

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Review Hasil Penelitian Sejenis*

Penelitian-penelitian terdahulu yang ada hubungannya dengan penelitian ini adalah:

1. Penelitian yang dilakukan Wina Martina (10080005264), dengan judul “Representasi Kekerasan pada Film Naruto”. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana serial kartun Naruto Shippuuden merepresentasikan kekerasan, dilihat dari makna denotasi, makna konotasi, dan mitos-mitos yang terdapat dalam serial kartun ini. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan semiotika Roland Barthes. Penulis meneliti unsur-unsur kekerasan yang dibagi menjadi kekerasan fisik dan kekerasan verbal yang terdapat dalam episode-episode Naruto Shippuuden yang dianalisis dengan model analisis semiotika Roland Barthes yang terdiri dari makna denotatif, makna konotatif dan mitos. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan mengamati serial Kartun Naruto Shippuuden, mengumpulkan data dari berbagai literatur, buku, tulisan yang berkaitan dengan penelitian ini. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tindak kekerasan yang seriang terjadi adalah kekerasan fisik dan kekerasan verbal, untuk kekerasan fisik yang dilihat dari makna denotatif adalah suatu tindakan dengan menggunakan anggota tubuh dan menggunakan

senjata seperti memukul, mencekik, menendang, dan menggunakan pedang. Untuk kekerasan verbal adalah mengejek, menghina atau merendahkan dengan kata-kata kasar. Untuk makna konotatif, kekerasan fisik dipandang sebagai sebuah alat untuk menunjukkan kekuasaan, kehebatan, dan keberanian seseorang. Kekerasan verbal dipandang sebagai tindakan yang didorong oleh motif dan dorongan emosional secara spontan, sebagai bentuk ekspresi rasa kesal atau marah yang tidak dapat dikendalikan. Makna Mitos dalam serial kartun *Naruto Shippuuden* adalah mitos-mitos yang mendorong tindak kekerasan terjadi seperti tentang kesetiakawanan, mitos rasa bakti terhadap orang tua, dan mitos karakter *gender* atau mitos karakter laki-laki dan perempuan

2. Penelitian yang dilakukan Citra Lidya Furi (10080006265), dengan judul “Representasi Citra Laki-laki dalam Film Catatan Harian Si Boy”. Tujuan penelitian yaitu untuk Mengetahui Representasi Citra Laki-laki dilihat dari Aspek Denotasi, Konotasi dan Mitos dalam Film Catatan Harian si Boy. Metode dalam penelitian ini, penulis memakai metode penelitan kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika Roland Barthes yang menelaah tentang tiga konsep makna *konotatif*, *denotatif* dan *mitos*. Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, Kesimpulan dari penelitian ini adalah representasi citra laki-laki dalam

film Catatan Harian Si boy dilihat dari aspek denotasi adalah bahwa citra laki-laki pada film tersebut telah menggambarkan sebuah sifat dan karakter Satrio, Niko, Andy dan Harry yang sangat berbeda di antara satu dengan yang lainnya, mulai dari perbedaan sifat dan karakter dari hobi, sikap perhatian, perlindungan, serta kekerasan secara verbal maupun non verbal, sehingga pada aspek denotasi ini representasi citra laki-laki terlihat dari sikap, sifat dan karakter yang diperankan oleh Satrio, Niko, Andy, dan Harry.

3. Penelitian yang dilakukan Much. Ramdani (10080008052) ini berjudul "Unsur Dakwah dalam Film *"The Message"* (Ar-Risalah)" (Studi Kualitatif dengan Pendekatan Semiotika John Fiske Tentang unsur dakwah dalam film *"The Message"* (Ar-Risalah). Film yang menggambarkan kisah perjalanan dakwah Nabi Muhammad S.A.W beserta para pengikutnya dalam memperjuangkan Islam. Mulai dari menerima wahyu, hijrah, Perang Badar, Perang Uhud, sampai merebut kota Mekkah kembali. Film ini menghabiskan waktu 6 tahun untuk persiapan dan 1 tahun untuk pembuatannya. Sebuah film kolosal Islam yang belum adaandingannya. Akurasi film ini telah disahkan ahli sarjana dan sejarah Islam universiti Al-Azhar, Kaherah dan kongres Islam tertinggi Syiah di Lubnan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui unsur dakwah dalam film *"The Message"* (Ar-Risalah) dalam film dan mengetahui analisis semiotika dari unsur dakwah pada film tersebut. Penelitian ini disebut kualitatif dengan pendekatan semiotika. Metode semiotika merupakan ilmu atau metode

analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang dipakai dalam upaya berusaha mencapai jalan di dunia ini. Teori semiotika yang digunakan adalah *The Codes of Television* John Fiske. Kode-kode film yang digunakan adalah *dress* (pakaian), *gesture* (gerakan), *behaviour* (perilaku), *expression* (ekspresi), *camera* (kamera), *setting* (latar), *dialogue* (dialog), dan *conflict* (konflik).

Sebagai pendukung informasi dilakukannya penelitian ini, berikut dilampirkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang membahas mengenai kredibilitas dalam bentuk tabel yaitu :

Tabel 2.1
Perbedaan dengan Penelitian-penelitian Sebelumnya

No	Nama Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Tujuan Penelitian	Teori yang digunakan	Perbedaan Skripsi Peneliti
1	Wina Martina (10080005264)	Representasi Kekerasan pada Film Naruto	Metode yang digunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan melalui analisis teks, wawancara dan studi kepustakaan.	Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui representasi kekerasan dilihat dari aspek denotasi, aspek konotasi, aspek mitos dalam film Naruto	Teori yang digunakan dalam penelitian memakai Pisau analisis yang digunakan dalam penelitian memakai semiotika Roland Barthes	Latar belakang pada fenomena di mana dalam penelitiannya lebih membahas representasi kekerasan dari setiap adegan dari film Naruto
2	Citra Lidya Furi (10080006265)	Representasi Citra Laki-laki dalam Film Catatan Harian Si Boy	Metode yang digunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan melalui analisis teks, wawancara dan studi kepustakaan	Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui representasi citra laki-laki dilihat dari aspek denotasi, aspek Konotasi, aspek mitos dalam Film Catatan Harian si Boy	Teori yang digunakan dalam penelitian memakai Semiotika Roland Barthes	Latar belakang pada fenomena di mana penelitiannya lebih menitik beratkan kepada citra laki-laki dalam film catatan harian si boy

No	Nama Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Tujuan Penelitian	Teori yang digunakan	Perbedaan Skripsi Peneliti
3	Much. Ramdani (10080008052)	Unsur Dakwah dalam Film "The Message" (Ar-Risalah)	Metode yang digunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan melalui analisis teks, wawancara dan studi kepustakaan..	Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui unsur dakwah dalam film "The Message" (Ar-Risalah) dilihat dari makna Realitas, makna Representasi dan makna Ideologi.	Teori yang digunakan dalam penelitian memakai pisau analisis John Fiske	Latar belakang pada fenomena di mana lebih menitik beratkan pada unsure dakwah Islam pada film "The Message" (Ar-Risalah)

2.2 Tinjauan Komunikasi

2.2.1 Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin "*communicatio*" yang berarti pemberitahuan atau pertukaran pikiran. Istilah "*communicatio*" tersebut bersumber pada "*communis*" yang berarti sama (Effendy, 2003 : 56). Sama disini adalah sama makna. Jadi di antara orang-orang yang terlibat komunikasi terdapat persamaan makna, sebab jika adanya kesamaan makna maka komunikasi tidak akan berlangsung.

Komunikasi menurut Rakhmat (2001:35) yaitu, "Proses interaksi sosial yang digunakan orang untuk menyusun makna yang merupakan citra mereka mengenai dunia (yang berdasarkan itu mereka bertindak) dan untuk bertukar citra itu melalui simbol-simbol". Beberapa makna yang tersirat dari pandangan ini patut diperhatikan yang terpenting ialah bahwa perbuatan manusia yang dianggap sebagai proses komunikasi itu kreatif. Melalui pergaulan sosial orang menurunkan

dan bertindak menurut makna yang membuat mereka mampu menciptakan kembali dunia subjektif mereka.

Komunikasi menjadi kegiatan manusia yang dilakukan untuk mendapatkan kesamaan pandangan dalam mencapai tujuan melalui pengertian antara komunikator dengan komunikan. Komunikasi secara mudah diartikan sebagai proses transfer pesan dalam penyaluran informasi atau *massage* melalui sarana atau saluran komunikasi kepada komunikan yang tertuju (Prisgunanto, 2006:1). Komunikasi merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan sehari-hari manusia, karena di setiap saat manusia berkomunikasi, komunikasi manusia dapat menyampaikan keinginannya, pendapatnya serta menerima pula pendapat dan keinginan lain.

2.2.2 Fungsi Komunikasi

Komunikasi dipandang dari arti yang lebih luas tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan, tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok. Maka fungsinya dalam setiap sistem sosial adalah:

- a. Menyampaikan informasi, adalah suatu pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran, pesan, berita, gambar, fakta, opini, dan komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti dan beraksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat.
- b. Mendidik, adalah memberikan ilmu pengetahuan, dan dapat mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, serta membentuk keterampilan dan kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.
- c. Menghibur, adalah suatu penyebarluasan simbol, sinyal, suara, dan imaji dari drama, tari, kesenian, musik, olah raga, kesusastraan, kesenangan kelompok dan individu.
- d. *Integrasi*, adalah menyediakan bagi bangsa, kelompok, dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang mereka perlukan agar mereka saling kenal dan mengerti serta

menghargai kondisi pandangan dan keinginan orang lain (Widjaja, 2000:64).

Fungsi komunikasi merupakan pertukaran pesan dimana tidak dapat dipisahkan sebagai kegiatan individu dan kelompok dalam kehidupan manusia sehari-hari dalam menyampaikan informasi, mendidik, menghibur, dan agar mencapai suatu tujuan.

2.2.3 Tujuan Komunikasi

Komunikasi bertujuan untuk menyampaikan informasi dan mencari informasi, agar apa yang ingin kita sampaikan atau minta dapat dimengerti, sehingga komunikasi kita dapat tercapai. Pada umumnya komunikasi mempunyai beberapa tujuan antara lain :

1. Supaya yang kita sampaikan dapat dimengerti, sebagai komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) dengan sebaik-baiknya sehingga mereka dapat mengerti dan mengikuti apa yang kita maksudkan.
2. Memahami orang lain, sebagai komunikator harus mengerti apa yang diinginkan, jangan mereka menginginkan kemauannya.
3. Supaya gagasan dapat diterima orang lain, kita harus berusaha dengan pendekatan yang persuasif (Widjaja, 2000:66).

Dalam kutipan di atas bahwa penulis menilai bahwa tujuan komunikasi menjadi efektif ketika pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh komunikan, sehingga timbul saling pengertian dengan maksud yang disampaikan. Komunikator berperan penting dalam memberikan pesan supaya terjadi interaksi dengan komunikan, supaya pesan tersebut bisa diterima harus melalui proses pendekatan yang persuasif dalam berkomunikasi.

2.3 Tinjauan Komunikasi Massa

Dalam komunikasi massa, yang memiliki otoritas tunggal adalah media massa yang memproduksi, menyeleksi, dan menyampaikannya kepada khalayak. Oleh karena itu, komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen. Proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanik seperti; radio, televisi, surat kabar dan film. Pesan-pesan bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak dan selintas (khususnya media elektronik).

Komunikasi massa berasal dari istilah bahasa Inggris, *mass communication*, sebagai kependekan 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 kependekan dari *media of mass communication*. Massa mengandung pengertian orang banyak, mereka tidak harus berada di lokasi tertentu yang sama, mereka dapat tersebar atau terpencar di berbagai lokasi, yang dalam waktu yang sama atau hampir bersamaan dapat memperoleh pesan-pesan komunikasi yang sama. Massa diartikan sebagai sesuatu yang meliputi semua orang yang menjadi sasaran alat-alat komunikasi massa atau orang-orang pada ujung lain dari saluran.

Menurut Effendy (2003: 45), definisi komunikasi massa juga dapat didefinisikan ke dalam tiga ciri:

1. Komunikasi massa diarahkan kepada audiens yang relatif besar, heterogen dan anonim.
2. Pesan-pesan yang disebarluaskan secara umum. Sering dijadwalkan untuk bisa mencapai sebanyak mungkin anggota audiens secara serempak dan sifatnya sementara.
3. Komunikator cenderung berada atau beroperasi dalam sebuah organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar.

Secara umum komunikasi massa sebenarnya merupakan suatu proses yang melukiskan bagaimana komunikator secara profesional menggunakan teknologi pembagi dalam menyebarkan pengalamannya yang melampaui jarak untuk mempengaruhi khalayak dalam jumlah banyak. Komunikasi massa, merupakan komunikasi yang prosesnya menggunakan atau melalui saluran yang menghubungkan antara komunikator dengan komunikan, dengan menggunakan teknologi maka jarak dan waktu bukan lagi menjadi kendala.

2.3.1 Ciri-ciri Komunikasi Massa

Dalam komunikasi massa mempunyai ciri-ciri yang ditonjolkan hal tersebut sebagai bagian dari identitas dari komunikasi massa itu sendiri, menurut Elizabeth Noelle Neumann dalam Jalaluddin Rakhmat ciri komunikasi massa adalah sebagai berikut:

1. Bersifat tidak langsung, artinya harus melalui media teknis;
2. Bersifat satu arah, artinya tidak ada interaksi antara peserta-peserta komunikasi;
3. Bersifat terbuka, artinya ditujukan pada publik yang tidak terbatas dan anonim;
4. Mempunyai publik yang secara tersebar (dalam Rakhmat, 2007 :91)

Pesan-pesan media tidak dapat dilakukan secara langsung artinya jika kita berkomunikasi melalui surat kabar, maka harus diformat sebagai berita atau artikel, kemudian dicetak, didistribusikan, baru kemudian sampai ke *audience*. Antara kita dan *audience* tidak bisa berkomunikasi secara langsung, sebagaimana dalam komunikasi tatap muka. Istilah yang sering digunakan adalah *interposed*. Konsekuensinya adalah, karakteristik yang kedua, tidak terjadi interaksi antara komunikator dengan *audience*. Komunikasi berlangsung satu arah, dari komunikator ke *audience*, dan hubungan antara keduanya impersonal.

Karakteristik pokok ketiga adalah pesan-pesan komunikasi massa bersifat terbuka, artinya pesan-pesan dalam komunikasi massa bisa dan boleh dibaca, didengar, dan ditonton oleh semua orang. Karakteristik keempat adalah adanya intervensi pengaturan secara institusional antara si pengirim dengan si penerima. Dalam berkomunikasi melalui media massa, ada aturan, norma, dan nilai-nilai yang harus dipatuhi. Beberapa aturan perilaku normatif ada dalam kode etik, yang dibuat oleh organisasi-organisasi jurnalis atau media.

Dengan demikian, komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai suatu jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah *audience* yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media massa cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

2.3.2 Fungsi Komunikasi Massa

Menurut Denis dalam bukunya “*Komunikasi Massa*” menyatakan bahwa fungsi komunikasi massa untuk masyarakat meliputi:

1. Informasi:
 - a. Menyediakan informasi tentang peristiwa dan kondisi dalam masyarakat dan dunia.
 - b. Menunjukkan hubungan kekuasaan.
 - c. Memudahkan inovasi, adaptasi, dan kemajuan
2. Korelasi:
 - a. Menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi.
 - b. Menunjang otoritas dan norma-norma yang mapan.
 - c. Melakukan sosialisasi.
 - d. Mengkoordinasi beberapa kegiatan. Membentuk kesepakatan.
 - e. Menentukan urutan prioritas dan memberikan status relatif.
3. Kesenambungan:
 - a. Mengepresikan budaya dominan dan mengakui keberadaan kebudayaan khusus (*subculture*) serta perkembangan budaya baru.
 - b. Meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai.
4. Hiburan:
 - a. Menyediakan hiburan, pengalihan perhatian, dan sarana relaksasi.
 - b. Meredakan ketegangan sosial
5. Mobilisasi
Mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, perang, pembangunan ekonomi, pekerjaan, dan kadang kala juga dalam bidang agama (McQuail, 2001:87).

Dalam hal ini fungsi komunikasi massa untuk masyarakat di dunia perfilman seperti halnya film “Cimic 8” harus meliputi, informasi. Dimana informasi tersebut mengandung sebuah makna. Selain itu informasi melalui film tersebut harus mempunyai hubungan dengan norma-norma yang ada di mata masyarakat. Di samping film tersebut harus mengandung hiburan akan tetapi film tersebut harus mengekspresikan sebuah kebudayaan dominan yang khusus seperti halnya kebudayaan atas nilai-nilai yang ada pada kebudayaan masyarakat Indonesia itu sendiri.

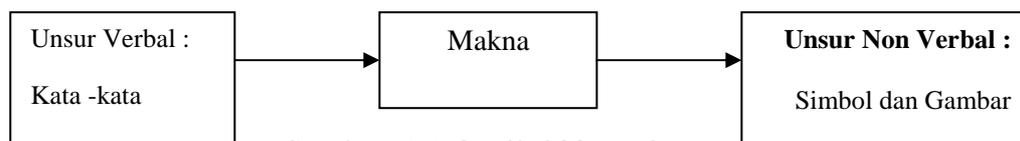
2.3.3 Film sebagai Proses Komunikasi

Beberapa ahli dilihat dari sudut pandang menyebutkan ada beberapa fungsi lain dari film, seperti : Fungsi informatif, fungsi edukatif, bahkan fungsi

persuasif. Hal ini sejalan dengan misi perfilman nasional sejak 1979, bahwa selain sebagai media hiburan, film nasional dapat digunakan sebagai media edukasi untuk pembinaan generasi muda dalam rangka *nation and character building* (Effendy dalam Elvinaro dan Lukiati. 2004 : 136).

Telah disebutkan di atas beberapa fungsi utama dari film, dari semuanya, fungsi komunikasi adalah yang paling kuat. Hal ini dikarenakan, sejak awal keberadaannya, film telah digunakan untuk meraih sejumlah besar orang dengan muatan pesan yang ditujukan untuk mempengaruhi tindakan dan cara berpikir mereka. Film adalah salah satu alat komunikasi paling signifikan yang pernah ada sejak munculnya tulisan tujuh ribu tahun yang lalu (Widjaja. 2000 : 64). Telah disebutkan di awal bahwa keberadaan bioskop menjadi suatu kekuatan dan juga kelemahan bagi film, karena penonton diajak secara statis untuk menikmati film namun di lain pihak hal itu semakin memfokuskan perhatian pada pesan yang hendak disampaikan.

Sedangkan secara sifat, dapat dikatakan media film dapat dinikmati berbeda dengan sarana media massa lainnya, karena film memberikan tanggapan terhadap yang menjadi pelaku itu beserta faktor-faktor pendukungnya. Apa yang terlihat di layar seolah-olah kejadian yang nyata, yang terjadi di hadapan matanya. Menurut Kotler, efek dari penyampaian sebuah pesan bergantung pada bagaimana cara menyampaikannya (Kotler. 2000 : 634). Seperti yang dijelaskan dalam gambar berikut :



Sumber : McQuail. 2007 : 62

Gambar 2.1
Interaksi Antara Kata-kata, Simbol, dan Gambar dalam Menyampaikan Pesan

Jadi apabila kita berbicara mengenai film, pesan yang ingin disampaikan oleh film sangat ditentukan oleh perpaduan gambar dan suara dan faktor-faktor pendukungnya.

2.3.4 Film sebagai Media Komunikasi Massa

Komunikasi massa menyiarkan informasi yang banyak dengan menggunakan saluran bernama media massa. Dalam perkembangannya film banyak digunakan sebagai alat komunikasi massa, seperti alat propaganda, alat hiburan, dan alat-alat pendidikan. Media film dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah alat atau sarana komunikasi, media massa yang dibiarkan dengan menggunakan peralatan film; alat penghubung berupa film.

Harus kita akui bahwa hubungan antara film dan masyarakat memiliki sejarah yang panjang dalam kajian para ahli komunikasi, Oey Hong Lee (1965:40), misalnya menyebutkan, film sebagai alat komunikasi massa yang kedua muncul di dunia, mempunyai masa pertumbuhannya pada akhir abad ke-19. Ini berarti bahwa dari permulaan sejarahnya film dengan lebih mudah dapat menjadi alat komunikasi yang sejati (Sobur, 2004:126). Berbicara mengenai Film adalah berbicara tentang Komunikasi Massa, setidaknya itu yang bisa tergambar. Sebagai salah satu bentuk dari Komunikasi Massa Visual, media

Film adalah bentuk yang dominan di dunia ini. Lebih dari ratusan juta orang menonton film di bioskop, film televisi dan film *video* setiap minggunya.

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

Dalam *scopenya*, ilmu komunikasi terbagi menjadi tiga, yaitu bentuk spesialisasi, media, dan efek. Film termasuk ke dalam medianya, yaitu media massa. Media massa digunakan untuk komunikasi massa karena bersifat massal. Film juga termasuk media periodik, yang kehadirannya tidak terus menerus tapi berperiode. Sebagai media massa, *content* film adalah informasi. Informasi akan mudah dipahami dan tertangkap dengan visualisasi. Pada hakekatnya film seperti juga pers berhak untuk menyatakan pendapat atau protesnya tentang sesuatu yang dianggap salah. Film adalah medium komunikasi massa yang ampuh. Bukan saja untuk hiburan, tetapi juga untuk penerangan dan pendidikan. Dalam ceramah-ceramah penerangan kini banyak menggunakan film sebagai alat bantu. Kelebihan film dibanding media massa lainnya terletak pada susunan gambar yang dapat membentuk suasana. Film mampu membuat penonton terbawa emosinya.

Film memiliki semua karakteristik yang dibutuhkan untuk menjadi media massa, gabungan dari faktor audio dan visual yang dengan segala isinya adalah sarana yang tepat untuk menyampaikan pesannya kepada para penontonnya. Sebagai suatu bentuk komunikasi massa, film bersama radio dan televisi termasuk dalam kategori media massa periodik. Artinya, kehadirannya tidak secara terus-menerus tetapi berperiode dan termasuk media elektronik, yakni media yang dalam penyajian pesan sangat bergantung pada adanya listrik. Sebagai media massa elektronik dan adanya banyak unsur kesenian lain, film menjadi media massa yang memerlukan proses lama dan mahal (Baksin, 2003 : 2).

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

Film diproduksi secara khusus untuk dipertunjukan di gedung bioskop. Salah satu yang menyebabkan dapat merubah khalayak adalah dari segi tempat atau mediumnya. Karena pengaruh film yang sangat besar terhadap khalayak. Biasanya pengaruh timbul tidak hanya di tempat atau di gedung bioskop saja, akan tetapi setelah penonton keluar dari bioskop dan melanjutkan aktivitas kesehariannya, secara tidak sadar pengaruh film itu akan terbawa terus sampai

waktu yang cukup lama (Effendy, 2003 : 208). Yang mudah dan dapat terpengaruh biasanya anak-anak dan pemuda-pemuda. Mereka sering menirukan gaya atau tingkah laku para bintang film.

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

2.4 Tinjauan Tentang Film

2.4.1 Pengertian Film

Film merupakan salah satu bagian dari kelompok komunikasi massa. Film adalah medium komunikasi massa yang ampuh sekali bukan saja untuk hiburan, tetapi juga untuk penerangan dan pendidikan. Dalam ceramah-ceramah penerangan atau pendidikan ini banyak digunakan film sebagai alat pembantu untuk memberikan penjelasan. Bahkan filmnya sendiri banyak berfungsi sebagai medium penerangan dan pendidikan secara penuh. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, "film adalah selaput tipis yang dibuat dari seluloid untuk tempat gambar negatif (yang akan dibuat potret) atau untuk tempat gambar positif (yang dimainkan dalam bioskop)" (Hidayat, 2008: 32).

Sebagai suatu bentuk komunikasi massa, film bersama radio dan televisi termasuk dalam kategori media massa periodik. Artinya, kehadirannya tidak secara terus-menerus tetapi berperiode dan termasuk media elektronik, yakni media yang dalam penyajian pesan sangat bergantung pada adanya listrik. Sebagai media massa elektronik dan adanya banyak unsur kesenian lain, film menjadi media massa yang memerlukan proses lama dan mahal (Baksin, 2003 : 2).

Film adalah karya cipta seni dan budaya yang merupakan media komunikasi massa pandang dengan dibuat berdasarkan atas sinematografi dengan direkam pada pita seluloid, pita video, dan atau bahan hasil penemuan teknologi lainnya, dalam bentuk, jenis, ukuran melalui kimiawi, proses elektronika atau proses lainnya, ataupun tanpa suara yang dapat dipertunjukkan dan ditayangkan dengan sistem proyeksi mekanik, elektronik dan atau lainnya (Undang-Undang No.8 tahun 1992 tentang perfilman pasal angka 1).

Film sebagai media komunikasi mengenal beberapa fungsi komunikasi, yaitu hiburan, pendidikan, menginformasikan, mempengaruhi, dan sosialisasi. Pada umumnya, justru karena nilai seni suatu film, maka film lebih mudah menyajikan suatu hiburan daripada bentuk komunikasi lainnya.

2.4.2 Perkembangan Film

Sebagai *moving image*, film berkembang menjadi sebuah media ekspresi dan mempunyai nilai komersial yang tinggi. Jika berbicara tentang film, kita tidak bisa melepas unsur-unsur terkait bioskop sebagai sarana petunjuknya. Film sering disebut sebagai sarana hiburan dan rekreasi masyarakat yang relatif murah karena ditayangkan di bioskop dengan tahap-tahap yang memiliki harga tanda masuk variatif, yang memungkinkan seluruh lapisan masyarakat dapat menikmatinya. Sampai tahun 1990, bioskop di Indonesia masih merupakan primadona masyarakat

dalam menikmati film. Namun semakin berkembang media *audio-visual* lainnya sebagai produk teknologi canggih, menyebabkan daya tarik bioskop sebagai primadona pertunjukan film semakin pudar (Baksin, 2003: 6-7).

Film merupakan salah satu bentuk hiburan hasil jangkauan kemajuan peradaban dan kebudayaan manusia modern. Hingga saat ini film masih juga terus berproses untuk mencapai kesempurnaan yang paripurna. Di Indonesia, film baru dikenal dan diperkenalkan pada tahun 1960, tidaklah mengalami proses pengembangan yang mendasar dan rumit, tetapi sekadar mengalami proses pengembangan lanjutan sesuai dengan kondisi dan kemampuan. Banyak karya filmis hasil garapan seniman bangsa kita dapat dinikmati masyarakat luas.

2.4.3 Karakteristik Film

Elvinaro Ardianto mengemukakan karakteristik film, sebagai berikut:

1. Layar yang luas/lebar
Layar film yang luas telah memberikan keleluasaan penontonnya untuk melihat adegan-adegan yang disajikan dalam film. Apalagi dengan adanya kemajuan teknologi, layar film di bioskop-bioskop pada 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 memberi kesan artistik dan suasana yang sesungguhnya, sehingga film menjadi lebih menarik.
3. Konsentrasi penuh
Dari pengalaman kita masing-masing, di saat 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 dengan gambar-gambar cerita film tersebut.
Kita semua terbebas dari gangguan hiruk pikuknya suara di luar karena biasanya ruangan kedap suara. Semua mata hanya tertuju pada

layar, sementara pikiran perasaan kita tertuju pada alur cerita. Dalam keadaan demikian emosi kita juga terbawa suasana.

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 salah seorang pemeran dalam film itu, sehingga seolah-olah kita lah yang sedang berperan. Gejala ini menurut ilmu jiwa sosial disebut sebagai identifikasi psikologis (Ardianto, 2007: 145).

Pengaruh film terhadap ilmu jiwa manusia (penonton) tidak hanya sewaktu atau selama duduk di gedung bioskop, tetapi terus sampai waktu yang cukup lama.

2.4.4 Jenis-jenis Film

Sebagai seorang komunikator adalah penting untuk mengetahui jenis-jenis film agar dapat memanfaatkan film tersebut sesuai dengan karakteristiknya. Film dapat dikelompokkan pada jenis film cerita, film berita, film dokumenter dan film kartun. Adapun jenis film sebagai berikut :

1. **Film cerita (*story film*)**

Film cerita adalah jenis film yang mengandung suatu cerita yang lazim dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop dengan bintang film tenar dan film ini didistribusikan sebagai barang dagangan. Cerita yang diangkat menjadi topik film, bisa berupa cerita fiktif atau cerita nyata yang dimodifikasi sehingga ada unsur menarik, baik dari jalan ceritanya maupun dari segi gambar.

2. **Film berita (*newsreel*)**

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. Jadi berita juga harus penting atau menarik atau penting sekaligus 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 ini yang terpenting adalah peristiwanya terekam secara utuh.

3. **Film Dokumenter (*documentary film*)**

Film dokumenter adalah fakta atau peristiwa yang terjadi. Bedanya dengan film berita adalah bahwa film berita harus mengenai sesuatu yang mempunyai nilai berita (*news value*) untuk dihadirkan kepada penonton apa adanya dalam waktu yang sesingkat-singkatnya. Dokumenter itu didefinisikan oleh Grierson sebagai : “karya ciptaan mengenai kenyataan (*creative treatment of actuality*). berbeda dengan film berita yang merupakan rekaman kenyataan-kenyataan, maka film buatan Flaherty merupakan interpretasi yang puitis yang bersifat pribadi dari kenyataan-kenyataan.

4. **Film Kartun (*Cartoon Film*)**

Pembuatan film kartun adalah seni lukis. Dan setiap lukisan memerlukan ketelitian. Satu per satu dilukis dengan saksama untuk kemudian dipotret satu per satu pula. Dan apabila rangkaian lukisan yang 16 buah itu setiap detiknya diputar dalam proyektor film, maka lukisan-lukisan itu menjadi hidup. Sebuah film kartun tidaklah dilukis oleh satu orang, tetapi pelukis-pelukis dalam jumlah banyak. Walt Disney adalah pelopor pembuat film kartun di dunia (Ardianto, et. al. 2007: 138-139).

Film "*The Message*" (Ar-Risalah) merupakan jenis film cerita, karena mengandung unsur-unsur dakwah yang dapat menyentuh rasa manusia. Film ini pun penggabungan jenis film cerita dengan unsur sejarah Islam pada jaman nabi Muhammad SAW yang menghasilkan komposisi yang baik untuk pengetahuan Islam.

2.4.5 **Konsep Perfilman**

Film adalah sebuah rangkaian gambar statis yang direpresentasikan di hadapan mata secara berturut-turut dalam kecepatan yang tinggi (Baksin, 2003 : 255). Film atau *motion pictures* ditemukan dari hasil pengembangan prinsip-prinsip fotografi dan proyektor. Film memiliki beberapa kekuatan dan kelemahan, yaitu :

1. Kekuatannya :

- a. Para penonton film terutama di gedung bioskop merupakan penonton yang seolah-olah terisolir dari pengaruh luar, karena pada saat pemutaran perhatian penonton memang dengan sengaja dikhususkan hanya untuk melihat layar bioskop.
- b. Komunikasi film lebih sempurna dari komunikasi pers dan radio, karena memiliki langsung dua hal yang dibutuhkan publik dalam menerima pesan yaitu *audio* dan *visual*

2. Kelemahannya :

- a. Para penonton film di bioskop senantiasa bersifat pasif dan menerima saja apa yang dipertontonkan, pola pikirnya baru akan muncul mungkin pada saat film selesai atau bahkan lebih lama lagi.
- b. Untuk menonton film, dibutuhkan waktu yang khusus dan tidak setiap saat dapat dilakukan.

Pembuatan film pada dasarnya adalah sebuah proses komunal, yang melibatkan banyak orang ketimbang hanya satu. Dalam buku *Introduction Mass Communication*, pengamat film John L. Fell memperkuat pendapat ini dengan menyatakan bahwa substansi yang termuat dalam sebuah film akan sangat tergantung kepada visi dan misi individu-individu yang terlibat di dalamnya. Fell (dalam Sobur, 2004 : 262-263) mengemukakan tujuh tahap pembuatan film, yaitu:

1. *Conceptualization*.

Gagasan untuk membuat sebuah film dapat muncul dari satu atau lebih orang. Beberapa film merupakan hasil gagasan asli para pembuatnya, sementara beberapa film lain merupakan adaptasi dari

sumber yang sudah ada sebelumnya, seperti novel, drama, bahkan lagu dan puisi.

2. *Direction*

Sutradara menentukan scenario film pilihannya, dan menentukan gaya visual serta suara apa yang akan ia terapkan dalam membuat film tersebut.

3. *Visualization.*

Perencanaan dan eksekusi sebuah proses pembuatan film sudah tentu melibatkan piñata kamera, piñata cahaya, dan lai-lainnya.

4. *Performance.*

Aktor dan artis yang terlibat dalam film dipilih, dan mereka akan segera mempelajari skenario yang diberikan, untuk menentukan penampilan mereka dalam film tersebut.

5. *Editing.*

Proses penyuntingan ini melibatkan pemilihan adegan-adegan yang telah diambil, dan juga memproses film yang telah jadi.

6. *Special Effects.*

Semua hal yang melibatkan tipuan kamera dan efek-efek khusus lainnya yang dikerjakan di luar jadwal *shooting* termasuk dalam tahap ini.

7. *Production.*

Untuk memproduksi sebuah film berarti sang produser harus mengumpulkan biaya, mengorganisir semua orang yang dibutuhkan, serta mengatur tampilnya film tersebut di atas layar.

2.4.6 *Frame Size*

Dalam pengambilan sebuah gambar, maka perlu diketahui istilah, ukuran dan makna dari gambar yang akan diambil.

Tabel 2.2
Istilah, Ukuran dan Makna Pengambilan Sebuah Gambar

Istilah/Singkatan	Ukuran	Fungsi/Makna
ECU (<i>extreme close-up</i>)	Sangat dekat sekali, misalnya hidungnya, matanya, telinga saja.	Menunjukkan detil suatu objek.
BCU (<i>big close-up</i>)	Dari batas kepala hingga dagu objek.	Menonjolkan objek untuk menimbulkan ekspresi tertentu.
CU (<i>close-up</i>)	Dari batas kepala sampai leher bagian bawah.	Memberi gambaran objek secara jelas.
MCU (<i>medium close-up</i>)	Dari batas kepala hingga dada atas.	Menegaskan 'profil' seseorang,

Istilah/Singkatan	Ukuran	Fungsi/Makna
MS (<i>mid shot</i>)	Dari batas kepala sampai pinggang (perut bagian bawah).	Memperlihatkan seseorang dengan 'tampangnya'.
KS (<i>knee shot</i>)	Dari batas kepala hingga lutut.	Sama dengan MS
FS (<i>full shot</i>)	Dari batas kepala hingga kaki	Memperlihatkan objek dengan lingkungan sekitar.
LS (<i>long shot</i>)	Objek penuh dengan latar belakangnya.	Menunjukkan objek dengan latar belakangnya.
1 S (<i>one shot</i>)	Pengambilan gambar satu objek.	Memperlihatkan seorang dalam frame.
2 S (<i>two shot</i>)	Pengambilan gambar dua objek.	Adegan dua objek sedang berbincang.
3 S (<i>three shot</i>)	Pengambilan gambar tiga objek.	Menunjukkan tiga orang berinteraksi.
GS (<i>group shot</i>)	Pengambilan gambar dengan banyak orang.	Memperlihatkan banyak objek saling berinteraksi.

(Sumber: Baksin dalam Videografi, 2003 : 73)

2.5 Citra Polisi dalam Film

Pada dasarnya, polisi harus memiliki citra yang positif namun, pada kenyataannya polisi hari ini mempunyai citra yang negatif di mata masyarakat, hal tersebut bisa terlihat pada kasus-kasus yang terjadi di Indonesia di mana kasus citra negatif polisi yang sering diberitakan di media massa. Di mana masyarakat selalu menilai bahwa polisi tidak mengayomi masyarakat dan melindungi masyarakat melainkan menjadi beban bagi masyarakat itu sendiri, misalkan masyarakat sering diminta uang dengan alasan kendaraan tidak lengkap, masyarakat melapor kehilangan kendaraan polisi tidak menindaklanjuti perkara tersebut dengan serius, dan citra negatif yang lain-lain yang membuat masyarakat tidak *respect* terhadap tugas polisi itu sendiri.

Dengan maraknya cemoohan dan kecaman berbagai elemen masyarakat yang menilai kinerja polisi sangat buruk, sangat sukar membayangkan polisi sebagai salah satu penegak hukum di Indonesia. Pencitraan polisi pada film adalah salah satu jenis komunikasi massa yang dapat dikelola menjadi suatu komoditi. Di dalamnya memang kompleks, dari produser, pemain hingga seperangkan kesenian lain yang sangat mendukung seperti musik, seni rupa, teater, dan seni suara. Semua unsur tersebut terkumpul menjadi komunikator dan bertindak sebagai agen transformasi budaya (Baksin, 2003:2).

Ideologi dalam sebuah film merupakan representasi dari sebuah budaya nyata yang memang sengaja akan ditularkan. Ideologi direproduksi dalam praktek-praktek budaya dan kebiasaan sehari-hari. Dengan menganggap ideologi sebagai praktek-praktek material atau praktek budaya, maka kita bisa mengatakan bahwa sesungguhnya ideologi itu hidup bergerak dan karena itu pula manusia sendiri selalu hidup dalam suatu ideologi, di dalam representasi tertentu dari dunianya. Ada banyak definisi mengenai ideologi, salah satunya adalah definisi ideologi menurut Raymond Williams (2001 : 32) dalam John Fiske yang mengklasifikasikan penggunaan ideologi ke dalam tiga ranah, yaitu:

1. Sebuah sistem kepercayaan yang dimiliki oleh kelas atau kelompok tertentu.
2. Sistem kepercayaan yang dibuat-ide palsu atau kesadaran palsu-yang dapat dikontraskan dengan kebenaran atau pengetahuan ilmiah.
3. Proses umum dari produksi makna dan ide (dalam Fiske, 2007:269).

Representasi adalah sebuah cara dimana memaknai apa yang diberikan pada benda yang digambarkan. Banyak isme-isme yang tidak dapat dilihat secara kasat mata terdapat dalam sebuah film. Entah itu rasisme, patriotisme, feminisme,

heroisme, dan masih banyak lainnya. Menurut Croteau dan 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.

Sebuah film adalah sekumpulan dari tanda dan lambang yang ditampilkan melalui gerak, tingkah laku, bahasa, dan sekumpulan hal lain yang merupakan sekumpulan tanda. Maka dari itu, hal itu mendasari bahwa penganalisaan film dapat diuraikan menggunakan metode semiotika.

2.5.1 Representasi

Representasi pada dasarnya adalah sesuatu yang hadir namun menunjukkan bahwa sesuatu di luar dirinya adalah yang dia coba hadirkan. Representasi tidak menunjuk kepada dirinya sendiri, namun kepada yang lain. Istilah representasi itu sendiri menunjuk pada bagaimana seseorang, satu kelompok, gagasan atau pendapat tertentu ditampilkan ulang. Representasi ini penting dalam dua hal. Pertama, apakah seseorang, kelompok, atau gagasan tersebut sebagaimana mestinya. Kedua, bagaimana representasi tersebut ditampilkan (Eriyanto:2009).

Representasi juga merupakan salah satu prinsip yang mendasar pada pemikiran Saussure terhadap teori semiotika. Semiotika struktural dapat dilihat sebagai bentuk representasi, dalam pengertian sebuah tanda merepresentasikan

suatu realitas, yang menjadi rujukan atau referensinya. Keberadaan tanda sangat bergantung pada keberadaan realitas yang direpresentasikannya. Realitas mendahului sebuah tanda, serta menentukan bentuk dan berwujudannya. Ketiadaan realitas berakibat logis pada ketiadaan tanda (Piliang, 2012 : 91).

Representasi adalah sesuatu yang merujuk pada proses yang dengannya realitas disampaikan dalam komunikasi, via kata-kata, bunyi, citra, atau kombinasinya (Fiske: 2007 :23). Jadi representasi bisa merupakan penggambaran terhadap suatu realitas yang kemudian dikomunikasikan atau diwakilkan dalam berbagai macam tanda baik dalam bentuk suara dan gambar. Salah satu hasil representasi adalah film, karena film dibuat dari bermacam-macam makna dan tanda yang semuanya memiliki kaitan satu dengan yang lainnya. Berangkat dari realitas yang terjadi di lingkungan sekitar kita, hal tersebut kemudian direpresentasikan menjadi sebuah film.

2.5.2 Ideologi

Ideologi direproduksi dalam praktek-praktek budaya dan kebiasaan sehari-hari. Dengan menganggap ideologi sebagai praktek-praktek material atau praktek budaya, maka kita bisa mengatakan bahwa sesungguhnya ideologi itu hidup bergerak dan karena itu pula manusia sendiri selalu hidup dalam suatu ideologi, di dalam representasi tertentu dari dunianya.

Ada banyak definisi mengenai ideologi, salah satunya adalah definisi ideologi menurut Raymond Williams (1997) dalam John Fiske yang mengklasifikasikan penggunaan ideologi ke dalam tiga ranah, yaitu:

1. Sebuah sistem kepercayaan yang dimiliki oleh kelas atau kelompok tertentu. Definisi ini melihat ideologi sebagai seperangkat sikap yang dibentuk dan diorganisasikan dalam bentuk yang koheren. Ideologi ini bukanlah ideologi individu melainkan ideologi yang hidup dalam masyarakat dan ideologi yang dikonstruksi oleh masyarakat setempat.
2. Sistem kepercayaan yang dibuat-ide palsu atau kesadaran palsu-yang dapat dikontraskan dengan kebenaran atau pengetahuan ilmiah. Ideologi dalam pengertian ini adalah seperangkat kategori yang dibuat dan kesadaran palsu di mana kelompok yang berkuasa atau dominan menggunakannya untuk mendominasi kelompok lain yang tidak dominan.
3. Proses umum dari produksi makna dan ide. Ideologi di sini adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan produksi makna (Eriyanto: 2009 : 23).

Ideologi yang dirumuskan dalam bentuk “kesadaran palsu” sama halnya dengan apa yang dirumuskan oleh Marx mengenai ideologi sebagai “representasi palsu”, yaitu representasi yang di dalamnya disembunyikan keterputusan subjek dari objek hasil produksinya (*estrangement*), dan/atau keterputusan nilai guna dari nilai tukar, di mana yang pertama teralienasi, karena ia tak lebih dari petanda yang dicapkan pada sebuah objek sebagai nilai tukar dari objek tersebut (Piliang, 2012).

Baudrillard mengemukakan konsepnya tentang ideologi, menanggapi konsep-konsep klasik yang dikembangkan Marx. Dalam menanggapi konsep Marx seperti yang dikatakan di atas, Baudrillard mengemukakan bahwa ideologi tidak terletak di salah satu sisi-sisi yang terputus ini. Sebaliknya, ideologi menjadikannya satu dan merupakan satu-satunya bentuk ideologi yang melingkupi semua bidang produksi sosial. Ideologi melingkupi segala bentuk produksi, materi, atau simbolik (Piliang, 2012 : 153).

Berbicara mengenai ideologi tidak mudah, tidak dapat di tulis hanya dalam empat paragraf. Namun jika melihat dari pemaparan tentang ideologi di atas, dapat ditarik benang merah bahwa ideologi merupakan sistem kepercayaan dan

sistem nilai yang dimiliki oleh suatu kelompok tertentu serta representasinya dalam berbagai media dan tindakan sosial yang juga merupakan proses umum dari produksi makna dan ide.

2.5.3 Hiperrealitas pada Film

Hiperrealitas merupakan salah satu konsep dalam filosofi post-modernisme dan semiotika. Piliang mendefinisikan hiperrealitas dalam bukunya “Dunia yang Dilipat” adalah pengalaman transformasi dalam cara manusia melihat diri sendiri secara ontologis di antara objek-objek kebudayaan ciptaanya, juga dalam cara manusia membangun citra diri dan menyusun makna kehidupannya secara diskursif melalui objek-objek dan media-media (massa) dalam suatu ruang dan waktu yang membatasinya (Piliang: 2004 : 185). Adalah Jean Baudrillard dan Umberto Eco yang memiliki pandangan mengenai hiperrealitas itu sendiri.

Baudrillard mempunyai konsepsi yang diadaptasi dari pemikiran Marshall McLuhan bahwa perkembangan teknologi informasi yang semakin mutakhir tidak hanya dapat memperpanjang fungsi organ pada manusia, tetapi (lebih hebat lagi) mampu menghasilkan duplikasi dari manusia, mampu membuat fantasi atau fiksi ilmiah menjadi nyata, mampu mereproduksi masa lalu, atau ‘melipat’ dunia sehingga tak lebih dari sebuah layar kaca, disket atau memory bank.

Dalam menjelaskan konsep hiperrealitas itu sendiri, Baudrillard mengungkapkan dua istilah, yakni simulasi dan simulacra. Simulasi merupakan suatu proses dimana representasi (gambaran) atas suatu objek yang justru

menggantikan objek itu sendiri dan representasi itu menjadi hal yang lebih penting dibandingkan objek tersebut. Piliang menyebutkan:

“Istilah simulasi digunakan oleh Baudrillard untuk menerangkan hubungan-hubungan produksi, komunikasi, dan konsumsi dalam masyarakat kapitalis konsumer Barat, yang dicirikan oleh overproduksi, overkomunikasi, dan overkonsumsi-melalui media massa, iklan, *fashion*, supermarket, industri hiburan, turisme, dan sebagainya. Baudrillard juga menyebutkan simulasi menunjuk kepada pengalaman ruang dan pengalaman totalitas hidup di dalam dunia simulasi kapitalisme mutakhir Barat (Piliang: 2012 : 192).”

Bila dalam representasi palsu (ideologi) realitas ditopengi oleh tanda, sebab tanda hanya ekivalensi dari realitas; dalam simulasi, tidak ada yang ditutupi topeng. Tanda adalah citra murni tanpa transendensi. Simulasi adalah citra tanpa referensi-suatu simulakrum. Berkaitan dengan ini, menurut Baudrillard, ada empat fase dalam perkembangan citra, yaitu:

1. citra adalah refleksi dari realitas
2. citra menyembunyikan dan menyimpangkan realitas
3. citra menyembunyikan absennya realitas
4. citra sama sekali tak berkaitan dengan realitas apa pun: citra merupakan simulakrum murni (Piliang: 2012 : 129)

Simulakrum atau simulacra ini memungkinkan manusia untuk mendiami satu ruang yang sarat akan duplikasi dan daur ulang dari berbagai fragmen dunia yang berbeda-beda pada waktu yang sama dan dunia hiperrealitas merupakan dunia yang disarati oleh silih bergantinya reproduksi objek-objek simulakrum.

Awal dari era hiperrealitas, menurut Baudrillard, ditandai dengan lenyapnya petanda dan metafisika representasi; runtuhnya ideologi dan bangkrutnya realitas itu sendiri, yang diambil alih oleh duplikasi dari dunia nostalgia dan fantasi, atau “(realitas) menjadi realitas pengganti realitas, pemujaan

(*fetish*) objek yang hilang bukan lagi objek representasi, akan tetapi ekstase penyangkalan dan pemusnahan ritualnya sendiri” (Piliang, 2012 : 72).

Sedangkan Eco menggunakan istilah-istilah seperti *copy*, *replica*, *replication*, *imitation*, *likeness*, dan *reproduction* untuk menjelaskan apa yang disebutnya dengan hiperrealitas. Menurut Eco yang dikutip dari web <http://www.transparencynow.com/eco.htm>, hiperrealitas adalah segala sesuatu yang merupakan replikasi, salinan atau imitasi dari unsur-unsur masa lalu yang dihadirkan dalam konteks masa kini sebagai bentuk dari nostalgia. Jadi, ia melihat fenomena hiperrealitas sebagai persoalan penjarakkan, yakni obsesi menghadirkan masa lalu yang telah terkubur dalam rangka melestarikan bukti-buktinya dengan menghadirkan replikanya. Yang menjadi masalah adalah ketika masa lalu tersebut dihadirkan dalam konteks masa kini, maka ia kehilangan kontak dengan realitas. Jadi seakan-akan replika dari masa lalu ini terlihat lebih nyata dari kenyataannya sehingga menciptakan suatu kondisi dimana adanya peleburan antara salinan dengan aslinya.