

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Review Hasil Penelitian Terdahulu.*

Kajian terhadap penelitian-penelitian terdahulu menjadi hal yang penting untuk dijadikan rujukan referensi oleh penulis dalam melakukan penelitian. Untuk itu peneliti melakukan penelaahan terhadap penelitian terdahulu yang relevan dan berkaitan dengan masalah yang diteliti. Adapun penelaahan terhadap penelitian terdahulu tersebut disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 2.1

Review Hasil Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Fuad Fariz R (1)	Fitri Hasanah (2)	Iklima Fath Azizah (3)
Bentuk	Skripsi (2006) UNISBA	Skripsi (2011) UNISBA	Skripsi (2015) UNISBA
Judul	Representasi Altruisme Dalam Film “Banyu Biru”.	Representasi Solidaritas Beragama Dalam Film “My Name Is Khan”.	Representasi Nilai-Nilai Keislaman Dalam Film 99 Cahaya Di Langit Eropa.
Metode	Semiotika Roland	Semiotika Roland	Semiotika Roland Barthes

	Barthes	Barthes	
Hasil	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada beberapa adegan yang mampu merepresentasikan altruisme yang dilakukan oleh Banyu (Tora Sudiro) dalam film Banyu Biru</p> <p>1. Secara Denotasi terdapat makna denotasi dalam film Banyu Biru yang merepresentasikan altruism yaitu pada scene 9, 12, 19, 21, 22, 34, dimana seorang Banyu berperan penting dalam kehidupan</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam film “My Name Is Khan” adalah</p> <p>1. secara denotatif dalam adegan dari potongan film my name is khan, menunjukkan bahwa seorang Rizwa Khan sebagai orang islam selalu berpegang teguh terhadap toleransi beragama, dimana solidaritas beragama harus dijaga.</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam film “99 Cahaya Di Langit Eropa” adalah</p> <p>1. Secara denotasi, Dalam beberapa adegan dari potongan film 99 Cahaya Di Langit Eropa ini, menunjukkan bahwa kisah perjalanan hidup Rangga dan Hanum di Austria sebagai orang muslim yang mendapatkan pelajaran mengenai nilai-nilai islam, yang membentuk keduanya mengedepankan sikap toletansi antar agama</p>

	<p>teman-temannya dimana sikap banyu mengantarkan kepada saling tolong menolong pada sesama manusia.</p> <p>2. Secara konotasi peran seorang banyu sangat berpengaruh terhadap lingkungan sekitar dimana seorang Banyu harus mengorbankan dirinya untuk menololong orang tanpa memikirkan apa yang akan terjadi pada dirinya</p>	<p>2. Sedangkan secara konotatif dari beberapa adegan yang dipilih dapat diambil kesimpulan bahwa perbedaan antar agama tidak menjadi masalah jika didasari dengan sebuah ketulusan.</p> <p>3. Sari segi mitos, dalam potongan film my name is khan paska tragedy WTC solidaritas beragama bagi sebagian orang bukan suatu solusi</p>	<p>yang harus mereka lakukan kepada orang-orang sekitar mereka.</p> <p>2. Secara konotasi, Dalam beberapa adegan yang penulis pilih di dalam film ini, adalah adegan-adegan dimana Rangga mengedepankan sikap saling menghargai satu sama lain antar umat beragama. Dimana ia tidak menjadikan sebuah perbedaan menjadi sebuah pembatas pada saat ia berinteraksi dengan orang-orang sekitar. Rangga dan Hanum mengedepankan sikap toleransi yang termasuk</p>
--	--	---	--

	<p>senidir.</p>	<p>yang baik, dimana mereka selalu mengecam orang-orang islam di negrinya.</p>	<p>kedalam sebuah nilai-nilai keislaman.</p> <p>3. Secara mitos, Dalam film 99 Cahaya Di Langit Eropa, sebuah nilai-niali keislaman tercerin dari sebuah perilaku saling menghargai, saling toleransi antar umat beragama. Selain itu nila-nilai keislamn yang dapat diambil dalam film ini adalah dimana sebuah jejak sejarah islam diungkapkan dan dijelaskan meskipun tidak menyuruh. Dimana makna secara mitos dapat dilihat</p>
--	-----------------	--	--

			dari sebuah sejarah islam di eropa.
Perbedaan	<p>1. Pada identifikasi masalah, aspek yang di teliti hanya makna secara denotasi dan konotasi.</p> <p>2. Aspek yang diteliti pada penelitian ini adalah representasi Altruisme.</p>	<p>1. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data hanya menggunakan studi dokumentasi dan studi kepustakaan.</p> <p>2. Aspek yang diteliti pada penelitian ini adalah representasi solidaritas beragama.</p>	<p>1. Pada penelitian ini aspek yang diteliti adalah makna secara denotasi, konotasi dan mitos.</p> <p>2. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, studi kepustakaan dan studi dokumentasi.</p> <p>3. Aspek yang diteliti adalah representasi nilai-nilai keislaman.</p>

Dalam membahas hasil penelitian ini, penulis *me-review* hasil penelitian yang relevan dan berkaitan dengan masalah yang diteliti. Antara lain penelitian hasil karya Faud Fariz R, Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas

Islam Bandung, mengenai : Representasi Altruisme Dalam Film “Banyu Biru”.

Dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa dalam film Banyu Biru terdapat representasi altruisme pada beberapa adegan dalam film ini. Dimana dari beberapa adegan yang ada dapat dilihat dari makna denotasi dan makna konotasi. Secara denotasi, dalam film Banyu Biru pemeran utama yang bernama Banyu, dimana dalam film ini makna secara denotasi dapat disimpulkan bahwa seorang banyu adalah orang yang peduli pada sesama, dimana sosok banyu suka menolong teman temannya. Sedangkan secara konotasi dapat diambil hasil yaitu bentuk pemaknaan seorang banyu yang suka menolong, dimana secara makna konotasi bagaimana sikap atau cara banyu dalam menolong orang sekitarnya.

Penelitian kedua yakni hasil karya dari Fitri Hasanah, Mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung yang berjudul : Representasi Solidaritas Beragama Dalam Film “My Name Is Khan”. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode semiotika Roland Barthes yang membedah makna secara denotasi, konotasi dan secara mitos. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara denotasi, tokoh Khan merupakan sosok yang peduli dengan sesama, dimana ia lebih mengutamakan pada toleransi beragama antar sesama umat beragama. Inti dalam penelitian ini dititik beratkan pada nilai dalam bertoleransi beragama anatar umat manusia di dunia.

Semua penelitian ini menjadi rujukan bagi peneliti, khususnya dalam memahami metode yang digunakan dan memahami bagaimana cara bekerja

metode semiotika Roland Barthes. Penelitian yang dijadikan sebagai rujukan dapat membantu peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini. Dimana apa yang ingin peneliti teliti memiliki cakupan yang serupa yakni menggunakan metode semiotika dari Roland Barthes yang membedah makna secara denotasi, konotasi dan secara mitos.

2.2 Tinjauan Teoritis.

2.2.1 Pengertian Komunikasi.

Menurut Wilbur Schram, istilah *communication* berasal dari bahasa latin yaitu *communis* yang berarti *common* “sama”. Jadi menurut Wilbur Schram jika kita mengadakan komunikasi dengan semua pihak, maka kita selalu menyatakan gagasan kita untuk memperoleh *communes* dengan pihak lain itu mengenai sesuatu objek tertentu. (Palapah & Syamsudin:2)

Para ahli mendefinisikan komunikasi dengan pandangan yang berbeda-beda. Dimana definisi komunikasi yang berbeda-beda diberikan berdasarkan paradigma dan sudut pandang setiap ahli. Seperti definisi komunikasi yang dikemukakan oleh Everett M Rogers bahwa “Komunikasi adalah proses hal nama suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih dengan maksud merubah perilaku.” Definisi ini menekankan bahwa dalam komunikasi ada sebuah proses pengoperan (pemrosesan) ide, gagasan, lambang, dan dalam proses ini melibatkan orang lain. (Nurudin, 2008 : 26)

Sedangkan menurut Bernard Berelson dan Bary A Steiner komunikasi adalah penyampaian informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dengan menggunakan bahasa, gambar-gambar, bilangan grafik, dan lain-lain. (Effendy, 1992 : 48)

Komunikasi adalah keterampilan individu dalam menyampaikan pesan baik secara verbal ataupun non verbal kepada khalayak luas agar pesan dapat di terima oleh penerima pesan. Dimana komunikasi dapat terjadi baik secara langsung antara individu dengan dua orang atau lebih maupun secara tidak langsung dengan menggunakan sebuah media sebagai alat penyampaian pesan. Komunikasi dapat dianggap sebagai suatu proses linier yang di mulai dari pengirim pesan dan berakhir pada penerima pesan, dimana pesan dapat di terima oleh penerima pesan secara keseluruhan. Misalkan pesan yang diberikan oleh seseorang mengenai sebuah berita atau informasi, lalu ia menyampaikan kepada orang lain, lalu orang lain mendengarkan dan menanggapi apa yang sedang mereka bicarakan, hal tersebut dianggap sebuah komunikasi telah terjadi. Tetapi proses komunikasi juga bisa terjadi melalui media yang digunakan sebagai alat komunikasi.

2.2.2 Pengertian Komunikasi Massa.

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner, yakni Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui

media massa pada sejumlah orang (*mass communication is message communicated through a mass medium to a large number of people*). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak banyak, seperti rapat akbar di lapangan luas yang dihadiri oleh ribuan, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio siaran dan televisi keduanya dikenal sebagai media elektronik, surat kabar dan majalah termasuk kedalam media cetak serta media film. Film sebagai media komunikasi massa adalah Film bioskop. (Elvinaro,2007:3)

Proses komunikasi yang terjadi pada komunikasi massa adalah penyampaian pesan kepada khalayak dengan menggunakan media komunikasi yaitu media massa seperti media elektronik (TV dan Radio), media cetak (Surat kabar, majalah dan tabloid), dimana pesan diberikan kepada khalayak luas yang bersifat anonim dan heterogen. Didalam komunikasi massa pesan disampaikan kepada massa melalui alat-alat mekanik seperti, TV, radio, surat kabar, majalah dan film. Melalui alat-alat mekanik media massa masyarakat dapat memperoleh pesan dan informasi yang ada dalam media massa.

2.2.3 Ciri-Ciri Komunikasi Massa.

Ciri-ciri komunikasi massa menurut Nurudin (2007:19-31) yaitu :

1. Komunikator dalam Komunikasi Massa Melembaga.

Menurut Alexis S Tan (1981) komunikator dalam komunikasi massa adalah organisasi sosial yang mampu memproduksi pesan dan mengirimkannya secara serempak ke sejumlah khalayak yang banyak dan terpisah. Komunikator dalam komunikasi massa biasanya adalah media massa (surat kabar, jaringan televisi, stasiun radio, majalah atau penerbit buku).

2. Komunikan dalam Komunikasi Massa Bersifat Heterogen.

Komunikan dalam komunikasi massa bersifat heterogen dimana penerima pesan terdiri dari audiens yang luas. Herbert Blumer pernah memberikan ciri tentang karakteristik *audience* /komunikan sebagai berikut:

- a. Audience dalam komunikasi massa sangatlah heterogen. Artinya, ia mempunyai heterogenitas komposisi atau susunan. Jika ditinjau dari asalnya, mereka berasal dari berbagai kelompok dalam masyarakat.
- b. Berisi individu-individu yang tidak tahu atau mengenal satu sama lain. Disamping itu antar individu itu tidak berinteraksi satu sama lain secara langsung.
- c. Mereka tidak mempunyai kepemimpinan atau organisasi formal.

3. Pesannya Bersifat Umum.

Pesan – pesan dalam komunikasi massa tidak ditunjukkan kepada satu orang atau sekelompok masyarakat tertentu. Dengan kata lain, pesan –

pesannya ditunjukkan pada khalayak yang plural. Oleh karena itu, pesan – pesan yang dikemukakannya pun tidak boleh bersifat khusus. Khusus di sini artinya pesan memang tidak disengaja untuk golongan tertentu.

4. Komunikasinya Berlangsung Satu Arah.

Komunikasi berjalan satu arah, contohnya dalam media cetak seperti Koran, komunikasi hanya berjalan satu arah. Kita tidak bisa memberikan respon secara langsung kepada komunikatornya (media massa yang bersangkutan). Kalupun bisa, sifatnya tertunda. Jadi komunikasi yang hanya berjalan satu arah member kosekuensi umpan balik (*feedback*) yang sipatnya tertunda atau tidak langsung (*delayed feddback*).

5. Komunikasi Massa Menimbulkann Keserempakan.

Inilah salah satu ciri komunikasi massa selanjutnya. Bahwa dalam komunikasi massa ada keserempakan dalam proses penyebaran pesan-pesannya. Serempak berarti khalayak bisa menikmati media massa secara bersamaan. Bersamaan juga tentu bersifat relatif. Akan tetapi komunikator dalam media massa berupaya menyiarkan informasi secara serentak.

6. Komunikasi Massa Mengandalkan Peralatan Teknis.

Media massa sebagai alat utama dalam menyampaikan pesan kepada khalayak sangat membutuhkan banyak peralatan teknis. Peralatan teknis yang dimaksud adalah pemancar untuk media elektronik (mekanik atau elektronik).

7. Komunikasi Massa Dikontrol oleh Gatekeeper.

Gatekeeper atau yang sering disebut penapis informasi / palang pintu/ penjaga gawang, adalah orang yang sangat berperan dalam penyebaran informasi melalui media massa. *Gatekeeper* ini berfungsi sebagai orang yang ikut menambah atau mengurangi, menyederhanakan, mengemas agar semua informasi yang disebarkan lebih mudah dipahami.

2.2.4 Fungsi Komunikasi Massa.

Menurut Dominick (2001) fungsi komunikasi massa terdiri dari *surveillance* (pengawasan), *interpretation* (penafsiran), *linkage* (keterkaitan), *transmission of values* (penyebaran nilai) dan *entertainment* (hiburan) :

1. *Surveillance* (pengawasan).

Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama :

a. *Warning or beware surveillance* (survey peringatan).

Fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang suatu ancaman dari terjadinya bencana alam ataupun dari kondisi yang memprihatinkan.

b. *Instrumental surveillance* (pengawasan instrumental).

Fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membentuk khalayak dalam kehidupan sehari-hari.

2. *Interpretation* (penafsiran).

Fungsi penafsiran hampir mirip dengan fungsi pengawasan. 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.

3. *Linkage* (keterkaitan).

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).

Fungsi penyebaran nilai tidak kentara. Fungsi ini juga disebut *socialization* sosialisasi. Sosialisasi mengacu kepada cara, dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar, dan dibaca.

5. *Entertainment* (hiburan).

Pada kenyataannya hampir semua media menjalankan fungsi hiburan. Televisi adalah media massa yang mengutamakan sajian hiburan. Hampir tiga perempat bentuk siaran televisi setiap hari merupakan tayangan hiburan. Melalui berbagai macam program acara yang ditayangkan televisi, khalayak dapat memperoleh hiburan yang dikehendakinya. (Elvinaro.2007:14-17)

2.3 Film Sebagai Proses Komunikasi Massa

2.3.1 Film Sebagai Media Komunikasi Massa.

Dalam rangka perencanaan komunikasi di negara berkembang, perencanaan awal meliputi perencanaan infrastruktur kereas maupun lunak. Infrastruktur kelas meliputi pengadaan, misalnya jaringan radio, televisi, telekomunikasi bahkan film sebagai komunikasi massa. Selanjutnya infrastruktur lunak mencakup kebijakan pemerintah dalam bidang media massa, kebebasan dalam mengeluarkan pendapat, hubungan media dengan pemerintah, hubungan antar lembaga sosial dengan lembaga pemerintah, situasi sosial budaya, dan lain-lain. (Astrid.1982:6)

Sebagai suatu bentuk komunikasi massa, film dikelola menjadi suatu komoditi. Didalamnya memang kompleks, dari produser, pemain hingga seperangkat kesenian lain yang mendukung seperti music, seni rupa, teater dan seni suara. Semua unsur tersebut kerkumpul menjadi komunikator dan bertindak sebagai agem transformasi budaya. Adapun pesan-pesan komunikasi terwujud dalam cerita dan misi yang dibawa film tersebut serta terangkum dalam bentuk drama, *action*, komedi dan horor. Jenis-jenis film inilah yang dikemas oleh seorang sutradara sesuai dengan tendensi masing-masing. Ada yang tujuannya hanya mengibur, member penerangan, atau mungkin kedua-

duanya. Ada juga yang mengajarkan dogma-dogma tertentu sekaligus mengajarkan pada khalayak penonton. (Askurifai.2007:2)

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

2.4 Film.

2.4.1 Pengertian Film

Film adalah salah satu alat mekakik dari komunikasi, yang merupakan bagian dari media massa. Film menyajikan sebuah gambar bergerak yang bisa dijadikan sarana hiburan, melalui film banyak sekali pesan yang didapatkan dari sebiah film, baik pesan sebagai pendidikan dan pesan mengenai sebuah pengetahuan bagi penontonnya. Bahkan film dapat memberikan berbagai pengetahuan yang luas mengenai berbagai hal, budaya dan sejarah. Menurut kamus besar bahsa Indonesia, film adalah selaut tipis yang dibuat dari seluliod untuk tempat gambar negative (yang akan dibuat potret) atau untuk tempat gambar positif (yang dimainkan dalam bioskop). (Hidayat,2008:32)

Gambar gerak atau Film adalah bentuk dominan dari komunikasi massa visual di belahan dunia ini. Menurut Garin Nugroho Film adalah salah satu bentuk media massa yang tidak mudah untuk dilupakan begitu saja. Sebuah sajian dari rangkaian gambar dan suara yang begitu memikat perhatian. Film dapat dibagi berbagai jenis menurut bentuknya, yaitu film dokumenter, film cerita pendek, film cerita panjang, atau film-film lain seperti profil perusahaan, program televisi dan video klip (Effendy.2002:11)

Garin Nugroho menyebutkan film sebagai penemuan komunal dari penemuan-penemuan sebelumnya (fotografi, perekaman gambar, perekaman suara, dll), dan ia tumbuh seiring pencapaian penemuan-penemuan selanjutnya. Film juga merupakan hasil peleburan sekaligus persitegangan hakikat seni dan media komunikasi massa. (Nugroho, 1995:77)

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 memberikan keuntungan, kadang-kadang menjadi mesin uang yang seringkali, demi uang, keluar dari kaidah artistik film itu sendiri (Dominick,2003:306).

Film sebagai media komunikasi yang memiliki beberapa fungsi yaitu sebagai sarana hiburan, informasi dan pendidikan. Melalui film pesan yang disampaikan kepada penerima pesan akan mudah diterima karna disajikan dengan bentuk komunikasi non verbal yaitu melalui sebuah media yaitu sebuah gambar yang bergerak.

2.4.2 Perkembangan Film

Film atau *motion pictures* ditemukan dari hasil pengembangan prinsip-prinsip fotografi dan proyektor. Film yang pertama kali di amerika serikat adalah *The Life of an American Fireman* dan film *The Great Train Robbery* yang dibuat oleh Edwin S Porter pada tahun 1903. Pada tahun 1906 sampai tahun 1916 merupakan periode paling penting dalam sejarah perfilman Amerika Serikat, karena pada dekade ini lahir film *feature*, lahir pula bintang film serta pusat perfilman yang kita kenal sebagai Hollywood. (Hibert,Ungurait,Bohn, 1975:246)

Pada periode ini pula perlu dicatat nama Mack Sennett dengan Keystone Company, yang telah membuat film komedi bisu dengan bintang legendaris Charlie Chaplin. Apabila film pemulaannya merupakan film bisu, maka pada tahun 1927 di Broadway Amerika Serikat muncul film bicara yang pertama meskipun belum sempurna. (Effendy,1993:188)

Di Indonesia film pertama yang di putar adalah film yang berjudul Lady Van Java yang di produksi di Bandung pada tahun 1926 oleh David. Pada tahun 1927/1928 Krueger Corporation memproduksi film Eulis Atjih dan sampai tahun 1930, masyarakat disugahi film Lutung Kasarung, Si Conat dan Pareh. Film-film tersebut merupakan film bisu dan diusahakan oleh orang-orang Belanda dan Cina. (Effendy.1999:201-202)

Seiring dengan perkembangan zaman perfilman Indonesia banyak mengalami perkembangan banyak film yang di produksi dan di putar di bioskop. Pada tahun 1991-1998 perfilman Indonesia mengalami yang namanya mati suri dimana industri perfilman Indonesia hanya mampu memproduksi 2-3 film setiap tahunnya. Pada awal tahun 2000 perfilman Indonesia mulai bangkit dan semakin banyak film yang di produksi dengan tema percintaan remaja, horror dan lain-lain.

2.4.3 Karakteristik Film

Karakteristik film menurut Elvinaro, dkk (2007:145) mengemukakan karakteristik film sebagai berikut :

1. Layar yang luas/ lebar.

Film dan televisi sama-sama menggunakan layar, namun kelebihan media film adalah layarnya yang berukuran luas. Saat ini ada layar televisi yang jumbo dan biasanya di ruang terbuka, seperti

dalam pertunjukan musik dan sejenisnya. Dengan kemajuan teknologi layar film di bioskop-bioskop umumnya sudah tiga dimensi sehingga penonton seolah –olah melihat kejadian nyata dan tidak berjarak.

2. Pengambilan Gambar.

Sebagai konsekuensi layar lebar, maka pengambilan gambar atau shot dalam film bioskop memungkinkan dari jarak jauh atau extreme long shot, dan panoramic shot, yakni pengambilan pemandangan menyeluruh. Shot tersebut dipakai untuk member kesan artistik dan suasana yang sesungguhnya, sehingga film menjadi lebih menarik.

3. Konsentrasi Penuh.

Dari pengalaman kita masing-masing, disaat kita menonton film di bioskop, bila tempat duduk sudah penuh atau waktu main sudah tiba, pintu-pintu ditutup, lampu dimatikan, tampak di depan kita layar luas degan gambar-gambar cerita film tersebut. Kita terbebas dari hiruk pikuknya suara diluar karena biasanya ruang kedap suara. Semua mata hanya tertuju pada layar, sementara pikiran dan perasaan kita tertuju pada cerita.

4. Identifikasi Psikologis.

Kita semua dapat merasakan bahwa suasana di gedung bioskop telah membuat pikiran dan perasaan kita larut dalam cerita yang disajikan. Karena penghayatan kita yang amat mendalam, seringkali

secara tidak sadar kita menyamakan (mengidentifikasi) pribadi kita dengan saah seorang pemeran dalam film itu, sehingga seolah-olah kita lah yang sedang berperan. Gejala ini menurut ilmu jiwa social disebut sebagai identifikasi psikologi.

2.4.4 Jenis Film

Film dapat dikelompokan menjadi beberapa jenis yaitu film dokumenter, film cerita pendek, film cerita panjang, dan film-film jenis lain (Heru Effendy. 2002:3-6). Adapun jenis-jenis film sebagai berikut :

1. Film documenter.

Film documenter menyajikan realita melalui berbagai cara dan dibuat untuk berbagai macam tujuan. Film dokumenter tak pernah lepas dari tujuan penyebaran informasi, pendidikan, dan propaganda bagi orang atau kelompok tertentu. Intinya film documenter tetap berpijak pada hal-hal senyata mungkin.

2. Film cerita pendek.

Durasi film cerita pendek biasanya di bawah 60 menit. Di banyak Negara seperti Jerman, Australi, Kanada dan Amerika Serikat, film cerita pendek dijadikan laboratorium eksperimen dan batu loncatan bagi seseorang atau sekelompok orang untuk memproduksi film cerita panjang. Film cerita pendek, umumnya hasil produksinya di pasok ke rumah-rumah produksi atau saluran televisi.

3. Film cerita panjang.

Film dengan durasi lebih dari 60 menit lazimnya 90-100 menit.

Film yang diputar di bioskop umumnya termasuk dalam kelompok ini. Beberapa film, misalnya Dance With Wolves, bahkan berdurasi 120 menit. Film-film produksi India yang cukup banyak beredar di Indonesia, rata-rata berdurasi hingga 180 menit.

4. Film-film jenis lainnya.

a. Profil Perusahaan.

Film ini diproduksi untuk kepentingan institusi tertentu berkaitan dengan kegiatan yang mereka lakukan.

b. Iklan televisi

Film ini diproduksi untuk kepentingan penyebaran informasi, baik berupa produk ataupun berupa layanan masyarakat.

c. Program televisi

Program ini diproduksi untuk konsumsi pemirsa televisi.

d. Video klip.

Sejatinya video klip adalah sarana bagi para produser music untuk memasarkan produknya lewat medium televisi.

2.4.5 Film Dalam Pandangan Islam.

Hiburan dalam islam sesungguhnya sudah menjadi fitrah manusia. Sebuah film sering dijadikan sebagai sarana hiburan bagi masyarakat. Film yang baik dalam pandangan islam adalah film yang dibuat dan diproduksi

tanpa melakukan sebuah pelanggaran norma-norma agama. Dalam islam film dijadikan sebuah sarana sebagai hiburan, namun demikian film yang diizinkan untuk ditonton oleh umat muslim adalah film yang mematuhi norma-norma agama dan film yang tidak menimbulkan sebuah dosa bagi penontonnya.

Banyak film diproduksi oleh para sineas perfilm tetapi menampilkan sesau yang jauh dari nilai moral dan agama. Banyak orang yang menganggap bahwa sebuah film yang mengangkat sebuah cerita mengenai islam tidak akan menghasilkan sebuah reteng yang baik, tidak akan memperoleh penonton yang banyak. Tetapi itu semua dapat dipatahkan dengan berhasilnya film-film yang mengangkat tema dan cerita islam seperti Ayat-Ayat Cinta, Ketika Cinta Bertasbih, 99 Cahaya Di Langit Eropa dan film-film islami lainnya.⁶

Pada intinya dalam pandangan islam film boleh-boleh saja selagi konten isi film yang sajikan dan dipertontonkan sesuai dengan norma dan kaidah agama islam. Dimana film, tidak boleh mengganggu kewajiban-kewajiban umat muslim dalam menjalankan ibadah 5 waktu.

2.5 Nilai-Nilai Keislaman.

Nilai-nilai keislaman merupakan bagian dari nilai material yang terwujud dari kenyataan pengalaman rohani dan jasmani. Nilai-nilai islam merupakan tingkatan integritas kepribadian yang mencapai tingkat budi (insane kamil). Nilai ke-Islaman juga dapat didefinisikan sebagai konsep dan keyakinan yang dijunjung tinggi oleh manusia mengenai beberapa masalah pokok yang berhubungan dengan Islam untuk

dijadikan pedoman dalam bertingkah laku, baik nilai bersumber dari Allah maupun hasil interaksi manusia tanpa bertentangan dengan syariat.⁷

Dapat diartikan sebuah nilai-nilai keislaman adalah sebuah keyakinan yang dijunjung tinggi oleh manusia yang berhubungan dengan keislaman untuk dijadikan sebuah pedoman dalam hidup umat manusia. Dalam agama Islam terdapat beberapa pokok ajaran yang dapat menjamin bagi terwujudnya kehidupan manusia lahir batin, dunia akhirat. Oleh karena itu nilai-nilai keagamaan dalam Islam didasarkan pada pokok-pokok ajaran tersebut, yakni akidah, syariah dan akhlaq. Selanjutnya penulis akan menguraikan pokok-pokok ajaran Islam tersebut sekaligus sebagai nilai tertinggi dalam agama Islam.

a. Nilai Akidah.

Akidah adalah urusan yang wajib diyakini kebenarannya oleh hati, menentramkan jiwa, dan menjadi keyakinan yang tidak bercampur dengan keraguan. Karakteristik akidah Islam bersifat murni, baik dalam isi maupun prosesnya, dimana hanyalah Allah yang wajib diyakini, diakui dan disembah. Keyakinan tersebut sedikitpun tidak boleh dialihkan kepada yang lain, karena akan berakibat penyekutuan yang berdampak pada motivasi ibadah yang tidak sepenuhnya didasarkan atas panggilan Allah swt.,

b. Nilai Syariah.

Secara redaksional pengertian syariah adalah *"the part of the water place"* yang berarti tempat jalannya air, atau secara maknawi adalah sebuah jalan hidup yang telah ditentukan Allah swt., sebagai panduan dalam

menjalan kehidupan di dunia untuk menuju kehidupan akhirat. Kata syariah menurut pengertian hukum Islam berarti hukum-hukum dan tata aturan yang disampaikan Allah swt., agar ditaati hamba-hamba-Nya.

c. Nilai Akhlaq.

Menurut pendekatan etimologi, akhlaq berasal dari bahasa arab *khuluqun* yang artinya budi pekerti, perangai, tingkah laku atau tabiat. Kalimat tersebut mengandung segi-segi persesuaian dengan perkataan *khalqun* yang berarti kejadian serta erat hubungannya dengan *khaliq* yang berarti Pencipta dan *makhluk* yang berarti yang diciptakan. Dari produk *hablum minallah* yang verbal, biasanya lahirlah pola hubungan antarsesama manusia yang disebut dengan *hablum minannas*. (Abudin Nata.2003:84)

⁶ <http://www.anneahira.com/hiburan-dalam-islam.htm>

⁷ <http://newjoesafirblog.blogspot.com/>