BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tinjauan penelitian terdahulu adalah salah satu referensi yang diambil peneliti. Malihat hasil karya ilmiah para peneliti terdahulu yang mana pada dasarnya peneliti mengutip beberapa pendapat yang dibutuhkan oleh penelitian sebagai pendukung penelitian. Tentunya dengan melihat hasil karya ilmiah yang memiliki pembahasan serta tinjauan yang sama.

Penelitian ini termasuk dalam penelitian analisis tekstual dengan pendekatan studi semiotika. Hal ini perlu dilakukan karena suatu teori atau model pengetahuan biasanya akan diilhami oleh teori dan model yang sebelumnya. Setelah peneliti melakukan tinjauan pustaka pada hasil terdahulu, ditemukan beberapa penelitian tentang representatif Berikut ini adalah penelitian mengenai representatif.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Metode yang digunakan	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan penelitian skripsi ini
1	Representasi Kebebasan Pers dalam Film Lentera Merah	Yaser Dwi Yasa, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia 2012	Kualitatif dengan Desain Penelitian Semiotika	Hasil dari penelitian ini pers pada saat itu yang digambarkan di film lentera merah sangat dipengaruhi oleh hegemoni kekuasaan.	**Penelitian Yaser Dwi Yasa menggunakan analisis semiotika yang sama yaitu John Fiske, tetapi objek dan pembahasan yang berbeda**
2	Representasi Berakhirnya Politik *Apartheid* Dalam Film	Imam Savitri, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas	Kualitatif dengan Desain Penelitian Semiotika	Film Invictus secara keseluruhan berusaha menyampaikan	**Penelitian Imam Savitri menggunakan analisis semiotika**

	Invictus	Komputer Indonesia 2013		permasalahan warisan *apartheid* yang dapat diselesaikan melalui cara yang tidak terduga, yakni olahraga rugby	**yang sama yaitu John Fiske, tetapi objek dan pembahasan yang berbeda**
3	**Representasi Kekerasan Pada Anak (Analisi Semiotika dalam Film "Alangkah Lucunya Negeri Ini" Karya Deddy Mizwar)**	**Vetriani Maluda, Program Studi Komunikasi Mulawarman 2014**	**Kualitatif dengan Desain Penelitian Semiotika**	**Film Alangkakh Lucunya Negeri Ini memperlihatkan bahwasanya representasi kekerasan yang dilakukan oleh Bang Jarot terhadap**	**Penelitian Vetriani Maluda menggunakan analisis semiotika yang sama yaitu John Fiske, tetapi objek dan pembahasa yang berbeda.**

				anak-anak copetnya yaitu dengan cara anak dipukul menggunakan koran, ditendang, dibentak, ditonjok bagian kepalanya hingga jatuh, anak ditunjuk-tunjuk.

Sumber : Peneliti, 2014

2.1.2 Tinjauan Tentang Teori Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Manusia sebagai makhluk sosial, tidak dapat hidup sendiri untuk memenuhi segala macam kebutuhan dalam hidupanya. Untuk itu diperlukan Komunikasi yang menjadi sarana yang sangat penting untuk

bisa mencapai itu. Selain itu juga komunikasi berguna untuk membangun konsep diri kita, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, dan berhubungan dengan orang lain. Dengan komunikasi, kita bisa membangun suatu kerja sama dengan orang lain, mulai dari keluarga sampai dengan masyarakat luas.

Ilmu Komunikasi merupakan ilmu yang mempunyai kontinuitas tinggi, tidak bersifat absolut atau berubah-ubah sesuai dengan perkembangan zaman, hal tersebut dikarenakan objek materi dari Ilmu Komunikasi adalah perbuatan, perilaku atau tingkah laku manusia yang selalu dipengaruhi oleh lingkungan.

Menurut para ahli, Ilmu Komunikasi dianggap bagian dari ilmu sosial dan merupakan ilmu terapan *(applied science)*, dan karena termasuk ke dalam ilmu sosial dan ilmu terapan, maka Ilmu Komunikasi sifatnya *interdisipliner* atau *multidisipliner*. Hal itu disebabkan oleh objek materialnya sama dengan ilmu-ilmu lainnya, terutama yang termasuk ke dalam ilmu sosial atau ilmu kemasyarakatan.

Tanpa melibatkan diri dalam komunikasi, seseorang tidak akan tahu bagaimana, makan, minum, berbicara sebagai manusia dan memperlakukan manusia lain secara beradab. Karena, cara-cara berperilaku tersebut harus dipelajari lewat pengasuhan keluarga dan pergaulan dengan orang lain, yang pada intinya adalah komunikasi.

Jadi Secara sedarhana dapat disimpulkan bahwa, tanpa komunikasi seorang manusia tidak akan dapat hidup di dunia ini. Istilah komunikasi sesungguhnya berpangkal pada perkataan latin *communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga memiliki akar kata berbahasa latin *Communico* yang artinya membagi.

Menurut Onong Uchjana Effendy komunikasi yaitu: Proses pernyataan antara manusia yang dinyatakan adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain, pikiran bisa berupa gagasan, informasi, opini, yang muncul dari benaknya. (Effendy, 2011:11)

Dari beberapa pengertian mengenai komunikasi di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses pertukaran pesan atau informasi antara dua orang atau lebih, untuk memperoleh kesamaan arti atau makna diantara mereka.

2.1.2.2. Proses Komunikasi

a. Proses Komunikasi Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu lambang *(symbol)* sebagai media atau saluran. Lambang ini umumnya bahasa, tetapi dalam situasi-situasi komunikasi tertentu lambing-lambang yang digunakan dapat berupa kial *(gesture),* yakni gerak anggota tubuh, gambar, warna, dan lain sebagainya. (Effendy, 2011:11)

b. Proses Komunikasi Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. (Effendy, 2011:16) Media yang digunakan adalah surat, telepon, surat kabar, radio atau televisi.

2.1.2.3.Fungsi Komunikasi

Fungsi komunikasi secara menyeluruh dapat dirinci kembali sebagai berikut :

1. Informasi, yakni kegiatan mengumpulkan, menyimpan data, fakta dan pesan,opini dan komentar, sehingga orang bisa mengetahui keadaan yang terjadi di luar dirinya.
2. Sosialisasi, yakni menyediakan dan mengajarkan ilmu pengetahuan bagaimana bersikap sesuai nilai-nilai yang ada serta bertindak sebagai anggota masyarakat secara efektif.
3. Motivasi, yakni mendorong seseorang untuk mengikuti kemajuan orang lain melalui apa yang mereka baca, lihat dan dengar melalui media massa.
4. Bahan diskusi, yakni menyediakan informasi sebagai bahan diskusi untuk mencapai persetujuan dalam hal terjadi perbedaan pendapat mengenai hal-hal yang menyangkut orang banyak.
5. Pendidikan, yakni membuka kesempatan untuk memperoleh pendidikan secara luas, baik untuk pendidikan formal maupun informal.

6. Memajukan kebudayaan, media massa menyebarkan hasil-hasil kebudayaan melalui aneka program siaran atau penerbitan buku.
7. Hiburan, media massa telah menyita banyak waktu luang dari semua golongan usia dengan difungsikannya media komunikasi sebagai alat hiburan dalam rumah tangga.
8. Integrasi, menjembatani perbedaan antarsuku bangsa maupun antarbangsa dalam upaya memperkokoh hubungan dan pemerataan informasi.

2.1.2.4. Tipe Komunikasi

Tipe komunikasi diklasifikasikan berdasarkan sudut pandang dan pengalaman dari masing-masing pakar. Memperhatikan pendapat para pakar maka dibawah ini akan diuraikan lima tipe atau tingkatan komunikasi beserta fungsinya masing-masing.

1. Komunikasi dengan diri sendiri *(Intrapersonal Communication)*

   Komunikasi dengan diri sendiri adalah suatu proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu atau komunikasi dengan diri sendiri. Proses komunikasi terjadi karena seseorang seringkali terbawa dalam pikirannya sendiri akibat objek yang diamati terbertik dalam pikirannya.
2. Komunikasi Antarpribadi *(Interpersonal Communication)*

   Komunikasi Antarpribadi adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih.
3. Komunikasi Kelompok Kecil *(Small Group Communication)*

Komunikasi Kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara tiga atau lebih secara bertatap muka atau menggunakan sebuah alat bantu. Kelompoknya pun dapat dibagi menjadi dua yakni kelompok besar atau kelompok kecil disini termasuk kelompok dalam suatu organisasi.

4. Komunikasi Massa *(Mass Communication)*

   Dalam komunikasi massa, pesan dikirim dari sumber lembaga kepada khalayak yang bersifat massa melalui alat-alat mekanis, seperti televisi, radio, surat kabar, atau film.

5. Komunikasi Publik *(Public Communication)*

   Komunikasi publik biasa disebut komunikasi pidato, kolektif, retorika, public speaking, atau *audiens communication*.

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media massa dan elektronik). Sebab, awal perkembangannya saja komunikasi massa berasal dari pengembangan media of mass communication (media komunikasi massa) yaitu media massa yang dihasilkan oleh teknologi modern.

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 Michael W. Gamble dan Teri Kwal Gamble (1986) definisi media massa mencakup hal-hal berikut:

1. Komunikator dalam komunikasi massa mengandalkan peralatan modern untuk menyebarkan atau memancarkan pesan secara cepat kepada khalayak yang luas dan tersebar. Pesan itu disebarkan melalui media ,modern pula antara lain surat kabar, majalah, televisi, film, atau gabungan antara media tersebut.
2. Komunikator dalam komunikasi massa dalam menyebarkan pesan-pesannya bermaksud mencoba membagi pengertian dengan jutaan orang yang tidak saling kenal atau mengetahui satu sama lain. Anonimitas *audience* dalam komunikasi massa inilah yang membedakan pula dengan jenis komunikasi yang lain. Bahkan pengirim dan penerima pesan tidak saling mengenal satu sama lain.
3. Pesan adalah milik *public*. Artinya bahwa pesan ini bisa didapatkan dan diterima oleh banyak orang. Karena itu diartikan milik *public.*
4. Sebagai sumber, komunikator massa biasanya organisasi formal seperti jaringan, ikatan, atau perkumpulan. Dengan kata lain, komunikatornya tidak berasal dari seseorang tetapi lembaga. Lembaga ini pun biasanya berorientasi pada keuntungan, bukan organisasin sukarela atau nirlaba.
5. Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper* (penapis informasi). Artinya, pesan-pesan yang disebarkan atau dipancarkan kontrol oleh sejumlah individu dalam lembaga terebut sebelum disiarkan lewat media massa ini berbeda

dengan komunikasi antar pribadi, kelompok atu *public* dimana yang mengontrol bukan sejumlah individu, beberapa indvidu dalam komunikasi massa itu ikut berperan dalam membatasi, memperluas pesan yang disiarkan.

6. Umpan balik dalam komunikasi massa sifatnya tertunda. Kalau dalam jenis komuunikasi lain, umpan balik bisa bersifat langsung, misalnya, dalam komunikasi antar persona. Dalam komunikasi ini umpan balik langsung dilakukan lewat surta kabar tidak bisa langsung dilakukan alias tertunda.

Dengan demikian, media massa adalah alat alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada *aundience* yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas.

2.1.3.1 Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa menurut Dominick dalam Ardianto, Elvinaro. (2007:14). Komunikasi massa suatu pengantar terdiri dari:

1. *Surveillance* (pengawasan)

   Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama: fungsi pengawasan peringattan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang suatu ancama, fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran infromasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.

2. *Interpretation* (penafsiran)

Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan. Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca, pemirsa atau pendengar untuk memperluas wawasan.

3. *Linkage* (pertalian)

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

4. *Transmission of Value* (penyebaran nilai-nilai)

   Fungsi penyebaran nilai tidak kentara. Fungsi ini disebut juga *socialization* (sosialisasi). Sosialisasi mengacu kepada cara, di mana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain, Media mewakili kita dengan model peran yang kita amati dan harapan untuk menirunya.

5. *Entertainment* (hiburan)

   Radio siaran, siarannya banyak memuat acara hiburan, Melalui berbagai macam acara di radio siaran pun masyarakat dapat menikmati hiburan. meskipun memang ada radio siaran yang lebih mengutamakan tayangan berita. fungsi dari media massa sebagai fungsi menghibur tiada lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan

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

2.1.3.2 Karakteristik Komunikasi Massa

Menurut Ardianto Elivinaro. (2007:6) karakteristik komunikasi massa sudah tampak jelas maka pembahasannya perlu dibandingkan komunikasi antarpersona. Karakteristik komunikasi massa adalah 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 komunikasi massa tidak dapat dengan segera mengetahui bagaimana reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya. Komponen umpan balik atau yang lebih populer dengan sebutan *feedback* merupakan faktor penting dalam proses komunikasi massa. Efektivitas komunikasi sering dapat dilihat dari *feedback* yang disampaikan oleh komunikan. Umpan balik sebagai respon mempunyai volume yang tidak terbatas pada komunikan antarpersona.

2.1.4 Tinjaun Tentang Film

Film merupakan salah satu media komunikasi massa. Dikatakan sebagai media komunikasi massa karena merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran dalam menghubungkan komunikator dan komunikasi secara

massal, dalam arti berjumlah banyak, tersebar dimana-mana, khlayaknya heterogen dan anonym, dan menimbulkan efek tertentu. Film dan televisi memiliki kemirirpan, terutama sifatnya yang audio visual, tetapi dalam proses penyampaian pada khalayak dan proses produksinya agak sedikit berbeda. (Tan dan Wright, dalam Ardianto & Erdinaya, 2005:3)

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

Kekuatan dan kemampuan film menjangkau banyak segmen sosial, lantas membuat para ahli bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayak. Film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdaskan muatan pesan

(*message*) dibaliknya, tanpa pernah berlaku sebaliknya. Kritik yang muncul terhadap perspektif ini didasarkan atas argumen bahwa film adalah potret dari masyarakat dimana film itu dibuat. Film selalu merekam realitas yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat, dan kemudian memproyeksikannya ke atas layar. (Irawanto, dalam Sobur, 2013:127)

2.1.4.1 Sejarah Film

Dalam buku Ardiantio Elvinaro (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 dekade 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.

2.1.4.2 Jenis-Jenis Film

Sesuai dengan karakteristiknya film dapat dikelompokkan pada jenis film cerita, film berita, film documenter 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,2007:148).

   1. 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.

2. 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.

3. 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)

4. 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.

2.1.5 Tinjauan Tentang 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 lambang (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 sebuah stimulus yang menandakan kehadiran dari suatu hal. Sebagai contoh, awan dapat menjadi tanda untuk hujan, tertawa untuk kebahagian, dan sebuah tanda jingga tua atau orange "kawasan pekerja" merupakan petunjuk untuk konstruksi selanjutnya. Hubungan sederhana ini disebut pemaknaan (*signification*). Anda akan berjalan pelan ketika melihat sebuah tanda konstruksi orange karena adanya pemaknaan. (Littlejohn, 2009:154)

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 didalam masyarakat mana pun.

2.1.6 Tinjauan Tentang Representasi

Representasi adalah merupakan kegunaan dari tanda. Marcel Danesi dalam bukunya yang berjudul *Understanding Media Semiotics* mengungkapkan bahwa representasi adalah proses merekam ide, pengetahuan, atau pesan dalam beberapa cara fisik disebut representasi. Ini dapat didefinisikan lebih tepat sebagai kegunaan dari tanda yaitu untuk menyambungkan, melukiskan, meniru sesuatu, yang dirasa, dimengerti, diimajinasikan atau diarasakan dalam bentuk fisik.

Menurut Stuart Hall ada dua proses representasi. Pertama, representasi mental, yaitu konsep tentang “sesuatu” yang ada di kepala kita masing-masing (peta konseptual), representasi mental merupakan sesuatu yang abstrak. Kedua,

"bahasa", berperan penting dalam proses konstruksi makna. Konsep abstrak yang ada dalam kepala kita harus diterjemahkan dalam "bahasa" yang lazim, supaya dapat menghubungkan konsep dan ide-ide tentang sesuatu dengan tanda simbol tertentu.[1] Media sebagai suatu teks banyak menebarkan bentuk-bentuk representasi pada isinya. Representasi dalam media menunjuk pada bagaimana seseorang atau suatu kelompok, gagasan, atau pendapat tertentu ditampilkan dalam pemberitaan.[2] (Wibowo, 2013:148)

Menurut David Croteau dan William Hoynes, representasi merupakan hasil dari suatu proses penyeleksian yang menggarisbawahi hal-hal tertentu dan hal lain diabaikan. Dalam representasi media, tanda yang akan digunakan untuk melakukan representasi tentang sesuatu mengalami proses seleksi, mana yang sesuai dengan kepentingan-kepentingan dan pencapaian tujuan-tujuan komunikasi ideologisnya itu yang digunakan sementara tanda-tanda lain diabaikan. (Wibowo, 2013:149)

Maka selama realitas dalam representasi media tersebut harus memasukan atau mengeluarkan komponennya dan juga melakukan pembatasan pada isu-isu tertentu sehingga mendapatkan realitas yang bermuka banyak bisa dikatakan tidak representasi realita terutama di media yang benar "benar". Representasi bekerja pada hubungan tanda dan makna. Jadi representasi bukanlah suatu kegiatan attau proses statis tapi merupakan proses dinamis yang terus berkembang seiring dengan kemampuan intelektual dan kebutuhan para pengguna tanda yaitu manusia itu sendiri yang terus bergerak dan berubah.

[1] Nuraini Juliastuti, Bagaimana representasi menghubungkan makna dan bahasa dalam kebudayaan?,www.kunci.or.id
[2] Eriyanto, analisis Wacana, hal 113

Isi media bukan hanya pemberitaan tetapi juga iklan dan hal-hal lain di luar pemberitaan. Intinya bahwa sama dengan berita, iklan juga merepresentasikan orang-orang, kelompok atau gagasan tertentu. John Fiske merumuskan tiga proses yang terjadi dalam representasi melalui table dibawah ini:

Tabel 2.2

Tabel Proses Representasi Fiske

Pertama	**Realitas**
	(Dalam bahasa tulis, seperti dokumen wawancara transkip dan sebagainya. Dalam telivisi seperti perilaku, make up, pakaian, ucapan, gerak-gerik, dan sebagainya).
Kedua	**Representasi**
	Elemen tadi ditandakan secara teknis. Dalam bahasa tulis seperti kata, proposisi, kalimat, foto, caption, grafik, dan sebagainya. Dalam TV seperti kamera, musik, tata cahaya, dan lain-lain. Elemen-elemen tersebut ditransmisikan di ataranya bagaimana objek digambarkan (karakter, narasi, setting, dialog, dan lain-lain).
Ketiga	**Ideologi**
	Semua elemen diorganisasikan dalam koherensi dan kode-kode ideologi, seperti individualism, sosialisme, patriarki, ras, kelas, materialism, dan sebagainya.

Sumber : Indiwan Seto Wahyu Wibowo, 2013:149

2.1.7 Tinjauan Tentang *Cultural Studies*

Cultural Studi merupakan kelompok pemikiran yang memberikan perhatian pada cara-cara bagaimana budaya dihasilkan melalui perjuangan di antara berbagai ideologi. Studi kultural merupakan tradisi pemikiran yang berakar dari pemikiran gagasan ahli filsafat Karl Marx yang berpandangan bahwa kapitalis mengubah arsitektur eksploitasi menjadi penghisapan tenaga kerja buruh demi nlai lebih. Marxisme sesungguhnya memuat dua teori tentang ideology yang saling bertolak belakang. Teori pertama bersandar pada premis Marx yang

berbunyi “kelas sosial menentukan kesadaran” setiap kelas memiliki ikatan tertentu dalam sarana produksi dan keterikatan itu menghasilkan gagasan yang sesuai. Buruh yang tidak memiliki sarana produksi kecuali tenaganya sendiri memiliki gagasan mengenai keadilan dan berbeda dengan majikannya. Anggota parlemen yang berasal dari keluarga kaya mati-matian menolak upaya legilasi pajak pendapatan secara progresif. Singkatnya, setiap kelas memiliki sistem keyakinannya sendiri, yang pada gilirannya ditentukan oleh kepentingan particular kelas tersebut.

Teori kedua Marx mengatakan bahwa struktur ekonomi masyarakat (struktur dasar) menentukan suprastruktur logam dan politik. Struktur dasar harus dipahami sebagai relasi kelas yang hirarkis, kelas pemilik modal vs kelas buruh. Relasi kelas tersebut terpantul sempurna dalam relasi gagasan, yakni gagasan pemilik modal adalah gagasan dominan. Gagasan dominan pemilik modal tersebut memfasilitasi penundukan atau subordinasi buruh.

Jika dalam pandangan Marxisme sistem ekonomi yang menjadi infrastruktu sosial akan menentukan superstruktur maka dalam pandangan studi kultural hubungan tersebut dipercayai lebih kompleks. Berbagai kekuatan dalam masyarakat dipercaya berasal dari berbagai sumber. Infrastruktur dan suprastruktur bersifat saling bergantung satu sama lain. Karena sebab akibat yang terjadi dalam masyarakat bersifat sangat kompleks, maka tidak ada akibat atau keadaan yang semata-mata ditentukan oleh kondisi tertentu saja. Hal yang sama berlaku pula untuk ideologi.

Walaupun Marxisme berpendapat bahwa komunikasi bersifat menindas atau opresif memberikan pengaruhnya dalam aliran cultural studies, namun para pemikir yang masuk dalam kelompok studi ini memiliki arah atau orientasi yang agak berbeda dalam pemikiran mereka dibandingkan dengan Marxisme. Namun demikian penerapan prinsip-prinsip Marxisme dalam studi kultural bersifat halus dan tidak langsung. Hal ini medorong beberapa sarjana menilai teori ini lebih bersifat neo-Marxisme yang berarti dalam hal-hal tertentu dapat perbedaan dari pandangan Marxisme klasik. Adapun perbedaanya dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. tidak seperti Marxisme, mereka yang bernaung dalam studi kultural berupaya mengintegrasikan berbagai perspektif ke dalam pemikiran mereka termasuk seni, kemanusiaan dan ilmu sosial.
2. para ahli teori *cultural studies* memperluas kelompok-kelompok tertindas yang mencakup juga mereka yang tidak memiliki kekuasaan dan kelompok marginal termasuk di dalamnya kelompok wanita, anak-anak, homoseksual, etnik minoritas, penderita gangguan mental dan lain-lain. Jadi tidak terbatas hanya pada kelompok buruh sebagaimana paham Marxisme.
3. kehidupan sehari-hari menurut pandangan Marxisme terpusat pada kerja dan keluarga, namun para penganut studi kultural juga meneliti kegiatan-kegiatan seperti rekreasi, hobi, dan olahraga dalam upaya untuk memahami bagaimana individu berfungsi dalam masyarakat.

Singkatnya, pemikiran asli Marxisme menurut perspektif studi kultural lebih cocok untuk masyarakat yang hidup pada era perang Dunia ke-2, dan tidak

cocok diterapkan untuk masyarakat era modern saat ini. Studi kultural tidak memandang masyrakat hanya pada kerja dan keluarga saja sebagaimana Marxisme tetapi jauh lebih luas dari itu.

Studi komunikasi massa menjadi hal penting dalam pemikiran studi kultural, dan media dipandang sebagai instrument yang ampuh bagi ideology dominan. Selain itu, media memiliki potensi meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai isu kelas, kekuasaan, dan dominasi. Dalam hal ini, kita harus cermat dalam menafsirkan pemikiran studi kultural yang memandang media sebagai hal yang penting tetapi tidak menjadikan media sebagai satu-satunya hal yang harus diperhatikan. Inilah yang menjadi alasan mengapa mereka menyebut pemikiran sebagai "studi budaya" (cultural studies) bukan "studi media" (media studies).

Studi kultural memberikan perhatian pada bagaimana kelompok-kelompok elite seperti media melaksanakan kekuasaannya terhadap kelompok-kelompok yang tidak berkuasa (kelompok subordinasi). Menurut West-Turner, teori ini berdiri di atas dua fondasi yang menjadi asumsi dasar teori, yaitu :

1. Budaya menyebar dan terdapat pada setiap segi perilaku manusia

   Pertama, budaya adalah gagasan bersama di mana masyarakat menyadarkan dirinya pada ideologi yang mereka anut bersama yaitu cara bersama yang digunakan untuk memahami pengalaman mereka. Kedua, budaya adalah praktik atau perbuatan yaitu keseluruhan cara hidup suatu kelompok yakni apa yang dilakukan individu secara nyata setiap harinya.
2. Manusia adalah bagaian dari hierarki struktur kekuasaan.

2.1.8 Tinjauan Tentang Kapitalisme

2.1.8.1 Sejarah Kapitalisme

Kapitalisme secara etimologis berasal dari Bahasa Latin, *caput*, yang artinya kepala, kehidupan, dan kesejahteraan. Kapitalisme merupakan sistem perekonomian yang menekankan peran Capital (modal), yakni kekayaan dalam segala jenisnya, termasuk barang-barang yang digunakan dalam produksi barang lainnya. Beberapa ahli mendefinisikan kapitalisme sepertihalnya Ebenstein, menyebut kapitalisme sebagai sistem sosial yang menyeluruh, lebih dari sekedar sistem perekonomian. Ia mengaitkan perkembangan kapitalisme sebagai bagian dari gerakan individualisme. Sedangkan Hayek, memandang kapitalisme sebagai perwujudan liberalisme dalam ekonomi. (Arif Purnomo, 2007: 28).

Heilbroner, secara dinamis menyebut kapitalisme sebagai formasi sosial yang memiliki hakekat tertentu dan logika yang historis-unik. Logika formasi sosial yang dimaksud mengacu pada gerakan-gerakan dan perubahan-perubahan dalam proses-proses kehidupan dan konfigurasi-konfigurasi kelembagaan dari suatu masyarakat. Istilah “formasi sosial” yang diperkenalkan oleh Karl Marx ini juga dipakai oleh Jurgen Habermas. Dalam Legitimation Crisis (1988), Habermas menyebut kapitalisme sebagai salah satu tempat formasi sosial (primitif, tradisional, kapitalisme, post-kapitalisme).

Keadaan kemudian berubah ketika gelombang industrialisasi melanda negara-negara Eropa Barat. Di dalam masyarakat tradisional tersebut terjadi perubahan, dimana sistem ekonomi bersekala kecil mulai diguncang oleh adanya industrialisasi sebagai sistem ekonomi bersekala besar. Sebenarnya

industrialisasi itu muncul karena pengaruh zaman Renaissance yang melanda Eropa pada abad ke-15 hingga abad 19, yaitu pada masa perkembangan perbankkan komersial di eropa ada zaman dahulu. Dimana sekelompok individu maupun kelompok luas dapat bertindak sebagai badan tertentu yang dapat memiliki maupun melakukan perdagangan benda milik pribadi, terutama barang modal, seperti tanah dan manusia guna proses perubahan dari barang modal menjadi barang jadi. Untuk mendapatkan modal-moda tersebut maka para kapitalis tersebut harus mendapatkan bahan baku dan mesin terlebih dahulu. Baru setelah itu buruh menjadi operator atau tenaga produktif agar para kapitalis bisa mendapatkan nilai lebih dari bahan baku tersebut.

> Ruth Mc Vey (1998) mendefinisikan konsep kapitalisme sebagai sebuah sistem yang menggunakan alat-alat produksi berada ditangan sektor swasta untuk menciptakan laba dan sebagian besar dari laba itu ditanamkan kembali guna memperbesar kemampuan menghasilkan laba. Adam Smith dalam Anthony Brewer (1999:15) menyatakan bahwa harga alamiah menutup pengeluaran untuk upah dan sewa serta menghasilkan laba pada rate pasar yang berjalan. Kapitalis dapat memaksa kontrak karena ia memonopoli akses ke alat-alat produksi sehingga memberinya posisi tawar yang unggul dibanding pekerja. Kesimpulannya hanya buruh yang menciptakan keuntungan bagi kapitalis, semua kapitalis memiliki keuntungan, tapi mereka berda dalam persaingan guna memperluas skala output mereka. Ekspansi membutuhnkan tenaga kerja lebih banyak, dan oleh karena itu kapitalis harus menurunkan posisi tawarnya. Upah

cenderung naik, sehingga nilai surplus cenderung turun. Keuntungan akan dimakan habis oleh kenaikan upah. Kapitalis merespon meningkatnya upah dengan memperkenalkan mesin hemat tenga kerja bagi pabrik mereka, yang akan melemparkan pekerja kembali ke jalanan dan membuat upah kembali ke nilai semula (Donny Gahral Adian, 2005:15).

A. Kemunculan dan Perkembangan Kapitalisme

Kemunculan kapitalisme dapat disebabkan oleh beberapa faktor, yakni faktor budaya dan faktor struktural (Wasino, 2007: 3-4). Teori tentang budaya sebagai faktor yang mendorong munculnya kapitalisme ini dikemukakan oleh Max Weber dalam bukunya *The Protestant Ethic and The Spirit of Capitalism.* Weber menyatakan bahwa kapitalisme yang ada di Eropa dan di Amerika bersumber pada nilai-nilai Protestan. Lebih jauh lagi kebelakang hal ini disebabkan adanya gerakan individualisme, sehingga menimbulkan adanya reformasi (Ebenstein dan Folegeman, 1987:148).

Berkaitan dengan nilai-nilai Protestan sebagai pendorong munculnya kapitalisme, Weber menjelaskan bahwa dalam ajaran Protestanisme tidak dianjurkan bagi orang-orang beriman untuk melupakan duniawi dan mengasingkan diri dalam biara atau berkonsentrasi pada kegiatan meditasi atau berdoa serta aktivitas untuk mempersiapkan diri menghadapi kematian seperti yang banyak dilakukan oleh ajaran Katolik, tetapi dalam hidup di dunia ini harus dilakukan dengan kerja keras dan ketekunan. Faktor pendorong dari ajaran Protestan ini terhadap perkembangan kapitalisme didukung dengan adanya ajaran

dari Luther yang mengubah arti dari pekerjaan dari yang bersifat keagamaan menjadi keduniawian, dan ajaran dari Calvin tentang "suratan nasib ganda".

Faktor lain selain faktor budaya yang mendorong terjadinya kapitalisme adalah faktor struktural. Konsep ini didukung oleh pemikiran dari Karl Marx yang menyatakan bahwa faktor struktural adalah terjadinya suatu perubahan cara produksi dari masyarakat feodal ke masyarakat kapitalis. Perubahan ini seperti diungkapkan Tom Bottomore dalam *Theories of Capitalism*, berlangsung dalam waktu yang cukup panjang yang diawali dengan (1) meningkatnya keterasingan produsen kecil dari produksinya, (2) tumbuhnya kota-kota, (3) tansformasi petani menjadi buruh, (4) munculnya proletariat perkotaan, (5) perluasan melalui laut yang berakibat perluasan kapital secara cepat (Arif Purnomo, 2007:35).

Dalam perubahan struktural cara produksi masyarakat itu yang terpenting bagi tumbuhnya kapital menurut Anthony Giddens seperti dikutip Purnomo (2007) adalah faktor akumulasi. Akumulasi ini merupakan suatu produksi kapitalis yang dibangun sebagai konsekuensi akibat kemajuan teknologi, kompetisi diantara pada kapitalis secara individual, dimana peristiwa ini mendrong untuk menabung dan berinvestasi. Berkembangnya kapitalisme tidak lepas dari adanya pandangan dari tokoh-tokoh Adam Smith, Keynes, Rostow, dan sebagainya. Adam Smith yang dikenal sebagai bapak ideologi kapitalisme mengemukakan teori The Wealth of Nations yaitu kemakmuran bangsa-bangsa akan tercapainya melalui ekonomi persaingan bebas, artinya ekonomi tanpa campur tangan negara. Menurut Adam Smith, kapitalisme merupakan paham yang membebaskan manusia untuk berekonomi secara bebas dan mengejar laba bebas

dari tekanan agama dan negara. Prinsip yang menancap kuat pada waktu itu adalah laissez faire, yaitu sebuah prinsip yang melarang otoritas eksternal untuk turut campur dalam masalah ekonomi. Smith berkeyakinan bahwa apabila manusia dibebaskan untuk mengejar profit, maka akan ada kompetisi, dan melalui kompetisi inilah stabilitas masyarakat akan terjaga (seolah-olah ada tangan yang tak kelihatan yang mengatur masyarakat di luar pengatahuan pelaku-pelaku ekonomi) (Donny Gahral Adian, 2005:70).

Ideologi kapitalisme kemudian diperbaharui dan dikembangkan oleh Keynes dengan teorinya "campur tangan negara dalam ekonomi" khususnya dalam menciptakan kesempatan kerja menetapkan tingkat suku bunga, tabungan, dan investasi. W.W Rostow kemudian mengemukakan teorinya The Five Stage Scheme, Harrod-Domar dengan teori tentang tabungan dan investasi, Mc Celland dengan teori The Need for Achievment, Reagan dan Tacher dengan teori Neo-Liberalism atau globalisasi pasar bebas atau teori kedaulatan pasar bebas (Arif Purnomo, 2007:28).

Pada perkembangan selanjutnya, kapitalisme terutama kapitalisme industrial, menurut Dillard dibagi menjadi beberapa fase, yakni periode kapitalisme awal (1500-1750), kapitalisme klasik (1750-1914), serta kapitalisme lanjut. Namum demikian, sebelum adanya kapitalisme industrial ada pula yang disebut dengan kapitalisme purba. Kapitalisme purba adalah tahapan awal pembentukan kapitalisme yang ditemukan dalam bibit-bibit pemikiran masyarakat feodal yang berkembang di Babilonia, Mesir, Yunani, dan Kekaisaran Roma. Para ahli ilmu sosial menamai tahapan kapitalisme ini dengan sebutan commercial capitalism.

Kapitalisme komersial berkembang dan membutuhkan sistem ekonomi untuk menjamin perdagangan ekonomi yang dilakukan oleh para pedagang, tuan tanah, kaum rohaniwan. Max Weber mengatakan bahwa akar kapitalisme berawal dari sistem Codex Luris Romae sebagai aturan main ekonomi yang kurang lebih universal dipakai oleh kaum pedagang Eropa, Asia Barat, serta Asia Timur dan Afrika Utara. Aturan main ekonomi ini sebetulnya dimanfaatkan untuk memapankan sistem pertanian feodal. Sehingga, dari aturan ini muncul istilah borjuis yang mengelompokkan sistem feodalisme yang disempurnakan dengan sistem hukum ekonomi itu. Kaum borjuis merupakan sebutan bagi golongan tuan tanah, bangsawan, dan kaum rohaniawan yang mendiami biara yang luas dan besar. Perkembangan selanjutnya merupakan perkembangan kapitalisme yang disebut dengan tata cara dan "kode etik" yang dipakai kaum merkantilisme, yaitu kaum pedagang yang berkumpul di pelabuhan Genoa, Venice dan Pisa. Hal ini menyebabkan perkembangan kompetisi dalam sistem pasar, keuangan, tata cara barter serta perdagangan yang dianut oleh para merkantilis abad pertengahan. Dari akar penyebutan inilah, wacana tentang keuntungandan profit menjadi bagian integral dalam kapitalisme sampai abad pertengahan.

Setelah kapitalisme purba, muncullah kapitalisme industri. Kapitalisme industri muncul ketika berkembang pandangan merkantilis dan perkembangan pasar berikut sistem keuangan yang telah mengubah cara ekonomi feodal yang semata-mata bisa dimonopoli oleh para tuan tanah, bangsawan dan kaum rohaniawan.

Ekonomi mulai bergerak menjadi bagian dari perjuangan kelas menengah dan mulai menampakan pengaruh pentingnya. Ditambah lagi rasionalisasi filosofis abad modern yang dimulai dengan era renaissance dan humanisme mulai menjalari bidang ekonomi. Tokoh-tokoh yang memberikan pengaruh kapitalisme yaitu Thomas Hobbes dengan pandangan egoisme etisnya yang pada intinya meletakan sisi ajaran bahwa setiap orang secara alamiah pasti akan mencari pemenuhan kebutuhan dirinya. John Locke, dia menekankan sisi liberalisme etis, dimana salah satu adagiumnya berbunyi bahwa manusia harus dihargai hak kepemilikan personalnya.

Adam Smith dan David Ricardo yang menjatuhkan pandangan kedua tokoh diatas dengan filsafat laissez faire (ungkapan penyifat) dalam prinsip pasar dan ekonomi. Pandangan ini menekankan bahwa sistem pasar bebas diberlakukan sistem kebebasan kepentingan ekonomi tanpa campur tangan pemerintah. Akselerasi kapitalisme semakin terpicu dengan timbulnya revolusi industri. Industrialisasi di Inggris dan Prancis yang mendorong adalah industri raksasa, dimana mekanisme modernnya akan memicu kolonialisme dan imperialisme ekonomi. Pada periode awal kapitalisme industri (1500-1750), kapitalisme ini bertumpu pada industri tekstil yang ada di Inggris pada abad 16-18. Perkembangan industri di Inggris pada abad 16-18 disebabkan terdapat adanya surplus sosial yang didayagunakan secara poduktif yang menjadikan kapitalisme mampu mengungguli semua sistem ekonomi sebelumnya. Adanya surplus tersebut digunakan untuk berbagai usaha seperti perkapalan pergudangan, bahan-bahan mentah, barang-barang jadi, dan berbagai bentuk kekayaan lainnya. Dengan

demikian, surplus sosial ini telah berubah menjadi perluasan kapasitas produksi (Arif Purnomo, 2007:37).

Pada fase kedua (1750-1914) terjadi pergeseran pembangunan kapitalis dari perdagangan ke industri. Pada masa ini akumulasi modal terjadi secara terus-menerus selama tiga abad. Perkembangan yang pesat dalam bidang teknologi telah mempermudah proses ekonomi. Mesin-mesin produksi massal digunakan dalam berbagai industri yang menyebabkan terjadinya percepatan produksi barang, sehingga mempercepat tumbuhnya kapitalisme. Pada masa ini, perdagangan bebas menjadi fakor utama dalam kegiatan ekonomi yang belum penah terjadi sebelumnya. Fase ketiga ditandai dengan adanya momentum perang Dunia I sebagai titik balik perkembangan sistem kapitalisme. Fase ini ditandai dengan adanya pergeseran hegemoni kapitalisme dari Eropa ke Amerika Serikat dan bangkitnya perlawanan bangsa-bagsa Asia dan Afrika terhadap kolonialisme Eropa.

B.Kapitalisme dan Dampakya

Kapitalisme berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat, terutama masyarakat desa. Karl Marx mengemukkan bahwa dalam sistem kapitalisme, petani pedesaan akan menglami pucak kematian. Petani yang semula memproduksi barang dengan alat prduksinya sendiri, secara perlahan berubah menjadi kapitalis kecil disatu pihak dan berubah menjadi buruh upahan dipihak lain. Dalam perjalanan kapitalisme ini, mayoritas petani akan berubah menjadi proletariat. Konsepsi Marx ini kemudian diperjelas oleh Lenin yang menyebutnya

sebagai proses diferensiasi petani. Diferensiasi ini muncul karena makin berkembangnya kelas menengah pedesaan disatu pihak dan kelas proletariat pedesaan dilain pihak. Kelas proletariat ini tidak memiliki tanah dan hanya bekerja sebagai buruh upahan. Oleh karena masih ada kegiatan produksi dalam bentuk produksi rumah tangga, maka kelas yang terakhir ini dikatakan oleh Bernste sebagai proletariat semu (disgudied proletariat) (Harris dalam Arif Purnomo, 2007:36).

Namun demikian pendapat Marx dan Lenin tidak selamanya diakui oleh para ahli, seperti Kautzky yang tidak sependapat dengan konsepsi Marx ataupun Lenin. Menurut Kautzky, kapitalisme pedesaan memang dapat meingkatkan prduksi pertanian, tetapi tidak harus menggusur petani kecil. Dalam kasus Eropa barat, industri pertanian tidak dengan sendirinya menghancurkan pertanian rakyat. Kedua jenis produksi itu justru saling menunjang (Harris dalam Arif Purnomo, 2007:36). Sementara itu, Theodore Shanin mendukung pernyataan Lenin bahwa kapitalisme telah menyebabkan diferensiasi dan ketidakadilan sosial ekonomi di pedesaan. Proses ini terjadi dalam pengertian mobilitas rumah tangga petani dalam periode tertetu. Ciri khas dari berbagai mobilitas petani adalah mobilitas siklus dan mobilitas ke segala arah yang memiliki tingkatan tidak dalam bentuk polarisasi. Ernesto Laclau, menyatakan bahwa berasarkan penelitiannya di Amerika Latin, kapitalisme justru masih melanggengkan cara produksi kapitalis. Antara dua cara prduksi ini saling terkait yang ia namakan “subordinasi”, yakni cara produksi prakapitalis menjadi subordinasi cara produksi kapitalis. Masyarakat petani tidak mengalami kehancuran akibat perkembangan kapitalisme

kolonial, tetapi terintegrasi dalam hubungan subordinasi. Masyarakat petani menjadi sumber tenaga kerja murah untuk perkebunan dan sekaligus menghasilkan komoditas untuk pasar kolonial (Hashim dalam Arif Purnomo, 2007:37).

Berkaitan dengan masalah kapitalisme dan kolonialisme, pada dasarnya keberadaan kolonialisme tidak dapat dilepaskan dari kapitalisme. Ibaratnya, kolonialisme adalah anak dari kapitalisme. Adanya kapitailsme menyebabkan adanya upaya dari bangsa Eropa mengambil kekayaan daerah tersebut sebagai upaya untuk mendapatkan keuntungan dan kekayaan. Salah satu upaya mendapatkan kekayaan dari daerah baru tersebut adalah dengan menguasainya. Dalam perkembangannya, kapitalisme telah berkembang sedemikian rupa sehingga menjelma sebagai pemicu munculnya beragam aktivitas ekonomi baru dan menjadi pertanda perkembangan kehidupan masyarakat yang semakin kompleks. Adanya kapitalisme telah memunculkan satu budaya baru dikalangan masyarakat, yakni budaya konsumerisme.

Dalam perkembangannya, perilaku konsumtif berkembang menjadi sebuah sistem pemikiran yang disebut dengan konsumerisme. Konsumerisme adalah penyamaan kebahagiaan personal dengan membeli harta benda (material possession) dan konsumsi. Dalam konsumerisme, tak ada kebahagiaan kecuali dengan memiliki kerajaan materi. Karena kekayaan materi adalah perhatian sentral dalam akidah konsumerisme. Perilaku konsumtif dengan demikian bersifat belebih-lebihan, digunakan untuk kepentingan belaka, membeli barang-barang yang tidak dianggap perlu untuk kepuasan sesaat. Menurut para pengikut mazhab

Franfkurt, konsumerisme yang dikembangkan oleh ekonomi kapitalisme dan perangkat-perangkat ideologisasi lainnya, telah memastikan bahwa kelas pekerja telah seluruhnya terintegrasi ke dalam sistem. Mereka menjadi member of capitalist society yang telah aman secara finansial, dapat membeli apapun yang mereka inginkan, dan tidak lagi memiliki lagi alasan untuk menggulingkan sistem kapitalisme dan menggantikannya dengan masyarakat tanpa kelas (Donny Gahral Adian, 2005:56).

Kapitalisme lanjut memanifestasikan rasio instrumental sebagai instrumen penyeragaman dan pembendaan kesadaran manusia dengan menciptakan kebutuhan-kebutuhan palsu. Rasio instrumental telah berkembang menjadi satu logika baru "bagaimana menjual sebanyak-banyaknya dan menciptakan kebutuhan-kebutuhan semu" (Donny Gahral Adian, 2005:57). Lebih lanjut lagi Donny Gahral Adian (2005) menjelaskan bahwa kapitalisme lanjut melumpuhkan kesadaran kritis para pekerja dengan memenuhi semua kebutuhan fisiologis dan psikologis mereka, dari makanan sampai seks. Mereka tidak hanya menyediakan kebutuhan, melainkan juga menciptakan kebutuhan lewat iklan-iklan. Hal ini menyebabkan masyarakat menjadi boneka-boneka konsumtif yang proaktif mengonsumsi produk-produk secara tidak kritis.

Individu dalam masyarakat kapitalisme lanjut disampingkan dari kebutuhan sejatinya, yakni menjadi individu yang otonom, kreatif, independen, dan merajut sejarah mereka sendiri. Individu dalam masyarakat kapitalisme lanjut berpikir mereka bebas, namun mereka menipu diri mereka sendiri (Donny Gahral Adian, 2005).

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Dalam menganalisa Representasi Uang Dalam Film *The Wolf Of Wall Street*. 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 uang dalam film *The Wolf Of Wall Street.*

Film umumnya dibangun dengan banyak tanda. Tanda-tanda itu termasuk berbagai sistem tanda yang bekerja sama dengan baik dalam upaya mencapai efek yang diharapkan. Yang paling penting dalam film adalah gambar dan suara, kata yang di ucapkan dan musik. Berhubungan dengan film yang umumnya banyak dibangun dengan tanda dan simbol maka yang jadi perhatian peneliti disini adalah semiotikanya, semiotika adalah suatu metode analisis untuk mengkaji tanda. Tidak hanya bahasa dan sistem komunikasi yang tersusun oleh tanda-tanda melainkan dunia itu sendiri, begitupun tanda-tanda yang terdapat dalam film *The Wolf Of Wall Street.*

Menurut John Fiske, semiotik dibagi menjadi tiga wilayah kajian:

1. tanda itu sendiri. Wilayah ini meliputi kajian mengenai berbagai jenis tanda yang berbeda, cara-cara berbeda dari tanda menghasilkan makna, dan cara tanda-tanda tersebut berhubungan dengan orang yang menggunakannya. Tanda adalah konstruksi manusia yang hanya bisa dipahami di dalam kerangka penggunaan orang-orang yang menempatkan tanda-tanda tersebut.

2. kode-kode atau sistem dimana tanda diorganisasi, yang melingkupi bagaimana Beragam kode telah di kembangkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat atau untuk mengeksploitasi saluran-saluran komunikasi yang tersedia bagi pengiriman kode-kode tersebut.
3. kebudayaan dimana kode-kode ini beroperasi. (fiske, 2012:66)

Dalam menganalisis teks berbentuk gambar bergerak atau moving picture yang sering digunakan adalah teori tentang The Codes of Television yang dicetuskan oleh John Fiske. Teori ini menyatakan bahwa sebuah peristiwa yang digambarkan dalam sebuah gambar bergerak memiliki kode-kode sosial sebagai berikut:

1. Level Pertama adalah Realitas (*reality*)

   Kode sosial yang termasuk di dalamnya adalah *appearance* (penampilan), *dress* (kostum), *make–up* (riasan), *environment* (lingkungan), *behavior* (kelakuan), *speech* (dialog), *gesture* (gerakan), *expression* (ekspresi), *sound* (suara), dan lain-lain.

2. Level Kedua adalah Representasi (*representation*)

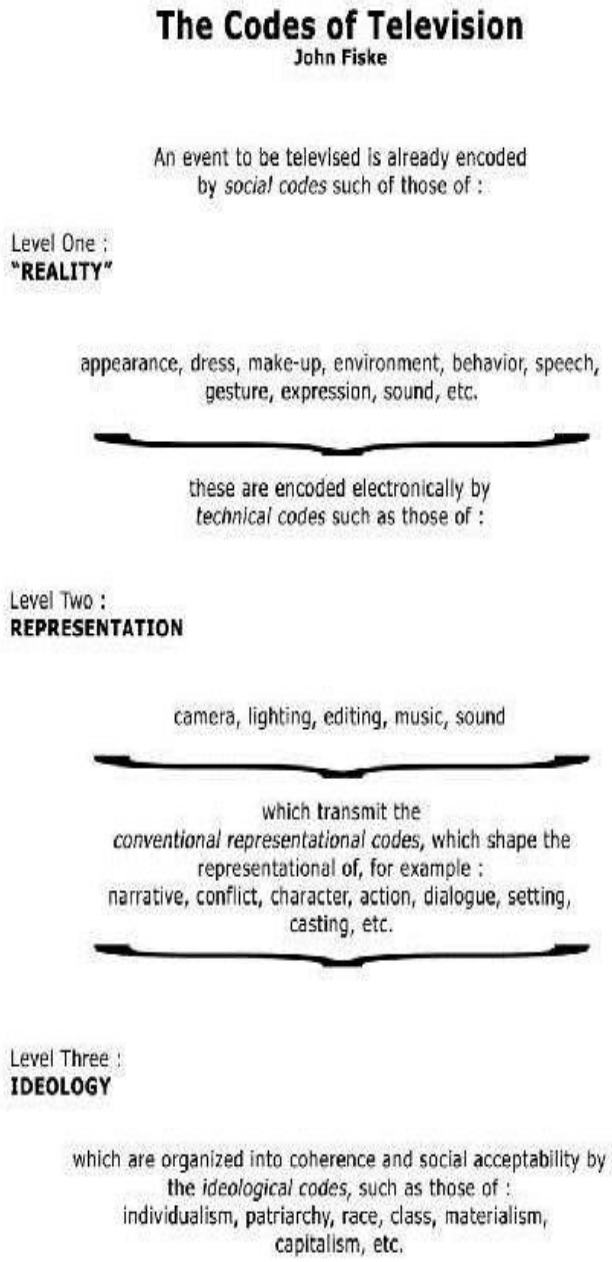
   Kode-kode sosial yang termasuk di dalamnya adalah kode teknis, yang melingkupi *camera* (kamera), *lighting* (pencahayaan), *editing* (perevisian), *music* (musik), dan *sound* (suara), serta kode representasi konvensional yang terdiri dari naratif; konflik; karakter; aksi; dialog; *setting* dan *casting*.

3. Level Ketiga adalah Ideologi (*ideology*)

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

Gambar 2.1

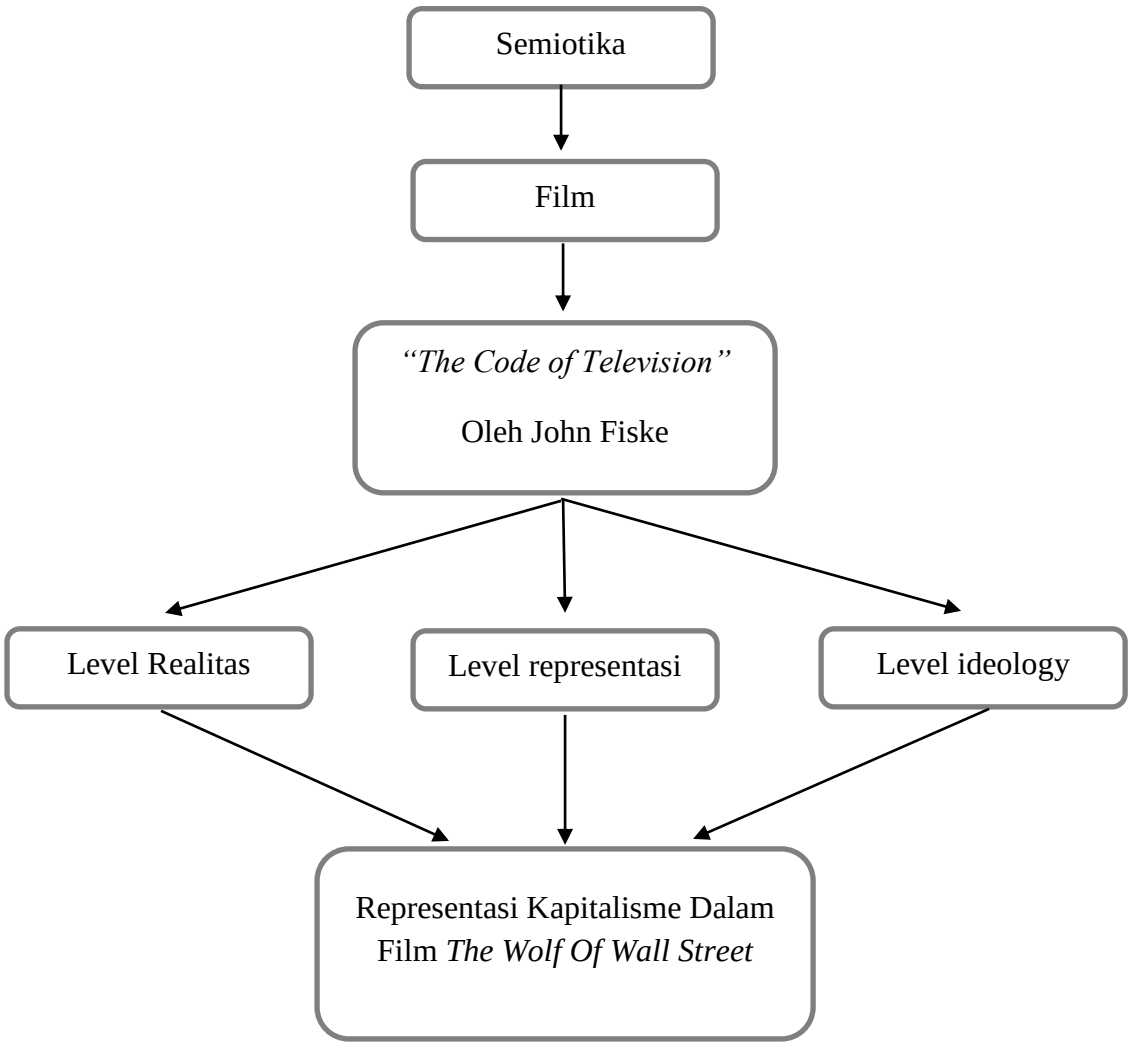
Kode-kode Televisi John Fiske



(Sumber : Fiske, 1987 : 5)

Gambar 2.2

Kerangka Pemikiran Analisis Semiotika " Representasi Kapitalisme dalam Film *The Wolf Of Wall Street*"



Sumber : Peneliti, 2014