

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tinjauan peneliti terdahulu adalah salah satu referensi yang diambil oleh peneliti. Melihat hasil karya ilmiah para peneliti terdahulu, yang pada dasarnya peneliti mengutip beberapa pendapat yang dibutuhkan oleh peneliti sebagai pendukung penelitian. Tentunya dengan melihat hasil karya ilmiah yang memiliki pembahasan dan tinjauan dengan kajian yang sama. Tabel penelitian terdahulu dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Dengan Peneliti
1	Representasi Paternalisme Dalam Film <i>The Lone Ranger</i>	Anggie Arizona Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia 2016	Metode Penelitian Kualitatif dengan desain penelitian analisis semiotika John Fiske	Hasil penelitian menunjukkan hasil representasi dalam film ini sudah menggambarkan paternalisme didalam media film, dan Ideologi paternalisme masih sering kita	Tujuan penelitian ini ingin mengetahui representasi feminisme sedangkan penelitian Anggie mengetahui representasi Paternalisme. Lalu

				temui dikehidupan kita saat ini.	peneliti mengambil objek film <i>Captain Marvel</i> sedangkan penelitian Anggie mengambil objek film <i>The Lone Ranger</i> .
2	Representasi Simbol Kepahlawanan Dalam Film <i>The Avengers</i>	Sarah Islamiati Hidayat Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia 2015	Metode Penelitian Kualitatif dengan desain penelitian analisis semiotika John Fiske	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Representasi Simbol Kepahlawanan Dalam Film <i>The Avengers</i> Karya Joss Wheddon adalah melalui informasi aktual yang bisa memberikan pendengar pengetahuan dan wawasan baru mengenai simbol simbol kepahlawanan.	Tujuan penelitian ini ingin mengetahui representasi feminisme sedangkan penelitian Sarah mengetahui Simbol Kepahlawanan. Lalu peneliti mengambil objek film <i>Captain Marvel</i> sedangkan penelitian Sarah mengambil objek film <i>The Avengers</i> .
3	Representasi Feminisme Dalam Film <i>The Huntsman: Winter's War</i>	Dini Zelviana Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Lampung 2017	Metode Penelitian Kualitatif dengan desain penelitian analisis semiotika Ferdinand de Saussure	Hasil dari penelitian ini merepresentasikan seorang perempuan yang dapat mengambil keputusannya sendiri, mempunyai kekuatan fisik, mempunyai pikiran, lebih kuat daripada laki-laki, dapat mencapai	Peneliti mengambil objek film <i>Captain Marvel</i> sedangkan penelitian Dini mengambil objek film <i>The Huntsman: Winter's War</i> . Lalu penelitian ini menggunakan analisis semiotika John Fiske sedangkan

				identitas dirinya tetapi tetap membutuhkan cinta, memberikan pembelajaran yang sama kepada anak laki-laki dan anak perempuan, bukan sekedar alat atau instrumen untuk kebahagiaan orang lain.	penelitian Dini menggunakan analisis semiotika Ferdinand de Saussure
--	--	--	--	---	--

Sumber : Peneliti, 2019

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

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).

Menurut Cutlip, Centre dan Broom (2006:226):

“Komunikasi merupakan proses timbal balik (resiprokal) pertukaran sinyal untuk memberi informasi, membujuk, atau memberi perintah berdasarkan makna yang sama dan dikondisikan oleh konteks hubungan pers komunikator dan konteks sosialnya.”

Komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the process to modify the behavior of other individuals*). (Hovland dalam buku Effendy, 2013: 10).

Raymond S. Ross (1983:8) mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa, sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan oleh sang komunikator (Rismawaty dkk, 2014:69).

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Massa

Komunikasi massa berasal dari istilah bahasa Inggris, *mass communication*, sebagai ringkasan dari *mass media communication*. Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa atau komunikasi yang *mass mediated*. Istilah *mass communication* atau *communications* diartikan sebagai salurannya, yaitu media massa (*mass media*) sebagai ringkasan dari *media of mass communication*. Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi melalui media massa modern, yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada umum, dan film yang dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop (Effendy, 2003 : 79).

Komunikasi massa menurut Gerbner (1967):

“mass communication is the technologically and institutionally base prudoction and distribution of thr 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 industry (Rakhmat, 2003: 188).

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

2.1.3.2 Karakteristik Komunikasi Massa

Karakteristik komunikasi massa menurut Ardiantio Elvinaro, dkk (2009:6) Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Sebagai berikut :

1. Komunikator terlambangkan, Ciri komunikasi massa yang pertama adalah komunikatornya, Komunikasi massa itu melibatkan lembaga dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.

2. Pesan bersifat umum, Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karenanya, pesan komunikasi massa bersifat umum.
3. Komunikannya anonim dan heterogen, Dalam komunikasi massa, komunikatornya tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Disamping 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 keserempakan, Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan jenis komunikasi lainnya, adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relative banyak dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari itu, komunikannya yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama pula.
5. Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan, Salah satu prinsip komunikasi adalah bahwa komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan. 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. Dalam konteks komunikasi massa, komunikator tidak harus selalu kenal dengan komunikannya, dan sebaliknya. Yang terpenting, bagaimana seorang komunikator menyusun pesan secara sistematis, baik sesuai dengan jenis medianya, agar komunikannya bisa memahami isi pesan tersebut.

6. Komunikasi massa bersifat satu arah, Karena komunikasinya melalui media massa, maka komunikatornya dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikatornya aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog. Dengan kata lain, komunikasi massa itu bersifat satu arah.
7. Stimulasi Alat Indera Terbatas, Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indera bergantung pada jenis media massa. Pada radio siaran dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar, sedangkan pada media televisi dan film, kita menggunakan indera penglihatan dan pendengaran.
8. Umpan Balik Tertunda (*delayed*) dan tidak langsung (*indirect*), 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. Komponen umpan balik atau yang lebih populer dengan sebutan *feedback* merupakan faktor penting dalam proses komunikasi massa. Efektivitas komunikasi sering dapat dilihat dari *feedback* yang disampaikan oleh komunikan.

2.1.3.3 Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa bagi masyarakat menurut Dominick (2001) dalam Ardianto, dkk (2009:14) terdiri dari *surveillance* (pengawasan), *interpretation* (penafsiran), *linkage* (pertalian), *transmission of values* (penyebaran nilai), dan *entertainment* (hiburan).

1. *Surveillance* (pengawasan) Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama: fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang suatu ancaman; fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.
2. *Interpretation* (penafsiran) 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. Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca, pemirsa atau pendengar untuk memperluas wawasan.

3. *Linkage* (pertalian) Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk *linkage* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.
4. *Transmission of Values* (penyebaran nilai-nilai) Fungsi penyebaran nilai tidak kentara. Fungsi ini disebut juga *socialization* (sosialisasi). Sosialisasi mengacu kepada cara, di mana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar 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.
5. *Entertainment* (hiburan) Radio siaran, siarannya banyak memuat acara hiburan, Melalui berbagai macam acara di radio siaran pun masyarakat dapat menikmati hiburan. meskipun memang ada radio siaran yang lebih mengutamakan tayangan berita. fungsi dari media massa sebagai fungsi menghibur tiada lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan membaca berita-berita ringan atau melihat tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali.

2.1.4 Tinjauan Tentang Film

2.1.4.1 Sejarah Film

Film yang telah menjadi bagian hidup sehari-hari dari manusia sudah ada sejak abad ke-19, tetapi pada saat itu film disebut sebagai foto atau gambar bergerak (*motion pictures*). 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 satu dari mereka adalah Thomas Alfa Edison yang lebih terkenal dengan penemuan bola lampunya. Alfa Edison 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, munculah 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).

2.1.4.2 Definisi Film

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, film dapat diartikan dalam dua pengertian. Yang pertama, film merupakan sebuah selaput tipis berbahan seluloid yang digunakan untuk menyimpan gambar negatif dari sebuah objek. Yang kedua, film diartikan sebagai lakon atau gambar hidup. Dalam konteks khusus, film diartikan sebagai lakon hidup atau gambar gerak yang biasanya juga disimpan dalam media seluloid tipis dalam bentuk gambar negatif. Meskipun kini film bukan hanya dapat disimpan dalam media selaput seluloid saja. Film dapat juga disimpan dan diputar kembali dalam media digital.

Film Amerika diproduksi di Hollywood. Film yang dibuat disini membanjiri pasar global dan mempengaruhi sikap, perilaku dan harapan orang – orang di belahan dunia. Film lebih dahulu menjadi media hiburan dibanding radio siaran dan televisi. Menonton film ke bioskop ini menjadi aktivitas populer bagi orang Amerika pada tahun 1920-an hingga 1950-an

dan masih populer dengan seiring berkembang pesatnya teknologi hingga saat ini.

Industri film adalah industri bisnis. Predikat ini telah menggeser anggapan orang yang masih meyakini bahwa film adalah karya seni, yang diproduksi secara kreatif dan memenuhi imajinasi orang – orang yang bertujuan memperoleh estetika (keindahan) yang sempurna. Meskipun pada kenyataannya adalah bentuk karya seni, industri film adalah bisnis yang memberikan keuntungan, kadang – kadang menjadi mesin uang yang seringkali, demi uang, keluar dari kaidah artistik film itu sendiri (Dominick, 2000: 306 dalam Ardiyanto, 2007: 143).

2.1.4.3 Karakteristik Film

Faktor – faktor yang dapat menunjukkan karakteristik film adalah layar lebar, pengambilan gambar, konsentrasi penuh dan identifikasi psikologis.

1. Layar yang luas/lebar

Film dan televisi sama – sama menggunakan layar, namun kelebihan media film adalah layarnya yang berukuran luas. Saat ini ada layar televisi yang berukuran jumbo, yang bisa digunakan pada saat – saat khusus dan biasanya di ruangan terbuka, seperti dalam pertunjukan musik dan sejenisnya. Layar film yang luas telah memberikan keleluasaan penontonnya untuk melihat adegan – adegan yang disajikan dalam film. Apalagi dengan adanya kemajuan teknologi, layar film di

bioskop – bioskop pada umumnya sudah tiga dimensi, sehingga penonton seolah – olah melihat kejadian nyata dan tidak berjarak.

2. Pengambilan Gambar

Sebagai konsekuensi layar lebar, maka pengambilan gambar atau *shot* dalam film bioskop memungkinkan dari jarak jauh atau *extreme long shot*, dan *panoramic shot*, yakni pengambilan pemandangan menyeluruh. *Shot* tersebut dipakai untuk member kesan artistik dan suasana yang sesungguhnya, sehingga film menjadi lebih menarik.

3. Konsentrasi Penuh

Dari pengalaman kita masing – masing, di saat kita menonton film di bioskop, bila tempat duduk sudah penuh atau waktu main sudah tiba, pintu – pintu ditutup, lampu dimatikan, tampak didepan kiata layar luas dengan gambar – gambar cerita film tersebut.

4. Identifikasi Psikologis

Kita semua dapat merasakan bahwa suasana di gedung bioskop telah membuat pikiran dan perasaan kita larut pada cerita yang disajikan. Karena penghayatan kita yang amat mendalam, seringkali secara tidak sadar kita menyamakan (mengidentifikasi) pribadi kita dengan salah satu seorang pemeran dalam film itu, sehingga seolah – olah kitalah yang berperan. Gejala ini menurut ilmu jiwa sosial disebut sebagai

Identifikasi Psikologis (Effendy dalam Ardianto, 2009: 145-147).

2.1.4.4 Jenis-Jenis Film

Sebagai salah satu bentuk dari komunikasi massa, film dapat dikelompokkan menjadi beberapa jenis. Ardianto, dkk dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Massa Suatu Pengantar (2009:148-149) mengelompokkan film menjadi empat jenis. Keempat jenis film tersebut adalah sebagai berikut:

1. Film Cerita

Film cerita (*story film*), adalah jenis film yang mengandung suatu cerita yang lazim dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop dengan bintang film tenar dan film ini didistribusikan sebagai barang dagang.

2. Film Berita

Film berita atau newsreel adalah film mengenai fakta, peristiwa yang benar0benar terjadi. Karena sifatnya berita, maka film yang disajikan kepada publik harus mengandung nilai berita (*news value*).

3. Film Dokumenter

Film dokumenter (*documentary film*) didefinisikan oleh Robert Flaherty sebagai “karya ciptaan mengenai kenyataan” (*creative treatment of actuality*). Berbeda dengan film berita, film

dokumenter merupakan hasil interpretasi pribadi (pembuatnya) mengenai kenyataan tersebut.

4. Film Kartun

Film kartun (*cartoon film*) dibuat untuk dikonsumsi anak-anak. Dapat dipastikan, kita semua mengenal tokoh Donal Bebek, Putri Salju, Miki Tikus yang diciptakan oleh seniman Amerika Serikat Walt Disney.

2.1.4.5 Film Sebagai Komunikasi Massa

Komunikasi massa menyiarkan informasi yang banyak dengan menggunakan saluran yang disebut media massa. Dalam perkembangannya film banyak digunakan sebagai alat komunikasi massa, seperti alat propaganda, alat hiburan, dan alat – alat pendidikan. Media film dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah alat atau sarana komunikasi, media massa yang disiarkan dengan menggunakan peralatan film; alat penghubung berupa film.

Sebagai salah satu bentuk dari komunikasi massa, film ada dengan tujuan untuk memberikan pesan – pesan yang ingin disampaikan dari pihak kreator film. Pesan – pesan itu terwujud dalam cerita dan misi yang dibawa film tersebut serta terangkum dalam bentuk drama, *action*, komedi, dan horor. Jenis – jenis film inilah yang dikemas oleh seorang sutradara sesuai dengan tendensi masing – masing. Ada yang tujuannya sekedar menghibur, memberi penerangan, atau

mungkin kedua-duanya. Ada juga yang memasukan dogma – dogma tertentu sekaligus mengajarkan sesuatu kepada khalayak.

Dalam *scopenya*, ilmu komunikasi terbagi menjadi tiga, yaitu bentuk spesialisasinya, medianya, dan efeknya. Film termasuk ke dalam medianya, yaitu media massa. Media massa digunakan untuk komunikasi massa karena sifat massalnya. Film juga termasuk media periodik, yang kehadirannya tidak terus menerus tapi berperiode.

Film diproduksi secara khusus untuk dipertunjukan di gedung bioskop. Salah satu yang menyebabkan dapat merubah khalayak adalah dari segi tempat atau mediumnya. Karena pengaruh film yang sangat besar terhadap khalayak. Biasanya pengaruh timbul tidak hanya di tempat atau di gedung bioskop saja, akan tetapi setelah penonton keluar dari bioskop dan melanjutkan aktivitas kesehariannya, secara tidak sadar pengaruh film itu akan terbawa terus sampai waktu yang cukup lama (Effendy, 2003:208).

Film telah menjadi bentuk seni yang kini mendapat respons paling kuat dari sebagian orang dan menjadi medium yang dituju orang untuk memperoleh hiburan, ilham, dan wawasan. Lebih dari ratusan tahun orang-orang berusaha memahami mengapa medium film dapat memikat manusia. Sebenarnya hal ini terjadi karena film memang didesain untuk memberikan efek kepada penonton. Film juga memiliki kekuatan besar dari segi estetika karena mengajarkan dialog, musik, pemandangan, dan tindakan bersama-sama secara visual dan naratif (Danesi, 2010:100).

2.1.5 Tinjauan Tentang Videografi

Thompson & Bowen (2009) menyimpulkan sejumlah teknik shot kamera yang digunakan oleh media ini dalam mengkonstruksi realitas virtualnya. Masing-masing teknik shot kamera ternyata memiliki arti sendiri. Ada sembilan teknik shot kamera, dimana setiap teknik memiliki fungsi dan makna yang berbeda, yaitu:

- *Long shoot/Wide Shot (LS/WS)*: Dengan teknik ini bisa diketahui siapa, dimana dan kapan berkaitan dengan subjek. Selain itu, juga bisa diketahui gendernya, kostum, gerakan subjek, dan ekspresi wajah.
- *Medium shots (MS)*: Dengan teknik ini bisa diketahui siapa, dimana dan kapan berkaitan dengan subjek. Selain itu, juga bisa diketahui gendernya, kostum, gerakan subjek, dan ekspresi wajah.
- *Close-up (CU)*: Disebut juga *intimate shot*. Untuk menghasilkan gambaran orang, objek, atau tindakan yang terlihat besar, sehingga bisa mendapatkan informasi yang detail tentang objek, serta bisa menunjukkan ekspresi seseorang.
- *Extreme Long Shot (XLS)*: Digunakan untuk menunjukkan lingkungan *urban, suburban, rural*, pegunungan, gurun, laut, dan lain-lain. Juga digunakan untuk menunjukkan siang, malam, musim dingin, musim panas, dll.
- *Very Long Shot (VSL)*: Memperlihatkan lebih jelas lagi tentang siapa dan dimana subjek berada.
- *Medium Close Up (MCU)*: Memberi informasi tentang cara bicara, cara

mendengarkan atau tindakan dari karakter ekspresi wajah, arah pandang, emosi, warna rambut, *make-up* tampak jelas.

- *Big Close Up* (BCU): Lebih untuk memperlihatkan bagian wajah, terutama hidung, mata dan mulut. Untuk memperlihatkan siapa subjek itu, dan bagaimana ekspresinya (marah, sedih, terharu, dll).
- *Extreme Close Up* (ECU): Gambar ini biasanya digunakan untuk film dokumenter, berkaitan dengan medis atau ilmu alam, bisa juga digunakan untuk film naratif fiksi, atau *film art*.

Rata-rata pengambilan gambar dengan menggunakan teknik-teknik ini menghasilkan kesan lebih dramatik:

- *Backlight Shot* : teknik pengambilan gambar terhadap objek dengan pencahayaan dari belakang.
- *Reflection Shot* : teknik pengambilan yang tidak diarahkan langsung ke objeknya tetapi dari cermin/air yang dapat memantulkan bayangan objek.
- *Door Frame Shot* : gambar diambil dari luar pintu sedangkan adegan ada di dalam ruangan.
- *Artificial Framing Shot* : benda misalnya daun atau ranting diletakkan di depan kamera sehingga seolah-olah objek diambil dari balik ranting tersebut.
- *Jaws Shot* : kamera menyorot objek yang seolah- olah kaget melihat kamera.

- *Framing with Background* : objek tetap fokus di depan namun latar belakang dimunculkan sehingga ada kesan indah.
- *The Secret of Foreground Framing Shot* : pengambilan objek yang berada di depan sampai latar belakang sehingga menjadi perpaduan adegan.
- *Tripod Transition* : posisi kamera berada diatas tripod dan beralih dari objek satu ke objek lain secara cepat.
- *Artificial Hairlight* : rambut objek diberi efek cahaya buatan sehingga bersinar dan lebih dramatik.
- *Fast Road Effect* : teknik yang diambil dari dalam mobil yang sedang melaju kencang.
- *Walking Shot* : teknik ini mengambil gambar pada objek yang sedang berjalan. Biasanya digunakan untuk menunjukkan orang yang sedang berjalan terburu-buru atau dikejar sesuatu.
- *Over Shoulder* : pengambilan gambar dari belakang objek, biasanya objek tersebut hanya terlihat kepala atau bahunya saja. Pengambilan ini untuk memperlihatkan bahwa objek sedang melihat sesuatu atau bisa juga objek sedang bercakap-cakap.
- *Profil Shot* : jika dua orang sedang berdialog, tetapi pengambilan gambarnya dari samping, kamera satu memperlihatkan orang pertama dan kamera dua memperlihatkan orang kedua.

2.1.6 Tinjauan Tentang Representasi

Representasi menurut Chris Barker dalam bukunya Nawiroh Vera (2014:97) adalah konstruksi sosial yang mengharuskan kita mengeksplorasi pembentukan makna tekstual dan menghendaki penyelidikan tentang cara dihasilkannya makna pada beragam konteks. Representasi dan makna budaya memiliki materialitas tertentu. Mereka melekat pada bunyi, prasasti, objek, citra, buku, majalah, dan program televisi. Mereka diproduksi, ditampilkan, digunakan, dan dipahami dalam konteks sosial tertentu.

Sedangkan menurut Eriyanto, Konsep representasi bisa berubah-ubah, selalu ada pandangan baru dalam konsep representasi yang sudah pernah ada. Elemen-elemen ditandakan secara teknis dalam bahasa tulis seperti kata, proposisi, kalimat, foto, caption, grafik, dan sebagainya. Sedangkan dalam televisi seperti kamera, tata cahaya, editing, musik, dan sebagainya. Lalu di transmisikan kedalam kode representasional yang memasukan diantaranya bagaimana objek digambarkan: karakter, narasi, setting, dialog, dan sebagainya (Eriyanto, 2008:115).

2.1.7 Tinjauan Tentang Feminisme

"Feminisme" berasal dari bahasa Prancis. Di Amerika Serikat, feminisme dikenal sebagai "gerakan perempuan" abad ke-19. Dalam arti tertentu, berbagai jenis kelompok yang tujuannya sejalan atau tidak, mengarah pada "kemajuan" posisi perempuan. Ketika istilah "feminisme" diperkenalkan ke Amerika Serikat pada awal abad ke-20, itu hanya merujuk pada kelompok kegiatan khusus, yaitu advokasi untuk hak-hak perempuan.

Feminisme berawal dari sebuah persepsi mengenai ketimpangan posisi perempuan dibandingkan dengan laki-laki di masyarakat. Hingga saat ini, istilah mengenai feminisme telah menimbulkan beragam interpretasi antara lain sebagai sebuah ideologi, gerakan dapat juga sebuah aliran pemikiran (filsafat), atau bahkan teori pembagian kelas dalam masyarakat. Namun berdasarkan kemunculannya, feminisme lebih umum diartikan sebagai sebuah gerakan nasional (Nugroho, 2004). Intinya, tujuan feminisme adalah perubahan sosial untuk menciptakan keadaan kesetaraan antara laki-laki dan perempuan.

Peran seorang perempuan dalam sebuah film yang peneliti teliti dapat dikatakan sebagai gerakan feminisme. Di mana perempuan tidak hanya digambarkan sebagai objek narasi yang pasif tetapi juga bisa menjadi subjek narasi yang aktif seperti laki-laki. Hal tersebut selaras dengan Mulvey yang berpendapat bahwa, "feminisme memerlukan sinema yang *avant-garde* secara politik dan estetika yang akan membuat gebrakan radikal dengan konvensi formal sinema *mainstream* untuk menentang ideologi patriarki". Satu-satunya cara untuk mengubah sinema populer adalah melalui kreasi konteks feminis

untuk memandang mana yang akan mendidik penonton perempuan yang pasif dan mengubahnya menjadi penonton feminis yang aktif (Mulvey dalam Hollows, 2010:66).

Ada dua konsep yang harus dimengerti dalam usaha menelaah kaum perempuan, yaitu membedakan dan memahami antara konsep jenis kelamin dan konsep gender. Jenis kelamin sebenarnya merupakan penafsiran atau pembagian dua jenis kelamin manusia yang ditentukan secara biologis. Sedangkan konsep gender adalah sebuah sifat yang melekat pada kaum laki-laki maupun perempuan yang dibentuk secara sosio-kultural. Konsep gender kemudian menghasilkan dua kategori sifat yaitu feminitas yang melekat pada kaum perempuan dan maskulinitas yang melekat pada kaum laki-laki. Jika wilayah seks adalah jarak perbedaan fisik antara kaum laki-laki dan perempuan, gender menambahkannya dengan sifat dan atribut sosial yang melekat pada kedua jenis kelamin tersebut (Ashaf dalam skripsi Dini, 2017:19).

Secara umum dapat dikatakan bahwa gender itu tidak berlaku universal. Artinya setiap masyarakat, pada waktu tertentu, memiliki sistem kebudayaan tertentu yang berbeda dengan masyarakat lain dan waktu yang lain. Tetapi dari hasil penelitian yang dilakukan oleh William dan Best yang mencakup 30 negara membuktikan bahwa sekalipun gender itu tidak universal tetap saja pada umumnya label maskulin dilekatkan pada laki-laki yang dipandang sebagai lebih kuat, lebih aktif, dan ditandai oleh kebutuhan yang besar akan pencapaian dominasi, otonomi dan agresi. Sebaliknya, label feminin dilekatkan

pada perempuan yang dipandang sebagai lebih lemah, kurang aktif, dan lebih menaruh perhatian kepada keinginan untuk mengasuh dan mengalah (Muslikhati dalam skripsi Dini, 2017:20).

Orang yang menganut paham feminisme disebut dengan feminis. Mereka terbagi-bagi menjadi beberapa aliran. Menurut buku *Feminist Thought* yang ditulis oleh Rosmarie Tong, ada delapan macam aliran feminisme yang dianut oleh para feminis. Diantaranya adalah: Feminisme Liberal, Feminisme Radikal, Feminisme Marxis dan Sosialis, Feminisme Psikoanalisis dan Gender, Feminisme Eksistensialis, Feminisme Posmodern, Feminisme Multikultural dan Global, dan Ekofeminisme (Tong, 2010:1).

- Feminisme liberal memandang diskriminasi perempuan yang diperlakukan tidak adil. Perempuan seharusnya memiliki kesempatan yang sama dengan laki-laki untuk sukses di dalam masyarakat. Menurut feminis *liberal*, keadilan gender dapat dimulai dari diri kita sendiri. Pertama, peraturan untuk permainannya harus adil. Kedua, pastikan tidak ada pihak yang ingin memanfaatkan sekelompok masyarakat lain dan sistem yang dipakainya haruslah sistematis serta tidak ada yang dirugikan (Tong, 2010:2).
- Feminisme Radikal menganggap sistem patriarkalisme terbentuk oleh kekuasaan, dominasi, hirarki, dan kompetisi. Namun hal tersebut tidak bisa direformasi dan bahkan pemikirannya harus diubah. Feminis radikal fokus kepada jenis kelamin, gender, dan reproduksi sebagai

tempat untuk mengembangkan pemikiran feminisme mereka (Tong, 2010:2).

- Feminisme Marxist dan Sosialis menyatakan kalau mustahil bagi siapapun, terutama perempuan untuk mencapai kebebasan yang sesungguhnya di tengah masyarakat yang menganut sistem yang berdasarkan kelas, dimana kekayaan diproduksi oleh orang yang tak punya kekuatan yang dikendalikan oleh sedikit orang yang mempunyai kekuatan (Tong, 2010:4).
- Feminisme Psikoanalisis dan Gender fokus kepada karya-karya Sigmund Freud untuk lebih mengerti peran jenis kelamin di dalam kasus penindasan terhadap perempuan (Tong, 2010:5).
- Feminisme Eksistensialis membahas hal-hal mengapa perempuan dihubungkan dengan ketergantungan, komunitas, dan hubungan. Sedangkan laki-laki dikaitkan dengan ketergantungan, kemandirian, dan otonomi. Para pemikir ini menganggap bahwa di dalam masyarakat ada perbedaan kenyataan antara “feminis” dan “maskulin” (Tong, 2010:7).
- Feminisme Multikultural dan Global berfokus pada penyebab dan penjelasan terhadap kedudukan perempuan yang berada di bawah laki-laki di seluruh dunia. Feminis aliran ini terkenal memiliki komitmen yang kuat untuk menekankan perbedaan di antara perempuan dan mengidentifikasi berbagai macam perempuan agar dapat bekerjasama dengan baik (Tong, 2010:7).

- Ekofeminsime menekankan pada titik kalau kita tidak hanya terhubung terhadap sesama manusia, tetapi kepada makhluk lain seperti hewan atau bahkan tumbuhan (Tong, 2010:8).
- Feminisme Posmodern memiliki pemikiran untuk menghapuskan perbedaan antara maskulin dan feminim, jenis kelamin, perempuan dan laki-laki. Mereka mencoba menghancurkan konsep para kaum laki-laki yang mencegah perempuan untuk memposisikan dirinya dengan pemikirannya sendiri dan tidak mengikuti pemikiran laki-laki (Tong, 2010:9).

2.1.8 Tinjauan Tentang Semiotika

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, 2007: 282).

John Fiske berpendapat bahwa dalam semiotik fokus utamanya adalah teks. Teks dalam hal ini dapat diartikan secara luas, bukan hanya teks tertulis saja. Segala sesuatu yang memiliki sistem tanda komunikasi, seperti yang terdapat pada teks tertulis, bisa dianggap teks, misalnya film, sinetron, drama opera sabun, kuis iklan, fotografis hingga tayangan sepakbola (Fiske, 2007:282).

Menurut John Fiske, semiotika mempunyai tiga bidang studi utama: Pertama, Tanda itu sendiri. Tanda adalah konstruksi manusia dan

hanya bisa dipahami dalam artian manusia yang menggunakannya. Kedua, kode atau sistem yang mengorganisasikan tanda. Studi ini mencakup cara berbagai kode dilambangkan guna memenuhi kebutuhan suatu masyarakat atau budaya untuk mengeksploitasi saluran komunikasi yang tersedia untuk mentransmisikannya. Ketiga, kebudayaan tempat tanda dan kode bekerja. Ini pada gilirannya bergantung pada penggunaan kode-kode dan tanda-tanda itu untuk keberadaan dan bentuknya sendiri (Fiske, 2007:60).

Tanda-tanda (*signs*) adalah basis dari seluruh komunikasi (Littlejohn dalam Sobur, 2018:15). Manusia dengan perantaraan tanda-tanda, dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya. Banyak hal bisa dikomunikasikan di dunia ini.

Dengan semiotika, kita akan berhubungan dengan tanda-tanda. Semiotika, seperti kata Lechte (2001:191 dalam Sobur, 2018:16) adalah teori tentang tanda penandaan. Lebih jelasnya lagi, semiotika adalah suatu disiplin yang menyelidiki semua bentuk komunikasi yang terjadi dengan tanda sarana signs “tanda-tanda”.

2.2 Kerangka Pemikiran

Dalam menganalisa representasi feminisme dalam film *Captain Marvel*, peneliti menggunakan teori dari John Fiske yaitu *The Codes of Television*. Peneliti memilih beberapa kode yang ada dalam teori *The Codes of Television* John Fiske.

Beberapa kode televisi ini akan membantu mempermudah peneliti dalam meneliti representasi feminisme dalam film *Captain Marvel*.

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, 2007: 282).

Terdapat tiga *sequence* yang memunculkan cerita tentang feminisme yang terdapat dalam film *Captain Marvel* dengan dianalisis oleh konsepsi pemikiran dari John Fiske. Semiotik yang akan dibahas dalam konsepsi John Fiske adalah bahasa tulis yang mengandung kata, kalimat, proposisi, foto, grafik, dan bagaimana makna dibangun dalam teks media, atau studi tentang bagaimana tanda dari jenis karya apapun dalam masyarakat yang mengkonsumsi makna dalam suatu objek yang peneliti akan teliti. Fiske berpendapat bahwa realitas adalah produk pokok yang dibuat oleh manusia.

Dari ungkapan tersebut diketahui John Fiske berpandangan apa yang ditampilkan di layar kaca, seperti film, adalah merupakan realitas sosial. Fiske kemudian membagi pengkodean dalam tiga level pengkodean tayangan televisi, yang dalam hal ini juga berlaku pada film, sebagai berikut :

Tabel 2.2

Tabel Proses Representasi John Fiske

PERTAMA	REALITAS
	Dalam bahasa tulis, seperti dokumen wawancara transkrip dan sebagainya. Dalam televisi seperti perilaku, <i>make up</i> , pakaian, ucapan, gerak-gerik, dan sebagainya.
KEDUA	REPRESENTASI
	Elemen tadi ditandakan secara teknis. Dalam bahasa tulis seperti kata, proposisi, kalimat, foto, <i>caption</i> , grafik dan sebagainya. Dalam TV seperti kamera, musik, tata cahaya, dan lain-lain. Elemen-elemen tersebut ditransmisikan kedalam kode representasional yang memasukan diantaranya bagaimana objek digambarkan (karakter, narasi, <i>setting</i> , dialog, dan lain-lain).
KETIGA	IDEOLOGI
	Semua elemen diorganisasikan dalam koherensi dan kode-kode ideologi, seperti individualisme, liberalisme, sosialisme, patriarki, ras, kelas, materialisme, dan sebagainya.

Sumber : John Fiske dalam Indiwani Seto (2011:123)

Pertama, realitas, dalam proses ini baik peristiwa atau ide dikonstruksikan sebagai realitas oleh media dalam bentuk bahasa gambar. Ini umumnya berhubungan dengan aspek seperti pakaian, lingkungan, ucapan, ekspresi dan lain-lain. Di sini realitas selalu siap ditandakan. *Kedua*, representasi, dalam proses ini realitas digambarkan dalam perangkat teknis, seperti bahasa tulis, gambar, grafik, animasi, dan lain-lain. *Ketiga*, tahap ideologis, dalam proses ini peristiwa dihubungkan dan diorganisasikan ke dalam konvensi-konvensi yang diterima secara ideologis. Bagaimana kode-kode direpresentasi dihubungkan dan diorganisasikan ke dalam koherensi sosial atau kepercayaan dominan yang ada dalam masyarakat.

Peneliti menggunakan teori analisis semiotika dari John Fiske agar bisa membedah representasi feminisme dalam film *Captain Marvel*, mulai dari level realitas, representasi, dan ideologi.

Ada tiga *sequence* dalam film *Captain Marvel* yang akan dianalisis melalui semiotik John Fiske. Semiotika yang dikaji oleh Fiske antara lain membahas bahwa sebuah peristiwa yang digambarkan dalam sebuah gambar bergerak atau *moving picture* memiliki kode-kode sosial.

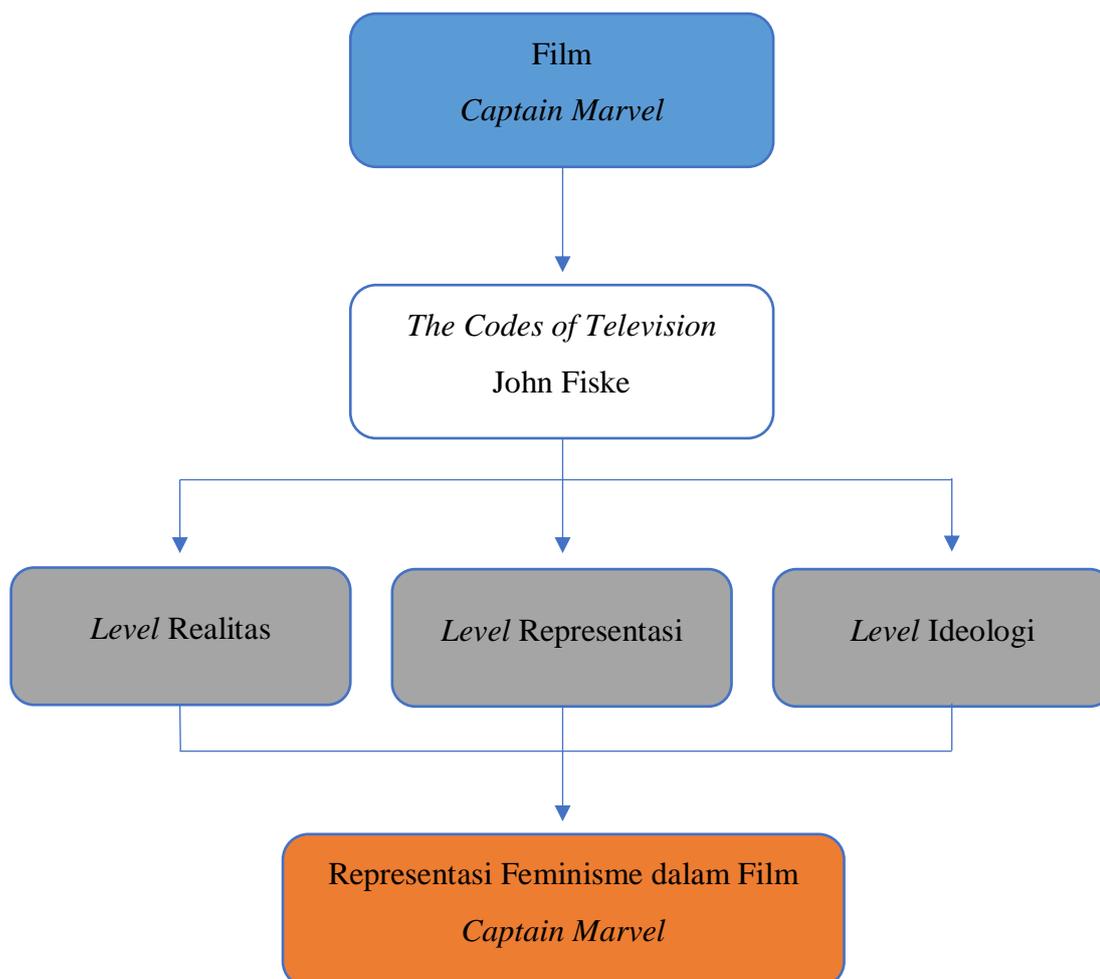
Dari *The Code of Television* John Fiske di bawah diadaptasi bahwa kode-kode sosial pada *level* pertama adalah realitas dalam *sequence* dan realitas tersebut terdiri dari penampilan, busana, make-up, *environment* (lingkungan), *behavior* (kelakuan), *speech* (cara berbicara), *gesture* (bahasa tubuh), ekspresi. Kemudian realitas dalam *sequence* tersebut direpresentasikan melalui kamera, pencahayaan, editing, musik dan *sound*. Dan pada *level* ketiga hasil dari hubungan antara realitas

dan representasi dalam *sequence* diterima secara sosial oleh *ideological codes* atau kode-kode ideologi, seperti: individualisme, patriarki, ras, kelas dan lainnya.

Melalui teknik analisis Semiotika Televisi milik John Fiske yang kemudian Fiske memperkenalkan konsep *The Codes of Television* atau kode-kode televisi yang mana menunjukkan kode-kode tertentu yang bersifat esensial untuk tayangan televisi, maka peneliti merumuskan sebuah kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.1

Alur Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti, 2019