BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, & KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitan Terdahulu

Dalam kajian pustaka, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan serta relevansi dengan penelitian yang dilakukan. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang memadai sehingga penulisan skripsi ini lebih memadai.

Banyak sekali skripsi serupa pernah dilakukan didunia ini, tapi peneliti memasukkan 2 penelitian terdahulu sebagai bahan reverensi. Hal ini dimaksudkan untuk memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada. Selain itu, karena pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang menghargai berbagai perbedaan yang ada serta cara pandang mengenai objek-objek tertentu, sehingga meskipun terdapat kesamaan maupun perbedaan adalah suatu hal yang wajar dan dapat disinergikan untuk saling melengkapi.

2.1.1.1 Skripsi Claudita Sastris Paskanonka, Universitas Pembangunan Nasional Veteran, Jawa Timur, Surabaya, 2010

Penelitian sejenis pertama yang berjudul *"Representasi Kekerasan dalam film Punk in Love"*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kekerasan direpresentasikan dalam film melalui tokoh-tokoh utama.

12

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan semiotika. Pendekatan semiotik yang dikemukakan John Fiske (grammar and tv culture) melalui level realitas, level representasi, dan level ideologi.

Data dibagi menjadi tiga level yaitu level realitas, level representasi dan level ideologi. Pada level realitas, dianalisis penandaan yang terdapat pada kostum, make up, setting dan dialog. Pada level representasi dianalisis penandaan pada level kerja kamera, pencahayaan dan penataan suara. Pada ideologi dianalisis penandaan terhadap ideologi yang terkandung dalam film. Teori-teori yang digunakan antara lain Teori Konstruksi Realitas Sosial, Kekerasan, Kategori kekerasan, Kekerasan Dalam Media, Respon Psikologi Warna, Semiotika, Representasi, Efek Media Massa Dalam Kehidupan Masyarakat.

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.[1]

2.1.1.2 Skripsi R.Novayana Kharisma, Universitas Pembangunan Nasional Veteran, Jawa Timur, Surabaya, 2011

Penelitian sejenis kedua adalah penelitian yang berjudul *"Representasi Kekerasan dalam film Rumah Dara"*, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kekerasan direpresentasikan dalam film melalui tokoh-tokoh utama..

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan semiotika. Pendekatan semiotik yang dikemukakan John Fiske (grammar and tv culture) melalui level realitas, level representasi, dan level ideologi. Data dibagi menjadi tiga level yaitu level realitas, level representasi dan level ideologi. Pada level realitas, dianalisis penandaan yang terdapat pada kostum, make up, setting dan dialog. Pada level representasi dianalisis penandaan pada level kerja kamera, pencahayaan dan penataan suara. Pada ideologi dianalisis penandaan terhadap ideologi yang terkandung dalam film. Teori-teori yang digunakan antara lain Teori Konstruksi Realitas Sosial, Kekerasan, Kategori kekerasan, Kekerasan Dalam Media, Respon Psikologi Warna, Semiotika, Representasi, Efek Media Massa Dalam Kehidupan Masyarakat.

[1] http://eprints.upnjatim.ac.id/501/1/file1.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa film Rumah Dara merupakan film yang mempresentasikan kekerasan,baik kekerasan fisik, kekerasan seksual, kekerasan verbal dan kekerasan psikologis. Kekerasan tersebut dilakukan karena ingin menyelamatkan diri dari serangan keluarga ibu dara yang dialami tokoh-tokoh utama, dan kekerasan yang dihadirkan merupakan bumbu untuk menimbulkan kengerian dan ketakutan bagi penontonnya.[2]

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

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 merupakan suatu berkah (*a mixed blessing*). Teori-teori resistant untuk berubah bahkan dalam berhadapan dengan temuan-temuan yang kontradiktif. Komunikasi merupakan sebuah aktifitas, sebuah ilmu sosial, sebuah seni liberal dan sebuah profesi.

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

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

[2] http://eprints.upnjatim.ac.id/2284/1/1.pdf

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. 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.[3] Hal ini dimulai oleh adanya pertemuan antara tradisi Eropa yang mengembangkan ilmu publisistik dengan tradisi Amerika yang mengembangkan ilmu komunikasi massa.

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

Kata atau istilah komunikasi *(communication)* berasal dari bahasa latin *(communicates/ communication/ communicate)* yang berarti "berbagi" atau "menjadi milik bersama" dengan demikian kata komunikasi menurut bahasa mengacu pada suatu upaya yang bertujuan untuk mencapai kebersamaan (common).

Beberapa ahli yang mendefinisikan pengertian komunikasi, diantaranya :

1. ***Webster New Collogiate Dictionary*** menyatakan bahwa :

   "Komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi diantara individu melalui suatu system lambang-lambang, tanda-tanda, atau tingkah laku".

[3] http://www.zimbio.com/Translate_c/articles/GLRchr5uAi1/Komunikasi+Sebagai+Ilmu+Pengetahuan

2. ***Carl Houland, Janis & Kelley*** menyatakan bahwa :

   "Komunikasi merupakan proses dimana seseorang atau komunikator menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya".

3. ***Harold D Laswswell*** menyatakan bahwa :

   Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan "siapa mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dan dengan akibat apa atau hasil apa" *(Who Says What In Which Channel to Whom and With What Effect).*

4. Sedangkan menurut ***Barn Lund*** :

   Komunikasi timbul didorong oleh kebutuhan-kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego. *Effect* = hasil akhir dari kegiatan komunikasi.[4]

2.1.2.2 Sifat Komunikasi

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

1. Tatap muka (*face to face)*
2. Bermedia (*Mediated)*
3. Verbal (*Verbal)*

   - Lisan (*oral)*

[4] ***(sumber** : perkuliahan semester 1 pada mata kuliah pengantar ilmu komunikasi)*

- Tulisan

4. Non Verbal (*Non-verbal)*

- Gerakan/isyarat badaniah (*gestural)*

- 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 juga dapat menggunakan bahasa sebagai lambang atau simbol komunikasi bermedia kepada komunikan, fungsi media tersebut sebagai alat bantu dalam menyampaikan pesannya.

Komunikator dapat menyampaikan pesannya secara verbal dan non verbal. Verbal dibagi ke dalam dua macam, 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 kategori 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 katakan tanpa bermaksud mengatakan hal tersebut. Salah satu hal yang penting dalam pesan verbal adalah lambang bahasa. Konsep ini perlu dipahami agar dapat mendukung secara positif aktivitas yang dilakukan 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 faktor utama yang menghasilkan persepsi, pendapat dan pengetahuan.

Rakhmat (2001:269) mendefinisikan bahasa secara *fungsional* dan *formal*. Definisi fungsional melihat bahasa dari fungsinya, sehinggga 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 tata bahasa. Setiap bahasa mempunyai 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 nonverbal adalah semua pesan yang kita sampaikan tanpa kata-kata atau selain dari kata yang kita pergunakan. Dalam kaitannya dengan bahasa, pesan-pesan nonverbal masih dipergunakan karena dalam praktiknya antara pesan verbal dan nonverbal dapat berlangsung secara serentak atau simultan.

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

1. Untuk menekankan. Komunikasi nonverbal digunakan untuk menekankan atau menonjolkan beberapa bagian dari pesan verbal.
2. Untuk melengkapi. Komunikasi nonverbal digunakan untuk memperkaya pesan verbal.
3. Untuk menunjukkan kontradiksi. Pesan nonverbal digunakan untuk menolak pesan verbal, atau memberikan makna lain terhadap pesan nonverbal.
4. Untuk mengatur. Komunikasi nonverbal 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 nonverbal dapat berupa gerakan tubuh, gerakan wajah, gerakan mata, komunikasi ruang kewilayahan, komunikasi sentuhan, parabahasa dan waktu. Seorang komunikator dituntut kemampuannya dalam mengendalikan komunikasi nonverbal 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), berpendapat :

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

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

Film merupakan salah satu bentuk penyampaian pesan melalui media komunikasi massa. Film tidak lagi dimaknai sekedar sebagai karya seni, tetapi sekarang film lebih sebagai "praktik social" serta "komunikasi massa". Komunikasi Massa sendiri adalah komunikasi yang terjadi melalui media massa seperti surat kabar, film, radio dan televisi. Jadi dalam artian yang lain komunikasi massa adalah penyebaran pesan dengan menggunakan media yang

di tujukan kepada masyarakat yang abstrak, yaitu sejumlah orang yang tidak tampak oleh penyampai pesan (Effendy, 2002).

Komunikasi yang menggunakan media massa yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen. Pesan – pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak, selintas (kuhususnya media elektronik). Komunikasi antar pribadi, komunikasi kelompok, dan komunikasi organisasi berlangsung juga dalam proses untuk mempersiapkan pesan yang disampaikan media massa ini (Mulyana, 2000).

Menurut Wright (1959) Definisi komunikasi massa juga dapat didefinisikan ke dalam tiga ciri:

1. Komunikasi massa diarahkan kepada auidens yang relatif besar, heterogen dan anonim.

2. Pesan-pesan yang disebarkan secara umum. Sering dijadwalkan untuk bisa mencapai sebanyak mungkin anggota audiens secara serempak dan sifatnya sementara.

3. Komunikator cenderung berada atau beroperasi dalam sebuah organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar.

2.1.3.1 Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah salah satu aktivitas sosial yang berfungsi di masyarakat. Fungsi komunikasi massa menurut Dominick dalam Ardianto, Elvinaro. dkk. (2007: 14). Komunikasi Massa Suatu Pengantar Terdiri dari:

1. *Surveillance* (Pengawasaan)
2. *Interpretation* (Penafsiran)
3. *Linkage* (Pertalian)
4. *Transmission of Values* (Penyebaran nilai-nilai)
5. *Entertainment* (Hiburan)

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.

Linkage **(pertalian)** Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk *linkage* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

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.

Entertainment **(hiburan)** Radio siaran, siarannya banyak memuat acara hiburan, Melalui berbagai macam acara di radio siaran pun masyarakat dapat menikmati hiburan. meskipun memang ada radio siaran yang lebih mengutamakan tayangan berita. fungsi dari media massa sebagai fungsi menghibur tiada lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan membaca berita-berita ringan atau melihat tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali.

2.1.3.2 Karakteristik Komunikasi Massa

Karakteristik komunikasi massa menurut Ardiantio Elvinaro, dkk. (2007:6) Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Sebagai berikut:

1. Komunikator terlambangkan
2. Pesan bersifat umum
3. Komunikannya anonim dan heterogen
4. Media massa menimbulkan keserempakan
5. Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan
6. Komunikasi massa bersifat satu arah
7. Stimulasi alat indera terbatas
8. Umpan Balik Tertunda (Delayed) dan tidak langsung (indirect)

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

Pesan bersifat umum, Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karenanya, pesan komunikasi massa bersifat umum.

Komunikannya anonim dan heterogen, Dalam komunikasi massa, komunikatornya tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Disamping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokkan berdasarkan faktor: usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang, budaya, agama, dan tingkat ekonomi.

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

Effendy (1981) mengartikan keserempakan media massa itu sebagai keserempakan konteks dengan sejumlah besar penduduk dalam jumlah yang

jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya dalam keadaan terpisah.

Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan, Salah satu prinsip komunikasi adalah bahwa komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan. Dimensi isi menunjukan muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukan bagaimana cara mengatakannya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu.

Dalam konteks komunikasi massa, komunikator tidak harus selalu kenal dengan komunikannya, dan sebaliknya. Yang terpenting, bagaimana seorang komunikator menyusun pesan secara sistematis, baik sesuai dengan jenis medianya, agar komunikannya bisa memahami isi pesan tersebut.

Komunikasi massa bersifat satu arah, Karena komunikasinya melalui media massa, maka komunikatornya dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikatornya aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog. Dengan kata lain, komunikasi massa itu bersifat satu arah.

Stimulasi Alat Indera Terbatas, Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indera bergantung pada jenis media massa. Pada radio siaran dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar, sedangkan pada media televisi dan film, kita menggunakan indera penglihatan dan pendengaran.

Umpan Balik Tertunda (*Delayed*) dan tidak langsung (*Inderect*), Dalam proses komunikasi massa, umpan balik bersifat tidak langsung *(indirect)* dan tertunda *(delayed).* Artinya, komunikator komunikai massa tidak dapat dengan segera mengetahui bagaimana reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya. Komponen umpan balik atau yang lebih populer dengan sebutan *feedback* merupakan faktor penting dalam proses komunikasi massa. Efektivitas komunikasi sering dapat dilihat dari *feedback* yang disampaikan oleh komunikan.

2.1.4 Tinjauan Tentang Film

Gambar bergerak (film) adalah bentuk dominan dari komunikasi massa visual di belahan dunia ini. Lebih dari ratusan 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.

Film lebih dahulu menjadi menjadi media hiburan dibanding radio siaran dan televisi. Menonton film ke bioskop ini menjadi aktivitas popular bagi orang Amerika pada tahun 1920-an sampai 1950-an.

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, industry film adalah bisnis yang

memberi keuntungan, kadang-kadang menjadi mesin uang yang seringkali, demi uang, keluar dari kaidah artistic film itu sendiri. (Elvinaro,2007:143)

2.1.4.1 Sejarah Film

Dalam buku Ardiantio Elvinaro, dkk. (2007:143) Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Film atau *motion pictures* ditemukan dari hasil pengembangan prinsip-prinsip fotografi dan proyektor. Film yang pertama kali diperkenalkan kepada publik Amerika Serikat adalah *The Life of an American Fireman* dan film *The Great Train Robbery* yang dibuat oleh Edwin S. Porter pada tahun 1903 (Hiebert, Ungurait, Bohn, 1975:246). Tetapi film *The Great Train Robbery* yang masa putarnya hanya 11 menit dianggap sebagai film cerita pertama, karena telah menggabarkan situasi secara ekspresif, dan menjadi peletak dasar teknik editing yang baik.

Tahun 1906 sampai tahun 1916 merupakan periode paling penting dalam sejarah perfilman di Amerika Serikat, karena pada decade ini lahir film *feature*, lahir pula bintang film serta pusat perfilman yang kita kenal sebagai Hollywood. Periode ini juga disebut sebagai *the age of Griffith* karena David Wark Griffith lah yang telah membuat film sebagai media yang dinamis. Diawali dengan film *The Adventures of Dolly* (1908) dan puncaknya film *The Birth of a Nation* (1915) serta film *Intolerance* (1916). Griffith memelopori gaya berakting yang lebih alamiah, organisasi cerita yang makin baik, dan yang paling utama mengangkat film sebagai media yang memiliki karakteristik unik, dengan gerakan kamera yang dinamis, sudut pengambilan gambar yang baik, dan teknik editing yang baik (Hiebert, Ungurait, Bohn, 1975:246)

Pada periode ini pula perlu dicatat nama Mack Sennet dengan Keystone Company, yang telah membuat film komedi bisu dengan bintang legendaris Charlie Chaplin.

Apabila film permulaannya merupakan film bisu, maka pada tahun 1927 di Broadway Amerika Serikat muncul film bicara yang pertama meskipun belum sempurna (Effendy, 1993:188).

2.1.4.2 Jenis-Jenis Film

Dalam jenisnya, film dapat dikelompokkan pada jenis film cerita, film berita, film dokumenter dan film kartun.

1. *Film Cerita (Story Film*)

Film cerita adalah jenis film yang mengandung suatu cerita, yaitu yang lazim dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop dengan para bintang filmnya yang tenar. Film jenis ini didistribusikan sebagai barang dagangan dan diperuntukkan semua publik dimana saja. Cerita yang diangkat menjadi topik film bisa berupa cerita fiktif atau berdasarkan kisah nyata yang dimodifikasi, sehingga ada unsur menarik, baik dari jalan ceritanya maupun dari segi gambar yang artistik. (Elvinaro, dkk. 2007:148).

2. *Film Dokumenter (Documentary Film*)

Robert Flaherty mendefinisikan film dokumenter sebagai "karya ciptaan mengenai kenyataan (*creative treatment of actuality*)." Film dokumenter merupakan hasil interpretasi pribadi (pembuatnya) mengenai kenyataan tersebut, dengan sedikit merekayasanya agar dapat menghasilkan

kualitas film cerita dengan gambar yang baik. Biografi seseorang yang memiliki karya pun dapat dijadikan sumber bagi dokumenter. (Ibid:148)

3. Film Berita (News Reel)

Film berita atau *newsreel* adalah film mengenai fakta, peristiwa yang benar-benar terjadi. Karena sifatnya berita, maka film yang disajikan kepada publik harus mengandung nilai berita (*news value*). Kriteria berita itu adalah penting dan menarik. Film berita dapat langsung terekam dengan suaranya, atau film beritanya bisu, pembaca berita yang membacakan narasinya. Bagi peristiwa-peristiwa tertentu, perang, kerusuhan, pemberontakan dan sejenisnya, film berita yang dihasilkan kurang baik. Dalam hal ini terpenting adalah peristiwanya terekam secara utuh. (Ibid:148)

4. *Film Kartun (Cartoon Film*)

Film kartun pada awalnya memang dibuat untuk konsumsi anak-anak, namun dalam perkembangannya kini film yang menyulap gambar lukisan menjadi hidup itu telah diminati semua kalangan termasuk orang tua. Titik berat pembuatan film kartun adalah seni lukis, dan setiap lukisan memerlukan ketelitian. Satu per satu dilukis dengan saksama untuk kemudian dipotret satu per satu pula. Apabila rangkaian lukisan itu setiap detiknya diputar dalam proyektor film, maka lukisan-lukisan itu menjadi hidup. (Effendy, 2003:216)

5. *Film-film Jenis Lain*

a. Profil Perusahaan (*Corporate Profile*)

Film ini diproduksi untuk kepentingan institusi tertentu berkaitan dengan kegiatan yang mereka lakukan. Film ini sendiri berfungsi sebagai alat bantu presentasi.

b. Iklan Televisi (*TV Commercial*)

Film ini diproduksi untuk kepentingan penyebaran informasi, baik tentang produk (iklan produk) maupun layanan masyarakat (iklan layanan masyarakat atau *public service announcement*/*PSA*).

c. Program Televisi (*TV Program*)

Program ini diproduksi untuk konsumsi pemirsa televisi. Secara umum, program televisi dibagi menjadi dua jenis yakni cerita dan non cerita.

d. Video Klip (*Music Video*)

Dipopulerkan pertama kali melalui saluran televisi MTV pada tahun 1981, sejatinya video klip adalah sarana bagi para produser musik untuk memasarkan produknya lewat medium televisi. (Effendy, 2006:13-14).

2.1.4.3 Film Sebagai Media Komunikasi Massa

Komunikasi massa menyiarkan informasi yang banyak dengan menggunakan saluran yang disebut media massa.Dalam perkembangannya film banyak digunakan sebagai alat komunikasi massa, seperti alat propaganda, alat hiburan, dan alat – alat pendidikan. Media film dalam Kamus Besar Bahasa

Indonesia adalah alat atau sarana komunikasi, media massa yang disiarkan dengan menggunakan peralatan film; alat penghubung berupa film.

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

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

Sebagai media massa, *content* film adalah informasi. Informasi akan mudah dipahami dan tertangkap dengan visualisasi. Pada hakekatnya film seperti juga pers berhak untuk menyatakan pendapat atau protesnya tentang sesuatu yang dianggap salah. Kelebihan film dibanding media massa lainnya terletak pada susunan gambar yang dapat membentuk suasana. Film mampu membuat penonton terbawa emosinya.

Sebagai seni ketujuh, film sangat berbeda dengan seni sastra, teater, seni rupa, seni suara, musik, dan arsitektur yang muncul sebelumnya. Seni film

sangat mengandalkan teknologi, baik sebagai bahan baku produksi maupun dalam hal ekshibisi ke hadapan penontonnya. Film merupakan penjelmaan keterpaduan antara berbagai unsur, sastra, teater, seni rupa, teknologi, dan sarana publikasi. Dalam kajian media massa, film masuk ke dalam jajaran seni yang ditopang oleh industri hiburan yang menawarkan impian kepada penonton yang ikut menunjang lahirnya karya film.

Film diproduksi secara khusus untuk dipertunjukan di gedung bioskop. Salah satu yang menyebabkan dapat merubah khalayak adalah dari segi tempat atau mediumnya. Karena pengaruh film yang sangat besar terhadap khalayak. Biasanya pengaruh timbul tidak hanya di tempat atau di gedung bioskop saja, akan tetapi setelah penonton keluar dari bioskop dan melanjutkan aktivitas kesehariannya, secara tidak sadar pengaruh film itu akan terbawa terus sampai waktu yang cukup lama (Effendy, 2003 : 208). Yang mudah dan dapat terpengaruh biasanya anak-anak dan pemuda – pemuda. Mereka sering menirukan gaya atau tingkah laku para bintang film.

Kekuatan dan kemampuan film menjangkau banyak segmen sosial, lantas membuat para ahli bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayaknya. sejak itu, maka merebaklah berbagai penelitian yang hendak melihat kepada dampak film terhadap masyarakat. Dalam banyak penelitian tentang dampak film terhadap masyarakat, hubungan antara film dan masyarakat selalu dipahami secara linier. Artinya, film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan muatan pesan (*message*) di baliknya, tanpa pernah berlaku sebaliknya.

2.1.5 Tinjauan Semiotika

Kata semiotika disamping kata semiology sampai kini masih dipakai. Selain istilah semiotika dan semiology dalam sejarah linguistik ada pula digunkan istilah lain seperti semasiology, sememik, dan semik untuk merujuk pada bidang studi yang mempelajari makna atau arti suatu tanda atau lambing (Sobur, 2004:11).

Secara etimologis, istilah semiotika atau semiologi berasal dari bahasa Yunani, *Semeion* yang berati "tanda". Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain (Eco, 1979:16 dalam Sobur, 2006:95). Sedangkan secara terminologis, semiotik dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa seluruh kebudayaan sebagai tanda (Eco, 1979:6 dalam Sobur, 2006:95). Secara sederhana, semiotika merupakan suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda (*signs)* adalah basis dari seluruh komunikasi (Littlejohn, 1996:64). Manusia dengan perantaraan tanda-tanda, dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya. Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya dalam berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Suatu tanda menandakan sesuatu selain dirinya sendiri, dan makna *(meaning)* ialah hubungan antara suatu objek atau idea dan suatu tanda (Littlejohn, 1996:64). Konsep dasar ini mengikat bersama seperangkat teori yang amat luas berurusan dengan simbol, bahasa, wacana,

dan bentuk-bentuk nonverbal, teori-teori yang menjelaskan bagaimana tanda berhubungan dengan maknanya dan bagaimana tanda disusun. Secara umum, studi tentang tanda merujuk kepada semiotika.

Charles Sanders Pierce (dalam Littlejohn, 1996:64) mendefinisikan semiosis sebagai *"a relationship among a sign, an object, and a meaning* (suatu hubungan diantara tanda, objek, dan makna)." Charles Morris (dalam Segers, 2000:5) menyebut *semiosis* ini sebagai suatu "proses tanda, yaitu proses ketika sesuatu merupakan tanda bagi beberapa organisme". Tanda tidak mengandung makna atau konsep tertentu, namun tanda memberi kita petunjuk-petunjuk yang semata-mata menghasilkan makna melalui interpretasi. Tanda menjadi bermakna mana kala diuraikan isi kodenya (*decoded*) menurut konvensi dan aturan budaya yang dianut orang secara sadar maupun tidak sadar (Sobur, 2003:14).

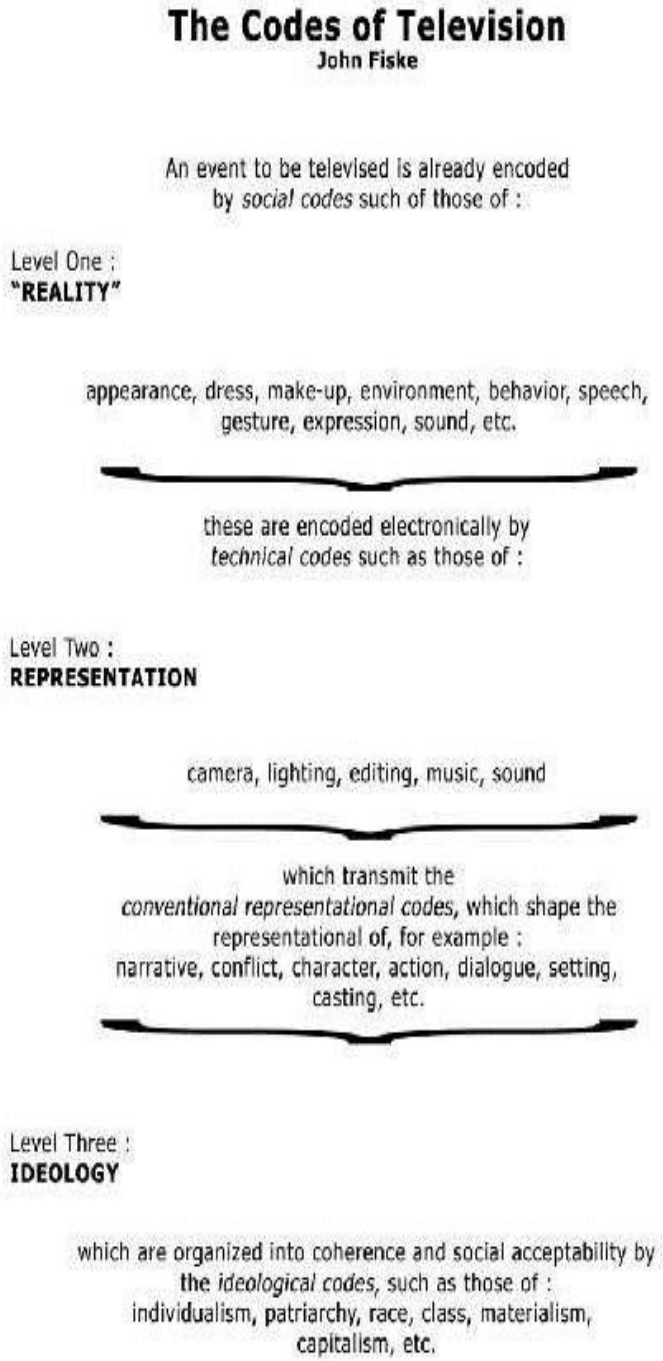
Melihat sejarahnya, tradisi semiotika berkembang dari dua tokoh utama yaitu Charles Sander Pierce mewakili tradisi Amerika dan Ferdinand de Saussure yang mewakili tradisi Eropa. Keduanya tidak pernah saling bertemu, sehingga kendati keduanya sering disebut mempunyai kemiripan gagasan dan penerapan konsep-konsep dari masing-masing, namun keduanya seringkali mempunyai perbedaan penting mungkin karena keduanya berangkat dari disiplin yang berbeda. Pierce adalah seorang guru besar filsafat dan logika sedangkan Saussure merupakan seorang ahli linguistik.

Pusat perhatian semiotika pada kajian komunikasi adalah menggali apa yang tersembunyi dibalik bahasa. Saussure mendefinisikan semiotika adalah

ilmu yang mengkaji tentang tanda sebagai bagian dari kehidupan sosial. Dalam konteks sastra, (Teeuw, 1928:18 dalam Sobur, 2006:96) memberi batasan semiotik adalah tanda sebagai tindak komunikasi. Ia kemudian menyempurnakan batasan semiotik itu sebagai model sastra yang mempertanggung jawabkan semua faktor dan aspek hakiki untuk pemahaman gejala sastra sebagai alat komunikasi yang khas di dalam masyarakat mana pun.

Gambar 2.1

Kode – kode Televisi John Fiske (Fiske, 1987: 5)



(Sumber: Fiske, 1987: 5)

2.1.6 Tinjauan tentang Representasi

Representasi berasal dari kata "*Represent*" yang bermakna *stand for* artinya "berarti" atau juga "*act as delegent for*" yang bertindak sebagai perlambangan atas sesuatu (Kerbs, 2001:456). "Representasi juga dapat diartikan sebagai suatu tindakan yang menghadirkan atau mempresentasikan sesuatu yang diluar dirinya, biasanya berupa tanda atau symbol" (Piliang, 2003:21).

Representasi adalah konsep yang digunakan dalam proses sosial pemaknaan melalui sistem penandaan yang tersedia: dialog, tulisan, video, film, fotografi, dan sebagainya. Secara ringkas, representasi adalah produksi makna melalui bahasa. Lewat bahasa (symbol-simbol dan tanda tertulis, lisan, atau gambar) tersebut itulah seseorang yang dapat mengungkapkan pikiran, konsep, dan ide-ide tentang sesuatu (Juliastuti,2000).

Konsep "representasi" dalam studi media massa, termasuk film, bisa dilihat dari beberapa aspek bergantung sifat kajiannya. Studi media yang melihat bagaimana wacana berkembang didalamnya, biasanya dapat ditemukan dalam studi wacana kritis pemberitaan media. Memahami representasi sebagai konsep "menunjuk pada bagaimana seseorang, satu kelompok, gagasan atau pendapat tertentu ditampilkan dalam pemberitaan" (Eriyanto, 2001:113).

Setidaknya terdapat dua hal penting berkaitan dengan representasi; pertama, bagaimana seseorang, kelompok, atau gagasan tersebut ditampilkan bila dikaitkan dengan realitas yang ada; dalam arti apakah ditampilkan sesuai

dengan fakta yang ada atau cenderung diburukkan sehingga menimbulkan kesan meminggirkan atau hanya menampilkan sisi buruk seseorang atau kelompok tertentu dalam pemberitaan. Kedua, bagaimana eksekusi penyajian objek tersebut dalam media. Eksekusi representasi objek tersebut bisa mewujud dalam pemilihan kata, kalimat, aksentuasi dan penguatan dengan foto atau imaji macam apa yang akan dipakai untuk menampilkan seseorang, kelompok atau suatu gagasan dalam pemberitaan (Ibid:113)

Isi atau makna dari sebuah film dapat dikatakan dapat mempresentasikan suatu realitas yang terjadi karena menurut Fiske, representasi ini merujuk pada proses yang dengannya realitas disampaikan dalam komunikasi, via kata-kata, bunyi atau kombinasinya" (Fiske, 2004:282).

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Dalam menganalisa Representasi *Kekerasan* Dalam Film *Crows Zero.* 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.

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)[5] 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

[5] Film merupakan media penyapaian pesan yang bersifat audio visual, sama hal nya dengan televisi.

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 *"Crows Zero".* Maka dari itu, peneliti menggunakan model John Fiske sebagai pisau analisa peneliti dalam menganalisis makna kekerasan pada tokoh-tokoh yang diperankan dalam film *Crows Zero.*

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.

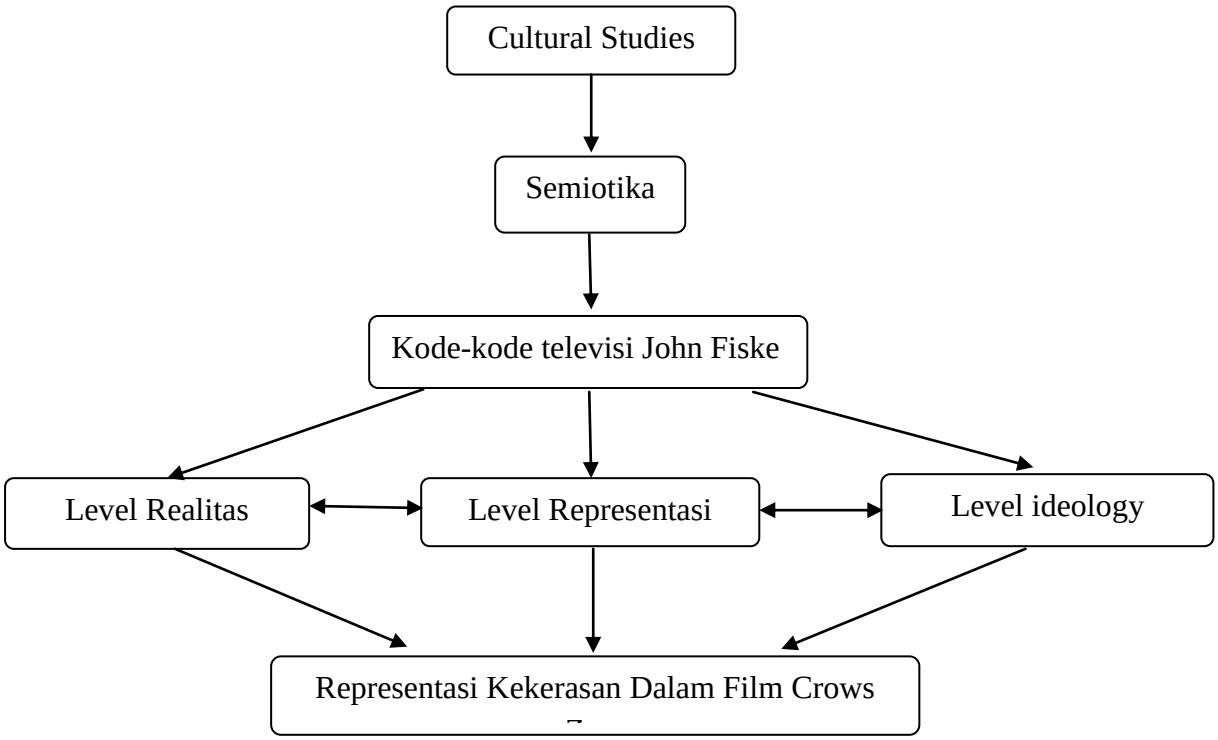
Semiotika merupakan bagian dari *cultural studies* dimana salah satu substansinya adalah ideologi. Teori ideologi merupakan teori yang berkaitan

dengan penelitian semiotika dalam film *Crows Zero* 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 dan dinegosiasikan antara idelogi dominan dengan ideologi subordinat.

Gambar 2.2

Kerangka Pemikiran Analisis Semiotika "Representasi Kekerasan Dalam Film Crows Zero"



Sumber : peneliti, 2013