

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Review Hasil Penelitian Sejenis

Sebagai perbandingan peneliti mengambil rujukan penelitian terdahulu sebagai berikut :

2.1.1 Makna Altruisme Pada Film Banyu Biru

Disusun oleh Randy Yanwandi, NPM 10080005329, Fakultas Ilmu Komunikasi Program Studi Jurnalistik Universitas Islam Bandung, Jawa Barat pada tahun 2010. Penelitian di latarbelakangi oleh ketertarikan penulis terhadap Film Banyu Biru yang diperankan oleh Tora Sudiro. Terkait latar belakang tersebut, Maka rumusan masalah yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah Bagaimanakah Representasi Altruisme Pada film Banyu Biru dari perspektif Semiotika Roland Barthes

Mengenai kajian pustaka yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada analisis Semiotika Roland Barthes. Yakni ada dua macam sistem pemaknaan: denotasi dan konotasi. Denotasi merupakan tingkat makna yang deskriptif dan literal yang di pahami oleh hampir semua anggota suatu kebudayaan. Pada tingkat kedua, yakni konotasi, makna tercipta dengan cara menghubungkan penanda – penanda dengan aspek kebudayaan yang lebih luas

Obyek media yang akan dijadikan sumber penelitian adalah film Banyu Biru. Penelitian ini menggunakan metode analisis Semiotika Roland Barthes. Berikut adalah salah satu contoh adegan yang berkaitan dengan Altruisme pada

penelitian *Makna Altruisme Pada Film Banyu Biru* dimana si tokoh Banyu yang diperankan oleh Tora Sudiro melakukan adegan menolong orang lain, hal ini termasuk mempresentasikan Altruisme. Pada gambar adegan tersebut Banyu mencoba menolong anak kecil yang tejabak bermain – main di aquarium



Kesimpulannya menolong sesama tersebut merupakan termasuk dalam mempresentasikan Altruisme

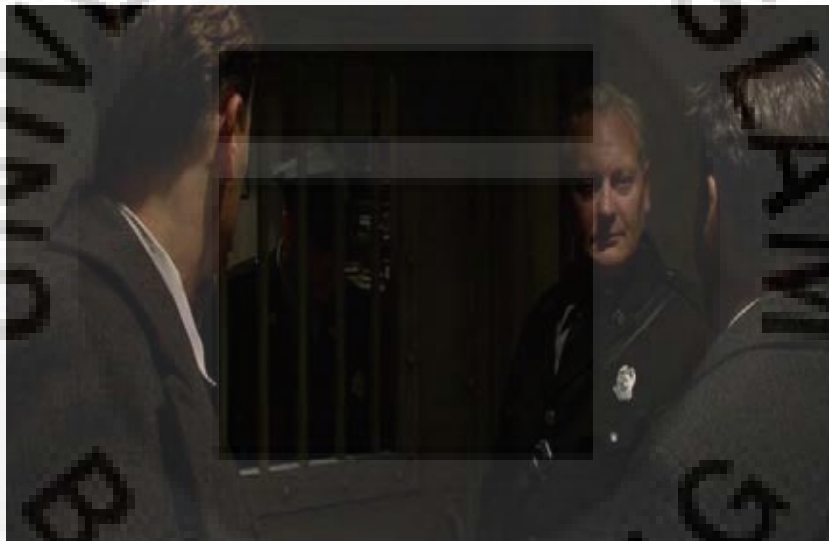
2.1.2 Representasi Maskulinitas dalam Film *Public Enemies*

Disusun oleh Moch.Rasy Alcky, NPM 10080005385, Ilmu Komunikasi Program Studi Jurnalistik Universitas Islam Bandung, Jawa Barat pada tahun 2013. Penelitian di latarbelakangi oleh ketertarikan penulis terhadap Film *Public Enemies* yang berkaitan dengan sejarah. Terkait latar belakang tersebut, Maka rumusan masalah yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah Bagaimanakah Representasi Maskulinitas Pada film *Public Enemies* dari perspektif Semiotika Roland Barthes

Mengenai kajian pustaka yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada analisis Semiotika Roland Barthes. Yakni ada dua macam sistem pemaknaan:

denotasi dan konotasi. Denotasi merupakan tingkat makna yang deskriptif dan literal yang di pahami oleh hampir semua anggota suatu kebudayaan. Pada tingkat kedua, yakni konotasi, makna tercipta dengan cara menghubungkan penanda – penanda dengan aspek kebudayaan yang lebih luas

Obyek media yang akan dijadikan sumber penelitian adalah *film Public Enemies*. Penelitian ini menggunakan metode analisis Semiotika Roland Barthes. Berikut adalah salah satu contoh adegan yang berkaitan dengan Maskulinitas. Deskripsi adegan dimana Dillinger berhasil kabur dari penjara berkat bantuan seorang temannya yang berprofesi sebagai polisi dan teman-temannya di penjara.



Sementara dalam penelitian ini peneliti mengambil judul penelitian Representasi Altruisme pada Film “?” Tanda Tanya. Dimana film tersebut lebih mengedepankan kemajemukan masyarakat Indonesia yang berbeda budaya,suku dan agama. Dalam penelitian ini, peneliti menitikberatkan kepada penelitian – penelitian yang terdahulu yang berkaitan dengan contoh perfilman serta didalamnya terdapat adegan yang mempresentasikan karakteristik Altruistik yakni

melakukan kebaikan terhadap orang lain walaupun tanpa pamrih karena hal tersebut merupakan ciri khas Masyarakat Indonesia yang mana berbudaya ketimuran.

Tabel 2.1
Review Penelitian sejenis

Judul penelitian dan identitas peneliti	Pertanyaan penelitian	Metode penelitian	Hasil penelitian
<p>Makna Altruisme Pada Film Banyu Biru</p> <p>Disusun oleh Randy Yanwandi, NPM 10080005329, Fakultas Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Jurnalistik Universitas Islam Bandung, Jawa Barat pada tahun 2010.</p>	<p>Bagaimanakah Representasi Altruisme Pada film Banyu Biru dari perspektif Semiotika Roland Barthes</p>	<p>Analisis semiotika Roland Barthes</p>	<p>Tiap adegan dalam Film Banyu Biru tersebut yang ditampilkan pada penelitian ini merepresentasikan Altruisme</p>

Judul penelitian dan identitas peneliti	Pertanyaan penelitian	Metode penelitian	Hasil penelitian
<p>Representasi Maskulinitas dalam Film <i>Public Enemies</i></p> <p>Disusun oleh Moch.Rasy Alcky, NPM 10080005385, Fakultas Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Jurnalistik Universitas Islam Bandung, Jawa Barat pada tahun 2013.</p>	<p>Bagaimanakah Representasi Maskulinitas Pada film <i>Public Enemies</i> dari perspektif Semiotika Roland Barthes</p>	<p>Analisis semiotika Roland Barthes</p>	<p>Tiap adegan dalam Film <i>Public Enemies</i> tersebut yang ditampilkan pada penelitian ini merepresentasikan Maskulinitas</p>

Judul penelitian dan identitas peneliti	Pertanyaan penelitian	Metode penelitian	Hasil penelitian
<p>Representasi Altruisme Pada Film “?” (Tanda Tanya)</p> <p>Disusun oleh Maulana Afif F, NPM 10080005398, Fakultas Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Jurnalistik Universitas Islam Bandung, Jawa Barat pada tahun 2015.</p>	<p>Bagaimanakah Representasi Altruisme Pada film “?” (Tanda Tanya) dari perspektif Semiotika Roland Barthes</p>	<p>Analisis semiotika Roland Barthes</p>	

2.2 Komunikasi Massa

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari bahasa latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna. (Effendy, 2002:9). Sedangkan secara Terminology yaitu penciptaan makna antara dua orang atau lebih lewat penggunaan simbol-simbol atau tanda-tanda. Komunikasi disebut efektif bila makna yang tercipta relatif sesuai dengan yang diinginkan komunikator. (Mulyana,1999:49).

Selanjutnya menurut Harold Lasswell “Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang dapat menimbulkan efek tertentu”. (Effendy, 2002:10). Paradigma Lasswell menyatakan, Who says what in which channel to whom with what effect, (siapa, mengatakanapa, melalui saluran apa, kepada siapa, dengan efek apa). Hal tersebut menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur yaitu:

1. Komunikator, yaitu : orang yang menyampaikan pesan.
2. Pesan, yaitu : pernyataan yang didukung oleh lambang.
3. Komunikan, yaitu : orang yang menerima pesan.
4. Media, yaitu : sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.
5. Efek, yaitu : dampak sebagai pengaruh dari pesan. (Effendy, 2000:6).

Everett M. Rogers dan D. Lawrence Kincaid (1981) seperti dikutip oleh Cangara mengemukakan bahwa ; “Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu

sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam”. (Cangara, 2002:19).

Dari berbagai pendapat atau definisi komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli jelas bahwa komunikasi mempunyai arti yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Dengan komunikasi, manusia dapat menyampaikan informasi, pikiran, pendapat, perasaan, pengalaman, pengetahuan maupun harapannya. Komunikasi dilakukan tidak hanya untuk memberikan informasi agar orang lain menjadi tau, tetapi komunikasi juga bertujuan untuk mencapai kesepakatan bersama, pengertian bersama dan untuk mengubah sikap, pendapat dan tingkah laku orang lain.

Komunikasi massa diadopsi dari istilah bahasa Inggris, *mass communication*, kependekan dari *mass media communication* (komunikasi media massa). Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa atau komunikasi yang “*mass mediated*”. Komunikasi massa itu sendiri perlu diperhatikan antara *mass communications* (dengan s) dan *mass communication* (tanpa s). Seperti dikemukakan oleh Jay Back dan Frederick C Whitney dalam bukunya *Introduction to Mass Communication* (1988) dikatakan bahwa *Mass Communications* lebih menunjuk pada media mekanis yang digunakan dalam komunikasi massa yakni media massa.

Sedangkan *Mass Communication* lebih menunjuk pada teori atau proses teoritik. Atau bisa dikatakan *mass communication* lebih menunjuk pada proses dalam komunikasi massa. (Nurudin, 2003:4). Susanto (1974) juga mengistilahkan *mass communications* atau *communications* diartikan sebagai salurannya, yaitu

mass media (media massa) kependekan dari media of mass communication. (Wiryanto, 2000 :2).

Kata “massa” dalam pengertian umum dapat diartikan lebih dari sekedar “orang banyak”, seperti orang-orang yang sedang mengerumuni penjual obat atau yang sedang bersama-sama berhenti menanti dibukanya pintu lintasan kereta api. Akan tetapi kata “massa” dalam komunikasi massa bukan sekedar orang banyak di suatu lokasi yang sama. “Massa” kita artikan sebagai “meliputi semua orang yang menjadi sasaran alat-alat komunikasi massa atau orang-orang pada ujung lain dari saluran”. (Berlo, 1960). Massa mengandung pengertian orang banyak, tetapi mereka tidak harus berada di suatu 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 (Wiryanto, 2000:2).

Nurudin dalam bukunya Komunikasi Massa juga menuliskan bahwa Massa dalam komunikasi massa lebih menunjuk pada penerimaan pesan yang berkaitan dengan media massa. Dengan kata lain, massa yang dalam sikap dan perilakunya berkaitan dengan peran media massa. Oleh karena itu, massa disini menunjuk kepada khalayak, audience, penonton, pemirsa atau pembaca. Beberapa istilah ini berkaitan dengan media massa. (Nurudin, 2003:3)

John R Bittner (1996) mengatakan bahwa dalam komunikasi massa kita membutuhkan gatekeeper (pentapis informasi atau palang pintu) yakni beberapa individu atau kelompok yang bertugas menyampaikan atau mengirimkan informasi dari individu ke individu yang lain melalui media massa (surat kabar, majalah, televisi, radio, video tape, compact disk, buku). (Nurudin, 2003:5-6).

Definisi yang dikemukakan oleh Bittner di atas menekankan akan arti pentingnya gatekeeper dalam proses komunikasi massa. Inti dari pendapat itu bisa dikatakan bahwa, dalam proses komunikasi massa disamping melibatkan unsur-unsur komunikasi sebagaimana umumnya, ia membutuhkan peran media massa sebagai alat untuk menyampaikan atau menyebarkan informasi. Media massa itu tidak berdiri sendiri. Di dalamnya ada beberapa individu yang bertugas melakukan pengolahan informasi sebelum informasi itu sampai kepada audience-nya. Mereka yang bertugas itu sering disebut sebagai gatekeeper. Jadi, informasi yang diterima audience dalam komunikasi massa sebenarnya sudah diolah oleh gatekeeper dan disesuaikan dengan misi, visi, media yang bersangkutan, khalayak sasaran dan orientasi bisnis atau ideal yang menyertainya. Bahkan, sering pula disesuaikan dengan kepentingan penanaman modal atau aparat pemerintah yang tidak jarang ikut campur tangan dalam sebuah penerbitan. (Nurudin, 2003:6)

Pool (1973) mendefinisikan komunikasi massa sebagai; “Komunikasi yang berlangsung dalam situasi interposed ketika antara sumber dan penerima tidak terjadi kontak secara langsung, pesan-pesan komunikasi mengalir kepada penerima melalui saluran-saluran media massa, seperti surat kabar, majalah, radio, film atau televisi.” (Wiryanto, 2000 :3)

Michael W Gamble dan Teri Kwal Gamble (1986) akan semakin memperjelas apa itu komunikasi massa. Menurut mereka sesuatu bisa didefinisikan sebagai Komunikasi Massa jika mencakup;

1. Komunikator dalam komunikasi massa mengandalkan peralatan modern untuk menyebarkan atau memancarkan pesan secara cepat kepada khalayak yang luas dan tersebar. Pesan itu disebarkan melalui media modern pula

antara lain surat kabar, majalah, radio, televisi, film atau gabungan diantara media tersebut.

2. Komunikator dalam komunikasi massa dalam menyebarkan pesan-pesannya bermaksud mencoba berbagi pengertian dengan jutaan orang yang tidak saling kenal atau mengetahui satu sama lain. Anonimitas audience dalam komunikasi massa inilah yang membedakan pula dengan jenis komunikasi yang lain. Bahkan pengirim dan penerima pesan tidak saling mengenal satu sama lain.
3. Pesan adalah publik. Artinya bahwa pesan ini bisa didapatkan dan diterima oleh banyak orang. Karena itu diartikan milik publik.
4. sebagai sumber, komunikator massa biasanya organisasi formal seperti jaringan, ikatan atau perkumpulan. Dengan kata lain, komunikatornya tidak berasal dari seseorang, tetapi lembaga. Lembaga inipun biasanya berorientasi pada keuntungan bukan organisasi suka rela atau nirlaba.
5. Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper* (pentapis informasi). Artinya, pesan-pesan yang disebarkan atau dipancarkan dikontrol oleh sejumlah individu dalam lembaga tersebut sebelum disiarkan lewat media massa. Ini berbeda dengan komunikasi antar pribadi, kelompok atau publik dimana yang mengontrol tidak oleh sejumlah individu. Beberapa individu dalam komunikasi massa itu ikut berperan dalam membatasi, memperluas pesan yang disiarkan. Contohnya adalah seorang reporter, editor film, penjaga rubrik dan lembaga sensor lain dalam media itu bisa berfungsi sebagai *gatekeeper*

6. Umpan balik dalam komunikasi massa sifatnya tertunda. Kalau dalam jenis komunikasi lain, umpan balik bisa bersifat langsung. Misalnya dalam komunikasi antar persona. Dalam komunikasi ini umpan balik langsung dilakukan, tetapi komunikasi yang dilakukan lewat surat kabar tidak bisa langsung dilakukan alias tertunda (delayed).

Dengan demikian, media massa adalah alat-lat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada audience yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas. (Nurudin, 2003:7-8)

Berdasarkan pengertian komunikasi massa yang telah dikemukakan di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa baik media cetak maupun elektronik yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada khalayak luas dan pesan yang disampaikan bersifat umum.

2.3 Tinjauan Film

Masyarakat sering menyempitkan arti film atau bahkan salah mengartikan film hanya pada sebuah hasil produksi yang menghasilkan sebuah tontonan saja. Bukan pada apa arti film itu sendiri. Sebenarnya berbicara tentang film adalah berbicara tentang segulung pita *selluloid* yang secara keseluruhan dipindahkan ke atas kertas khusus atau ke atas layar khusus sebagai gambar positif (Sunarjo & Junaengsih. 1995 : 83).

Film adalah sebuah rangkaian gambar statis yang direpresentasikan di hadapan mata secara berturut-turut dalam kecepatan yang tinggi (Gamble, 1986 : 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 didalamnya.

Fell (dalam DeFleur, 1985 : 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 scenario 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.

2.3.1 Film Sebagai Proses Komunikasi

Sejak keberadaannya, film diakui memiliki fungsi yang utama, yaitu : fungsi artistik, fungsi ekonomi, dan fungsi komunikasi. (DeFleur & Dennis. 1985 : 258). Namun 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 diatas 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 (Monaco. 2000 : 64).

Dalam sejarah perkembangannya, terdapat salah satu tema yang sangat penting yaitu film sebagai alat propaganda yang notabene adalah salah satu proses komunikasi. (McQuail. 1994 : 14).

2.3.1.1 Film Sebagai Komunikasi Massa

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.

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.

Meskipun secara historikal, film baru muncul pada akhir abad kesembilan belas, tetapi apa yang dapat diberikannya sebenarnya tidak terlalu baru dilihat dari segi isi atau fungsi. Film berperan sebagai sarana baru yang digunakan untuk menyebarkan hiburan yang sudah menjadi kebiasaan terdahulu, serta menyajikan cerita, peristiwa, musik, drama, dan sajian lainnya kepada khalayak ramai.

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.

2.3.1.2 Teknik Pengambilan Gambar

Dalam proses pembuatannya, film dan televisi menggunakan beberapa teknik yang diterapkan berdasarkan suatu konvensi tertentu. Konvensi menurut

oleh para pengamat film disebut sebagai *grammar* atau tata bahasa film. Daniel Chandler (2000), dalam makalahnya *The Grammar of Television and Film*, menyebutkan beberapa elemen penting yang membangun tata bahasa tersebut. Menurut Chandler, walaupun konvensi ini bukanlah suatu peraturan baku, telaah terhadapnya tetap harus dilakukan karena hanya dengan begitulah seseorang akan mampu mengerti pesan yang ingin disampaikan oleh pembuat film (Chandler, 2000:1).

Menurut Askurifai Baksin, seorang staf dosen FIKOM Unisba dan Direktur dari STUFVI (School of Film and Television) yang diwawancarai oleh penulis, pengetahuan mengenai teknik pengambilan gambar ini sebetulnya untuk membekali juru kamera dan juga sutradara bagaimana *shot* itu akan dibuat, bagaimana kesan yang timbul, apa latar belakangnya, apakah nanti *shot*-nya bisa digabung dengan *shot* yang lainnya hingga menjadi rangkaian yang indah. Dalam hal ini, *shot* diartikan sebagai unsur terkecil dari sebuah struktur film.

Untuk bisa membedakan antara satu *shot* dengan *shot* lainnya, teknik pengambilan gambar ini dibedakan menjadi empat kategori, yaitu : sudut pengambilan gambar, ukuran *shot*, gerakan kamera, dan gerakan objek (Askurifai Baksin. 2003 : 32).

Sudut Pengambilan Gambar

1. Bird Eye View

Teknik ini dilakukan dengan ketinggian kamera di atas ketinggian objek yang direkam. Hasilnya memperlihatkan lingkungan yang demikian luas dengan benda-benda lain yang tampak di bawah demikian kecil dan berserakan tanpa mempunyai makna.

2. High Angle

Artinya, sudut pengambilan dari atas objek sehingga kesan objek jadi mengecil. Selain itu teknik pengambilan gambar ini mempunyai kesan dramatis, yakni kesan “kerdil”.

3. Low Angle

Sudut pengambilan dari arah bawah objek sehingga kesan objek jadi membesar. Kesan dramatis yang diperoleh adalah *prominence* (keagungan).

4. Eye Level

Sudut pengambilan gambar sejajar dengan objek. Teknik ini tidak memberikan kesan dramatis karena dalam kondisi *shot* yang biasa saja.

Hasilnya memperlihatkan tangkapan pandangan mata seseorang yang berdiri atau pandangan mata seseorang yang memiliki ketinggian tubuh tepat tingginya sama dengan objek.

5. Frog Eye View

Teknik yang dilakukan kameraman dengan ketinggian kamera sejajar dengan dasar (alas) kedudukan objek atau dengan ketinggian yang lebih rendah dari dasar (alas). Dengan teknik ini dihasilkan satu pemandangan objek yang besar, mengerikan, dan penuh misteri.

2.4 Altruisme

Altruisme adalah suatu doktrin etis yang memegang bahwa individu mempunyai suatu kewajiban etis untuk membantu, melayani, atau bermanfaat

bagi orang lain, jika perlu pengorbanan diri. Versi Auguste Comte tentang Altruisme telah disetujui oleh para ahli yang lain. Orang yang bersangkutan dengan etika ini disebut sebagai " Altruisme."

Istilah Altruisme kadang-kadang digunakan secara bergantian dengan *tingkah laku prososial*, tetapi Altruisme sejati adalah kepedulian yang tidak mementingkan diri sendiri melainkan untuk kebaikan orang lain. (Baron & Byrne, 2003: 93)

Manusia merupakan makhluk sosial yang saling membutuhkan sehingga mereka saling tolong menolong. Perilaku altruisme merupakan perilaku menolong yang tidak mengharapkan imbalan yang dimotivasi untuk mensejahterakan orang lain.

Kata " Altruisme" berasal dari kata perancis, *altru* yang artinya Adalah orang lain, telah diciptakan Auguste Comte, Pendiri paham positivisme, dalam rangka menguraikan doktrin etis yang ia dukung. Ia percaya bahwa individu mempunyai suatu kewajiban moral untuk meninggalkan kepentingan diri dan mengharapkan orang lain. Comte mengatakan, dalam teori Catechisme Positiviste nya, bahwa:

“sudut pandang sosial tidak boleh mentoleransi tanggapan-tanggapan hak dikarenakan tanggapan ini berdasarkan individualisme. Kita dilahirkan di bawah kewajiban yang sangat banyak, yang telah ditinggalkan oleh pendahulu dan para leluhur kita, untuk itu para generasi yang hidup di jaman sekarang memiliki kewajiban untuk meningkatkan, Diwaktu yang tersisa ini sebelum kembali untuk memperbaikinya... ini “ untuk kebutuhan kehidupan orang lain”

Rumusan yang paling sah untuk kesusilaan manusia memberikan kebenaran langsung secara eksklusif yang memiliki naluri sifat kebaikan, kewajiban kita untuk menolong sesama manusia, merupakan tugas kita seluruh

umat manusia. Berbagai ahli filsafat menggambarkan doktrin etis dalam berbagai jalan, tetapi semua definisi biasanya berbelit-belit, diantara suatu kewajiban moral yang bermanfaat bagi orang lain atau moral untuk menghargai melayani orang lain dibanding dirinya sendiri. Ahli filsafat C.D. Board Altruisme seperti " doktrin yang masing-masing dari kita mempunyai suatu kewajiban khusus untuk bermanfaat bagi orang lain." Ahli filsafat W.G. Maclagan menggambarkan " suatu tugas untuk membebaskan kesusahan dan mempromosikan kebahagiaan tentang pertolongan...

Jika seseorang melakukan suatu tindakan demi kepentingan orang lain untuk mendapatkan keuntungan diri sendiri, maka hal itu bukanlah aktivitas bermotivasi altruistik. Ada beberapa perspektif berbeda dalam membedakan "benefit" (atau "kepentingan"). Keuntungan materi (misalnya, uang, imbalan bersifat fisik/hadiah, dll) jelas merupakan suatu benefit, sementara hal-hal yang termasuk dalam keuntungan materi dan imateri (perhatian, kehormatan, kebahagiaan, kepuasan, dll) merupakan keuntungan yg bersifat filosofi.

Berdasarkan egoisme filosofi (*philosophically egoism*), ketika orang-orang melakukan aktivitas altruistik, mereka tidak memiliki motivasi altruistik. Mereka yang biasanya melakukan hal ini ketika dalam hidupnya melakukan suatu hal demi kepentingan orang lain tanpa mendapatkan timbal balik secara materi (atau berkorban materi) bagi diri mereka sendiri, motivasi dasar mereka melakukan hal adalah semata-mata demi kepuasan batin mereka sendiri. Kritikan terhadap teori adalah,; dengan kata lain, tidak dapat dibuktikan karena keuntungan imateri seperti "rasa puas" tidak dapat diukur atau dibuktikan ketika orang melakukan tindakan altruistik.

Hipotesis altruisme-empati (*Empathy-altruism*) menyatakan bahwa ketika seorang individu merasakan empati terhadap seseorang yang memerlukan, individu tersebut secara altruistik termotivasi untuk membantu orang tersebut; secara naluri sang individu peduli terhadap kesejahteraan orang lain, bukan untuk dirinya sendiri.

Mengalami empati yang lebih murni yang memotivasi perilaku altruistik.. mereka yang mengambil perspektif “ membayangkan *self*”. Juga mengalami empati; di samping itu, perasaan akan tekanan meningkatkan motif egoistik atau kepentingan pribadi yang dapat mempengaruhi altruisme.

Empati meliputi komponen afektif dan kognitif (Duan,2000). Secara afektif, orang yang berempati merasakan apa yang orang lain rasakan (Darley, 1993). Secara kognitif, orang yang berempati memahami apa yang orang lain rasakan dan mengapa (Azar, 1997). Jadi, empati berarti tidak hanya seperti pernyataan populer Presiden Clinton “ saya merasakan penderitaanmu”, tetapi juga , “saya mengerti penderitaanmu”.

Secara umum, altruisme berarti menolong sesama tanpa mengharapkan imbalan (secara fisik) dari orang tersebut, hanya demi mendapatkan “rasa senang”, kepuasan, penghargaan terhadap diri sendiri, pemenuhan kewajiban (agama, atau ideology atau semata-mata karena panggilan hati) dan sebagainya. Oleh karena itu, seseorang tidak perlu berspekulasi terhadap motivasi altruistik.

Manusia tidak hanya bersifat altruistik kepada anggota keluarga, rekan kerja, namun dapat juga bersikap altruistik terhadap orang-orang yang justru tidak mereka kenal dan belum pernah bertemu, contohnya beberapa orang menyumbang

untuk suatu badan amal internasional atau menjadi sukarelawan untuk orang-orang yang kurang beruntung.

Cukup masuk akal jika diklaim bahwa para pelaku altruistik ini melakukan sikap altruistik untuk mendapatkan timbal balik. Analisis *game theory* dari strategi ‘berjaga-jaga’ ini, prinsipnya adalah menolong setiap orang jika seandainya ia mendapatkan sesuatu sebagai balasan. Disebut sebagai *non-optimal strategy*, dimana usaha yang dikeluarkan (timbal) jauh lebih banyak daripada keuntungan yang didapatkan (balik). www.wikipedia.org

Fakta bahwa banyak aspek dari kepribadian terlihat dalam tingkah laku prososial telah menyebabkan para peneliti menyatakan bahwa suatu kombinasi dari factor-faktor yang relevan menentukan apa yang disebut sebagai kepribadian altruistik.

Untuk memilah-milah komponen-komponen kepribadian Altruistik, Bierhoff, Klein, dan Kramp (1991) memilih beberapa variable kepribadian yang sebelumnya telah ditemukan untuk memprediksi tingkah laku prososial dan kemudian menguji kekuatan prediktifnya dengan membandingkan orang-orang yang menolong pada situasi darurat di kehidupan nyata dengan orang-orang yang tidak menolong. Faktor disposisional yang menyusun kepribadian altruistik (*altruistic personality*) adalah sebagai berikut:

1. Empati. Seperti yang mungkin telah anda duga, mereka yang menolong ditemukan mempunyai empati lebih tinggi dari pada mereka yang tidak menolong. Partisipan yang paling altruistik menggambarkan diri mereka sebagai bertanggung jawab, bersosialisasi, menenangkan, toleran, memiliki *self-control*, dan termotivasi untuk membuat impresi yang baik.

2. mempercayai dunia yang adil. Orang yang menolong mempersepsikan dunia sebagai tempat yang adil dan percaya tingkah laku yang baik diberi imbalan dan tingkah laku yang buruk diberi hukuman. Kepercayaan ini mengarah pada kesimpulan bahwa menolong orang yang membutuhkan adalah hal yang tepat untuk dilakukan dan adanya pengharapan bahwa orang yang menolong akan mendapat keuntungan dari melakukan sesuatu yang baik.
3. tanggung jawab sosial. Mereka yang paling menolong mengekspresikan kepercayaan bahwa setiap orang bertanggung jawab untuk melakukan yang terbaik untuk menolong orang yang menolong.
4. *locus of control* internal. Ini merupakan kepercayaan individual bahwa dia dapat memilih untuk bertingkah laku dalam cara yang memaksimalkan hasil akhir yang baik dan meminimalkan yang buruk. Mereka yang menolong memiliki *locus of control* internal yang tinggi. Mereka yang tidak menolong, sebaliknya, cenderung memiliki *locus of control* eksternal dan percaya bahwa apa yang mereka lakukan tidak relevan, karena apa yang terjadi diatur oleh keuntungan, takdir, orang-orang yang berkuasa, dan faktor-faktor tidak terkontrol lainnya.
5. egosentrisme rendah. Mereka yang tidak menolong tidak bermaksud untuk menjadi egosentris, *self-absorbed*, dan kompetitif. (Baron & Byrne, 2003: 117)

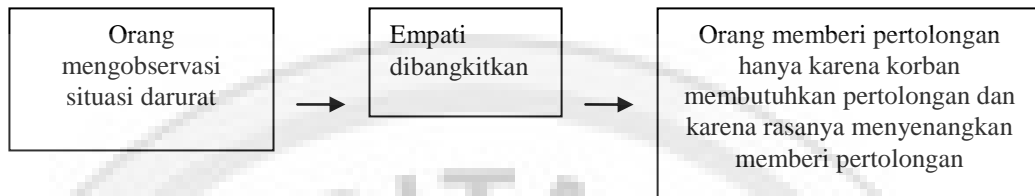
Lima karakteristik kepribadian ini ditemukan di antara orang-orang di Eropa yang secara aktif di tahun 1940-an menyelamatkan yahudi dari pembunuhan Nazi (Oliner & Oliner, 1998)

Penjelasan Teoritis Untuk Tingkah Laku Altruisme

Hipotesis empati altruisme

Motivasi untuk menolong

Alasan mengapa terjadi



Cialdini dan kolega-koleganya (1997) menyetujui bahwa empati menimbulkan perilaku altruistik tetapi berpendapat bahwa ini hanya terjadi ketika partisipan mempersepsikan suatu tumpang tindih antara *self* dengan orang lain. Jika orang lain mempunyai tumpang tindih dengan dirinya maka sebagai akibatnya, hal ini menjadi bagian dari *self-concept*, di mana partisipan yang membantu sebenarnya sedang menolong dirinya sendiri. Peneliti-peneliti ini menunjukkan bukti bahwa tanpa adanya perasaan ini, perasaan empati tidak meningkatkan pertolongan. Batson dan kolega-koleganya (1997) merespons dengan bukti tambahan yang mengindikasikan bahwa persepsi tumpang tindih (*overlapping*) tidaklah perlu, empati mengarah kepada pertolongan bahkan ketika tidak ada perasaan satu (*oneness*)

2.5 Konseptualisasi Semiotika

Semiotika adalah ilmu tanda, telah dibahas sejak Ferdinand de Saussure yang menyebutnya *semiologie*. Semiotika kemudian berkembang dan diterapkan dalam berbagai pengkajian ketika segala hasil kebudayaan manusia dianggap sebagai teks: dari teks tertulis sampai bangunan, dari upacara sampai sinema.

Pengertian tanda mempunyai sejarah yang panjang yang bermula dalam tulisan-tulisan Yunani Kuno. Namun, yang sekarang berpengaruh adalah para ilmuwan yang menulis dalam abad ke -19, dan pengaruh itu pun baru dirasakan pada pertengahan abad ke-20 ini. Untuk teori tanda, terdapat dua istilah, yaitu *semiologi* dan *semiotik* yang sebenarnya mengacu pada hal yang sama.

Secara etimologis, istilah *semiotik* berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti “tanda”. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain (Eco dalam Sobur. 2002:95). Istilah *semeion* nampaknya diturunkan dari kedokteran *hipokratik* atau *asklepiadik* dengan perhatiannya pada simptomatologi dan diagnostik inferensial (Sinha dalam Kurniawan dalam Sobur. 2002 : 95).

Perbedaan istilah itu menunjukkan perbedaan orientasi. Semiologi mengacu pada tradisi Eropa yang bermula pada Ferdinand de Saussure (1857-1913), sedangkan Semiotik mengacu pada tradisi Amerika yang bermula pada Charles Sanders Peirce (1839-1914). Penerus Saussure yang berpengaruh antara lain adalah Louis Hjelmslev (1899-1965), sedangkan penerus Peirce adalah antara lain Charles Morris (1901-1979).

Dengan Roman Jakobson (1896-1982) kita berhadapan dengan seorang pakar yang berpengaruh pada perkembangan linguistik, sosiolinguistik, antropologi, dan semiotik itu sendiri dengan model komunikasinya. Disamping tokoh-tokoh tersebut, perlu disebutkan pula dua tokoh yang berpengaruh pada perkembangan teori semiotika, yaitu Roland Barthes (1915-1980) dan Umberto Eco (1932-....).

Menurut Masinambow dalam pengantar kumpulan makalah seminar semiotik, perbedaan pokok antara Saussure dan Peirce adalah dalam hal peranan

yang diberikan kepada realitas. Untuk Saussure sekali realitas berdampak pada batin (*mind*), atau pikiran, selanjutnya eksistensinya berlanjut terlepas dari realitas itu yang pada gilirannya berpengaruh pada persepsi dari realitas itu.

Untuk Pierce, realitas itu berada diluar batin, dan merupakan dua hal yang saling berpisah. Dengan Morris yang memberikan warna behavioristik pada teori Pierce, realitas eksternal diberikan pengaruh yang dominan, artinya tidak ada dualisme antara yang eksternal dan yang internal. Proses yang tampak eksternal tidak berbeda dari yang terjadi secara internal. (Semiotik Kumpulan Makalah Seminar. 2000:12).

Dilihat dari sudut orientasi akademis, Pierce mengembangkan sistemnya dalam kerangka filsafat, sedangkan Saussure dalam kerangka linguistik. Oleh karena itu, sistem semiotik yang dikembangkan Pierce secara terperinci mempersoalkan sifat dan hakikat tanda (*sign*) dalam kaitan dengan keseluruhan realitas sebagai permasalahan teori pengetahuan atau epistemologi. Saussure memusatkan perhatian pada pertalian antar tanda dan pertalian itu dianggapnya unsur pembentuk makna. Tanda untuk semiotik adalah sesuatu yang mengacu atau menggantikan sesuatu yang lain, dan “yang sesuatu” itu secara potensial mencakupi semua unsur dari realitas.

Memang semiotika selalu identik dengan perbedaan antara pola pikir kedua tokoh ini. Namun perbedaan yang muncul tidak seharusnya menjadi hal yang membuat perseteruan. Saussure dan Pierce justru sebenarnya memperlihatkan suatu yang saling mengisi dan melengkapi. Saussure yang lalu identik dengan semiotika signifikasi (*Semiotics of Signification*) dan Pierce yang diidentikan dengan semiotika komunikasi (*Semiotics of Communication*).

Semiotika signifikasi yang berakar pada pemikiran linguistik Saussure, meskipun lebih menaruh perhatian pada tanda sebagai suatu sistem dan struktur, akan tetapi tidak berarti mengabaikan penggunaan tanda secara konkret oleh individu-individu di dalam konteks sosial. Semiotika komunikasi yang mempunyai jejaknya pada pemikiran Pierce, meskipun menekankan ‘produksi tanda’ secara sosial dan proses interpretasi yang tanpa akhir (*semiosis*), akan tetapi tidak berarti mengabaikan sistem tanda. Kedua semiotika justru hidup dalam relasi saling mendinamisasi.

Apa yang secara epistemologis disebut “semiotika signifikasi”, pada prinsipnya adalah semiotika pada tingkat *langue* (analisis bahasa sebagai sebuah sistem), sementara “semiotika komunikasi”, adalah semiotika pada tingkat *parole* (bahasa sebagaimana ia digunakan secara nyata oleh individu-individu dalam berkomunikasi secara sosial).

Van Zoest dalam Sobur mengatakan bahwa manusia adalah *homo semioticus*. Namun, meskipun dalam semiotika manusia disebut sebagai *homo semioticus* Erns Cassirer dan Susanne Langer dalam keputakaan filsafat, manusia disebut *animal symbolicum* (Noerhadi dalam Sobur. 2003 : 14).

Tanda-tanda (*signs*) adalah basis dari seluruh komunikasi (Littlejohn, 1996 : 64). Manusia dengan perantaraan tanda-tanda, dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya. Banyak hal bisa dikomunikasikan di dunia ini.

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*)

memaknai hal-hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*).

Penggunaan metode semiotika dalam berbagai penelitian terkait, harus didasarkan pada pemahaman yang komprehensif mengenai elemen-elemen dasar semiotika. Elemen-elemen itu adalah :

1. Komponen Tanda (Penanda/Petanda).
2. Aksis Tanda (Sintagma/Sistem).
3. Tingkatan Tanda (Denotasi/Konotasi).
4. Relasi Antar Tanda (Metapora/Metonimi).

2.5.1 Semiologi Roland Barthes

Menurut Yasraf Piliang dalam wawancara dengan penulis, Roland Barthes dikenal sebagai salah seorang pemikir yang hidup di dua era yaitu strukturalis dan post-strukturalis yang sangat giat mempraktikkan model linguistik dan semiologi Saussurean. Ia juga intelektual dan kritikus sastra Perancis yang ternama. Barthes berpendapat bahasa adalah sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu.

Roland Barthes lahir pada tahun 1915. Ia adalah seorang pengikut Marxian dan Sartrean. Barthes telah banyak menulis buku, yang beberapa diantaranya telah menjadi rujukan penting untuk studi semiotika di Indonesia termasuk penelitian ini yaitu buku Mitologi yang merupakan terjemahan dari buku Barthes yang menjadi sorotan yaitu *Mythologies* (1957).

Bagi Barthes, tanda bersifat polisemis. Makna yang dimiliki oleh tanda bersifat potensial. Oleh karena itu makna tanda memerlukan keterlibatan aktif para pembaca dan kompetensi budaya yang mereka hadirkan di dalam citra teks

agar secara temporer 'menetapkan' makna suatu tanda untuk jadi tujuan tertentu. Jadi interpretasi tanda/teks tergantung kepada kapasitas dan budaya pembaca dan pengetahuan mereka tentang kode-kode sosial. Oleh karena itu tanda dapat ditafsirkan dengan berbagai cara. Tanda tidak pernah memiliki makna yang tetap dan stabil.

Di sisi lain ketika makna dinaturalisasikan dan diterima umum sebagai sesuatu yang sudah final dan dianggap sebagai sesuatu yang normal dan alami, maka ia berubah menjadi mitos, menjadi bersifat hegemonik. Ia berubah menjadi peta makna konseptual yang mengarahkan untuk memahami dunianya.

Salah satu area penting yang dirambah Barthes dalam studinya tentang tanda adalah peran pembaca (*the reader*). Konotasi, walaupun merupakan sifat asli tanda, membutuhkan keaktifan pembaca agar dapat berfungsi. Barthes secara panjang lebar mengulas apa yang sering disebut dengan sistem pemaknaan tataran ke-dua, yang dibangun diatas sistem lain yang telah ada sebelumnya. Sistem kedua ini oleh Barthes disebut dengan *konotatif*, yang didalam buku *Mitologi*-nya secara tegas ia bedakandari *denotatif* atau sistem pemaknaan tataran pertama.

Dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Sesungguhnya, inilah sumbangan Barthes yang sangat berharga bagi penyempurnaan semiologi Saussure, yang berhenti pada tataran denotatif.

Dapat dikatakan bahwa dalam tingkat Konotasi yang bisa berupa mitos terdapat dua sistem semiologis, di mana salah satu dari dua sistem tersebut disusun berdasarkan keterpautannya dengan yang lain : sistem linguistik, bahasa (atau cara representasi yang diasimilasikan ke dalamnya) atau yang Barthes bilang

sebagai *bahasa-objek*, sebab ia adalah bahasa yang menjadi sandaran mitos dalam membentuk sistemnya sendiri; dan mitos itu sendiri, juga dapat disebut dengan istilah metabahasa, karena ia adalah bahasa kedua, dimana orang berbicara tentang yang pertama.

2.5.2 Semiotika Sinematografi

Saussure dan Pierce boleh dikatakan sebagai Bapak Semiotika Strukturalis, dan walaupun ada banyak usaha di luar pemikiran kontinental tentang semiotika film, tidak dapat dilupakan adanya tokoh lain yang pantas menyandang gelar sebagai figur utama dalam semiotika yang menghususkan diri untuk sinematografi, ia adalah Christian Metz dari *Ecole des Hautes Etudes et Science Sociales* (EHESS) Paris.

Berangkat dari pendekatan Metz tentang “Teori Film” (“*Theorie du Film*”), sumbangan Metz pada teori film adalah usaha untuk menggunakan , baik peralatan konseptual linguistik struktural untuk meninjau kembali teori film yang sudah ada yang membawa kita pada semiologi klasik. Dengan kata lain, semiologi Metz lebih “cermat” daripada teori/analisis film sebelum dia ini tidaklah berangkat dari yang baru sama sekali.

Yang membedakan Metz dan Saussure adalah penempatan *Langue* dalam sinematografi. Saussure secara umum menonjolkan identifikasi signifikasi pada tingkat *Langue* (bahasa manusia biasa dalam bentuk sistem), sedangkan Metz mencoba menempatkan sinema dapat dikelompokkan dalam *langage* (bahasa pada tingkat umum : bahasa binatang, tanda lalu lintas, dll.). itu semua dikarenakan karena sinema tidak memiliki padanan “artikulasi ganda” (*double articulation*).

Di dalam sinematografi Metz berkesimpulan bahwa sebuah *shot* lebih dekat dengan kalimat daripada kata. Dia memberi contoh seseorang yang berjalan di jalanan, hal yang sepadan dengan kalimat : *seseorang berjalan di jalanan*, suatu padanan yang dijelaskan sebagai suatu yang aproksimatif saja (Masak dalam Kumpulan Seminar Semiotik. 2000 : 282).

Sebetulnya, tanda-tanda film itu melakukan sesuatu yang tidak jauh berbeda dengan roman atau novel. Film tersebut menyajikan "teks" fiksional yang memunculkan dunia (fiktif global) yang mungkin ada. Jika kita hendak menganalisis penyusunan struktur dan aktivitas semiotika film-film ini, menurut van Zoest, konsep-konsepnya dapat kita pinjam dari teori bercerita dan berkisah yang berorientasikan semiotika. Hal ini memang juga terjadi, antara lain dalam analisis yang dilakukan Christian Metz dan, dalam bahasa Belanda, J.M. Peters yang dalam hal ini, telah membela kepentingan studi film.

Film menuturkan ceritanya dengan cara khususnya sendiri. Kekhususan film adalah mediumnya, cara pembuatannya dengan kamera dan pertunjukannya dengan proyektor dan layar. Van Zoest mengatakan :

"Semiotika film untuk membuktikan hak keberadaannya-yang dalam hal-hal penting perilaku anti-sosial dari sintaksis dan semantik teks dalam arti harfiah- harus memberikan perhatian khusus pada kekhususan tersebut." (Sobur. 2003 : 128).