

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan

Dalam tinjauan pustaka, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang relevan. Dengan demikian, peneliti mendapatkan referensi pendukung, pelengkap, serta pembanding sehingga lebih memadai. Tentunya dengan melihat hasil karya ilmiah yang memiliki pembahasan serta tinjauan yang sama sebagai acuan. Berikut tabel penelitian yang berhasil peneliti temukan untuk menjadi referensi peneliti:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	REPRESENTASI KEKERASAN DALAM FILM “PUNK IN LOVE (Studi Analisis Semiotik Tentang Representasi Kekerasan Dalam Film “PUNK IN LOVE”)	Claudita Sastris Paskanonka, Universitas Pembangunan Nasional Veteran, Jawa Timur, Surabaya	Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika John Fiske	Hasil penelitian menunjukkan bahwa film Punk In Love merupakan film yang mempresentasikan kekerasan, baik kekerasan spiritual, kekerasan fungsional, kekerasan psikologis, kekerasan seksual, dan kekerasan finansial. Kekerasan tersebut dilakukan karena latar belakang ekonomi atau kemiskinan yang dialami tokoh-tokoh utama dan

				kekerasan yang dihadirkan merupakan bumbu penyedap dan sarana humor dari film ini.
2.	Representasi Kekerasan Dalam Film “Jagal” The Act Of Killing (Analisis Semiotika)	Nur Afghan Hidayatullah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto	Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika John Fiske	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut: Film “JAGAL” The Act of Killing merupakan film yang mempresentasikan unsur-unsur kekerasan melalui 20 scene yang telah di analisis peneliti. Peneliti menemukan unsur-unsur kekerasan dalam tiga level analisis semiotik John Fiske, yaitu level realitas, level representasi, dan level ideologi. Kemudian peneliti menyimpulkan adanya ideologi fasisme dalam film “JAGAL” The Act of Killing, yang digambarkan dengan jiwa nasionalis secara radikal berupa pemaksaan, penyiksaan, penindasan, hingga pembunuhan untuk memberantas kaum Komunis.

3..	Representasi Nilai Anti Kekerasan Dalam Film (Studi Analisis Semiotika John Fiske Dalam Film Big Hero 6	Esha Ridha Haqqy, Universitas Telkom Bandung	Metode Penelitian Kualitatif Dengan Pendekatan Analisis Semiotika John Fiske	Simpulan dalam penelitian ini adalah film Big Hero 6 merupakan film yang mempresentasikan pesan anti kekerasan melalui empat <i>scene</i> yang dianalisis peneliti. Pesan ini disampaikan bahwa jalan kekerasan dan perang harus dihindari bahkan dihapuskan untuk membuat keadaan damai. Jalan tanpa kekerasan adalah jalan terbaik dari pandangan nilai etika dan moral, oleh karena itu dari ideologi pasifisme menyimpulkan untuk menolak perang dari pernyataan perang itu sendiri. Dalam film ini juga menyampaikan pesan tentang saling berempati dan menolong tanpa memandang siapapun, meskipun seseorang tersebut berlaku jahat terhadap diri orang lain.
-----	---	--	--	---

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

Ini Manusia pada hakikatnya merupakan makhluk sosial yang setiap harinya memerlukan sebuah komunikasi. Setiap aspek dalam kehidupan dipengaruhi oleh komunikasi kita dengan orang lain, seperti pesan-pesan dari orang yang tidak dikenal atau kenal dan orang hidup dan mati.

Komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa berupa gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari dalam lubuk

hati. Banyak definisi-definisi tentang komunikasi muncul dan berkembang dari masa ke masa. Banyaknya definisi tersebut setidaknya ada tiga kerangka pemahaman mengenai komunikasi, yakni Komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi, dan komunikasi sebagai transaksi. Berikut ini merupakan beberapa define komunikasi dari para ahli :

1) Bernard Berelson dan Gary A. Steiner

Komunikasi merupakan transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi (Mulyana, 2007:67).

2) Theodore M. Newcomb

Setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi, terdiri dari rangsangan yang didiskriminasi, dari sumber kepada penerima (Mulyana, 2007:67).

3) Carl I. Hovland

Komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain. Seseorang akan mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain, apabila komunikasinya itu memang komunikatif (Effendy, 2006:10).

4) Gerald R. Miller

Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima (Mulyana, 2007:67).

5) Everett M. Rogers

Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka (Mulyana, 2007:67).

6) Harold Lasswell

Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut : Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?" Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana? (Mulyana, 2007:67).

Pendapat para ahli tersebut menggambarkan bahwa komponen komponen pendukung komunikasi termasuk efek yang ditimbulkan, antara lain adalah:

1. Komunikator (communicator, source, sender)
2. Pesan (message)
3. Media (channel)
4. Komunikan (communican, receiver)
5. Efek (effect)

Dari beberapa pengertian di atas, peneliti mengambil kesimpulan bahwa komunikasi merupakan proses pertukaran makna/pesan baik verbal maupun nonverbal dari seseorang kepada orang lain melalui media dengan tujuan untuk mempengaruhi orang lain.

2.1.3 Pesan Verbal dan Non Verbal Dalam Komunikasi

2.1.3.1 Pesan Verbal

Sebagai makhluk sosial dan juga sebagai makhluk komunikasi, manusia dalam hidupnya diliputi oleh berbagai macam symbol, baik yang

diciptakan oleh manusia sendiri maupun yang bersifat alami. Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal (Deddy Mulyana, 2005).

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan bicara yang kita sadari termasuk kedalam kategori pesan verbal disengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan (Devito, 2011:51).

2.1.3.2 Pesan Non-Verbal

Larry A. Samovar dan Richard E. Porter (Riswandi, 2009:69), mendefinisikan komunikasi non verbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan menggunakan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima. Secara sederhana, pesan non verbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata, komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan pesan-pesan nonverbal.

2.1.4 Komunikasi Massa

Film merupakan bagian dari komunikasi massa yang membantu penyebaran informasi secara masal, melalui media massa. Film pun membentuk pengetahuan dan pendapat manusia dalam berbagai peristiwa atau yang menyangkut pada kehidupan manusia. Tanpa adanya batasan

waktu dan jarak sehingga media massa dapat mempengaruhi cara hidup dan perilaku seseorang. Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bitter, yakni :

Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media masa pada sejumlah besar orang. (mass communication is messages communicated throgh a mass medium to large number of people). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa (Ardianto, 2007:3).

Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media masa pada sejumlah besar orang. (mass communication is messages communicated throgh a mass medium to large number of people). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa (Ardianto, 2007:3).

Ahli komunikasi lainnya, Joseph A. DeVito merumuskan definisi komunikasi massa yang intinya merupakan penjelasan tentang massa serta tentang media yang digunakan. Ia mengemukakan defnisinya dalam dua item, yakni :

“Pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditunjukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancarpemancar yang audio atau videosual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan dalam

bentuknya : televisi, radio siaran, surat kabar, majalah dan film” (Ardianto, 2007 : 6).

Dari pengertian komunikasi massa di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa memiliki pengaruh penting dalam kehidupan seseorang. Bahkan realitas yang terjadi dalam kehidupan seseorang dapat digambarkan dalam sebuah film.

2.1.4.1 Karakteristik Komunikasi Massa

Karakteristik komunikasi massa meliputi sifat dan unsur yang tercakup (Suprpto, 2006 : 13). Adapun karakteristik komunikasi massa sebagai berikut:

- 1) Sifat komunikan, yaitu komunikasi massa yang ditujukan kepada khalayak yang jumlahnya relatif besar, heterogen, dan anonim. Jumlah besar yang dimaksudkan hanya dalam periode waktu yang singkat saja dan tidak dapat diukur, beberapa total jumlahnya. Bersifat heterogen berarti khalayak bersifat berasal dari latar belakang dan pendidikan, usia, suku, agama, pekerjaan,. Sehingga faktor yang menyatukan khalayak yang heterogen ini adalah minat dan kepentingan yang sama. Anonim berarti bahwa komunikator tidak mengenal siapa khalayaknya, apa pekerjaannya, berapa usianya, dan lain sebagainya.
- 2) Sifat media massa, yaitu serempak dan cepat. Serempak (Simultanety) berarti bahwa keserempakan kontak antara

komunikator dengan komunikan yang demikian besar jumlahnya. Pada saat yang sama, media massa dapat membuat khalayak secara serempak dapat menaruh perhatian kepada pesan yang disampaikan oleh komunikator. Selain itu sifat dari media massa adalah cepat (rapid), yang berarti memungkinkan pesan yang disampaikan pada banyak orang dalam waktu yang cepat.

- 3) Sifat pesan, Pesan yang disampaikan melalui media massa adalah bersifat umum (Public). Media massa adalah sarana untuk menyampaikan pesan kepada khalayak, bukan untuk kelompok orang tertentu. Karena pesan komunikasi melalui media massa sifatnya umum, maka lingkungannya menjadi universal tentang segala hal, dan dari berbagai tempat di seluruh dunia. Sifat lain dari pesan melalui media massa adalah sejenak (Transient), yaitu hanya untuk sajian seketika saja.
- 4) Sifat komunikator, karena media massa merupakan lembaga organisasi, maka komunikator dalam komunikasi massa, seperti wartawan, utradara, penyiar, pembawa acara, adalah komunikator yang terlembagakan. Media massa merupakan organisasi yang rumit, pesan-pesan yang disampaikan kepada khalayak adalah hasil kerja kolektif, oleh sebab itu, berhasil tidaknya komunikasi massa ditentukan oleh berbagai faktor yang terdapat dalam orginisasi massa.

Berdasarkan uraian tentang karakteristik komunikasi massa di atas, maka sifat dan efek yang ditimbulkan pada komunikasi tergantung pada komunikasi yang dilakukan oleh para komunikator. Tujuan komunikasi yang berbeda-beda, menjadikan konsumsi pesan sesuai dengan kebutuhan yang mereka inginkan.

2.1.4.2 Fungsi Komunikasi Massa

Manusia merupakan makhluk pengolah pesan yang baik dari makhluk lainnya di bumi. Peran komunikasi massa yang memberikan banyak informasi bagi manusia itu sendiri tidak bisa lepas dari kehidupan sehari-hari. Di samping peranan komunikasi massa yang memberikan informasi bagi masyarakat, media massa pun memiliki fungsi lain seperti yang dijelaskan oleh Effendy dalam buku Komunikasi Massa (dalam Elvinaro, dan dkk, 2007:18) yakni :

- 1) Fungsi informasi ini diartikan bahwa media massa menyebarkan informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pun berbagai macam sesuai dengan informasi yang dibutuhkan oleh khalayak yang bersangkutan dengan kepentingannya masing-masing. Informasi tentang pendidikan, musik, politik, seni, dan hal-hal lain di media

massa menunjang sebagian informasi yang dibutuhkan selain didapatkan di sekolah. Khalayak dari media massa pun bisa mendapatkan informasinya melalui surat kabar, mendengarkan radio, atau menonton televisi.

- 2) Fungsi pendidikan media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya (mass education). Karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Pengajaran tentang nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca merupakan salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa. Media massa melakukannya melalui drama, cerita, diskusi, dan artikel.
- 3) Fungsi mempengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk/editorial, features, iklan, artikel, dan sebagainya. Khalayak dapat terpengaruh iklan-iklan yang ditayangkan televisi maupun surat kabar. Contoh dari fungsi mempengaruhi ini bisa dilihat dari iklan yang baris yang terdapat pada surat kabar, atau ada kolom khusus pada iklan yang disusun tidak menyerupai sebuah iklan. Iklan yang tersebut bisa berupa artikel yang menganalisis terhadap suatu produk barang atau jasa.

Fungsi komunikasi massa menurut Dominick (Dominick dalam Ardianto, Elvinaro. dkk. 2007: 14-17) terdiri dari :

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. 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.

2) Interpretation (Penafsiran)

Fungsi penafsiran hampir sama dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga membeberkan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan. Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjut dalam komunikasi antarpersona atau komunikasi kelompok. Contoh nyata penafsiran media dapat dilihat pada halaman tajuk rencana (editorial) surat kabar.

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)

Sulit dibantah 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. Memang ada beberapa stasiun televisi dan 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 beritaberita ringan atau melihat tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali.

Dari gambaran fungsi komunikasi massa di atas, diklasifikasikan berbagai kegunaan dan kepuasan khalayak terhadap media massa. Bahwa ketika seseorang menggunakan media massa untuk memperoleh tentang sesuatu, bisa berupa hiburan, informasi dan pendidikan. Maka media merupakan bagian dari kognisi. Media massa pun memberikan pengetahuan dunia sekitar diluar dari keluarga, sekolah dan lain-lain. Fungsi media untuk memenuhi kebutuhan ini pun disebut dengan sosial utility

2.1.5 Sejarah Film

Gambar bergerak (film) adalah bentuk dominan dari komunikasi massa visual di belahan dunia ini. Lebih dari ratusam juta orang menonton film di bioskop, film televisi dan film video laser setiap minggunya. Di Amerika Serikat dan Kanada lebih dari satu juta tiket film terjual setiap tahunnya. 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, dalam Ardianto dkk 2007 : 143)

Film merupakan media massa yang tidak terbatas pada ruang lingkungannya. Hal ini dipengaruhi unsur cita rasa dan unsur visualisasi

yang saling berkesinambungan. Menurut Alex Sobur dalam bukunya semiotika komunikasi,

“Film merupakan salah satu media yang berpotensi untuk mempengaruhi khalayaknya karena kemampuan dan kekuatannya menjangkau banyak segmen sosial. Dalam hubungannya, film dan masyarakat dipahami secara linear. Maksudnya, film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdasar muatan pesan dibaliknya, tanpa pernah berlaku sebaliknya. Kritik yang muncul terhadap perspektif ini didasarkan atas argumen bahwa film adalah potret dari masyarakat di mana film itu dibuat.” (Sobur, 2013:127)

Film yang sejak era 1890 sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia. Dunia fotografi menjadi salah satu faktor utama pengembangan film di era itu. Perkembangan teknologi dari masa ke masa termasuk perkembangan kamera mempengaruhi kualitas film yang dihasilkan. Maka produksi film dari masa ke masa semakin bagus. Ide film pertama yang muncul di tahun 1878, dibuat oleh tokoh Amerika Edward James Muybridge. James membuat 16 gambar kuda yang disambungkan dalam 16 frame yang kemudian memunculkan ilusi seakan-akan kuda ada kuda yang sedang berlari.

Di tahun 1891, The Edison Company berhasil mempertunjukkan kinematoscope ciptaan Thomas Alfa Edison (1847-1931) sebagai ilmuwan Amerika yang menemukan lampu listrik dan piringan hitam (phonograph).

“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).

Jika di Indonesia film dimulai pada masa penjajahan Belanda sekitar tahun 1900-an masyarakat Indonesia sudah mulai mengenal adanya film atau yang dulu lebih dikenal dengan “Gambar Hidoep”. Hal ini dibuktikan dengan adanya koran Bintang Betawi No.278, 5 Desember 1900 yang memuat iklan bioskop. Dan dari masa ke masa film yang menjadi bagian dari kehidupan manusia sebagai hiburan, informasi dan sebagai kebutuhan informasi lainnya. Film telah menjadi tontonan bagus dalam segi sinematografinya seiring dengan berjalannya waktu.

2.1.5.1 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 diantaranya, film cerita, film berita, film dokumenter, film kartun.

1. Film Cerita

Film yang sering dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop ini terkadang disatukan dengan film-film ternama dan bintang film ternama. Film ini sering kali didistribusikan sebagai barang dagang.

2. Film Berita

Film yang berisikan mengenai fakta, peristiwa yang benarbenar terjadi. Film yang disajikan kepada publik banyak mengandung nilai berita (news value) karena film tersebut sifatnya berita.

3. Film Dokumenter

Film dokumenter merupakan karya ciptaa yang menggambarkan mengenai kenyataan. Film yang merupakan hasil dari interpretasi pribadi dari pembuatnya bisa berupa kenyataan pribadi atau orang lain.

4. Film Kartun

Film yang biasanya dikonsumsi oleh anak-anak. Ada beberapa karakter yang dikenal oleh anak-anak juga seperti, tokoh Donal Bebek, Miki Tikus yang diciptakan oleh seniman asal Amerika Serikat yakni, Walt Disney.

Dari berbagai jenis film yang telah dipaparkan di atas maka sutradara atau sineas-sineas dapat berkreasi dalam film yang akan dibuat sesuai dengan yang dibutuhkan oleh publik.

2.1.6 Film dalam Komunikasi Massa

Film merupakan salah satu media komunikasi massa yang memiliki kapasitas untuk memuat pesan yang sama secara serempak dan mempunyai sasaran yang heterogen. Selain itu film juga memberikan pengaruh yang sangat besar bagi kehidupan manusia yang tidak bisa lepas dengan komunikasi. Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dirumuskan Bitner sebagai berikut : “Mass communication is message communicated through a mass medium to a large member of people” (komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang)”

Film adalah salah satu media massa yang berfungsi untuk menyampaikan pesan dari komunikator (produser) kepada komunikan (penonton). Dalam menyampaikan pesan, film tidak bisa berdiri sendiri sebagai media yang benar-benar netral. Film mempunyai kekuatan untuk mengkonstruksi pesan lewat bahasa audio visual. Realitas atau fakta yang berada dalam film seolah-olah muncul sebagai representasi peristiwa yang objektif, jujur, adil, dan transparan. Penonton hanya menjadi mayoritas yang diam ketika menonton film. Kekuatan film sebagai media massa dibandingkan dengan jenis media lain adalah layar lebar, pengambilan gambar, konsentrasi penuh dan indentifikasi psikologis. (Rahmat)

Film sebagai salah satu bentuk media massa mempunyai peran penting di dalam sosial kultural, artistik, politik, dan dunia ilmiah. Pemanfaatan film dalam usaha pembelajaran masyarakat ini sebagai didasari oleh pertimbangan bahwa film mempunyai kemampuan untuk menarik perhatian orang dan sebagian lagi didasari oleh alasan bahwa film mempunyai kemampuan mengantar pesan secara unik. Film tidak lagi dimaknai sekedar seni (film as art), tetapi lebih praktik sosial (Turner :

1991) serta komunikasi massa (Jowett dan Linton, 1981). Terjadi pergeseran ini, paling tidak telah mengurangi bias normatif dan teoritis film yang cenderung idealisasi dan karena itu mulai meletakkan film secara objektif. Selain itu film yang dengan kekuatan dan kemampuannya menjangkau banyak segmen dan secara serentak ini membuat film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayaknya.

2.1.7 Kekerasan

Kekerasan merupakan tindakan agresi dan pelanggaran (penyiksaan, pemukulan, pemerkosaan, dan lain-lain) yang menyebabkan atau dimaksudkan untuk menyebabkan penderitaan atau menyakiti orang lain, dan hingga batas tertentu tindakan menyakiti binatang dapat dianggap sebagai kekerasan, tergantung pada situasi dan nilai-nilai sosial yang terkait dengan kekejaman terhadap binatang. Istilah “kekerasan” juga mengandung kecenderungan agresif untuk melakukan perilaku yang merusak. Kerusakan harta benda biasanya dianggap masalah kecil dibandingkan dengan kekerasan terhadap orang.

Soerjono Soekanto, mendefinisikan kekerasan sebagai kekuatan fisik yang dilakukan secara paksa kepada seseorang atau benda. Sedangkan kekerasan sosial adalah kekerasan yang dilakukan terhadap orang atau barang yang termasuk dalam kategori sosial tertentu. Secara sosiologis, kekerasan dapat terjadi apabila individu atau kelompok melakukan interaksi dengan mengabaikan nilai-nilai sosial yang berlaku dalam masyarakat untuk mencapai tujuan masing-masing.

Hal tersebut bisa menguntungkan diri sendiri dan menimbulkan kerugian dipihak lain. Secara umum, kekerasan dapat didefinisikan sebagai setiap individu

atau kelompok yang melakukan perbuatan yang menyebabkan cedera, hilangnya nyawa seseorang, menyebabkan kerusakan fisik atau barang orang lain.

Terdapat 2 macam golongan bentuk kekerasan yang perlu kamu ketahui, diantaranya adalah sebagai berikut.

1. Kekerasan Langsung

Kekerasan dilakukan secara langsung oleh pihak individu maupun kelompok yang ingin melukai atau menyedari orang lain dengan sengaja. Contoh dari kekerasan secara langsung antara lain sebagai berikut:

1. Memukul
 2. Melukai atau Menganiaya
 3. Merusak
 4. Membunuh
 5. Memperkosa
- #### 2. Kekerasa Tidak Langsung

Seperti halnya dengan kekerasan langsung, kekerasan tidak langsung juga dilakukan oleh individu atau kelompok dengan melalui sarana tersembunyi. Bentuk kekerasan ini diantaranya seperti mengekang orang lain, meniadakan atau mengurangi hak orang lain, memfitnah, mengadu domba dsb.

Contoh dari kekerasan tidak langsung antara lain sebagai berikut:

1. Meneror, misalkan teror yang dilakukan untuk pihak asing terhadap negara Indonesia, dengan tujuan mengintimidasi pemerintah agar lebih waspada.
2. Memfitnah
3. Menghujat
4. Bullying verbal

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Dalam menganalisa Representasi Nilai Anti Kekerasan Dalam Film Spies In Disguise. Penelitian ini menggunakan teori The Codes of Television oleh John Fiske. Peneliti memilih beberapa kode yang ada dalam teori the codes of television John Fiske. Beberapa kode televisi ini akan lebih mempermudah peneliti dalam meneliti representasi kekerasan dalam film.

Semiotika adalah studi tentang pertandaan dan makna, ilmu tentang tanda, tentang bagaimana makna di bangun dalam “teks” media, atau studi tentang bagaimana tanda dari jenis karya apapun dalam masyarakat yang mengkomunikasikan makna (Fiske, 2004:282).

Tanda adalah sesuatu yang dikaitkan pada seseorang untuk sesuatu dalam beberapa hal atau kapasitas. Tanda menunjuk pada seseorang, yakni, menciptakan di benak orang tersebut suatu tanda yang setara, ataubarangkali suatu tanda yang lebih berkembang. Tanda yang diciptakannya saya namakan interpretant dari tanda pertama. Tanda itu menunjuk sesuatu, yakni objeknya. (Fiske, 2004: 63).

Menurut John Fiske, terdapat tiga bidang studi utama dalam semiotika, yakni :

1. Tanda itu sendiri. Hal ini terdiri atas studi tentang berbagai tanda yang berbeda, dan cara tanda – tanda itu terkait dengan manusia yang menggunakannya. Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami dalam artian manusia yang menggunakannya.
2. Kode atau sistem yang mengorganisasikan tanda. Studi ini mencakup cara berbagai kode dikembangkan guna memenuhi kebutuhan suatu masyarakat atau budaya atau mengeksploitasi saluran komunikasi yang tersedia untuk mentransmisikannya.
3. Kebudayaan 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)

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



