BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tinjauan penelitian terdahulu merupakan salah satu referensi yang diambil oleh peneliti. Melihat hasil karya ilmiah para peneliti terdahulu, yang mana ada dasarnya peneliti mengutip beberapa pendapat yang dibutuhkan oleh penelitin sebagai pendukung penelitian. Tentunya dengan melihat hasil karya ilmiah yang memiliki pembahasan serta tinjauan yang sama sebagai acuan.

1. Skripsi Susi Deviyana, Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2011 Penelitian Susi Deviyana yang berjudul "Representasi Nilai Kepahlawanan Dalam Film Harap Tenang Ada Ujian", bertujuan untuk mengetahui lebih dalam apakah tanda-tanda yang digunakan untuk merepresentasikan nilai-nilai kepahlawanan yang ada dalam film "Harap Tenang Ada Ujian!" tersebut. Dengan mengetahui dan memahami tanda-tanda yang menunjukkan nilai- nilai kepahlawanan diharapkan kita dapat meneladani nilai-nilai tersebut. Penelitian ini termasuk studi kualitatif dengan pendekatan analisa semiotika Roland Barthes. Hasil dari penelitian ini adalah nilai-nilai kepahlawanan ditunjukkan melalui simbol-simbol ditampilkan melalui sikap dan aksi dari para tokoh. Nilai-nilai tersebut antara lain keberanian, percaya pada kekuatan sendiri, pantang menyerah, rela berkorban, persatuan dan kesatuan, toleransi dan kesetiakawanan sosial. Film ini mampu menyampaikan berbagai pesan atau tanda-tanda yang menunjukkan nilai-nilai kepahlawanan.

2. Jurnal Nexen Alexandre Pinontoan, Universitas Budi Luhur Jakarta Selatan 2020 Jurnal Nexen Alexandre Pinontoan berjudul Representasi Patriotisme Pada Film Soegija (Analisis Semiotika John Fiske)
3. Skripsi Dita Ayu Ananda, Universitas Komputer Indonesia, Bandung 2014 Penelitian Dita Ayu Ananda yang berjudul " Representasi Nilai Kepahlawanan Dalam Film Captain Philips Karya Paul Greengrass (Analisis Semiotika John Fiske Mengenai Nilai Kepahlawanan dalam Film captain Philips Karya Paul Greengrass.

Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penilitian	Tahun	Identitas Penyusun	Metode Yang Digunakan	Hasil Penelitian	Perbedaan Dengan Skripsi peneliti
	"Representasi Nilai Kepahlawanan Dalam Film Harap Tenang Ada Ujian	2011	Susi Deviyanan (Program Studi Ilmu Komunikasi bidang Kajian Jurnalistik Unversitas Sebelas Maret, Surakarta)	Kualitatif Metode Semiotika Roland Barthes	Hasil dari penelitian ini adalah nilai-nilai kepahlawanan ditunjukkan melalui simbol- simbol ditampilkan melalui sikap dan aksi dari para tokoh. Nilai-nilai tersebut antara lain keberanian, percaya pada kekuatan sendiri,	Penelitian Susi Deviyana menggunakan semiotika dari Roland Barthes yang menganalisis simbol-simbol pada film Sedangkan pada penelitian ini peneliti
2	Representasi Patriotisme Pada Film Soegija (Analisis Semiotika John Fiske)	2020	Nexen Alexandre Pinontoan (Universit as Budi Luhur,Jakarta Selatan	Kualitatif Model Semiotika John Fiske	Hasil penelitian ini adalah menemukan beberapa scene dalam film Soegija ini terdapat representasi dari Patriotisme. Seorang patriot yang berasal dari kalangan minoritas karena dia seorang uskup atau pemimpin umat Katolik	Peneliti Nexen Alexandre Pinonotoan lebih menganalisa tentang patiotisme sedangkan skripsi peneliti menganalisa tentang tentang nilai kepahlawanan
3	" Representasi Nilai Kepahlawanan		Dita Ayu Ananda (program Studi Ilmu Komunika si	Kualitatif Model	Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi	Peneliti Dita Ayu Ananda menganalisis

	Dalam Film Captain Philips Karya Paul Greengrass (Analisis Semiotika John Fiske Mengenai Nilai Kepahlawanan dalam Film captain Philips Karya Paul Greengrass		bidang kajian Jurnalistik Unikom	Semiotika John fiske	nilai kepahlawanan dalam film Captain Philips, terdapat tiga level yang sesuai dengan kode-kode televisi John Fiske. Pada level realitas menggambarkan penyampaian pesan Kepahlawanan yang terkodekan melalui sikap rela berkorban, pantang menyerah. Level representasi mengulas teknis tentang film Captain Philips mulai dari segi kamera, editing, efek suara hingga dalam kode konvensional seperti konflik, dan dialog banyak tersampaikan pesan Kepahlawanan	representasi Nilai Kepahlawana n yang terkandung dalam film sedangkan peneliti menganalisis makna kepahlawanan

2.1.2 Tinjauan Ilmu Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah aktifitas, sebuah ilmu sosial, sebuah seni liberal dan sebuah profesi. Ilmu komunikasi merupakan hasil dari suatu proses perkembangan yang panjang. Dapat dikatakan bahwa lahirnya ilmu komunikasi dapat diterima baik di Eropa maupun di Amerika Serikat bahkan di seluruh dunia, adalah merupakan hasil perkembangan dari publisistik dan ilmu komunikasi massa. Hal ini dimulai oleh adanya pertemuan antara tradisi Eropa yang mengembangkan ilmu publisistik dengan tradisi Amerika yang mengembangkan ilmu komunikasi massa

2.1.3 Definisi Ilmu Komunikasi Massa

Kata komunikasi atau communication dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin communis yang berarti "sama," *communico, communicatio,* atau *communicare* yang berarti "membuat sama" (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama (Mulyana,2007:46). Komunikasi membuat orang dapat menyampaikan apa yang ada dalam pikirannya kepada orang lain.

Melalui komunikasi, seseorang dapat membuat dirinya untuk tidak terasing dan terisolir dari lingkungan di sekitarnya. Banyak definisi-definisi yang muncul tentang komunikasi.

Hal tersebut disebabkan oleh komunikasi yang terus berkembang dari masa ke masa. Banyaknya definisi tersebut, membuat komunikasi diklasifikasikan kepada tiga konseptualisasi, yaitu komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi dan komunikasi sebagai transaksi (Mulyana, 2007:67). Adapun pendapat para ahli mengenai definisi komunikasi, yaitu:

a. 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 (Mulyana,2007:67).

b. Carl I. Hovland

Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang- lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikate) (Mulyana, 2007:67).

c. Gerald R. Miller

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

d. 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).

e. 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.

2.1.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

Setiap masyarakat pasti pernah berhadapan dengan media massa, dimana pesan dari media itu secara langsung ataupun tidak langsung dapat memengaruhinya. Setidaknya, orang itu pasti pernah mendengarkan radio, menonton televisi, membaca koran, maupun menonton film dan pesannya pasti akan terserap.

Ini mencerminkan bahwa komunikasi massa dengan berbagai bentuknya, senantiasa hadir di tengah-tengah kehidupan manusia dan manusia membutuhkan komunikasi massa juga.

2.1.4.1 Karakterristik Komunikasi Massa

Karakteristik komunikasi massa menurut Ardianto Elvinaro,dkk (Ardianto Elvinaro, dkk. 2007: 7) adalah sebagai berikut:

1. Komunikator terlambangkan

   Ciri komunikasi masa 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.

3. Komunikannya anonim dan heterogen

   Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya mengunakan media dan tidak tatap muka. Di samping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda.

4. Media massa menimbulkan keserempakan

   Effendy mengartikan keserempakan media massa itu sebagai keserempakan konteks dengan sejumlah besar penduduk dalam jumlah yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.

5. Komunikasinya mengutamakan isi ketimbang hubungan

   Salah satu prinsipkomunikasi adalah bahwa komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan.

   Dimensi isi menunjukan muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakanya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu.

6. Komunikasi massa bersifat satu arah

   Karena komunikasinya melalui mediamassa, 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.

7. Stimulasi Alat Indera Terbatas

   Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indrabergantung pada jenis media massa. Pada radio siaran dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar.

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 massa . efektifitas komunikasi yang dapat dilihat dari feedback yang disampaikan oleh komunikan.

2.1.4.2 Fungsi Komunikasi Massa

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

1. *Surveillance* (Pengawasaan)

   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. Organisasi atau industri media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan. Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjutdalam komunikasi antarpesona atau komunikasi kelompok. Contoh nyata penafsiran media dapat dilihat pada halaman tajuk rencana.

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 nilali 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 berita- berita ringan atau melihat tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali.

2.1.5 Tinjauan Tentang 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 adala bisnis yang memberikan keuntungan, kadang-kadang menjadi mesin uang yang seringkali, demi uang, keluar dari kaidah artistik film itu sendiri. (Dominick,2000:306)

2.1.5.1 Film Dalam Komunikasi Massa

Komunikasi massa dapat memberikan efek yang sangat besar untuk manusia. Diantaranya behavioral effects (efek perilaku), attitudinal effects (efek kesopanan), cognitive effects (efek pemikiran), physiological effects (efek fisiologis). Efek ini dapat terjadi dikarenakan dalam semua komunikasi mengharuskan adanya respon timbal balik dari setiap komunikannya. Begitu juga dalam media, terutama penonton televisi maupun film yang bersifat pasif akan menyerap begitu saja konten yang disuguhkan. (Harris, 2009:3-30)

Hubungan antara film dan masyarakat selalu dipahami secara linier. Artinya, film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan muatan pesan di baliknya tanpa pernah berlaku sebaliknya, lingkup penyebarannya pun secara massal. Dengan lingkupnya yang massal itulah, pesan yang terdapat di dalam komunikasi level ini selalu ditujukan kepada khalayak luas, tersebar secara serempak dalam waktu yang bersamaan, dan disalurkan melalui saluran tertentu.

2.1.6 Tinjauan Tentang Semiotika

Semiotika adalah studi tentang pertandaan dan makna dari sistem tanda; imu tentang tanda; tentang bagaimana makna dibangun dalam “teks” media; atau studi tentang bagaimana tanda dari jenis karya apapun yang mengkomunikasikan makna. Semiotika, begitulah kita akan menyebutnya, mempunyai tiga bidang studi utama :

1. Tanda itu sendiri. Hal ini terdiri atas studi tentang berbagai tanda yang berbeda, cara tanda yang berbeda itu dalam menyampaikan makna, dan cara 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 untuk 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,1990:60).

> "Semiotika digunakan sebagai paradigma, baik dalam pembacaan maupun penciptaan, di sebabkan ada kecenderungan untuk melihat objek-objek desain sebagai fenomena bahasa, yang di dalamnya terdapat tanda, pesan yang inging disampaikan, aturan atau kode yang mengatur, serta orang-orang yang terlibat di dalamnya sebagai subjek bahasa (*audience, reader, user*) (Yasraf Amir Piliang, 2012:299)"

2.1.7.1 Film Dalam Semiotika

Film merupakan bidang kajian yang amat relevan bagi analisis semiotika karena film dibangun dengan banyak tanda. Tanda-tanda itu termasuk berbagai sistem tanda yang bekerja sama dengan baik untuk mencapai efek yang diharapkan. Ciri gambar-gambar film adalah persamaannya dengan realitas yang ditunjukkannya. Gambar yang dinamis dalam film merupakan ikonis bagi realitas yang dinotasikannya. Film umumnya dibangun dengan banyak tanda. Film menuturkan ceritanya dengan cara khususnya sendiri. Kekhususan film adalah mediumnya, cara pembuatannya dengan kamera dan pertunjukannya dengan proyektor dan layar. Semiotika film untuk membuktikan hak keberadaannya yang

dalam hal-hal penting menyimpang dari sintaksis dan semantik teks dalam arti harfiah, harus memberikan perhatian khusus pada kekhususan tersebut. (Van Zoest dalam Sobur, 2004).

2.1.7.2 Kode-Kode Televisi John Fiske

Kode-kode televisi (television codes) yaitu teori yang dikemukakan oleh John Fiske atau yang biasa disebut kode-kode yang digunakan dalam dunia pertelevisian. Kode-kode yang digunakan dalam acara televisi itu saling berhubungan hingga terbentuk sebuah makna. Menurut John Fiske, sebuah realitas tidak muncul begitu saja melalui kode-kode yang timbul, namun juga diolah melalui penginderaan serta

referensi yang telah dimiliki oleh penontonnya dan akhirnya sebuah kode akan dipersepsikan secara berbeda oleh individu yang berbeda pula.

Dalam kode-kode televisi dalam teori John Fiske menyebutkan bahwa peristiwa yang ditayangkan dalam dunia televisi telah di en-kode oleh kode-kode social yang terbagi dalam tiga level, yaitu :

1. *Level realitas (Reality)*

   Kode sosial yang termasuk didalamnya adalah *appearance* (penampilan), *dress* (kostum), make-up (riasan), *environment* (lingkungan), *behavior* (kelakuan), *speech* (cara berbicara), *gesture* (gerakan) dan *expression* (ekspresi).

2. *Level representasi (Representation)*

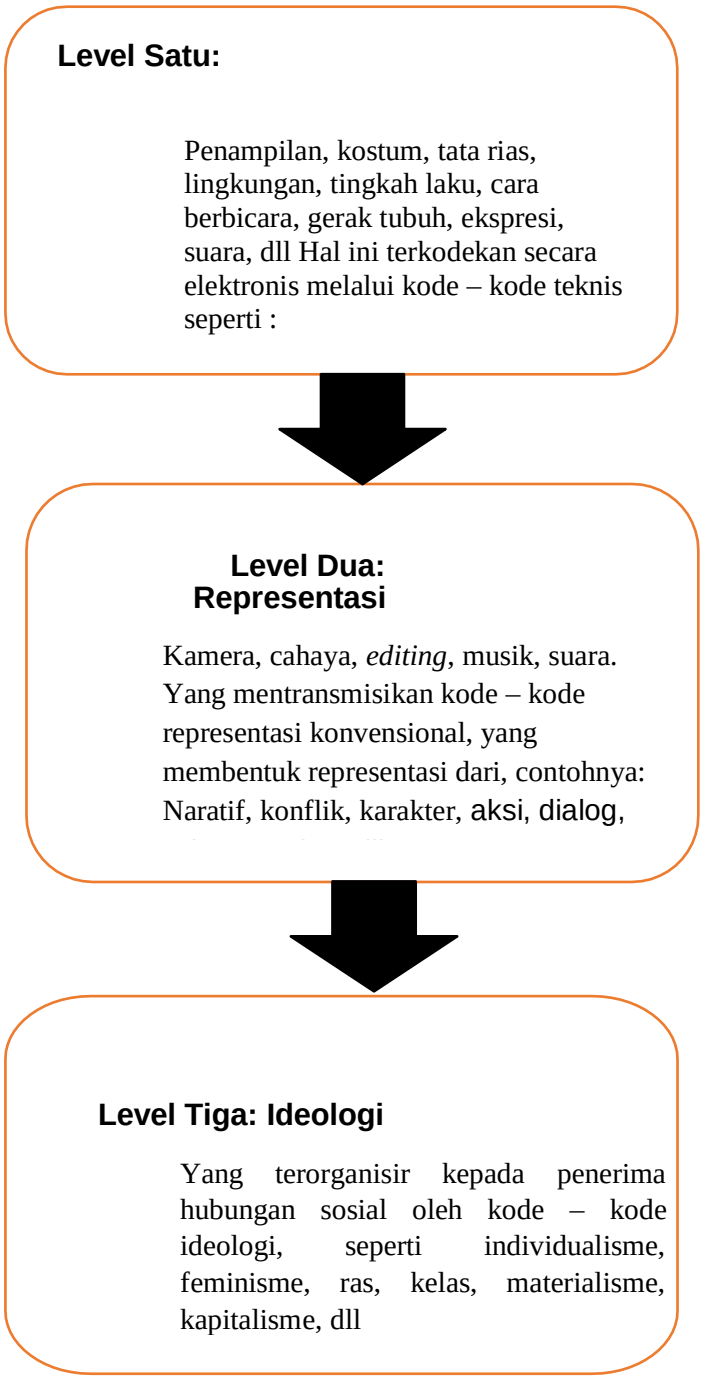
   Kode-kode sosial yang termasuk didalamnya adalah kode teknis, yang melingkupi *camera* (kamera), *lighting* (pencahayaan), *editing* (perevisian),

music (musik) dan *sound* (suara). Serta kode representasi konvensional yang terdiri dari narative (naratif), *conflic*t (konflik), *character* (karakter), *action* (aksi), *dialogue* (percakapan), *setting* (layar) dan *casting* (pemilihan pemain).

3. *Level ideologi (Ideology)*

   Kode sosial yang termasuk didalamnya adalah individualism (individualisme), *feminism* (feminisme), *race* (ras), *class* (kelas), materialism (materialisme), capitalism (kapitalisme) dan lain- lain.

Gambar 2. 1 Kode-Kode Televisi John Fiske (Fiske, John)



Sumber : Fiske, 1987

2.1.7 Tinjauan Tentang Ideologi

Althusser dianggap sebagai pemikir pertama yang merevisi konsep ideologi dalm tradisi Marxis. Ia mengikuti Marx dalam pandangannya bahwa ideologi berperan memastikan pekerja untuk tunduk pada kelas penguasa. Hal itu dicapai dengan menyebarkan ajaran moral dan penghormatan yang diperlukan guna menegakkan tatanan yang mapan. Althusser menegaskan "ideologi yang abadi", maksudnya orang pasti berpikir tentang kondisi nyata keberadaan mereka dengan sebuah cara tertentu.

Adapun yang menjadi perhatian Althusser yaitupernyataan sederhana yang mengandung suasana ideologis, yaitu that's obvious ! Inilah kondisi yang dirujuk oleh Althusser, spontanitas tanpa pertanyaan. Argumen ini terlihat aneh, seolah-olah Althusser sedang menjelaskan sebuah masalaha dengan cara yang terlalu bertele-tele. Tapi, ia sangat jelas dalam satu hal yaitu ideologi yang bukan berarti seperangkat ide atau keyakinan, tapi tindakan- tindakan yang disisipkan ke dalam praktik material.

Matriks tindakan yang diajukan oleh Althusser muncul karena subjek bertindak sesuai dengan sistem yang diikutinya. Artinya, tindakan itu ditetapkan pada sesuatu yang benar-benar mendeterminasinya. Dengan begitu, ideologi muncuk dalam sebuah kondisi material dari aparatus ideologis dn praktik-praktik material itu diatur melalui ritual yang bersifat material. Konsekuensinya, praktik-praktik tersebut eksis dalam tindakan material dri subjek yang didasarkan pada keyakinannya sendiri. Situasi "kejelasan" menurut Althusser menjadi titik permulaan dari penyelidikan ideologi yang selalu berhubungan dengan subjek.

Frase yang digunakan Althusser untuk menjelaskan hubungan antara subjek dan ideologi ini adalah interpelasi atau panggilan. Althusser menolak keabstrakan ideologi dan statusnya yang dinyatakan sebagai produk dari kelompok sosial tertentu (hegelian). Dengan begitu, Althusser memungkinkan kita untuk melihat ideologi sebagai sesuatu yang terjdi dalam diri kita . Ideologi tetap saja merupakan aktivitas yang tepat dilakukan orang di dunia nyata. Sebagian dari aktivitas itu adalah ritual yang merupakan imajinasi manusia yang memberikan makna sosial. Menurutnya, aktivitas berpikir merupakan praktik material. Maksudnya, bukan hanya wacana verbal eksternal (wicara dan teks), tapi juga untuk wacana verbal internal (kesadaran). Gagasan tentang ideologi tersebut tergantung pada konsep subjek individu ideologis yang dibentuk oleh ideologi sebagai pembawa kesadaran dan keagenan. Dengan kata lain, ideologi dan subjek yang saling menentukan, anda tinggal secara alami dalam sebuah ideologi dan percaya bahwa anda bertindak secara spontan dan mandiri.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Dalam menganalisa Representasi Nilai Kepahlawanan Dalam Film 1917. 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 nilai kepahlawanan dalam film.

Kode – kode televisi (*Television codes*) adalah teori yang dikemukakan oleh John Fiske atau yang biasa disebut kode – kode yang digunakan dalam dunia pertelevisian. Menurut Fiske, kode – kode yang muncul atau yang digunakan dalam acara televisi tersebut saling berhubungan sehingga terbentuk sebuah makna. Menurut teori ini pula, sebuah realitas tidak muncul begitu saja melalui kode – kode yang timbul, namun juga diolah melalui pengindraan serat referensi yang telah dimiliki oleh pemirsa televisi, sehingga sebuah kode akan dipersepsikan secara berbeda oleh orang yang berbeda juga. 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, atau barangkali suatu tanda yang lebih berkembang. Tanda yang diciptakannya saya namakan interpretant dari tanda pertama. Tanda itu menunjuk sesuatu, yakni objeknya. (Fiske, 2004: 63).

> "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 kode-kode televise yang diungkapkan dalam teori John Fiske, bahwa peristiwa yang ditayangkan dalam dunia televise telah dienkode oleh kode-kode social yang terbagi dalam tiga level sebagai berikut:

1. Level pertama adalah realitas *(reality*) Kode social yang termasuk didalamnya adalah penampilan (*appearance*), kostum (*dress*), riasan (*Make-up*), Lingkungan (*environment*), kelakuan (*behavior*), dialog (*speech*), gerakan (*Gesture*), ekspresi (*expression*), suara (*sound*).

2. Level Kedua adalah Representasi (*Representation*) Kode social yang termasuk di dalamnya adalah kamera (*camera*), pencahayaan (*lighting)*, perevisian (*editing*), music (*music*), dan suara (*Sound*).
3. Level ketiga adalah ideology (*ideology*)

   Kode social yang termasuk didalamnya adalah individualism (*Individualisme*) patriarki (*patriarchy*), ras (*race*), Kelas (*class*), Materialisme (*materialism*), kapitalisme (*capitalism*).

   a. Tehnik Kamera

      Jarak dan sudut pengambilan

      1. *Long Shot* (LS) : Pengambilan yang menunjukan semua bagian dari objek menekankan pada background. Shot ini biasanya dipakai dalam tema-tema social yang memperlihatkan banyak orang dalam shot yang lebih lama dan lingkungannya dari pada individu sebagai fokusnya.
      2. *Establishing shot* : Biasanya digunakan untuk membuka suatu adegan
      3. *Medium Shot* (MS) : Shot gambar yang jika objeknya adalah manusia, maka dapat diukur sebatas dada hingga sedikit ruang diatas kepala. Dan Medium Shot dapat dikembangkan lagi, yaitu Wide Medium Shot (WMS), gambar medium shot tetapi agar melebar kesamping kanan kiri.
      4. *Close up* : Menunjukan sedikit dari scane, seperti karakter wajah dalam detail sehingga memenuhi layar, dan mengaburkan objek

dengan konteksnya, pengambilan ini memfokuskan pada perasaan dan reaksi dari seseorang, dan kadangkala digunakan untuk menunjukan emosi seseorang.

5. *View Point* : jarak dan sudut nyata darimana kamera memandang
6. *Point Of View* : Sebuah pengambilan kamera yang mendekatkan posisinya pada pandangan seseorang yang ada, yang sedang memperlihatkan aksi lain.
7. *Selective Focus* : Memberikan efek dengan menggunakan peralatan optikal untuk mengurangi ketajaman dari image atau bagian lainnya.
8. *Eye Level View* : pengambilan gambar dari level yang sejajar dari mata manusia biasa untuk meperlihatkan tokoh-tokoh yang ada di adegan tersebut.
9. *Full Shot* (FS) : Pengambilan gambar yang menunjukan satu karakter penuh dari ujung kepala sampai dengan ujung kaki.
10. *Insert Frame* : Dimana salah satu karakter masuk ke dalam adegan tertentu yang sudah berjalan sebelumnya.

Perpindahan

1. *zoom* : perpindahan tanpa memindahkan kamera, hanya lensa difokuskan untuk mendekati objek. Biasanya untuk memberikan kejutan kepada penonton.

2. *Following pan* : Kamera berputar untuk mengikuti perpindahan terhadap objek menghasilkan mood tertentu yang menunjukan hubungan dengan subjeknya.
3. *Tracking* (*dolling*) : perpindahan kamera secara pelan maju atau menjauhi objek (berbeda dengan zoom). Kecepatan tracking mempengaruhi perasaan penonton, jika dengan cepat (utamanya tracking in) menunjukan ketertarikan, demikian sebaliknya.

b. Pewarnaan

Warna menjadi unsur media visual, karena dengan warna lah informasi bisa dilihat. Warna ini pada mulanya hanya merupakan unsur teknis yang membuat benda bisa dilihat. Dalam film animasi warna bertutur dengan gambar, yang fungsinya berkembang semakin banyak. Yakni mampu menjadi informasi waktu, menunjang mood atau atmosfir set dan bisa menunjang dramatic adegan.

c. Tehnik editing

Meliputi :

1. Cut : merupakan secara tiba-tiba dari suatu pengambilan, sudut pandang atau lokasi lainnya. Ada bermacam-macam cut yang mempunyai efek untuk merubah scane, mempersingkat waktu, memperbanyak point of view, atau membentuk kesan terhadap image atau ide
2. Jump cut : Untuk membuat suatu adegan yang dramatis.
3. Motivated cut: Bertujuan untuk membuat penonton segera ingin melihat adegan selanjutnya yang tidak ditampilkan sebelumnya.

d. Penataan Suara

1. Comentar / Voice – Over narration : biasanya digunakan untuk memperkenalkan bagian tertentu dari suatu program, menambah informasi yang tidak ada dalam gambar, untuk menginterpretasikan kesan pada penonoton dari suatu sudut pandang, menghubungkan bagian atau sequence dari program secara bersamaan.
2. Sound effect : untuk memberikan tambahan ilusi pada suatu kejadian.
3. Music : Untuk mempertahankan kesan dari suatu fase untuk mengiringi suatu adegan, warna emosional pada music turut mendukung keadaan emosional atau adegan.

   (Jurnal Daniel Chandler. The Grammar of Television and Film melalui http://www.aber.ac.uk/media/document/short/gramtv.html)

Representasi merupakan kegunaan dari tanda Marcel Danesi mendefinisikannya sebagai pengetahuan, atau pesan dalam beberapa cara fisik. Dapat didefinisikan lebih tepat sebagai kegunaan dari tanda yaitu untuk menyambungkan, melukiskan, meniru sesuatu yang dirasa, dimengerti, diimajinasikan atau dirasakan dalam beberapa bentuk fisik.

Representasi adalah konsep yang digunakan dalam proses sosial pemaknaan melalui sistem penandaan yang tersedia: dialog, tulisan, video, film, fotografi, dsb. Secara ringkas, representasi adalah produksi makna melalui bahasa (Hall, 1997:15).

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 masih merupakan sesuatu yang abstrak. Kedua, ‘bahasa’ yang berperan penting dalam proses konstruksi makna.

Konsep abstrak yang ada dalam kepala kita harus diterjemahkan dalam ‘bahasa’ yang lazim, supaya kita dapat menghubungkan konsep dan ide-ide kita tentang sesuatu dengan tanda dari simbol-simbol tertentu (Wibowo, 2011: 122). John Fiske dalam Wibowo (2011:123) merumuskan tiga proses yang terjadi dalam representasi melalui tabel di bawah ini:

Tabel 2. 2 Representasi

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

2.2.2 Kerangka Konseptual

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

Terdapat beberapa sequence yang akan di analisis dalam film 1917 dengan konsepsi John Fiske. Semiotika yang dikaji oleh John Fiske antara lain membahas bahwa sebuah peristiwa yang digambarkan dalam sebuah gambar bergerak atau moving picture memiliki kode-kode social.

Dari The Code of Television Fiske dibawah diadaptasi bahwa kode-kode social 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 di representasikan melalui kamera, pencahayaan, editing, music dan sound. Dan pada level ketiga hasil dari hubungan antara realitas dan representasi dalam sequence diterima secara social oleh ideological codes (kode-kode ideology), seperti : individualisme, patriarki, ras, kelas (penggolongan berdasar kelas social), materialism, kapitalisme, dan lain-lain,

Seperti yang sudah dijelaskan bahwa representasi adalah isi atau makna dari sebuah film dapat dikatakan dapat mempresentasikan suatu realitas yang terjadi. Dalam penelitian ini, peneliti mengetahui adanya representasi simbol dibalik film 1917. Sebab dalam film ini terkandung pesan-pesan tersembunyi. Maka dari itu peneliti menggunakan model John Fiske sebagai teori pendukung dalam penelitian film 1917.

2.3 Pengertian Kepahlawanan

Kepahlawanan dapat didefinisikan sebagai sosok yang memiliki keyakinan, dan dengan keyakinan itu ia terdorong untuk memperjuangkan sesuatu . Karena kepahlawanan identik dengan nilai positif,maka sesuatu yang diperjuangkan pun pasti suatu hal yang positif.

> ”Mereka hanya manusia biasa yang berusaha memaksimalkan seluruh kemampuannya untuk memberikan yang terbaik bagi orang-orang di sekelilingnya. Mereka merakit kerja-kerja kecil jadi sebuah gunung. Karya kepahlawanan adalah tabungan jiwa dalam masa yang lama.” (Matta, 2004 : 13)

Simbol Sosial adalah suatu objek yang meliputi segala sesuatu hal yang dapat dirasakan atau dialami, yang menunjukkan nilai-nilai yang berlaku dalam relasi sosial, dimana dalam relasi sosial dapat berperan sebagai pembentuk individu dalam masayarakat. Pada penelitian ini peneliti menggunakan simbol-simbol sosial yang merepresentasikan nilai-nilai kepahlawanan, antara lain :

A. Keberanian

   Keberanian adalah kekuatan yang tersimpan dalam kehendak jiwa, yang mendorong seseorang untuk maju menunaikan tugas, baik tindakan maupun perkataan, demi kebenaran dan kebaikan, atau untuk mencegah suatu keburukan dan dengan menyadari sepenuhnya semua kemungkinan resiko yang diterimanya. (Matta, 2004 : 13)

B. Kesabaran

   Tidak ada keberanian yang sempurna tanpa kesabaran. Sebab kesabaran adalah nafas yang menentukan lama tidaknya sebuah keberanian bertahan

dalam diri seorang pahlawan. Kesabaran merupakan aspek defensif dari naluri kepahlawanan, bila keberanian merupakan aspek ekspansifnya.

Kesabaran adalah daya tahan psikologis yang menentukan sejauh apa kita mampu membawa beban idealisme kepahlawanandan sekuat apa seseorang mampu bertahan dalam menghadapi tekanan hidup. (Matta, 2004 : 24)

C. Rela Berkorban

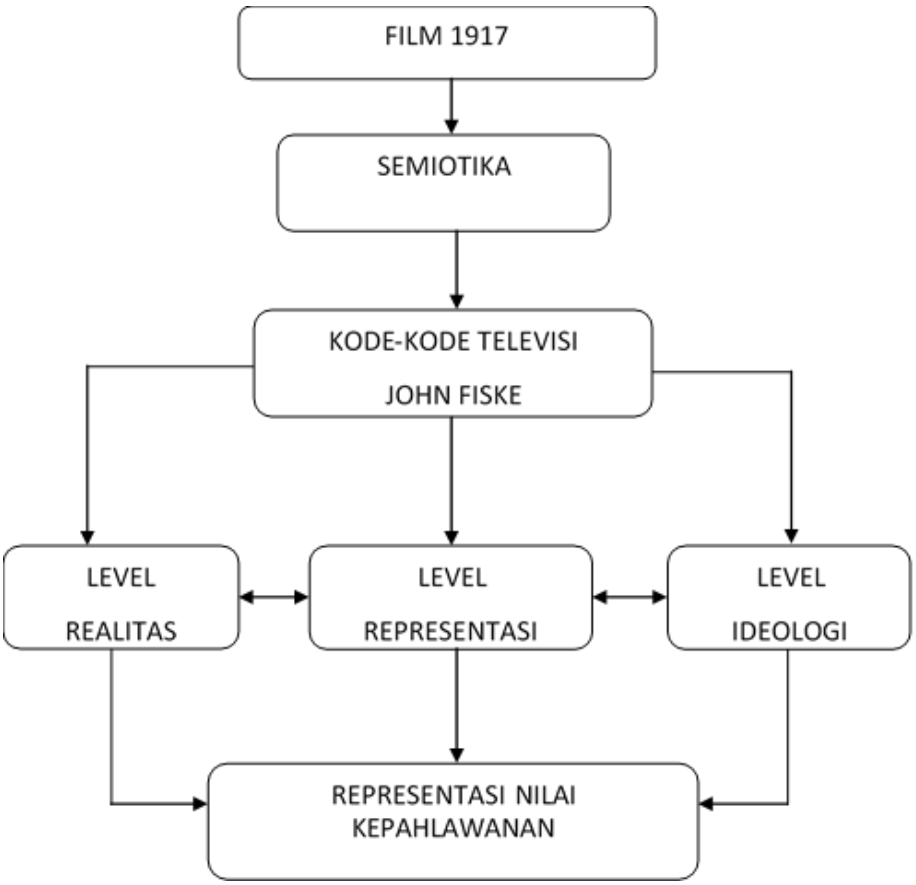
Nilai sosial setiap kita terletak pada apa yang kita berikan kepada masyarakat, atau pada kadar manfaat yang dirasakan masyarakat dari keseluruhan performance kepribadian kita. Demikianlah, kita menobatkan seseorang menjadi pahlawan karena ada begitu banyak hal yang telah ia berikan kepada masyarakat. Maka, takdir seorang pahlawan adalah bahwa ia tidak pernah hidup dan berpikir dalam lingkup dirinya sendiri. Ia telah melampaui batas batas kebutuhan psikologis dan biologisnya. Batas-batas kebutuhan itu bahkan telah hilang dan lebur dalam batas kebutuhan kolektif masyarakatnya dimana segenap pikiran dan jiwa yang tercurahkan. Dalam makna inilah pengorbanan menemukan dirinya sebagai kata kunci kepahlawanan seseorang. (Matta, 2004 : 27)

D. Pantang Menyerah

Pantang menyerah adalah sebuah wujud kepribadian seseorang yang tanpa rasa bosan bangkit dari kegagalan ke kegagalan lain dan akhirnya sukses mencapai keberhasilan. Seseorang yang pantang menyerah adalah orang yang memiliki daya imajinasi dan kreativitas yang Sumbertinggi karena

dengan kedua daya itu, ia senantiasa berusaha member jawaban atas tantangan yang akan dihadapinya.

Tabel 3. 1 Kerangka Pemikiran Analisis Semiotika "Representasi Nilai Kepahlawanan Dalam Film 1917"



Sumber : Peneliti, 2020