangkan dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Di samping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokkan berdasarkan faktor : usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama dan tingkat ekonomi.

4. Media Massa Menimbulkan Kesenjangan

Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya, adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari itu, komunikasi yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama pula.

Effendy (1981) mengartikan keserempakan media massa itu sebagai keserampakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.

5. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan

Salah satu prinsip komunikasi bahwa komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan (Mulyana, 2000:99. Dalam Elvinaro, dkk 2007:7). Dimensi isi menunjukkan muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu. Sementara Rakhmat (2003) menyebutnya sebagai proporsi unsur isi dan unsur hubungan. Dalam komunikasi antarpersona yang diutamakan adalah unsur hubungan. Semakin saling mengenal antarpelaku komunikasi, maka komunikasinya semakin efektif.

6. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah

Selain ada ciri yang merupakan keunggulan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya, ada juga ciri komunikasi massa yang merupakan kelemahannya. Karena komunikasinya melalui media massa,

maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana halnya terjadi dalam komunikasi antarpersona. Dengan kata lain komunikasi massa itu bersifat satu arah. Untuk memahami lebih jelas tentang sifat komunikasi massa yang satu arah, penulis mengutip penjelasan Rakhmat (1996) dalam buku *Psikologi Komunikasi* yang membandingkan sistem komunikasi massa dengan komunikasi antarpersona dalam hal pengendalian arus informasi. Mengendalikan arus informasi berarti mengatur jalannya pembicaraan yang disampaikan dan yang diterima (Rakhmat,2003:190. Dalam Elvinaro,dkk 2007:7).

7. Stimulasi Alat Indra Terbatas

Komunikasi massa lainnya yang dapat dianggap salah satu kelemahannya, adalah stimulasi alat indra yang terbatas. Pada komunikasi antarpersona yang bersifat tatap muka, maka seluruh alat indra pelaku komunikasi, komunikator dan komunikan, dapat digunakan secara maksimal. Kedua belah pihak dapat melihat, mendengar secara langsung, bahkan mungkin merasa. Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat. Pada radio siaran dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar, sedangkan pada media televisi dan film, kita menggunakan indra penglihatan dan pendengaran.

8. Umpan Balik Tertunda (*Delayed*) dan Tidak Langsung (*Indirect*)

Komponen umpan balik atau yang lebih populer dengan sebutan *feedback* merupakan faktor penting dalam proses komunikasi antarpersona, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa. Efektivitas komunikasi seringkali dapat dilihat dari *feedback* yang disampaikan oleh komunikan. Umpan balik sebagai respons mempunyai volume yang tidak terbatas pada komunikasi antarpersona. Bila penulis memberikan kuliah pada Anda secara tatap muka, penulis akan memperhatikan bukan saja ucapan Anda, tetapi juga kedipan mata, gerak bibir, posisi tubuh, intonasi suara, dan gerakan lainnya yang dapat diartikan. Semua simbol tersebut merupakan umpan balik yang diterima lewat seluruh alat indra. Umpan balik ini bersifat langsung (*direct*) atau segera (*immediate*). Sedangkan dalam proses komunikasi massa, umpan balik bersifat tidak langsung (*indirect*) dan tertunda (*delayed*). Artinya, komunikator komunikasi massa tidak dapat dengan segera mengetahui bagaimana reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya. Tanggapan khalayak bisa diterima lewat telepon, *e-mail* atau surat pembaca. Proses penyampaian *feedback* lewat telepon, *e-mail* atau surat pembaca itu menggambarkan *feedback* komunikasi massa bersifat *indirect*. Sedangkan waktu yang dibutuhkan untuk menggunakan telepon, menulis surat pembaca, mengirim *e-mail* itu menunjukkan bahwa *feedback* komunikasi massa bersifat tertunda (*delayed*).

2.1.3.3 Fungsi Komunikasi Massa

Para pakar mengemukakan tentang sejumlah fungsi komunikasi, kendati dalam setiap item fungsi terdapat persamaan dan perbedaan. Pembahasan fungsi komunikasi telah menjadi diskusi yang cukup penting, terutama konsekuensi komunikasi melalui media massa.

Fungsi komunikasi massa menurut Dominick (2001) terdiri dari *surveillance* (pengawasan), *interpretation* (penafsiran), *linkage* (keterkaitan), *transmission of values* (penyebaran nilai dan *entertainment* (hiburan)

1. Surveillance (Pengawasan)

Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama : (a) *warning or beware surveillance* (pengawasan peringatan); (b), *instrumental surveillance* (pengawasan instrumental).

Fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang ancaman dari angin topan, meletusnya gunung merapi, kondisi yang memprihatinkan tayangan inflasi atau adanya serangan militer. Peringatan ini dengan serta merta dapat menjadi ancaman. Fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari. Berita tentang film apa yang sedang dimainkan di bioskop, bagaimana harga-harga saham di bursa efek, produk-produk baru, ide-ide tentang mode, resep masakan dan sebagainya, adalah contoh-contoh pengawasan instrumental.

(Elvinaro, dkk.2007:14)

2. Interpretation (Penafsiran)

Fungsi penafsiran hampir mirip dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan. Contoh nyata penafsiran media dapat dilihat pada halaman tajuk rencana (editorial) surat kabar. Penafsiran ini berbentuk komentar dan opini yang ditujukan kepada khalayak pembaca, serta dilengkapi perspektif (sudut pandang) terhadap berita yang disajikan pada halaman lainnya.

Penafsiran tidak terbatas pada tajuk rencana. Rubrik artikel yang disajikan pun memberikan analisis kasus di belakang peristiwa menjadi berita utama. Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjut dalam komunikasi antarpersona atau komunikasi kelompok.

(Elvinaro, dkk. 2007:14)

3. Linkage (Pertalian)

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk *linkage* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu. Masyarakat yang tersebar telah dipertalikan oleh media massa untuk memilih. Kelompok-kelompok yang memiliki kepentingan yang sama tetapi terpisah secara geografis dipertalikan atau dihubungkan oleh media.

(Elvinaro, dkk. 2007:17)

4. Transmission of Values (Penyebaran Nilai-Nilai)

Fungsi penyebaran nilai tidak kentara. Fungsi ini juga disebut *sosialization* (sosialisasi). Sosialisasi mengacu kepada cara, dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengan dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain, media mewakili kita dengan model peran yang kita amati dan harapan untuk menirunya. Diantara semua media massa, televisi sangat berpotensi untuk terjadinya sosialisasi (penyebaran nilai-nilai) pada anak muda, terutama anak-anak yang telah melampaui usia 16 tahun, yang banyak menghabiskan waktunya menonton televisi dibanding kegiatan lainnya.

5. Entertainment (Hiburan)

Sulit dibantah lagi bahwa pada kenyataannya hampir semua media menjalankan fungsi hiburan. Televisi adalah media massa yang mengutamakan sajian hiburan. Hampir tiga perempat bentuk siaran televisi setiap hari merupakan tayangan hiburan. Begitu pun radio siaran, siarannya banyak memuat acara hiburan. Memang ada beberapa stasiun televisi dan radio siaran yang lebih mengutamakan tayangan berita. Demikian halnya dengan majalah. Melalui berbagai macam program acara yang ditayangkan televisi, khalayak dapat memperoleh hiburan yang dikehendakinya. Melalui berbagai macam acara di radio siaran pun masyarakat dapat menikmati hiburan. sementara surat kabar dapat melakukan hal tersebut dengan memuat

cerpen, komik, teka teki silang (TTS), dan berita yang mengandung *human interest* (sentuhan manusiawi).

2.1.3.4 Tinjauan Tentang Film

Film adalah bagian dari media massa. Media massa adalah alat perantara yang digunakan untuk melakukan komunikasi massa. Dalam buku yang ditulis Ardianto (2009:103), media massa dapat dibagi menjadi dua kategori, yakni media massa cetak dan media elektronik. Masih dalam buku yang sama, dijelaskan bahwa bentuk-bentuk media massa adalah surat kabar, majalah, radio siaran, televisi, film, serta komputer dan internet. Karena penelitian ini membahas tentang sebuah film, maka akan dijelaskan lebih lanjut tentang film.

Film merupakan hasil dari pengembangan prinsip-prinsip fotografi dan proyektor. Fungsi utama film adalah sebagai media hiburan. Akan tetapi, dalam film dapat terkandung fungsi informatif maupun edukatif, bahkan persuasif (Ardianto 2009: 145). Beberapa karakteristik film yang dirangkum dari buku yang sama, menjelaskan karakteristik film yang membedakan film dengan media massa lain (televisi). Karakteristik- karakteristik tersebut dijabarkan sebagai berikut:

1. Layar yang Luas/Lebar Walaupun sama-sama menggunakan layar sebagai medianya, film menggunakan layar yang lebih luas dan lebar dari televisi. Hal ini memungkinkan penontonnya untuk lebih leluasa melihat adegan-adegan yang disajikan dalam film tersebut.
2. Pengambilan Gambar Karena penggunaan layar yang luas dan lebar, maka pengambilan gambar dalam film dapat dilakukan dari jarak jauh atau extreme long shot dan panoramic shot.

3. Konsentrasi penuh Biasanya rasa “konsentrasi” didapat dari penayangan film di bioskop. Karena pintu ditutup, lampu dipadamkan, dan minimnya gangguan di dalam studio, biasanya kita dapat menikmati film dengan konsentrasi penuh.
4. Identifikasi Psikologis Karena penghayatan yang dalam dan konsentrasi yang penuh, seringkali secara tidak sadar kita menyamakan pribadi kita dengan salah seorang pemeran dalam film itu, sehingga seolah-olah kita-lah yang sedang berperan. Gejala ini disebut identifikasi psikologis. Hal ini dikemukakan oleh Effendy (dalam Ardianto 2009:145- 148).

Film merupakan salah satu bentuk dari media massa, dimana fungsi dari film itu sendiri adalah Pemberi informasi, Pendidikan, dan Hiburan untuk khalayak, karena sifat film yang *audio visual* menjadi sarana pemberian pesan dan makna untuk khalayak yang efektif.

“Film adalah medium komunikasi massa yang ampuh sekali, bukan saja untuk hiburan, tetapi juga untuk penerangan dan pendidikan. Dalam ceramah – ceramah penerangan atau pendidikan kini banyak digunakan film sebagai alat pembantu untuk memberikan penjelasan, bahkan filmnya sendiri banyak yang berfungsi sebagai medium penerangan dan pendidikan secara penuh, artinya bukan sebagai alat pembantu dan juga tidak perlu dibantu dengan penjelasan, melainkan medium penerangan dan pendidikan yang komplit”. (Effendy, 2003:209)

Tujuan khalayak menonton film adalah ingin memperoleh hiburan. Akan tetapi dalam film dapat mengandung nilai-nilai informatif maupun edukatif, bahkan persuasif (Ardianto 2007:145)

1. Sejarah Film

Film pertama kali ditemukan pada akhir abad ke-19, pada masa itu film disebut dengan “foto bergerak” yang pertama kali menemukannya adalah Edward Muybridge pada tahun 1877, Muybridge merupakan seorang fotografer Inggris yang bekerja di California. Muybridge mengambil serangkaian foto kuda berlari, mengatur sederetan kamera dengan benang secara berurutan dan membuka masing-masing kamera *shutter*. Penemuan Muybridge mempengaruhi para penemu di berbagai Negara dalam mengembangkan peralatan perekam citra bergerak. Salah satunya dari mereka adalah Thomas Alfa Edison (1847 – 1931) yang untuk pertama kalinya mengembangkan kamera citra bergerak pada tahun 1888 ketika ia membuat film sepanjang 15 detik yang merekam salah seorang assistennya ketika sedang bersin. Segera sesudah itu, di tahun 1895, Auguste Marie Louis Nicolas Lumiere (1862 – 1954) dan saudara laki – lakinya Louis Jean Luminere (1864 – 1948) memberikan pertunjukan film sinematik kepada umum di sebuah kafe di paris. (Danesi, 2010:133)

Pada tahun 1927 di Broadway Amerika Serikat muncullah film bicara yang pertama meskipun dalam keadaan belum sempurna sebagaimana dicita-citakan. Sejak itu sejalan dengan perkembangan teknologi, usaha – usaha untuk menyempurnakan film bicara itu terus dilakukan, dan ini memang berhasil. Pada tahun 1935 film bicara boleh dikatakan mencapai kesempurnaan. Waktu pemutarannya cukup lama dan ceritanya panjang, karena banyak yang berdasarkan novel dari buku dan

disajikan dengan teknik yang lebih baik, ini semua menimbulkan pengaruh yang lebih besar kepada para pengunjung bioskop (Effendy, 2003:203). Seiring dengan bertambahnya waktu peralatan produksi film juga mengalami perkembangan dari waktu ke waktu, sehingga sampai sekarang tetap mampu mejadikan film sebagai tontonan yang menarik khalayak luas.

2. Pengertian Film

Film dalam pengertian sempit adalah penyajian gambar lewat layar lebar, tetapi dalam pengertian yang lebih luas bisa juga termasuk yang disiarkan di TV (Cangara, 2002:135). Gamble (1986:235) berpendapat, film adalah sebuah rangkaian gambar statis yang di representasikan dihadapan mata secara berturut-turut dalam kecepatan yang tinggi. Sementara bila mengutip pernyataan sineas new wave asal Perancis, Jean Luc Godard: “film adalah ibarat papan tulis, sebuah film revolusioner dapat menunjukkan bagaimana perjuangan senjata dapat dilakukan.” Film sebagai salah satu media komunikasi massa, memiliki pengertian yaitu merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), sangat heterogen, dan menimbulkan efek tertentu (Tan dan Wright, dalam Ardianto & Erdinaya, 2005:3)

3. Jenis-Jenis Film

Jenis film-pun beragam, dan dapat dimanfaatkan berdasarkan karakteristiknya. Jenis-jenis film akan dijabarkan sebagai berikut:

a. Film Cerita

Cerita yang diangkat menjadi topik film bisa berupa cerita fiktif atau berdasarkan kisah nyata yang dimodifikasi.

b. Film Berita

Film berita adalah film mengenai fakta atau peristiwa yang benar-benar terjadi. Film berita harus mengandung nilai berita.

c. Film Dokumenter

Film dokumenter merupakan karya cipta mengenai kenyataan. Berbeda dengan jenis film lainnya, naskah film dokumenter diambil dari kejadian real yang akan dibuat film.

d. Film Kartun

Film kartun biasanya dibuat untuk konsumsi anak-anak. Film kartun tidak menggunakan manusia sebagai pemerannya, melainkan gambar atau animasi (Ardianto 2009:148-149). Film *Spotlight* dikategorikan ke dalam film berita karena dibuat berdasarkan fakta dan kisah nyata.

Film *Black Panther* mengandung nilai sosial yang cukup penting untuk diketahui masyarakat.

2.1.3.5 Tinjauan Tentang Representasi

Representasi adalah bagian dari pengembangan dari ilmu pengetahuan sosial. dalam perkembangannya ada dua teori dalam teori pengetahuan sosial yaitu apa yang disebut kongnisi sosial, representasi adalah suatu konfigurasi atau bentuk atau susunan yang dapat menggambarkan, mewakili atau melambangkan sesuatu dalam suatu cara. Tujuan dalam menerrapkan ilmu pengetahuan untuk memahami bagaimana interpersonal, understanding, moral judgement. Menurut Stuart Hall ada

dua proses representasi. Pertama, representasi mental, yaitu konsep tentang “sesuatu” yang ada di kepala kita masing – masing (peta konseptual), representasi mental merupakan sesuatu yang abstrak. Kedua, “bahasa”, berperan penting dalam proses konstruksi makna. Konsep abstrak yang ada dalam kepala kita harus diterjemahkan dalam “bahasa” yang lazim, supaya dapat menghubungkan konsep dan ide - ide tentang sesuatu dengan tanda simbol tertentu. Media sebagai suatu teks banyak menebarkan bentuk–bentuk representasi pada isinya. Representasi dalam media menunjuk pada bagaimana seseorang atau suatu kelompok, gagasan, atau pendapat tertentu di tampilkan dalam pemberitaan. (Wibowo, 2011:113).

Representasi merupakan kegunaan dari tanda. Marcel Danesi dalam bukunya yang berjudul *Understanding Media Semiotics* mengungkapkan bahwa representasi adalah proses merekam ide, pengetahuan, atau pesan dalam beberapa cara fisik disebut representasi. Ini dapat didefinisikan lebih tepat sebagai kegunaan dari tanda yaitu untuk menyambungkan, melukiskan, meniru sesuatu, yang dirasa, dimengerti, diimajinasikan atau dirasakan dalam bentuk fisik. Dapat dikarakteristikan sebagai proses konstruksi bentuk X untuk menimbulkan perhatian kepada sesuatu yang ada secara material atau konseptual, yaitu Y, atau dalam bentuk spesifik Y,X – Y.

2.1.3.6 Tinjauan Tentang Rasisme

Kata Rasisme di Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah ciri negatif yang menempel pada pribadi seseorang karena pengaruh lingkungannya. Rasisme adalah penyimpangan yang mengarah ke dalam situasi dimana orang-orang tidak dapat menyesuaikan diri dengan standar masyarakat normal. Mereka

didiskualifikasi dari kehidupan sosial, mereka mengalami rasismetisasi individu. Dikucilkan dari yang lainnya sehingga harus terus berusaha menyesuaikan diri dengan identitas sosial masyarakat dimana mereka tinggal. Mereka sendiri harus menghadapi hinaan setiap harinya yang direfleksikan kembali kepada mereka. Sosiolog Erving Goffman mendefinisikan rasisme sebagai proses dinamis dari devaluasi yang secara signifikan mendiskredit seorang individu di mata individu lainnya. Berbagai kualitas pada individu yang ditemeli oleh rasisme bias sangat acak mulai dari warna kulit, cara berbicara, preferensi seksual, (Goffman, 1963: 1)

Kata “rasisme” berasal dari bahasa Inggris yang artinya noda atau cacat. rasisme adalah "sebuah aib atau ketidaksetujuan masyarakat dengan sesuatu, seperti tindakan atau kondisi" (The American Heritage Dictionary, 2012). Menurut Thesaurus, sinonim dari rasisme adalah brand, tanda, dan noda. Kata brand didefinisikan sebagai nama yang diberikan untuk produk atau layanan, tanda adalah yang membedakan simbol, sedangkan noda didefinisikan sebagai simbol aib keburukan (Thesaurus, 2006).

Jones (1984 dalam Koesomo, 2009) menyatakan bahwa rasisme adalah penilaian masyarakat terhadap perilaku atau karakter yang tidak sewajarnya. Rasisme adalah fenomena sangat kuat yang terjadi di masyarakat, dan terkait erat dengan nilai yang ditempatkan pada beragam identitas sosial (Heatherton, et al, 2003). Menurut Chaplin (2004), rasisme adalah suatu cacatan atau cela pada karakter seseorang. Sedangkan, Goffman (1963) menyatakan “rasisme as a sign or a mark that designates the bearer as “spoiled” and therefore as valued less than normal people”. Rasisme adalah tanda atau ciri yang menandakan pemiliknya

membawa sesuatu yang buruk dan oleh karena itu dinilai lebih rendah dibandingkan dengan orang normal (Heatherton, et al, 2003).

Hasil studi yang dilakukan Goffman mendapatkan suatu simpulan bahwa seseorang yang dikenai rasisme diperlakukan berbeda dengan orang lain. Hal ini merupakan bentuk diskriminasi yang membuat orang yang dikenai rasisme kehilangan beberapa kesempatan penting dalam hidupnya, sehingga pada akhirnya tidak leluasa untuk berkembang (Hinshaw, 2007).

Menurut Hawari (2001), dalam kaitannya dengan gangguan jiwa skizofrenia, rasisme adalah sikap keluarga dan masyarakat yang menganggap bahwa jika ada salah satu anggota keluarga yang menjadi penderita skizofrenia, hal itu merupakan aib bagi keluarga. Rasisme merupakan hambatan yang dapat mencegah pasien gangguan jiwa untuk mendapatkan perawatan dan kepedulian yang tepat (Cooper, Corrigan, & Watson, 2003).

Penyebab rasisme

Dalam kehidupan ada beberapa hal yang menjadi penyebab rasisme terhadap individu, Butt (2010), menekankan bagaimana rasisme terjadi di berbagai tingkat. Terdapat 4 tingkat utama dimana rasisme dapat terjadi:

1. Diri:

Berbagai mekanisme internal yang dibuat diri sendiri, yang kita sebut rasismetisasi diri

2. Masyarakat:

Gossip, pelanggaran, dan pengasingan di tingkat budaya dan masyarakat

3. Lembaga:

Perlakuan preferensial atau diskriminasi dalam lembaga

4. Struktur:

Lembaga-lembaga yang lebih luas seperti kemiskinan, rasisme, serta kolonialisme yang terus menerus mendiskriminasi suatu kelompok tertentu.

Proses terjadinya rasisme

Menurut Pfuhl (dalam Simanjutak, 2005) proses pemberian rasisme yang dilakukan masyarakat terjadi melalui tiga tahapan, yaitu:

1. Proses interpretasi:

Pelanggaran norma yang terjadi dalam masyarakat tidak semuanya mendapatkan rasisme dari masyarakat, tetapi hanya pelanggaran norma yang diinterpretasikan oleh masyarakat sebagai suatu penyimpangan perilaku yang dapat menimbulkan rasisme

2. Proses pendefinisian

Orang yang dianggap berperilaku menyimpang, setelah pada tahap pertama dilakukan, dimana terjadi interpretasi terhadap perilaku yang menyimpang, maka tahap selanjutnya adalah proses pendefinisian orang yang dianggap berperilaku menyimpang oleh masyarakat

3. Perilaku diskriminasi

Tahap selanjutnya setelah proses kedua dilakukan, maka masyarakat memberikan perlakuan yang bersifat membedakan (diskriminasi).

Proses rasisme menurut International Federation–Anti Leprocy Association (ILEP, 2011): Orang-orang yang dianggap berbeda sering diberi label, masyarakat

cenderung berprasangka dengan pandangan tertentu dengan apa yang orang alami seperti sangat menular, mengutuk, berdosa, berbahaya, tidak dapat diandalkan dan tidak mampu mengambil keputusan dalam kasus mental. Masyarakat tidak lagi melihat penderita yang sebenarnya tetapi hanya melihat label saja, kemudian memisahkan diri dengan penderita dengan menggunakan istilah “kita” dan “mereka” sehingga menyebabkan penderita terasimatisasi dan mengalami diskriminasi.

Komponen rasisme

Menurut Link dan Phelan (dalam Scheid & Brown, 2010) rasisme mengacu pada pemikiran Goffman, komponen-komponen dari rasisme sebagai berikut:

1. Labelling:

Labelling adalah pembedaan dan pemberian label atau penamaan berdasarkan perbedaan yang dimiliki anggota masyarakat tersebut (Link & Phelan dalam Scheid & Brown, 2010). Sebagian besar perbedaan individu tidak dianggap relevan secara sosial, namun beberapa perbedaan yang diberikan dapat menonjol secara sosial. Pemilihan karakteristik yang menonjol dan penciptaan label bagi individu atau kelompok merupakan sebuah prestasi sosial yang perlu dipahami sebagai komponen penting dari rasisme. Berdasarkan pemaparan di atas, labelling adalah penamaan berdasarkan perbedaan yang dimiliki kelompok tertentu.

2. Stereotype:

Stereotype adalah kerangka berpikir atau aspek kognitif yang terdiri dari pengetahuan dan keyakinan tentang kelompok sosial tertentu (Judd, Ryan

& Parke dalam Baron & Byrne, 2003). Menurut Rahman (2013) stereotip merupakan keyakinan mengenai karakteristik tertentu dari anggota kelompok tertentu. Stereotype adalah komponen kognitif yang merupakan keyakinan tentang atribut personal yang dimiliki oleh orang-orang dalam suatu kelompok tertentu atau kategori sosial tertentu (Taylor, Peplau, & Sears, 2009).

3. Separation:

Separation adalah pemisahan “kita” (sebagai pihak yang tidak memiliki rasisme atau pemberi rasisme) dengan “mereka” (kelompok yang mendapatkan rasisme). Hubungan label dengan atribut negatif akan menjadi suatu pembenaran ketika individu yang dilabel percaya bahwa dirinya memang berbeda sehingga hal tersebut dapat dikatakan bahwa proses pemberian stereotip berhasil (Link & Phelan dalam Scheid & Brown, 2010). Berdasarkan pemaparan diatas, separation artinya pemisahan yang dilakukan antara kelompok yang mendapatkan rasisme dengan kelompok yang tidak mendapatkan rasisme.

4. Diskriminasi:

Diskriminasi adalah perilaku yang merendahkan orang lain karena keanggotaannya dalam suatu kelompok (Rahman, 2013). Menurut Taylor, Peplau, dan Sears (2009) diskriminasi adalah komponen perilaku yang merupakan perilaku negatif terhadap individu karena individu tersebut adalah anggota dari kelompok tertentu.

Jenis rasisme

Larson & Corrigan; Werner, Goldstein, & Heinik (2011) menjelaskan tentang tiga jenis rasisme:

1. Rasisme struktural:

Rasisme struktural mengacu pada ketidakseimbangan dan ketidakadilan jika dilihat dari lembaga sosial. Misalnya, merujuk ke kualitas rendah perawatan yang diberikan oleh profesional kesehatan menjadi rasisme individu atau kelompok.

2. Rasisme masyarakat:

Rasisme masyarakat menggambarkan reaksi atau penilaian negatif dari masyarakat terhadap orang yang dipandang negatif oleh masyarakat.

3. Rasisme oleh asosiasi:

Rasisme oleh asosiasi didefinisikan sebagai diskriminasi karena memiliki hubungan dengan seorang individu yang terrasisme

Aspek-aspek rasisme

Menurut Heatherton (2003) aspek rasisme adalah sebagai berikut:

1. Perspektif:

Perspektif merupakan pandangan orang dalam menilai orang lain. Misalnya, seseorang yang memberikan rasisme pada orang lain. Perspektif yang dimaksudkan dalam rasisme berhubungan dengan pemberi rasisme (perceiver) dan penerima rasisme (target). Seseorang yang memberikan rasisme pada orang lain termasuk dalam golongan nonrasismetized atau

dalam bahasa sehari-hari disebut dengan orang normal. Seseorang yang memberikan rasisme ini melibatkan aktivitas persepsi, ingatan atau pengalaman, interpretasi, dan pemberian atribut (Heatherton, 2003). Proses perilaku ini dapat menegaskan dan memperburuk seseorang yang dikenai rasisme.

2. Identitas:

Aspek rasisme yang berikutnya adalah identitas. Identitas ini terdiri dari dua hal, yakni identitas pribadi dan identitas kelompok. Rasisme dapat diberikan pada orang yang memiliki ciri-ciri pribadi. Misalnya perbedaan warna kulit, cacat fisik, dan hal lain yang menimbulkan kenegatifan. Hal yang lain adalah identitas kelompok. Seseorang dapat diberi rasisme karena dia berada di dalam kelompok yang memiliki ciri khusus dan berbeda dengan kelompok kebanyakan.

3. Reaksi:

Aspek reaksi terdiri dari 3 sub aspek yang prosesnya berjalan bersamaan. Aspek tersebut yakni aspek kognitif, afektif, dan behavior. Aspek kognitif prosesnya lebih lambat dikarenakan ada pertimbangan dan tujuan yang jelas. Aspek kognitif ini meliputi pengetahuan mengenai tanda-tanda orang yang dikenai rasisme. Misalnya, pada orang dengan skizofrenia cenderung dipersepsikan membahayakan, merugikan, sehingga dalam kognisi orang yang memberi rasisme penderita skizofrenia harus dihindari. Aspek berikutnya adalah aspek afektif. Sifat dari aspek afektif yakni primitive, spontan, mendasar dan tidak dipelajari. Aspek afektif pada orang yang

memberikan rasisme ini misalnya adalah perasaan-perasaan tidak suka, merasa terancam, dan jijik. Sehingga pada prakteknya dimungkinkan seseorang yang merasa demikian akan menunjukkan perilaku menghindar. Hasil akhir dari kedua proses tersebut adalah aspek behavior. Aspek behavior didasarkan oleh kognitif dan afektif. Pada kenyataannya seseorang yang memiliki pikiran buruk dan perasaan terancam pada orang yang terkena rasisme akan menunjukkan perilaku penghindaran dan tidak bersedia berinteraksi.

Mekanisme rasisme

Mekanisme rasisme dikemukakan oleh Major & O'Brien (2004), yakni meliputi:

1. Perilaku stereotype dan diskriminasi

Seseorang yang dikenai rasisme pada mulanya mendapatkan perlakuan yang negatif dari lingkungannya. Kemudian berlanjut pada adanya diskriminasi. Diskriminasi ini secara terus menerus dapat menimbulkan rasisme.

2. Proses pemenuhan harapan

Menjadi orang yang di stereotype menyebabkan orang tersebut dirasisme. Sebaiknya tidak terlalu terpengaruh dengan perilaku seterotip atau prasangka yang ditujukan apabila ingin mengembangkan diri.

3. Perilaku stereotype muncul otomatis

Rasisme muncul karena ada budaya atau stereotype yang berkembang di dalam masyarakat. Pada umumnya masyarakat mengetahui bahwa objek yang dikenai rasisme memiliki hal yang membuat masyarakat enggan untuk

menjalin interaksi. Rasisme dapat mempengaruhi kelompok lain untuk memberikan rasisme.

4. Rasisme sebagai ancaman terhadap identitas

Perspektif ini berasumsi bahwa rasisme membuat seseorang terancam identitas sosialnya. Orang yang menjadi objek rasisme meyakini bahwa prasangka dan stereotype terhadap dirinya itu benar dan merupakan identitas pribadi.

Respons rasisme

Respons adalah reaksi, tanggapan atau jawaban atas stimulus yang ada (Purwodarminto, 2006). Respon rasisme dapat didefinisikan sebagai reaksi, tanggapan seseorang terhadap rasisme yang dialami sebagai stimulus. Rasisme yang diartikan sebagai stimulus dapat memberikan respon berbagai macam termasuk respon kehilangan. Respon kehilangan menurut Kuble-Ross terdiri dari menyangkal, marah, menawar, depresi dan menerima.

Dampak rasisme

Hasil Penelitian Phulf (dalam Simanjutak; 2005) menemukan ada beberapa dampak atau akibat dari rasisme, yaitu:

1. Orang yang terasisme sulit mencari bantuan
2. Rasisme membuat semakin sulit memulihkan kehidupan individu yang terasisme, karena rasisme dapat menyebabkan erosi kepercayaan diri (*self-confidence*) individu, sehingga individu menarik diri dari masyarakat

3. Rasisme menyebabkan diskriminasi, sehingga individu yang terasisme sulit mendapatkan akomodasi dan pekerjaan
4. Masyarakat bisa lebih kasar dan kurang manusiawi pada individu yang terasisme
5. Keluarga individu yang terasisme menjadi lebih terhina dan terganggu.

Dampak rasisme terhadap penderita gangguan jiwa tidak saja pada individu, namun juga bisa berdampak pada keluarga dan masyarakat:

1. Dampak pada individu:

Pada individu, rasisme berdampak pada individu, seperti: harga diri rendah, penilaian negatif pada diri sendiri (self-rasisme), ketakutan, diasingkan, kehilangan kesempatan kerja karena diskriminasi, menambah depresi, dan meningkatnya kekambuhan (Goffmand, 2004). Rasisme juga menyebabkan seseorang atau grup tersebut merasa terkucilkan, tidak berguna, terisolasi dari masyarakat luas (Jones 1984).

2. Dampak rasisme pada keluarga:

Rasismetisasi juga berdampak terhadap keluarga dalam memberikan asuhan pada klien. Pemberian asuhan dari keluarga umumnya berbentuk dukungan fisik, emosional, finansial dan bantuan yang paling rendah dalam aktifitas sehari-hari. Dampak rasisme dapat berupa beban finansial, kekerasan dalam rumah tangga, penurunan kesehatan fisik dan mental pada keluarga pengasuh, aktifitas rutin keluarga terganggu, kekhawatiran menghadapi masa depan, stress, dan merasa tidak dapat menanggulangi masalah (Carol, 2004). Menurut Mohr & Regan (2000),

keluarga akan mengalami pengalaman yang penuh stress dengan perasaan berduka dan trauma sehingga membutuhkan perhatian dan dukungan dari tenaga kesehatan yang profesional. Dampak lain dari rasisme pada anggota keluarga adalah harus menyesuaikan kebiasaan klien seperti menurunnya motivasi, kesulitan menyelesaikan tugas, menarik diri dari orang lain, ketidakmampuan mengatur keuangan, defisit perawatan diri, makan dan kebiasaan tidur yang kesemuanya dapat menguras konsentrasi dari keluarga (Lee, 2003). Dengan demikian rasisme bagi keluarga adalah hal yang menakutkan, merugikan, menurunkan harga diri keluarga, memalukan, sesuatu yang perlu dirahasiakan, tidak rasional, kemarahan, sesuatu yang kotor, keputusan dan keadaan tidak berdaya (Gullekson, 1992).

3. Dampak rasisme pada masyarakat:

Ketika masyarakat meyakini benar terhadap rasisme dan itu berlangsung lama, maka akan mempengaruhi konsep diri dalam kelompok atau masyarakat. Masyarakat akan menampilkan perilaku frustrasi dan tidak nyaman di masyarakat akibat rasisme (Herman & Smith, 1989).

2.1.3.7 Tinjauan Tentang Semiotika

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, ditengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia.

Suatu tanda menandakan sesuatu selain dirinya sendiri, dan makna (meaning) ialah hubungan 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 berhubungan dengan maknanya dan bagaimana tanda disusun. Secara umum, studi tentang tanda merujuk kepada semiotika.

Dengan semiotika, kita lantas berurusan dengan tanda. Semiotika, seperti kata Lechte (2001:191 dalam Sobur, 2003:16), adalah teori tentang tanda dan penandaan. Lebih jelasnya lagi, semiotika adalah suatu disiplin yang menyelidiki semua bentuk komunikasi yang terjadi dengan sarana signs „tanda-tanda“ dan berdasarkan pada sign system (*code*), sistem tanda“ (Seger, 2000:4 dalam Sobur, 2003:16).

Tanda tidak mengandung makna atau konsep tertentu, namun tanda memberi kita petunjuk-petunjuk yang semata-mata menghasilkan makna melalui interpretasi. Tanda menjadi bermakna manakala diuraikan isi kodenya (*decoded*). menurut konvensi dan aturan budaya yang dianut orang secara sadar maupun tidak sadar (Sobur, 2003:14). Tanda-tanda (*signs*) adalah basis dari seluruh komunikasi (Littlejohn, 1996:64 dalam Sobur, 2009:15). Manusia dengan perantaraan tanda-tanda, dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya. Banyak hal bisa dikomunikasikan didunia ini.

Kajian semiotik sampai sekarang telah membedakan dua jenis semiotika, yakni semiotika komunikasi dan semiotika signifikasi (lihat antara lain Eco, 1979:8-9; Hoed, 2001:140 dalam Sobur, 2009:15). Pertama, menekankan pada teori tentang produksi tanda yang salah satu di antaranya mengasumsikan adanya enam faktor dalam komunikasi, yaitu pengirim, penerima kode (sistem tanda), pesan,

saluran komunikasi, dan acuan (hal yang dibicarakan) (Jakobson, 1963; Hoed, 2001:140 dalam Sobur, 2009:15). Kedua, memberikan tekanan pada teori tanda dan pemahamannya dalam suatu konteks tertentu.

Semiotika berusaha menggali hakikat sistem tanda yang beranjak ke luar kaidah tata bahasa dan sintaksis yang mengatur arti teks yang rumit, tersembunyi dan bergantung pada kebudayaan di mana makna itu berkembang. Hal ini pulalah yang terjadi manakala sebuah film diproduksi dan kemudian disebarluaskan untuk konsumsi khalayak.

Semiotika sebagai salah satu model dari ilmu pengetahuan sosial memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki unit dasar yang disebut dengan tanda". Dengan demikian, semiotika mempelajari hakikat tentang keberadaan suatu tanda (Sobur, 2004:87 dalam Wahyuningsih, 2009:37). Pada dasarnya para semiotisan atau semiotikus melihat kehidupan sosial dan budaya sebagai pemaknaan, bukan sebagai hakikat esensial objek. Tanda itu sendiri dalam semiotika merupakan segala sesuatu yang dapat diamati, atau dibuat teramati, mengaku kepada hal yang dirujuknya (object) dan dapat diinterpretasikan (*interpretant*) (Sobur, 2006:8 dalam Wahyuningsih, 2009:37).

“Pada dasarnya, Analisis semiotika merupakan sebuah ikhtiar untuk merasakan sesuatu yang aneh, sesuatu yang perlu ditanyakan lebih lanjut ketika kita membaca teks atau narasi/wacana tertentu. Analisisnya bersifat paradigmatic dalam arti berupaya menemukan makna termasuk dari hal – hal yang tersembunyi di balik sebuah teks. Maka orang sering mengatakan semiotika adalah upaya menemukan makna “berita di balik berita” (Wibowo, 2011:06)

Dengan semiotika, kita lantas berurusan dengan tanda. Semiotika, seperti kata Lechte (2001:191 dalam Sobur, 2009:16), adalah teori tentang tanda dan

penandaan. Lebih jelasnya lagi, semiotika adalah suatu disiplin yang menyelidiki semua bentuk komunikasi yang terjadi dengan sarana signs ‘tanda-tanda’ dan berdasarkan pada sign system (*code*) ‘sistem tanda’ (Seger, 2000:4 dalam Sobur, 2009:16). Tanda tidak mengandung makna atau konsep tertentu, namun tanda memberi kita petunjuk-petunjuk yang semata-mata menghasilkan makna melalui interpretasi. Tanda menjadi bermakna manakala diuraikan isi kodenya (*decoded*) menurut konvensi dan aturan budaya yang dianut orang secara sadar maupun tidak sadar (Sobur, 2009:14).

Tanda-tanda (signs) adalah basis dari seluruh komunikasi (Littlejohn, 1996:64 dalam Sobur, 2009:15). Manusia dengan perantaraan tanda-tanda, dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya. Banyak hal bisa dikomunikasikan di dunia ini. Kajian semiotik sampai sekarang telah membedakan dua jenis semiotika, yakni semiotika komunikasi dan semiotika signifikasi (lihat antara lain Eco, 1979:8-9; Hoed, 2001:140 dalam Sobur, 2009:15). Pertama, menekankan pada teori tentang produksi tanda yang salah satu di antaranya mengasumsikan adanya enam faktor dalam komunikasi, yaitu pengirim, penerima kode (sistem tanda), pesan, saluran komunikasi, dan acuan (hal yang dibicarakan) (Jakobson, 1963; Hoed, 2001:140 dalam Sobur, 2009:15). Kedua, memberikan tekanan pada teori tanda dan pemahamannya dalam suatu konteks tertentu. Semiotika berusaha menggali hakikat sistem tanda yang beranjak ke luar kaidah tata bahasa dan sintaksis yang mengatur arti teks yang rumit, tersembunyi dan bergantung pada kebudayaan di mana makna itu berkembang. Hal ini pulalah yang terjadi manakala sebuah film diproduksi dan kemudian disebarluaskan untuk konsumsi khalayak. Semiotika adalah studi

mengenai pertandaan dan makna dari sistem tanda, ilmu tentang tanda, bagaimana makna dibangun dalam teks media, atau studi tentang bagaimana tanda dari jenis karya apapun dalam masyarakat yang mengkonsumsi makna (Fiske, 2004: 282).

Dalam teori semiotika, pokok studinya adalah tanda atau bagaimana cara tanda – tanda itu bekerja juga dapat disebut semiologi. Tanda – tanda itu hanya mengemban arti pada dirinya sendiri, dengan kata lain jika diterapkan pada tanda – tanda bahasa, maka huruf, kata, dan kalimat tidak memiliki arti pada dirinya sendiri. Tanda – tanda itu hanya mengemban arti (*significant*) dalam kaitan dengan pembacanya, pembaca itulah yang menghubungkan tanda dengan apa yang ditandakan (*signified*) sebagai konvensi dalam sistem bahasa yang bersangkutan. Segala sesuatu memiliki system tanda, dapat dianggap teks. Contohnya di dalam film, majalah, televisi, iklan, brosur, koran, novel bahkan di surat cinta sekalipun.

Tiga bidang studi utama dalam semiotika menurut John Fiske adalah:

1. Tanda itu sendiri.

Hal ini terdiri atas studi tentang berbagai tanda yang berbeda, cara – cara tanda yang berbeda itu dalam menyampaikan makna, dan cara – cara tanda itu terkait dengan manusia yang menggunakannya. Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami dalam artian manusia yang menggunakannya.

2. Sistem atau kode yang mengorganisasikan tanda.

Studi ini mencakup cara berbagai kode yang dikembangkan guna memenuhi kebutuhan suatu masyarakat atau budaya atau mengeksploitasi saluran komunikasi yang tersedia untuk mentransmisikannya.

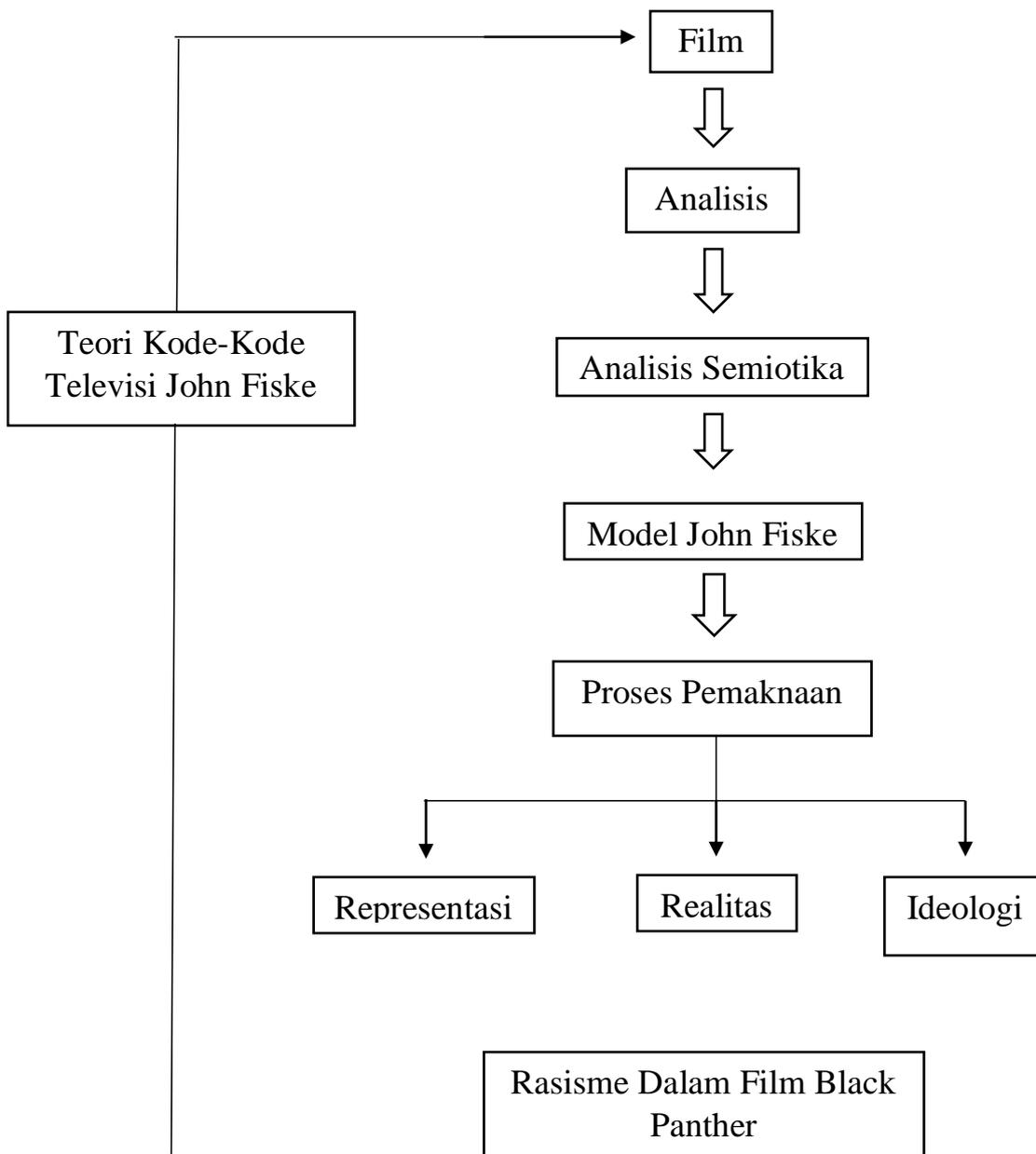
3. Kebudayaan dan tempat kode dan tanda bekerja

Ini pada gilirannya bergantung pada penggunaan kode-kode dan tanda-tanda itu untuk keberadaan dan bentuknya sendiri.(Fiske,2004:60)

2.2 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1

Kerangka Berpikir



Sumber : Pemikiran Peneliti 2019

