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 Julia Wahyu Indriani, Universitas Mercu Buana, Jakarta, 2013.**

   Penelitian Julia Wahyu Indriani yang berjudul *"Representasi Nilai Kepahlawanan Dalam Film In Time"* bertujuan untuk mengetahui lebih dalam apakah tanda-tanda yang digunakan untuk merepresentasikan nilai-nilai kepahlawanan yang ada dalam film "*In Time*" 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 Charles Sanders Pierce. 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 menolong orang lain, keberanian dalam melawan ketidak adilan, pantang

menyerah, rela berkorban, dan memperjuangkan apa yang benar. Film ini mampu menyampaikan berbagai pesan atau tanda-tanda yang menunjukkan nilai-nilai kepahlawanan.

2. 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.

3. Skripsi Reno Kurniawan, Universitas Komputer Indonesia, Bandung, 2013

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui makna semiotik tentang pesan kekerasan yang terdapat dalam film *Crows Zero*,

menganalisis apa saja makna yang terdapat dalam film *Crows Zero* yang berkaitan dengan pesan kekerasan, yaitu level realitas, level representasi, dan level ideologi yang merupakan kode-kode televisi John Fiske. Penelitian ini merupakan penelitian Kualitatif dengan menggunakan analisis semiotika John Fiske. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, studi dokumentasi, studi pustaka, dan penelusuran data online.

Objek yang dianalisis merupakan sequence yang terdapat dalam film *Crows Zero* dengan membagi kedalam tiga sequence yaitu sequence *Prolog*, *Ideological Content*, dan *Epilog* yang merepresentasikan 3 level yaitu level realitas, level representasi, level ideologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi kekerasan dalam film *Crows Zero*, terdapat tiga level yang sesuai dengan kode-kode televisi John Fiske.

Pada level realitas menggambarkan penyampaian pesan kekerasan yang terkodekan melalui penampilan, kostum, riasan, lingkungan, perilaku, gerakan, dan ekspressi. Level representasi mengulas teknis tentang film *Crows Zero* mulai dari segi kamera, editing, efek suara hingga dalam kode konvensional seperti konflik, dan dialog banyak tersampaikan pesan kekerasan.

Lalu yang terakhir level ideologi, yaitu pesan yang ingin disampaikan dalam film *Crows Zero*, dan penulis menemukan pesan kekerasan dalam film *Crows Zero* melalui adegan-adegan yang ada pada tiap sequencenya. Peneliti juga menghubungkan pesan film *Crows Zero* ini dengan teori Ideologi Hegemoni Antonio Gramsci, yang mengacu pada dominasi suatu kelas sosial atas yang lain,

bagaimana tokoh utama yakni Genji digambarkan sebagai tokoh Hegemonik yang berhasil membuat perubahan disekolah Suzuran.

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. Dalam hidup dan kehidupannya, manusia tidak berdiri sendiri. Manusia adalah merupakan bagian dari alam semesta, akan tetapi semesta pun adalah bagian dari pada manusia itu sendiri.

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.

Komunikasi merupakan satu dari disiplin-disiplin yang paling tua tetapi yang paling baru. Orang Yunani Kuno melihat teori dan praktek komunikasi sebagai sesuatu yang kritis. Popularitas komunikasi merupaka suatu berkah (*a mixed blessing*). Teori-teori resistant untuk berubah bahkan dalam berhadapan dengan temuan-temuan yang kontradiktif,

Film merupakan salah satu media untuk menyampaikan pesan terhadap khalayak luas yang menjadi targetnya, dan mengkomunikasikan maksud dan tujuan dari film tersebut. Secara singkat komunikasi merupakan proses pertukaran informasi dari komunikator kepada komunikan yang bersifat dinamis.

2.1.2.1 Definisi Ilmu Komunikasi

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.

2.1.2.2 Sifat Komunikasi

Onong Uchjana Effendy dalam bukunya "Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek" (2002 : 7) menjelaskan bahwa berkomunikasi memiliki sifat-sifat. Ada beberapa pun sifat komunikasi tersebut, yaitu :

1. Tatap muka (*face to face*)
2. Bermedia (*mediated*)
3. Verbal (*verbal*)
    a. Lisan (*oral*)
    b. Tulisan
4. Non-Verbal (*non-verbal*)
    a. Gerakan / Isyarat (*gestural*)
    b. Bergambar (*Pictorial*)

Komunikator (pengirim pesan) dalam menyampaikan pesan kepada komunikan (penerima pesan) dituntut untuk memiliki kemampuan dan pengalaman agar adanya umpan balik (*feedback*) dari si komunikan itu sendiri, dalam penyampaian pesan komunikator bisa secara langsung (*face to face*) tanpa menggunakan media apapun.

Komunikator dapat menyampaikan pesannya secara verbal dan non-verbal. Verbal dibagi kedalam dua bagian, yaitu lisan (*oral*) dan tulisan (*written / printed*). Sementara non-verbal dapat menggunakan gerakan atau isyarat badaniah (*gestural*) seperti melambaikan tangan, mengedipkan mata, dan sebagainya, ataupun menggunakan gambar untuk mengemukakan ide atau gagasannya.

2.1.2.3 Komunikasi Verbal

Dalam film, pesan verbal merupakan pesan yang lebih mudah dimengerti oleh khalayaknya. Pesan verbal sendiri adalah suatu pesan yang disampaikan dengan menggunakan kata-kata yang dilancarkan secara lisan maupun tulisan. Tubbs (1998 : 8) mengemukakan bahwa pesan verbal adalah semua jenis komunikasi lisan yang menggunakan satu kata atau lebih. Selanjutnya Tubbs mengemukakan bahwa pesan verbal terbagi atas dua ketegori yakni (1) pesan verbal disengaja dan (2) pesan verbal tidak disengaja.

Pesan verbal yang disengaja adalah usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Pesan verbal yang tidak disengaja adalah sesuatu yang kita katakana tanpa bermaksud mengatakan hal tersebut. Salah satu hal yang penting dalam pesan verbal adalah lambing bahasa. Konsep ini perlu dipahami agar dapat mendukung secara positif aktivitas yang dilakukan oleh seseorang.

Liliweri (1994 : 2) mengatakan bahwa bahasa merupakan medium atau sarana bagi manusia yang berpikir dan berkata tentang suatu gagasan sehingga dikatakan bahwa pengetahuan itu adalah bahasa. Bagi manusia bahasa merupakan factor utama yang menghasilkan persepsi, pendapat, dan pengetahuan.

Rakhmat (2001 : 269) mendefinisikan bahasa secara fungsional dan formal, Definisi fungsional melihat bahasa dari fungsinya, sehingga bahasa diartikan sebagai “alat yang dimiliki bersama untuk mengungkapkan gagasan” karena bahasa hanya dapat dipahami bila ada kesepakatan antara anggota-anggota kelompok sosial untuk menggunakannya.

Definisi formal menyatakan bahasa sebagai semua kalimat yang terbayangkan yang dapat dibuat menurut peraturan bagaimana kata-kata harus disusun dan dirangkai supaya memberikan makna.

2.1.2.4 Komunikasi Non Verbal

Didalam film, akan banyak ditemui adegan-adegan yang mengandung pesan tertentu tanpa adanya kata-kata atau ucapan. Tubbs (1996 : 9) mengemukakan bahwa pesan non verbal adalah semua pesan yang kita sampaikan tanpa kata-kata atau selain dari kata yang kita pergunakan. Dalam kaitannya dengan bahasa, pesan-pesan non verbal masih dipergunakan karena dalam praktiknya antara pesan verbal dan pesan non verbal dapat berlangsung secara serentak atau stimultan.

Pesan merupakan salah satu unsur dalam komunikasi. Menurut Knapp (1997 : 177-178) komunikasi non verbal ada lima fungsi utama, yaitu :

1. Untuk menekankan. Komunikasi non verbal digunakan untuk menekankan atau menonjolkan beberapa bagian dari pesan verbal.
2. Untuk melengkapi. Komunikasi non verbal digunakan untuk memperkaya pesan verbal.
3. Untuk menunjukan kontradiksi. Pesan non verbal digunakan untuk

menolak pesan verbal, atau memberikan makna lain terhadap pesan non verbal

4. Untuk mengatur. Komunikasi non verbal digunakan untuk mengendalikan atau mengisyaratkan keinginan komunikator untuk mengatur pesan verbal
5. Untuk mengulangi. Pesan ini digunakan untuk mengulangi kembali gagasan yang sudah dikemukakan secara verbal.

Adapun, menurut DeVito (1997 : 187-216)

> *"Komunikasi non verbal dapat berupa gerakan tubuh, gerakan wajah, gerakan mata, komunikasi ruang kewilayahan, komunikasi sentuhan, parabahasa dan waktu. Seorang komunikator dituntut kemampuannya dalam mengendalikan komunikasi non verbal yang diamati adalah gerakan tubuh (gerakan tangan, anggukan kepala, dan bergegas), gerakan wajah (tersenyum, cemberut, kontak mata) dan parabahasa (suara lembut, merendahkan suara, dan menaikan suara)"*

Sedangkan menurut Stewart dan D'Angelo (1980) dalam Mulyana (2005 : 112-113), berpedapat :

> *"Bahwa bila kita membedakan verbal dan non verbal dan vokal dan non vokal, kita mempunyai empat kategori atau jenis komunikasi melalui kata yang diucapkan. Komunikasi verbal / vokal merajuk pada komunikasi melalui kata-kata yang diucapkan. Dalam komunikasi verbal / non vokal kata-kata digunakan tapi tidak diucapkan. Komunikasi non verbal / vokal gerutuan, atau vokalisasi. Jenis komunikasi yang keempat komunikasi non verbal / non vokal, hanya mencangkup sikap dan penampilan."*

2.1.3 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.

2.1.3.1 Karakteristik 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 media massa, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog.

7. Stimulasi Alat Indera Terbatas

   Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung 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. Efektivitas komunikasi sering dapat dilihat dari *feedback* yang disampaikan oleh komunikan.

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

2.1.4 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)*

Perkembangan film memiliki perjalanan cukup panjang hingga pada akhirnya menjadi seperti film di masa kini yang kaya dengan efek, dan sangat mudah didapatkan sebagai media hiburan. Perkembangan film dimulai ketika digunakannya alat kinetoskop temuan Thomas Alfa Edison yang pada masa itu digunakan oleh penonton individual. Film awal masih bisu dan tidak berwarna.

Pemutaran film di bioskop untuk pertama kalinya dilakukan pada awal abad 20, hingga industri film Hollywood yang pertama kali, bahkan hingga saat ini merajai industri perfilman populer secara global. Pada tahun 1927 teknologi sudah cukup mumpuni untuk memproduksi film bicara yang dialognya dapat didengar secara langsung, namun masih hitam-putih. Hingga pada 1937 teknologi film sudah mampu memproduksi film berwarna yang lebih menarik dan diikuti dengan alur cerita yang mulai populer.

Pada tahun 1970-an, film sudah bisa direkam dalam jumlah massal dengan menggunakan videotape yang kemudian dijual. Tahun 1980-an ditemukan teknologi laser disc, lalu VCD dan kemudian menyusul teknologi DVD. Hingga saat ini digital movie yang lebih praktis banyak digemari sehingga semakin menjadikan popularitas film meningkat dan film menjadi semakin dekat dengan keserarian masyarakat modern.

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.

2.1.4.1 Sejarah Film

Sejarah film tidak bisa lepas dari sejarah fotografi. Dan sejarah fotografi tidak bisa lepas dari peralatan pendukungnya, seperti kamera. Kamera pertama di dunia ditemukan oleh seorang Ilmuwan Muslim, Ibnu Haitham. Fisikawan ini pertama kali menemukan Kamera Obscura dengan dasar kajian ilmu optik menggunakan bantuan energi cahaya matahari.

Mengembangkan ide kamera sederhana tersebut, mulai ditemukan kamera-kamera yang lebih praktis, bahka inovasinya demikian pesat berkembang sehingga kamera mulai bisa digunakan untuk merekam gambar gerak. Ide dasar sebuah film sendiri, terfikir secara tidak sengaja.

Pada tahun 1878 ketika beberapa orang pria Amerika berkumpul dan dari perbincangan ringan menimbulkan sebuah pertanyaan *: "Apakah keempat kaki kuda berada pada posisi melayang pada saat bersamaan ketika kuda berlari?"* Pertanyaan itu terjawab ketika Eadweard Muybridge membuat 16 frame gambar kuda yang sedang berlari. Dari 16 frame gambar kuda yang sedang berlari tersebut, dibuat rangkaian gerakan secara urut sehingga gambar kuda terkesan sedang berlari.

Dan terbuktilah bahwa ada satu momen dimana kaki kuda tidak menyentuh tanah ketika kuda tengah berlari kencang Konsepnya hampir sama dengan konsep film kartun. Gambar gerak kuda tersebut menjadi gambar gerak pertama di dunia. Dimana pada masa itu belum diciptakan kamera yang bisa merekam gerakan dinamis. Setelah penemuan gambar bergerak Muybridge pertama kalinya, inovasi kamera mulai berkembang ketika Thomas Alfa Edison

mengembangkan fungsi kamera gambar biasa menjadi kamera yang mampu merekam gambar gerak pada tahun 1888, sehingga kamera mulai bisa merekam objek yang bergerak dinamis.

Maka dimulailah era baru sinematografi yang ditandai dengan diciptakannya sejenis film dokumenter singkat oleh Lumière Bersaudara. Film yang diakui sebagai sinema pertama di dunia tersebut diputar di Boulevard des Capucines, Paris, Prancis dengan judul *"Workers Leaving the Lumière's Factory"* pada tanggal 28 Desember 1895 yang kemudian ditetapkan sebagai hari lahirnya sinematografi. Film inaudibel yang hanya berdurasi beberapa detik itu menggambarkan bagaimana pekerja pabrik meninggalkan tempat kerja mereka disaat waktu pulang.

Pada awal lahirnya film, memang tampak belum ada tujuan dan alur cerita yang jelas. Namun ketika ide pembuatan film mulai tersentuh oleh ranah industri, mulailah film dibuat lebih terkonsep, memiliki alur dan cerita yang jelas. Meskipun pada era baru dunia film, gambarnya masih tidak berwarna alias hitam-putih, dan belum didukung oleh efek audio.

Ketika itu, saat orang-orang tengah menyaksikan pemutaran sebuah film, akan ada pemain musik yang mengiringi secara langsung gambar gerak yag ditampilkan di layar sebagai efek suara.

2.1.4.2 Klasifikasi Film

Seiring berkembangnya dunia perfilman, semakin banyak film yang diproduksi dengan corak yang berbeda-beda. Secara garis besar, film dapat diklasifikasikan berdasarkan cerita, orientasi pembuatan, dan berdasarkan genre.

Berdasarkan cerita, film dapat dibedakan antara film Fiksi dan Non-Fiksi. Fiksi merupakan film yang dibuat berdasarkan imajinasi manusia, dengan kata lain film ini tidak didasarkan pada kejadian nyata.

Kemudian film Non-Fiksi yang pembuatannya diilhami oleh suatu kejadian yang benar-benar terjadi yang kemudian dimasukkan unsur-unsur sinematografis dengan penambahan efek-efek tertentu seperti efek suara, musik, cahaya, komputerisasi, skenario atau naskah yang memikat dan lain sebagainya untuk mendukung daya tarik film Non-Fiksi tersebut. Contoh film non-fiksi misalnya film *The Iron Lady* yang diilhami dari kehidupan Margaret Thatcher.

Kemudian berdasarkan orientsi pembuatannya, film dapat digolongkan dalam film komersial dan nonkomersial. Film komersial, orientasi pembuatannya adalah bisnis dan mengejar keuntungan. Dalam klasifikasi ini, film memang dijadikan sebagai komoditas industrialisasi. Sehingga film dibuat sedemikian rupa agar memiliki nilai jual dan menarik untuk disimak oleh berbagai lapisan khalayak.

Film komersial biasanya lebih ringan, atraktif, dan mudah dimengerti agar lebih banyak orang yang berminat untuk menyaksikannya. Berbeda dengan film non-komersial yang bukan berorientasi bisnis. Dengan kata lain, film non-komersial ini dibuat bukan dalam rangka mengejar target keuntungan dan azasnya bukan untuk menjadikan film sebagai komoditas, melainkan murni sebagai seni dalam menyampaikan suatu pesan dan sarat akan tujuan. Karena bukan dibuat atas dasar kepentingan bisnis dan keuntungan, maka biasanya segmentasi penonton film non-komersial juga terbatas.

Contoh film non-komersial misalnya berupa film propaganda, yang dibuat dengan tujuan mempengaruhi pola pikir massal agar sesuai dengan pesan yang berusaha disampaikan. Di Indonesia sendiri contoh film propaganda yang cukup melegenda adalah film G30S/PKI.

Atau film dokumenter yang mengangkat suatu tema khusus, misalnya dokumentasi kehidupan flora dan fauna atau dokumentasi yang mengangkat kehidupan anak jalanan, dan lain sebagainya. Selain itu, beberapa film yang memang dibuat bukan untuk tujuan bisnis, justru dibuat dengan tujuan untuk meraih penghargaan tertentu di bidang perfilman dan sinematografi.

Film seperti ini biasanya memiliki pesan moral yag sangat mendalam, estetika yang diperhatikan detail-detailnya, dengan skenario yang disusun sedemikian rupa agar setiap gerakan dan perkataannya dapat mengandung makna yang begitu kaya. Film seperti ini biasanya tidak mudah dicerna oleh banyak orang, karena memang sasaran pembuatannya bukan berdasarkan tuntutan pasar.

Seni, estetika, dan makna merupakan tolok ukur pembuatan film seperti ini. Contohnya di Indonesia seperti film Pasir Berbisik yang di produseri oleh Christine Hakim dan Daun di Atas Bantal yang berkisah mengenai kehidupan anak jalanan.

Kemudian klasifikasi berdasarkan genre film itu sendiri. Terdapat beragam genre film yang biasa dikenal masyarakat selama ini, diantaranya :

A. Action
B. Komedi
C. Drama

D. Petualangan
E. Epik
F. Musikal
G. Perang
H. Science Fiction
I. Pop
J. Horror
K. Gangster
L. Thriller
M. Fantasi
N. Disaster / Bencana

2.1.4.3 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.

2.1.5 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)"*

Semiotik telah memberikan alat bantu yang kuat untuk menguji pengaruh media massa. Isi adalah penting, tetapi isi merupakan hasil dari penggunaan tanda-tanda *(Littlejohn, 2009 : 408).* Secara umum, studi tentang tanda merujuk kepada semiotika.

Dari beberapa keterangan yang dikatakan para ahli di atas, peneliti dapat memahami bahwa semiotika adalah pemahaman akan tanda yang dimana tanda itu adalah semua yang ada di sekitar kita dan di kehidupan kita yang dapat dimaknakan oleh pengguna tanda itu sendiri baik itu makna yang di sepakati secara konsensus ataupun tanda yang memiliki makna yang berbeda.

Pada dasarnya makna pada tanda dapat berubah sesuai dengan perkembangannya dan kebutuhan manusia. Semiotika memiliki pemahaman yang sangat luas karena semiotika melibatkan setiap aspek kehidupan kita meski terkadang kita tidak menyadari akan hal itu.

Untuk itu semiotika merupakan hal yang menarik untuk diperdalam guna memahami bahwa kita merupakan bagian dari tanda itu sendiri dan bagaimana memaknai tanda tersebut.

2.1.5.1 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).*

2.1.5.2 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), *conflict* (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, 1987 : 5)

Level Satu :

Realitas

Penampilan, kostum, tata rias, lingkungan, tingkah laku, cara berbicara, gerak tubuh, ekspresi, suara, dll



Hal ini terkodekan secara elektronis melalui kode – kode teknis seperti:



Level Dua :

Representasi

Kamera, cahaya, editing, musik, suara. Yang mentransmisikan kode – kode representasi konvensional, yang membentuk representasi dari, contohnya: Naratif, konflik, karakter, aksi, dialog, setting, casting, dll



Level Tiga :

Ideologi

Yang terorganisir kepada penerima hubungan sosial oleh kode – kode ideologi, seperti individualisme, feminisme, ras, kelas, materialisme, kapitalisme, dll

2.1.6 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 yaitu pernyataan 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 masalah 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 dan ditujukan kepada kita. Tentu saja sejauh ideologi itu ada dalam diri kita dan kita tidak menyadari dampaknya.

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.

2.1.7 Pengertian Representasi

Representasi biasanya dipahami sebagai gambaran sesuatu yang akurat atau realita yang terdistorsi. Representasi tidak hanya berarti *“to present”, “to image”,* atau *“to depict*”. Kedua, gambaran politis hadir untuk merepresentasikan

kepada kita. Kedua ide ini berdiri bersama untuk menjelaskan gagasan mengenai representasi. “representasi” adalah sebuah cara dimana memaknai apa yang diberikan pada benda yang digambarkan.

Konsep lama mengenai representasi ini didasarkan pada premis bahwa ada sebuah gap representasi yang menjelaskan perbedaan antara makna yang diberikan oleh representasi dan arti benda yang sebenarnya digambarkan. Hal ini terjadi antara representasi dan benda yang digambarkan. Berlawanan dengan pemahaman standar itu, Stuart Hall berargumentasi bahwa representasi harus dipahami dari peran aktif dan kreatif orang memaknai dunia.

Hall menunjukkan bahwa sebuah imaji akan mempunyai makna yang berbeda dan tidak ada garansi bahwa imaji akan berfungsi atau bekerja sebagaimana mereka dikreasi atau dicipta. Hall menyebutkan “Representasi sebagai konstitutif”. Representasi tidak hadir sampai setelah selesai direpresentasikan, representasi tidak terjadi setelah sebuah kejadian. Representasi adalah konstitutif dari sebuah kejadian. Representasi adalah bagian dari objek itu sendiri, ia adalah konstititif darinya

Ada tiga pendekatan representasi menurut Stuart Hall (1997) hingga suatu objek (yang dalam hal ini dituliskan sebagai bahasa) dapat dikatakan mempresentasikan sebuah nilai.

1. *Reflective Approach* (Pendekatan Reflektif)

   Dalam pendekatan reflektif, suatu arti atau makna dipertimbangkan berada dalam suatu benda, orang, ide, atau kejadian di dunia nyata dan fungsi bahasa seperti sebuah cermin untuk mereflesikan arti atau makna

yang sebenarnya ketika sudah ada di dunia. Makna diproduksi oleh manusia melalui ide, media objek dan pengalaman-pengalaman di dalam masyarakat secara nyata.

2. *Intentional Approach* (Pendekatan Maksud dan Tujuan)

   Pendekatan ini menganggap bahwa penulis yang menentukan arti atau makna uniknya pada bahasa. Bahasa dugunakan untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan segala sesuatu yang khusus atau unik pada kita. Namun, kita tidak bisa menjadi sumber arti atau makna yang tunggal dalam bahasa karena itu akan berarti bahwa kita bisa mengungkapkan diri kita sendiri seluruhnya dalam bahasa pribadi. Tetapi esensi bahasa adalah komunikasi dan itu secara bergiliran bergantung pada kaidah linguistik yang sama – sama digunakan.

   Bahasa tidak pernah menjadi seluruhnya sebuah permainan pribadi. Bahasa adalah benar – benar sebuah system sosial. Ini berarti bahwa gagasan atau pikiran pribadi kita harus berunding dengan semua arti atau maknalain untuk berbagai kata atau gambar yang telah tersimpan dalam bahasa dimana secara tidak terelakkan pengunaan sistem bahasa kita akan mencetuskan tindakan.

3. *Constructionist Approach* (Pendekatan Konstruktif)

   Pendekatan ini mengakui karakter publik atau sifat publik bahasa. Ini menyatakan bahwa baik segala sesuatu pada diri mereka sendiri maupun para pemakai bahasa secara perorangan dapat menetapkan arti atau makna dalam bahasa. Pendekatan konstruktif mengatakan keberadaan

sistem bahasa atau sistem apa saja yang kita gunakan untuk memrepresentasikan konsep kita.

Ini adalah para aktor sosial yang menggunakan sistem konseptual mengenai budaya dan linguistik mereka, serta sistem representasi lain untuk menciptakan arti atau makna, untuk membuat dunia menjadi bermakna dan untuk mengkomunikasikan tentang dunia yang bermakna bagi orang lain.

2.1.8 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.

E. Kompetisi

Kompetisi adalah semangat yang melekat dalam diri para pahlawan, karena ini merupakan cara terbaik untuk mengeksploitasi potensi-potensi mereka. Maka, mereka membutuhkan medan kompetisi yang tak terbatas, sebab ketidakterbatasan itu akan mendorong munculnya semua potensi tersembunyi dalam diri mereka. (Matta, 2004 : 30)

F. Kesetiakawanan Sosial

Dalam perjuangannya, seorang pahlawan tidaklah sendiri. Dia ditemani rekan-rekan seperjuangan serta orang-orang yang nasibnya sedang diperjuangkan. Demi mencapai tujuan bersama, seorang pahlawan haruslah mempunyai kesetiakawanan social yang tinggi. Kesetiakawanan

> social mengandung aspek-aspek solidaritas, tenggang rasa, empatidan bukan sebaliknya tak acuh, masa bodoh dengan orang lain atau egois. *(Matta, 2004 : 57)*

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran sangat penting dalam memberikan arah bagi peneliti dalam proses penelitiannya dan menyamakan persepsi antara peneliti dan orang maupun yang membaca hasil penelitian ini. Maksud dari kerangka berpikir sendiri adalah "supaya terbentuknya suatu alur penelitian yang jelas dan dapat diterima secara akal." (Sugiyono, 2009 : 92)

2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Dalam menganalisa Representasi *Simbol Kepahlwanan* Dalam Film *The Avengers*. 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 symbol kepahlawanan dalam film.

Dalam teori semiotika, pokok studinya adalah tanda atau bagaimana cara tanda – tanda itu bekerja juga dapat disebut semiologi. Tanda – tanda itu hanya mengemban arti pada dirinya sendiri, dengan kata lain jika diterapkan pada tanda – tanda bahasa, maka huruf, kata, dan kalimat tidak memiliki arti pada dirinya sendiri. Tanda – tanda itu hanya mengemban arti *(significant)* dalam kaitan dengan pembacanya, pembaca itulah yang menghubungkan tanda dengan apa yang ditandakan *(signified)* sebagai konvensi dalam sistem bahasa yang

bersangkutan. Segala sesuatu memiliki system tanda, dapat dianggap teks. Contohnya di dalam film, majalah, televisi, iklan, brosur, koran, novel bahkan di surat cinta sekalipun.

> *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, 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).*

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 kontruksi 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)*

John Fiske mengungkapkan kode-kode televisi *(Television Codes)* 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 penginderaan serta referensi yang telah dimiliki oleh pemirsa televisi, sehingga sebuah kode akan dipersepsi secara berbeda oleh orang yang berbeda juga.

Dari keterangan yang diungkapkan di atas, peneliti dapat kita pahami bahwa semiotika adalah pemahaman akan tanda yang dimana tanda itu adalah semua yang ada di sekitar kita dan di kehidupan kita yang dapat dimaknakan oleh pengguna tanda itu sendiri baik itu makna yang di sepakati secara konsensus ataupun tanda yang memiliki makna yang berbeda. Pada dasarnya makna pada tanda dapat berubah sesuai dengan perkembangannya dan kebutuhan manusia. Kalau kita telisik lebih jauh, semiotika memiliki pemahaman yang sangat luas karena semiotika melibatkan setiap aspek kehidupan kita meski terkadang kita tidak menyadari akan hal itu. Untuk itu semiotika merupakan hal yang menarik untuk diperdalam guna memahami bahwa kita merupakan bagian dari tanda itu sendiri dan bagaimana memaknai tanda tersebut.

2.2.2 Kerangka Pemikiran Konseptual

Semiotika adalah studi mengenai tanda dan cara tanda-tanda tersebut bekerja, kedua kata tersebut memiliki definisi yang sama, walaupun penggunaan salah satunya biasanya menunjukan mengenai pemikiran penggunanya.

Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana makna dari kekerasan dalam film *"The Avengers".* Maka dari itu, peneliti menggunakan model John Fiske sebagai pisau analisa peneliti dalam menganalisis makna kekerasan pada tokoh-tokoh yang diperankan dalam film *The Avengers*.

Semiotik yang dikaji oleh John Fiske antara lain membahas pertandaan dan makna dari sistem tanda, ilmu tentang tanda, 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. Dari peta John Fiske di atas diadaptasi bahwa Sebuah tanda mengacu pada sesuatu di luar dirinya sendiri (objek), dan ini dipahami oleh seseorang, dan ini memiliki efek di benak penggunanya *(interpretant).*

Fiske berpendapat bahwa realitas adalah produk pokok yang dibuat oleh manusia. Dari ungkapan tersebut diketahui bahwa Fiske berpandangan apa yang ditampilkan di layar kaca, seperti film, adalah merupakan realitas sosial.

Semiotika merupakan bagian dari *cultural studies* dimana salah satu substansinya adalah ideologi. Teori ideologi merupakan teori yang berkaitan dengan penelitian semiotika dalam film *The Avengers* ini. Teori – teori ideologi menekankan bahwa semua komunikasi dan makna memiliki dimensi sosial politik, dan bahwa kedua hal tersebut tidak dapat dipahami di luar konteks sosial. Ideologi selalu bekerja menguntungkan pemegang kuasa, bagi kelas – kelas yang memiliki kuasa mendominasi produksi dan distribusi tidak hanya barang, tetapi pemikiran dan makna.

"Bukan kesadaran yang menentukan keadaan manusia, akan tetapi keadaan (sosial) yang menentukan kesadaran manusia." (Marx dalam Storey, 2001). Pernyataan tersebut menggambarkan bagaimana ideologi beroperasi; terciptanya distorsi realita atau kesadaran palsu. Ideologi berhubungan dengan tema-tema besar seperti pandangan dunia *(worldview)* dan sistem kepercayaan yang berlaku dalam masyarakat. Meskipun demikian keberlangsungan masyarakat *(social order)* tidaklah bebas nilai, melainkan dikompetisikan.

Gambar 2.2

Alur Kerangka Pemikiran

