BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Dalam tinjauan pustaka, peneliti sebelumnya menelaah dari kajian-kajian penelitian terdahulu yang memiliki dasar yang sama yaitu mengenai penelitian semiotik film untuk menjadi referensi pendukung, dan pembanding agar dapat membuat penelitian ini menjadi lebih memadai.

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.

Tabel 2.1

Tabel Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Metode Yang Digunakan	Objek Penelitian	Perbedaan Penelitian Ini
1	Representasi Kesetaraan Ras Dalam Film Lincoln (Analisis Semiotika John Fiske Mengenari Kesetaraan Ras Dalam Film Lincoln)	Bayu Rizki Maulana	Analisis semiotika John Fiske untuk mengetahui level realitas, representasi, dan level ideologi.	Objek yang dianalisis merupakan *sequence* yang terdapat dalam film Linclon dengan membagi kedalam tiga *sequence* yaitu *sequence prolog, ideological content,* dan *epilog* yang merepresentasikan 3 level yaitu Level Realitas, Level Representasi, dan *Ideological Content.*	Perbedaan dengan penelitian ini, peneliti mengambil objek film *Men Of Honor* sedangkan penelitian Bayu mengambil objek film Lincoln. Lalu tujuan peneliti ini peneliti ingin mengetahui representasi rasisme

					sedangkan penelitian Bayu mengetahui representasi pesan kesetaraan ras dalam film tersebut.
2	Representasi cinta tanah air dalam film 5 cm (analisis semiotika john fiske mengenai representasi cinta tanah air dalam fim 5 cm).	Gita Larasati (Unikom, Bandung, 2013)	Metode yang digunakan adalah analisis semiotika John Fiske untuk mengetahui level representasi, level relaitas, dan level ideologi	Repsentasi makna cinta tanah air dalam film 5cm. Film ini merupakan film yang mempunyai pesan tentang mimpi, persahabatan, dan nasionalisme.penelitian menunjukkan bahwa film ini berusahan utuk membuat masyarakat bisa lebih mencintai tanah air kita berikut semua keindahan yang ada didalamnya, serta merawat dan menjaga	Pada penelitian ini, perbedaanya adalah terletak pada objek penelitian yaitu film 5cm, dan memfokuskan pada representasi cinta tanah air dalam film 5 cm.

				kelestariannya.	
3	Representasi Perempuan Dewasa Yang *Terbelenggu* Dalam Tayangan Iklan Televisi (Analisis Semiotika John Fiske Pada Tayangan TVC Tri Always On Versi Perempuan)	Dedi Kusuma Putra	Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif, paradigma kritikal, dan metode analisis semiotika yang menggunakan kode-kode televisi yang meliputi level realitas, level representasi, dan level ideologi	Objek penelitian yang berupa sequence dari iklan *Tri Always On*	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui representasi perempuan dewasa yang terbelenggu dan dimanifestasikan dalam tayangan Tri Always On dengan pendekatan semiotika John Fiske. Sedangkan pada penelitian ini peneliti bertujuan untuk mengetahui bagaimana level realitas, level

					ideologi, dan level representasi rasisme dalam film *Men Of Honor*

Sumber : Peneliti 2016

2.1.2 Tinjauan Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *Communication* berasal dari kata Latin *communicatio,* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna. Jadi, jika dua orang terlibat dalam komunikasi misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan (Effendy, 2013:9).

Menurut Cutlip, Centre dan Broom (2006:226):

> "Komunikasi merupakan proses timbal balik (resiprokal) pertukaran sinyal untuk memberi informasi, membujuk, atau memberi perintah berdasarkan makna yang sama dan dikondisikan oleh konteks hubungan pers komunikator dan konteks sosialnya."

Komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the process to modify the behavior of other individuals*). (Hovland dalam buku Effendy, 2013: 10).

2.1.3 Tinjauan Komunikasi Massa

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Massa

Komunikasi massa berasal dari istilah bahasa Inggris, *mass comunication*, sebagai ringkasan dari mass media *communication.* Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa atau komunikasi yang mass mediated. Istilah *mass communication* atau *communications* diartikan sebagai salurannya, yaitu media massa (*mass media*) sebagai ringkasan dari *media of mass communication*. Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi melalui media massa modern, yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada umum, dan film yang dipertunjukan di gedung-gedung bioskop (Effendy, 2003 : 79).

Komunikasi massa menurut Gerbner (1967)

> ***"****mass communication is the technologically and institutionally base prudoction and distribution of thr most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies"*.
> (komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang

berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industry(Rakhmat, 2003: 188)

Dari definisi Gerbner tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut di sebarkan, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, dwi mingguan atau bulanan. Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan

oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri.

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar di lapangan yang luas yang dihadiri oleh ribuan orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa. Media yang termasuk media massa adalah radio, televisi, surat kabar, majalah, film, dan sebagainya.

2.1.3.2 Karakteristik Komunikasi Massa

Karakteristik komunikasi massa menurut Ardiantio Elvinaro, dkk (2009:6) Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Sebagai berikut :

1. Komunikator terlambangkan, Ciri komunikasi massa yang pertama adalah komunikatornya, Komunikasi massa itu melibatkan lembaga dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.
2. Pesan bersifat umum, Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karenanya, pesan komunikasi massa bersifat umum.

3. 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.
4. 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.
5. 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.

6. 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.
7. 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.
8. 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.

2.1.3.3 Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa menurut Domonick (2001) terdiri dari *surveillance* (pengawasan), *interpretation* (penafsiran), *linkage* (pertalian), *tramsmisson of values* (penyebaran nilai-nilai), dan *entertainment* (hiburan).

1. *Surveillance* (pengawasaan) Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama: fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang suatu ancaman; fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.
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 Values* (penyebaran nilai-nilai) Fungsi penyebaran nilai tidak kentara. Fungsi ini disebut juga *socialization* (sosialisasi). Sosialisasi mengacu kepada cara, di mana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain, Media mewakili kita dengan model peran yang kita amati dan harapan untuk menirunya.
5. *Entertainment* (hiburan) 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.

2.1.4 Tinjauan Film

2.1.4.1 Sejarah Film

Film atau *motion picture* ditemukan dari hasil pengembangan prinsip-prinsip fotografi dan proyektor. Film yang pertama kali diperkenalkan kepada 37 publik Amerika Serikat adalah *The Life Of An American Fireman* dan film *The Great Train Robbry* yang dibuat oleh Edwin S. Porter pada tahun 1993 (Hiebert,Ungurait, Bohn, 1975: 246). Tetapi film *The Great Train Robbry* yang masa putarnya hanya 11 menit dianggap sebagai cerita pertama, karena telah menggambarkan situasi secara ekspresif dan menjadi peletak dasar teknik editing terbaik.

Tahun 1906 sampai tahun 1916 merupakan periode paling dalam sejarah perfilman Amerika Serikat, karena pada decade ini lahir film *feature*, lahir pula bintang film dan pusat perfilman yang kita kenal sebagai Hollywood. Periode ini juga disebut sebagai *The Age Of Griffth* karena David Wark Griffth lah yang telah membuat film sebagai media yang dinamis. Diawali dengan film *The Adventure Of Dolly* (1908) dan puncaknya film *The Birth Of Nation* (1915) serta film *Intolerance* (1916). Griffth memperlopori gaya berakting lebih alamiah, organisasi cerita yang makin baik, dan paling utama mengangkat film sebagai media yang memiliki karakteristik unik, dengan kamera yang

dinamis, sudut pengambilan gambar, yang baik, dan teknis editing yang baik (Hiebert, Ungurait, Bohn 1975;246)

Pada periode ini perlu pula dicatat Mack Sennett 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 Definisi Film

Film dalam pengertian sempit adalah penyajian gambar lewat layar lebar, tetapi dalam pengertian yang lebih luas bisa juga termasuk yang disiarkan di TV (Cangara, 2002:135). Film merupakan media komunikasi massa kedua yang yang ada di dunia setelah surat kabar yang menjadi primadona di abad ke-19.

“Film pertama kali ditemukan pada akhir abad ke-19, film mengalami perkembangan seiring dengan perkembangan teknologi yang mendukung. Mula-mula hanya dikenal film hitam-putih dan tanpa suara. Pada akhir tahun 1920-an mulai dikenal film bersuara, dan menyusul film warna pada tahun 1930-an. Peralatan produksi film juga mengalami perkembangan dari waktu ke waktu, sehingga sampai sekarang tetap mampu

mejadikan film sebagai tontonan yang menarik khalayak luas (Sumarno, 1996:9).

Film merupakan salah satu media komunikasi, yaitu media komunikasi massa atau media massa. Karena film merupakan media massa yang bersifat *audio visual*, maka film dipercaya bisa lebih efektif dan menghibur untuk mengirimkan pesan kepada khlayak dibandingkan media lainnya. Dalam film terkandung fungsi informatif, edukatif, persuasif dan mengibur.

> "Film adalah medium komunikasi massa yang ampuh sekali, bukan saja untuk hiburan, tetapi juga untuk penerangan dan pendidikan. Dalam ceramah – ceramah penerangan atau pendidikan kini banyak digunakan film sebagai alat pembantu untuk memberikan penjelasan, bahkan filmnya sendiri banyak yang berfungsi sebagai medium penerangan dan pendidikan secara penuh, artinya bukan sebagai alat pembantu dan juga tidak perlu dibantu dengan penjelasan, melainkan medium penerangan dan pendidikan yang komplit" (Effendy, 2003:209).

Film pada saat dewasa kini tak sekedar membawa pesan yang menggambarkan realitas yang hendak disampaikan secara umum dari isi film, film juga bisa dipandang sebagai media yang menjadi alat kelompok dominan untuk memanipulasi dan mengukuhkan kehadirannya sembari memarjinalkan kelompok yang tidak dominan. Film sebagai media massa bisa dicurigai mengandung prasangka atau propaganda yang menjadi alat untuk mengontrol publik.

Sebuah teks tak pernah lepas dari ideologi dan memiliki kemampuan unutk memanipulasi pembaca kearah suatu ideologi

(Van Zoest dalam Sobur, 2013: 60), begitu pun film sebagai media komunikasi massa bisa mempengaruhi dan memanipulasi sesuatu untuk dihadirkan dan diterima oleh khalayak penontonya.

Film dapat dijadiakan sebagai alat untuk merepresentasikan atau merekam ide dan gagasan tertentu sesuai kepentingan yang ada pada diri yang memproduksinya. Menurut John Fiske, representasi merupakan sejumlah tindakan yang berhubungan dengan teknik kamera, pencahayaan, proses editing, musik dan suara tertentu yang mengolah simbol-simbol dan kode-kode konvensional ke dalam representasi dari realitas dan gagasan yang akan dinyatakannya.

Menurut Fiske, dalam sebuah praktek representasi asumsi yang berlaku adalah bahwa isi media tidak merupakan murni realitas karena itu representasi lebih tepat dipandang sebagai cara bagaimana mereka membentuk versi realitas dengan cara-cara tertentu bergantung pada posisi sosial dan kepentingannya. Pendapat Fiske mengenai representasi ini berlaku dalam sebuah proses kerja media secara umum dan sudah mulai menyinggung mengenai kaitan antara representasi dengan realitas bentukan yang diciptakan oleh suatu media.

2.1.4.3 Karakteristik Film

Karakteristik film yang spesifik, yaitu layar lebar, pengambilan gambar, konsentrasi penuh dan identifikasi prsikologis

- *Layar yang luas.* Kelebihan media film dibandingkan dengan televise adalah layar yang digunakan untuk pemutaran film lebih berukuran besaratau luas. Dengan layar film yang luas, telah memberikan keleluasaan penontonnya untuk melihat adegan-adegan yang disajikan dalam film.
- *Pengambilan gambar*. Dengan kelebihan film, yaitu layar yang besar memungkinkan dari jarak jauh atau *extreme long shot* dan *panoramic shot.* Pengambilan gambar yang seperti ini dapat memunculkan kesan yang artistik dan suasana yang sesungguhnya.
- *Konsentrasi Penuh*. Karena kita menonton film di bioskop, tempat yang memiliki ruangan kedap suara, maka pada saat kita menonton film, kita akan fokus pada alur cerita yang ada didalam film tersebut tanpa adanya gangguan dari luar.

- *Identifikasi Psikologis*. Konsentrasi penuh saat kita menonton di bioskop, tanpa kita sadari dapat membuat kita benar-benar menghayati apa yang ada didalam film tersebut. Pengahayatan yang dalam itu membuat kita secara tidak sadar menyamakan diri kita sebagai salah seorang pemeran dalam film tersebut. Menurut ilmu jiwa sosial, gejala seperti ini disebut sebagai identifikasi psikologis. (Vera, Nawiroh, 2014:92)

2.1.4.4 Unsur-Unsur Film

Dalam bukunya Semiotika dalam Riset Komunikasi, Nawiroh Vera menyatakan unsur film berkaitan erat dengan karakteristik utama, yaitu *audio visual*. Unsur *audio visual* dikategorikan ke dalam dua bidang, yaitu sebagai berikut;

1. Unsur naratif : yaitu materi atau bahan olahan, dalam film cerita unsur naratif adalah penceritaannya.
2. Unsur sinematik; yaitu cara atau dengan gaya seperti apa bahan olahan itu digarap.
3. Kedua unsur ini tidak dapat dipisahkan, keduanya saling terkait sehingga menghasilkan sebuah karya yang menyatu dan dapat dinikmati oleh penonton. Unsur sinematik terdiri atas beberapa aspek berikut:

- *Mise En Scen*
- *Sinematografi*
- *Editing*
- Suara

Mise en scene berasal dari Perancis, tanah leluhurnya bapak perfilman dunia Louis dan Auguste Lumiere, yang secara sederhana bia diartikan sebaga segala sesuaru yag berapa di depan kamera. Ada empat elemen penting dari *mise en scene*.

- *Setting*
- Tata cahaya
- Kostum dan *make up*
- Akting dan pergerakan pemain

Pemahaman tentang sinematografi sendiri mengungkapkan hubungan esensial tentang bagaimana perlakuan terhadap kamera sertaahan baku yang digunakan, juga bagaimana kamera digunakan untuk memenuhi kebutuhanya yang berhubngan dengan objek yang akan direkam. Editing secara teknis merupakan aktivitas dari proses pemilihan, penyambungan dari gambar-gambar (*shots*). Melalui editing struktur, ritme serta penekanan dramatic dibangun/diciptakan. Suara digambar film adalah seluruh unsur bunyoi yang berhubungan dengan gambar. Elemen-elemennya bisa dari dialog, musik, maupun efek(Bambang Supriadi,2010).

2.1.4.5 Jenis-Jenis Film

Pada dasarnya film dikategorikan menjadi dua jenis utama yaitu film cerita atau disebut juga fiksi dan film non cerita, disebut juga nonfiksi. Film cerita atau fiksi adalah film yang dibuat berdasarkan kisahfiktif. Film fiktif fibagi menjadi dua, yaitu film cerita pendek dan cerita panjang. Perbedaan yang paling spesifik dari keduanya adalah pada durasi. Film cerita pendek berdurasi dibawah 60 menit, sedangkan film cerita panjang pada umumnya berdurasi 90-100 menit, ada juga yang sampai 120 menit atau lebih.

Film nonfiksi adalah film documenter yaitu film yang menampilkan tentang dokumentasi sebuah kejadian baik alam, flora, fauna ataupun manusia. Perkembangan film berpengaruh pula pada jenis film documenter, muncul jenis documenter lain yang disebut *docudrama*. Dalam *docudrama* terjadi reduksi realita demi tujuan-tujuan estetis, agar gambar dan cerita lebih menarik(Effendi, 2009:3).

Genre adalah klasifikasi tertentu pada sebuah film yang memiliki ciri yang tersendiri:

1. Film Cerita

   Film cerita adalah jenis film yang mengandung suatu cerita, yaitu yang lazim dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop dengan para bintang filmnya

yang tenar dan film jenis ini didistribusikan sebagai barang dagangan.

2. Film Berita

   Film berita atau news reel adalah film mengenai fakta, peristiwa yang benar-benar terjadi. Karena sifatnya berita, maka film yang disajikan kepada publik harus mengandung nilai berita (*news value*).

3. Film Dokumenter

   Film dokumenter didefinisikan oleh Robert Flaherty sebagai "karya ciptaan mengenai kenyataan" (*treatment of actuality*).

4. Film Kartun

   Film kartun dibuat unutk dikonsumsi anak-anak. Sekalipun tujuan utamanya menghibur, film kartun juga bisa mengandung unsur pendidikan. (Ardianto, 2009: 148-149).

5. 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.

6. 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). Program Televisi (*TV Program*). Program ini diproduksi untuk konsumsi pemirsa televisi. Secara umum, program televisi dibagi menjadi dua jenis yakni cerita dan non cerita.

7. 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).

2.1.4.6 Film Sebagai Komunikasi Massa

Komunikasi masssa 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, 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 darikomunikasi massa, film ada dengan tujuan untuk memberikan pesan-pesan yang ingin disampaikan dari pihak *creator* film. Pesan-pesan itu terwujud dalam cerita dan misi yang dibawa film tersebut serta terangkung dalam bentuk drama, action, komedi, dan horror. 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 memasukkan dogma-dogma tertetntu sekaligus mengajarkan sesuatu kepada khalayak.

Dalam *scope*nya, ilmu komunikasi terbagi menjadi 3, yaitu bentuk spesialisasinya, medianya, dan efeknya. Film termasuk dalam medianya, yaitu media massa. Media massa digunkan untuk komunikasi massa karena sifat massalnya. Film juga termasuk media periodic, yang kehadirannya tidak terus menerus tetapi berperiode.

Sebagai media massa, konten film adalah informasi. Infromasi akan mudah dipahami dan tertangkap dengan visualisasi. Pada hakekatnya film seperti juga bukan pers yang dianggap salah. Kelebihan film disbanding 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 kehadapan penontonnya.film merupakan penjelmaan perpaduan antara berbagai unsur, sastra, teater, seni rupa, teknologi, dan sarana publikasi. Dalam kajian media massa, film masuk kedalam jajaran seni yang ditopang oleh industri hiburan yang menawarkan impian kepada penonton yang ikut menunjang lahirnya karya film.

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 ditempat atau 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 (Effedy.2003:208). Yang mudah dan dapat terpengaruh biasanya anak-anak dan pemuda-pemuda. Mereka sering menirukan gaya atau tingkah laku pada bintang film.

Kekuatan dan kemampuan film menjangkau banyak segmen sosial, lantas membuat para ahli bahwa film memiliki

potensi untuk memengaruhi khalayaknya sejak itu, maka merebaklah berbagai penelitian yang hendak melihat kepada dampak film kepada 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*) dibaliknya, tanpa pernah berlaku sebaliknya.

2.1.5 Tinjauan Videografi

Thompson & Bowen (2009) menyimpulkan sejumlah teknik shot kamera yang digunakan oleh media ini dalam mengkonstruksi realitas virtual-nya. Masing-masing teknik shot kamera ternyata memiliki arti sendiri. Ada sembilan teknik *shot* kamera, dimana setiap teknik memiliki fungsi dan makna yang berbeda, yaitu:

- *Long shoot/Wide Shot* (LS/WS): Dengan teknik ini bisa diketahui siapa, dimana dan kapan berkaitan dengan subjek. Selain itu, juga bisa diketahui gendernya, kostum, gerakan subjek, dan ekspresi wajah.
- *Medium shots* (MS): Dengan teknik ini bisa diketahui siapa, dimana dan kapan berkaitan dengan subjek. Selain itu, juga bisa diketahui

gendernya, kostum, gerakan subjek, dan ekspresi wajah.

- *Close-up* (CU): Disebut juga intimate shot. Untuk menghasilkan gambaran orang, objek, atau tindakan yang terlihat besar, sehingga bisa mendapatkan informasi yang detail tentang objek, serta bisa menunjukkan ekspresi seseorang.
- *Extreme Long Shot* (XLS): Digunakan untuk menunjukkan lingkungan urban, suburban, rural, pegunungan, gurun, laut, dan lain-lain. Juga digunakan untuk menunjukkan siang, malam,musim dingin, musim panas, dll.
- *Very Long Shot* (VSL): Memperlihatkan lebih jelas lagi tentang siapa dan dimana subjek berada.
- *Medium Close Up* (MCU): Memberi informasi tentang cara bicara, cara mendengarkan atau tindakan dari karakter Ekspresi wajah, arah pandang, emosi, warna rambut, make-up tampak jelas.
- *Big Close Up* (BCU): Lebih untuk memperlihatkan bagian wajah, terutama hidung, mata dan mulut. Untuk memperlihatkan siapa subjek itu, dan bagaimana ekspresinya (marah, sedih, terharu, dll).

- *Extreme Close Up* (ECU): Gambar ini biasanya digunakan untuk film dokumenter, berkaitan dengan medis atau ilmu alam, bisa juga digunakan untuk film naratif fiksi, atau film art.

Rata-rata pengambilan gambar dengan menggunakan teknik-teknik ini menghasilkan kesan lebih dramatik:

- *Backlight Shot* : teknik pengambilan gambar terhadap objek dengan pencahayaan dari belakang.
- *Reflection Shot* : teknik pengambilan yang tidak diarahkan langsung ke objeknya tetapi dari cermin/air yang dapat memantulkan bayangan objek.
- *Door Frame Shot* : gambar diambil dari luar pintu sedangkan adegan ada di dalam ruangan.
- *Artificial Framing Shot* : benda misalnya daun atau ranting diletakkan di depan kamera sehingga seolah-olah objek diambil dari balik ranting tersebut.
- *Jaws Shot* : kamera menyorot objek yang seolah-olah kaget melihat kamera.

- *Framing with Background* : objek tetap fokus di depan namun latar belakang dimunculkan sehingga ada kesan indah.
- *The Secret of Foreground Framing Shot* : pengambilan objek yang berada di depan sampai latar belakang sehingga menjadi perpaduan adegan.
- *Tripod Transition* : posisi kamera berada diatas tripod dan beralih dari objek satu ke objek lain secara cepat.
- *Artificial Hairlight* : rambut objek diberi efek cahaya buatan sehingga bersinar dan lebih dramatik.
- *Fast Road Effect* : teknik yang diambil dari dalam mobil yang sedang melaju kencang.
- *Walking Shot* : teknik ini mengambil gambar pada objek yang sedang berjalan. Biasanya digunakan untuk menunjukkan orang yang sedang berjalan terburu-buru atau dikejar sesuatu.
- *Over Shoulder* : pengambilan gambar dari belakang objek, biasanya objek tersebut hanya terlihat kepala atau bahunya saja. Pengambilan ini untuk memperlihatkan bahwa objek sedang

melihat sesuatu atau bisa juga objek sedang bercakap-cakap.

- *Profil Shot* : jika dua orang sedang berdialog, tetapi pengambilan gambarnya dari samping, kamera satu memperlihatkan orang pertama dan kamera dua memperlihatkan orang kedua.

2.1.6 *Cultural Studies*

Istilah *Cultural Studies* berasal dari *Center For Contemporary Cultural Studies* (CCCS) di Universitas Birmingham, yang didirikan pada tahun 1964. Awal kemunculannya didasari oleh karya tulis para penggagas pertama, yaitu Richard Hoogart, Raymond Williams, EP. Thomson, dan Stuart Hall. Dengan tujuan meletak *Curtural Studies* dalam wacana intelektual Inggris, CCCS menerbitkan edisi perdana *Working Papers In Cultural Studies*.

Teori kritis yang menekankan pada penyelidikan ideologi dominan yang tersembunyi dibalik fenomena, menjadikan studi budaya sebagai studi pembongkaran ideologi dominan pada budaya masyarakat. *Cultural Studies* merupakan studi terhadap budaya dan membongkar ideology yang mungkin tersembunyi atau sengaja yang disembunyikan didalam budaya. Media dianggap sebagai alat yang kuat dari ideologi yang dominan, media juga

memiliki potensi untuk membangkitkan kesadaran masyarakat tentang masalah-masalah kelas, kekuasaan, dan dominasi. *Cultural Studies* terkait dengan studi komunikasi massa, walaupun studi budaya tidak dapat disamakan dengan studi media.

Karena bahasan studi budaya ini berada dalam perspektif kritis maka budaya harus diletakkan dalam kerangka ideologi. Budaya dalam *Cultural Studies* sebagaimana dikatakan Raymond Williams salah satu pendiri *Cultural Studies* adalah keselurahan cara hidup bahwa kebudayaan sekaligus meliputi seni, nilai, norma-norma dan benda-benda simbolik dalam kehidupan sehari-hari, yang merupakan bagian dari totalitas relasi-relasi sosial. Kebudayaan haruslah dimengerti dalam representasi dan praktik sehari-hari.

> Dengan demikian, teori kebudayaan didefinisikan sebagai studi tentang relasi antar elemen dalam hidup sosial. Ideologi dapat mengacu pada suatu pelembagaan, gagasan-gagasan sistematis yang diartikulasikan oleh sekelompok masyarakat tertentu(Dwiningtyas, 2012:286).

Ideologi menyiratkan adanya penopengan, penyimpangan, atau penyembunyian realitas tertentu. Ideologi bagi kapitalis digunakan sebagai alat untuk menyembunyikan realitas yang sebenarnya, yaitu adanya penindasan dari kelompok dominan pada kelompok yang lemah. Sedangkan bagi kaum tertindas ideologi digunakan sebagai cara menyembunyikan ketertindasan, sehingga mereka tidak merasa bahwa diri mereka tengah ditindas.

Kritik ideologi digunakan untuk menunjukkan bagaimana teks-teks dan praktik-praktik budaya tertentu menghadirkan berbagai citra tentang realitas yang sudah diselewengkan. Definisi berdasarkan pemikiran Marx yang menyatakan bahwa cara suatau masyarakat mengorganisasikan alat produksi ekonominya akan sangat mempengaruhi jenis budaya yang produksi. Praktisi ideologi digunakan untuk menarik perharian dengan cara-cara yang selalu digunakan teks untuk merepresentasikan citra tertentu tentang dunia. Gramchi menegaskan bahwa budaya merupakan tempat terjadinya pergulatan antara usaha perlawanan kelompok tertindas dan penekanan kelompok dominan.

Adapun teori Althusser mengenai ideologi sebagai praktik adalah pengembangan dari teori Marx mengenai kesadaran palsu, menekankan terhadap mayoritas melalui alat atau cara yang tidak menggunakan kekerasan. Dua elemen dari Gramchi yang lebih ditekankan oleh Marx atau Althusser adalah resistensi dan ketidakstabilan. Resistensi ini mungkin bisa diatasi, namun tidak mungkin dihilangkan.

Teori-teori ideologi menekankan bahwa semua komunikasi dan makan memiliki dimensi sosial politik dan bahwa kedua hal tersebut dipahami diluar konteks sosial. Ideologi selalu bekerja menguntungkan pemegang kuasa atau status quo bagi kelas-kelas yang memiliki kuasa yang mendominasi produk dan distribusi

tidak hanya barang tetapi juga pemikiran dan makna. Apapun perbedaan mereka bahwa ideologi dalam perbedaaan teori-teori tersebut diterapkan, derajat efektivitas dan jangkauan resistensi yang ditemui.

Secara singkat dapat disimpulkan bahwa teori Marx mengenai ideologi sebagai kesadaran palsu yang terkait erat dengan dasar ekonomi dari masyarakat dan mengajukan bahwa kesalahan pada kondisi material dari kelas pekerja akan membuat tidak terhindarkan untuk menghasilkan perlawanan terhadap tatanan sosial yang memproduksinya. Teori Althusser mengenai ideologi sebagai praktik, bagaimanapun, tampak untuk melihat tidak adanya batasan terhadap ideologi, termasuk tidak ada batasan pada jangkauannya terghadap setiap aspek dalam kehidupan kita, tidak pula memiliki batasan sejarah. Kesimpulan logisnya, meskipun kondisi pengalaman sosial material kita berlawanan dengan hal tersebut selalu sarat dengan ideologi, jadi pemahaman yang kita buat mengenai diri kita hubungan sosial dan pengalaman sosial yang kita miliki melalui cara yang dipraktekkan oleh ideologi dominan.

Cultural Studies menempatkan pemikiran mengenai media massa bukan hubungan dengan kekerasan, pornografi, institusi (politik, ekonomi, keluarga) atau sifatnya praktis (produksi film, wawancara, iklan) tetapi sebagai unsur-unsur seperti yang

diungkapkan Raymond Williams, dalam keseluruhan cara menyikapi kehidupan. Media sangat penting karena mereka langsung menampilkan sebuah cara untuk memandang kehidupan. Media kerak menggambarkan secara eksplisit dan langsung. pada saat bersamaan penonton mungkin menggunakan kategori mereka sendiri untuk menginterpretasikan pesan tersebut.

Sasaran *Cultural Studies* adalah mengekspos bagaimana ideologi dari kelompok-kelompok dominan dipertahankan dan bagaimana ideologi tersebut ditentang. Kebanyakan hasil karya dalam studi kritis diterapkan pada media massa.

Dengan demikian, *Cultural Studies* memperluas wilayah kajian komunikasi kearah kajian yang "membongkar" tidak hanya mendeskripsikan muatan media melalui *Cultural Studies*, studi komunikasi menjadi lebih berwarna dan menunjukkan gregetnya. Sekaligus juga dapat dinyatakan, komunikasi kini menjadi studi yang dapat merambah ke segala persoalan. Studi komunikasi menjadi bagaian penting dalam kehidupan. (Wibowo Idiwan, 2013:148).

2.1.7 Tinjauan Representasi

Representasi merupakan kegunaan dari tanda. Marcel Danesi dalam bukunya 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 dirasakan dalam bentuk fisik. Dapat dikarakteristikan sebagai proses konstruksi bentuk X untuk menimbulkan perhatian kepada sesuatu yang ada secara material atau konseptual, yaitu Y, atau dalam bentuk spesifik Y, X-Y.

Danesi mencontohkan representasi dengan konstruksi X yang dapat mewakilkan atau memberikan suatu bentuk kepada materil atau konsep tentang Y. sebagai contoh konsep sex diwakili atau ditandai melalui gambar sepasang sejoli yang sedang berciuman secara romantic. 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. Media sebagai suatu teks banyak menebarkan bentuk-bentuk representasi pada isinya.

> "Menurut hall Reprsentasi dalam media menunjuk pada bagaimana seseorang atau suatu kelompok, gagasan, atau

> pendapat tertentu di tampilkan dalam pemberitaan. Representasi adalah konsep yang digunakan dalam proses sosial pemaknaan melalui sistem penandaan yang tersedia, yaitu dialog, tulisan, video, fotografi, dan sebagainya. Representasi adalah produksi makna melalui bahasa.”

John Fiske merumuskan tiga pproses yang terjadi dalam representasi yaitu :

1. Level Realitas. Kode sosial yang terdiri dari penampilan, pakaian, make-up, lingkungan, perilaku, ucapan, sikap, ekspresi, suara, dan lain-lain. Hal ini dikodekan secara elektronik oleh kode teknis pada level representasi.
2. Level Representasi. Kode Sosial yang termasuk didalamnya adalah kode teknis yang melingkupi kamera, pencahayaan, editing, musik, suara, yang mengirimkan kode representasi konvensional, yang membentuk representasi, misalnya: narasi, konflik, karakter, tindakan, dialog, setting, casting, dan lain-lain.
3. Level Ideologi. Semua elemen diorganisasikan dalam koherensi (kesatuan saling terkait) dan kode-kode ideologi seperti: individualisme, patriarki, ras, kelas, materialisme, kapitalisme, dan lain-lain. (Fiske, 1987:5).

2.1.8 Tinjauan Semiotika

Secara etimologis, istilah semiotika berasal dari kata yunani *Semeion* yang berarti tanda. Tanda itu sendiri di definisikan sebagai suatu yang atas dasar konvensional sosial yang terbangun sebelumnya dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain. Disebut juga sebagai *semeiotikos*, yang berarti "teori randa". Menurut Paul Colbey, kata dasar semiotika diambil dari kata dasar Seme (yunani) yang berarti "penafsir tanda" (Rusmana, 2005:4).

Secara terminologis, semiotika dapat diidentifikasi sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda. Charles Sanders Pierce mendefinisikan semiotika sebagai studi tentang tanda dan segala sesuatu yang berhubungan dengannya, yakni cara berfungsinya, hubungannya dengan tanda-tanda lian, pengirimnya dan penerimaan oleh mereka yang mempergunakannya (Van Zoest, 1979, dalam Rummana, 2005). Menurut John Fiske, semiotika adalah studi tentang pertanda dan makan dari sistem tanda, ilmu tentang tanda, tentang bagaimana makna dibangun dalam "teks" media atau studi tentang bagaimana tanda dari jenis karya apapun dalam masyarakat yang mengkomunikasikan makan (Fiske,2007:282).

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 sistem tanda, dapat dianggap teks. Contohnya di dalam film, majalah, televisi, iklan, brosur, koran, novel bahkan di surat cinta sekalipun.

Model semiotika John Fiske terdiri dari 3 tahapan analisis, yaitu level realitas, level ideology, dan level representasi yaitu sebagai berikut :

1. Level Realitas. Kode sosial yang terdiri dari penampilan, pakaian, make-up, lingkungan, perilaku, ucapan, sikap, ekspresi, suara, dll. Hal ini dikodekan secara elektronik oleh kode teknis pada level representasi.
2. Level Representasi. Kode Sosial yang termasuk didalamnya adalah kode teknis yang melingkupi kamera, pencahayaan, editing, musik, suara, yang mengirimkan kode representasi konvensional, yang membentuk representasi, misalnya: narasi, konflik, karakter, tindakan, dialog, setting, casting, dan lain-lain.

3. Level Ideologi. Semua elemen diorganisasikan dalam koherensi (kesatuan saling terkait) dan kode-kode ideologi seperti: individualisme, patriarki, ras, kelas, materialisme, kapitalisme, dan lain-lain.(Fiske, 1987:5).

2.1.9 Kaitan Antara Semiotika dan Komunikasi

Dalam proses komunikasi manusia, penyampaianpesan mengguakan bahasa, baik verbal maupun nonverbal. Bahasa terdiri atas simbol-simbol, yang mana simbol tersebut perlu dimaknai agar terjadi komunikasi yang efektif. Selain bahasa verbal yang tak kalah pentingnya adalah bahasa nonverbal. Samovar dan kawan-kawan menyatakan, komunikasi nonverbal memainkan peranan penting dalam kehidupan manusia, walaupun hal ini sering kali tidak kita sadari.

Untuk memahami bahasa verbal maupun nonverbal maka dibutuhkan suatu ilmu yang mempelajari hal tersebut. Kaitan penting antara komunikasi dengan semiotika adalah komunikasi secara sederhana didefinisikan sebagai proses pertukaran pesan, diama pesan terdiri atas tiga elemen terstruktur, yaitu tanda dan simbol, bahasa dan wacana (Little John, 2002). Pesan dalam komunikasi yang melinatkan tanda-tanda tersebut haruslah bermakna (memiliki makna tertentu bagai pemakainya),karena tanda (dan maknanya) begitu penting dalam komunikasi, sebab

fungsi utama tanda (*sign*) adalah untuk membangkitkan makna. Menurut John Fiske dan John Hartley, konsentrasi semiotik adalah pada hubungan yang timbul antara sebuah tanda dan makna yang dikandungnya, begitu juga bagaimana tanda-tanda tersebut dikomunikasi dalam kode-kode.(Chadrel,2002)

2.1.10 Tinjauan Rasisme

Rasisme merupakan suatu sistem kepercayaan atau doktrin yang menyatakan bahwa perbedaan biologis yang melekat pada ras manusia menentukan pencapaianbudaya atau individu. Anggapan bahwa suatu ras tertentu lebih superior dan memilikihak untuk mengatur dan lainnya. Rasisme telah menjadi faktor pendorongdiskriminasi sosial, segragasi dan kekerasan rasial, termasuk *genocida* (pembunuhan massal). Istilah rasisme ini keluar pada tahun 1930-an.

> "Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, rasisme adalah prasangka berdasarkan keturunan bangsa, perlakuan yang berat sebelah terhadap suku bangsa yang berbeda beda, paham bahwa ras sendiri adalah ras yang paling unggul. Rasisme merupakan salah satu bentuk khusus dari prasangka yang memfokuskan diri pada variasi fisik diantara manusia."

> Paham rasisme merupakan sikap yang awalnya tumbuh di masa penjajahan, saat mereka hendak mengekspansi kekuasaannya di negeri jajahan(Liliweri, 2005: 23).

Carmichael dan Hamilton (1967) menyatakan ada dua tipe rasisme, yaitu:individual dan institusional.

> "Rasisme individual terjadi ketika seseorang dari ras tertentu membuat aturan dan bertindak keras dan kasar kepada orang dari ras lain, karena anggota ras lain itu berada dalam kekuasaannya. Rasisme institusional adalah tindakan kelompok mayoritas terhadap minoritas yang dilembagakan atau diinstitusionalkan" (Liliweri, 2005: 171).

Perbedaan-perbedaan tersebut menyebabkan munculnya sebuah ungkapan bahwa manusia dari dasarnya berasal dari kelompok-kelompok tertentu yang kita sebut kelompok etnis dan kelompok ras.

> Dari dua kelompok itulah orang memiliki identitas, identitas untuk mengemukakan pada orang lain tentang dari mana dia berasal, dari kelompok manakah ras ayah dan ibunya, dari kelompok etnik mana kebudayaan dan peradaban yang telah membesarkan dia sebagai manusia sosial (Liliweri, 2005:5).

Dari hal tersebut, akan terbentuk suatu pengelompokan kelas, yang pada akhirnya akan membentuk dua kelompok besar, yaitu kelompok majoritas dan kelompok minoritas. Orang-orang yang tergolong dalam kelompok-kelompok tersebut biasanya membawa sifat kelompoknya. Orang-orang yang tergolong kelompok mayoritas memiliki karakteristik mendominasi kelompok lain, sekaligus memiliki rasa takut danselalu curiga bahwa kelompok minoritas berencana menyerang mereka. Sedangkan kelompok minoritas mengalami ketidakadilan dan menjadi obyek sasaran diskriminasi.

2.2 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana representasi rasisme dalam film *Men Of Honor* ini. Maka dari itu, peneltian ini menggunakan teori john fiske dalam menganalisa representasi rasisme dalam film *Men Of Honor*.

Terdapat beberapa sequence yang memunculkan cerita tentang rasisme yang terjadi dalam film *Men Of Honor* dengan dianalisis oleh konsepsi pemikiran dari john fiske. Semiotik yang akan dibahas dalam konsepsi john fiske adalah bahasa tulis yang mengandung kata, kalimat, proposisi, foto, grafik, dan bagaimana makan 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. Fiske berpendapat bahwa realitas adalah produk pokok yang dibuat oleh manusia

Dari ungkapan tersebut diketahui Fiske berpandangan apa yang ditampilan di layar kaca, seperti film, adalah merupakan realitas sosial. Fiske kemudian membagi pengkodean dalam tiga level pengkodean tayangan televise, yang dalam hal ini juga berlaku pada film, yaitu :

Pertama	Level realitas : kode yang tercakup dalam level ini adalah penampilan, kostum, riasan, lingkungan, tingkah laku, cara berbicara, bahasa atau gerak tubuh, ekspresi, suara dan lain lain.
Kedua	Level representasi : di level yang kedua ini kode yang termasuk didalamnya adalah seputar kode-kode teknik, seperti kamera, pencahayaan, editing, music, dan suara.

Ketiga	Level ideologi : level ini adalah hasil dari level realita dan level representasi yang terorganisir atau terkategorikan kepada penerimaan dan hubungan sosial oleh kode-kode ideologi, seperti individualism, patriarki, ras, kelas, materialism, kapitalisme dan lain-lain.

(Sumber : John Fiske, Television Culture, 1987, Hal 5-6)

Peneliti menggunakan teori analisi semiotika dari John Fiske agar bisa membedah representasi rasisme dalam film Men Of Honor, muali dari level realitas, representasi, dan ideology.

Level Realitas adalah dalam proses ini pepristiwa atau ide dikonstruksikan sebagai realitas oleh media dalam bentuk bahasa gambar ini pada umumnya berhubungan dengan aspek seperti pakaian, lingkungan, ucapan ekspresi dan lain-lain. Disinilah realitas selalu ditandakan dengan sesuatu yang lain. Peristiwa yang ditandakan (*encode*) sebagai realitas, bagaimana peristiwa itu dikonstruksi sebagai realitas oleh media. Dalam bahasa tulisan, umumnya berhubungan dengan judul-judul besar yang dipakai oleh media tersebut sebagai judul berita tentang suatu peristiwa tertentu. Pada level ini, ketika kita memandang sesuatu sebagai realitas, bagaimana realitas tersebut digambarkan dalam bahasa tulis, kata-kata, kalimat, dan lain-lain.

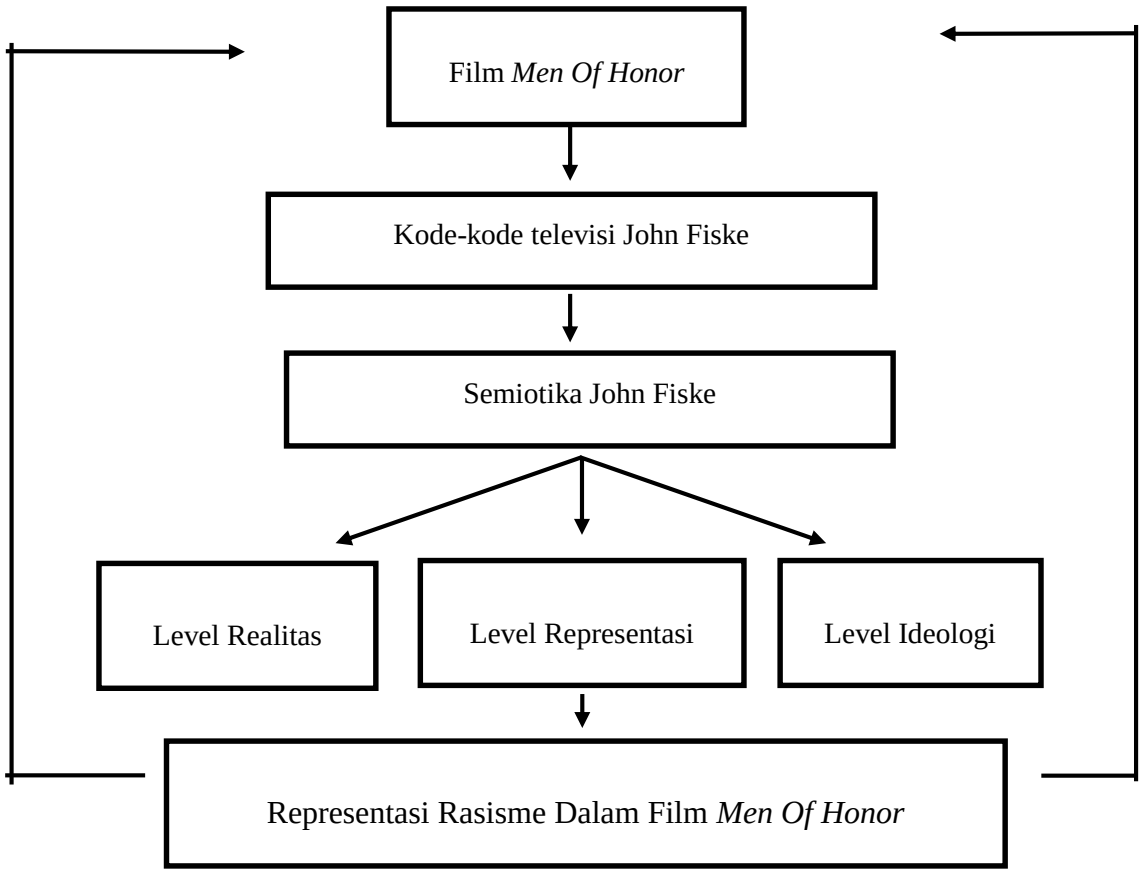
Level representasi adalah menunjuk pada bagaimana seseorang satu keleompok, gagasan, atau pendapat tertentu ditampilkan dalam media massa. Menurut Eriyanto, representasi penting dalam dua hal. Pertama apakah seseorang, satu kelompok, atau gagasan tersebut ditampilkan sebagaimana mestinya. Kedia

bagaimana representasi itu ditampilkan, dengan kata, kalimat, aksentuasi, dan bantuan visualisasi apa dan bagaimana seseorang, kelompok, atau gagasan tersebut ditampilkan dalam media massa kepada khalayak (Eriyanto, 2001:113).

Level ideologi adalah bagaimana peristiwa tersebut diorganisir kedalam konvensi-konvensi yang diterima secara ideologis. Bagaimana kode-kode representasi dihubungkan dan diorganisasikan kedalam kohenrensi sosial, atau kepercayaan dominan yang ada dalam masyarakat.

Gambar 2.1

Model Kerangka



Sumber : Peneliti 2016