

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Realitas akan pentingnya komunikasi dalam kehidupan manusia dewasa ini telah menjadi sesuatu yang tidak dapat disangkal lagi. Komunikasi adalah tentang bagaimana manusia saling menukar informasi dalam bentuk lambang-lambang yang dipahami bersama oleh masing-masing yang terlibat dalam suatu kegiatan komunikasi. Selain sebagai makhluk individu, manusia adalah makhluk sosial yang membutuhkan keberadaan orang lain. Berinteraksi adalah salah satu kebutuhan sosial dasar manusia. Komunikasi adalah peristiwa sosial, peristiwa yang terjadi ketika manusia berinteraksi dengan manusia lain (Rahmat, 1995: 28). Dalam kegiatan komunikasi itu sendiri harus melalui *channel* (saluran) agar informasi tersebut sampai kepada yang dituju, contohnya melalui media massa. Media massa terbagi atas beberapa jenis, salah satunya film.

Film merupakan salah satu bentuk seni *audio-visual* hasil dari perkembangan ilmu dan teknologi informasi yang bersifat kompleks, menghibur, dan universal. Di dalam realitas, film adalah bentuk kesenian yang merupakan media hiburan massa. Dalam kapasitasnya, film mempunyai empat fungsi dasar: fungsi informasi, instruksional, persuasif dan hiburan (Siregar, 1985: 29). Dalam perkembangannya, industri film dari masa ke masa selalu mengalami kemajuan dan perkembangan yang cepat, khususnya

film-film produksi Hollywood. Berawal dari film bisu hingga film canggih pada saat ini, dari pertunjukan film sederhana di Nickelodeon sampai jaringan distribusi yang sangat luas saat ini, film-film Hollywood telah berkembang menjadi komunikasi massa yang menjadi lahan bisnis dan menjanjikan keuntungan sangat besar.

Hollywood merupakan pusat industri perfilman terbesar, dengan jaringan distribusi yang tersebar hampir di seluruh dunia. Di Amerika film telah menjadi lahan bisnis yang melibatkan sumber daya manusia dan modal yang luar biasa besarnya. Film Hollywood adalah kolaborasi nyata antara sisi artistik dan hiburan. Film-film tersebut tidak hanya menghibur, namun juga dapat dinikmati sebagai karya seni. Hebatnya para pembuat film di Hollywood mengetahui apa yang ingin dilihat oleh penonton dalam karyanya itu, dengan tetap menjaga sisi artistik dan kualitas penggarapan. Hal ini mungkin dapat menjawab pertanyaan tentang mengapa film-film Amerika begitu disukai oleh penonton diseluruh dunia, termasuk Indonesia (Adi, 2008: XV). Pada akhirnya hal tersebut berimbas pada industri film-film lokal yang semakin terpuruk akibat dominasi film-film Hollywood.

Persepsi orang terhadap apa yang diciptakan dan ditampilkan melalui film-film Hollywood juga lebih sering merupakan persepsi “versi Amerika”, seperti penciptaan tokoh *hero* dan penjahat dalam film laga Amerika. Film-film Hollywood lebih sering menampilkan sosok *hero* adalah berkulit putih Amerika dan penjahat berkulit hitam, Asia, Arab, dan Latin, maka penggambaran sosok *hero* dan penjahat tersebut merupakan persepsi “versi

Amerika”. Jadi film Hollywood mempunyai kekuatan untuk membentuk realitas bahwa *hero* adalah seorang kulit putih dan penjahat adalah kulit hitam, Asia, Arab dan Latin, sehingga ras kulit putih memiliki superioritas dalam melawan para penjahatnya.

Sebagian besar film-film Hollywood menggambarkan sosok *hero* identik dengan maskulinitas. Sosok *hero* laki-laki yang ditampilkan adalah laki-laki muda, kulit putih, ganteng, dan atletis. Ia juga membangun hubungan dengan wanita (heteroseksual) sebagai satu hal yang membangun maskulinitas, bahkan film *super hero* tidak pernah menampilkan tokoh utama (*hero*) selain ras kulit putih, contohnya adalah film *Spiderman*. Peter Parker sebagai tokoh utamanya (*hero*) sangat jelas kelihatan karakter maskulinitasnya. Ia juga menjalin hubungan dengan wanita cantik yang bernama Marry Jane Watson.

Simbol *hero* dalam film-film Hollywood yang direpresentasikan melalui tokoh protagonis lebih sering ditampilkan sebagai sosok yang kuat dengan tubuh berotot karena seorang *hero* harus melakukan tindakan-tindakan berani dan berbahaya untuk melindungi yang lemah (Adi, 2008:104). Hal ini bisa terlihat dalam film kartun *Popeye*, *He-Man*, dan *Hercules*. Secara fisik sudah menunjukkan bahwa mereka menggambarkan seorang *hero* yang ditunjukkan melalui bentuk tubuh. Bentuk tubuh mereka yang kuat, berotot, perut *six pack*, badan ideal atau paling tidak bentuk tubuh yang normal memungkinkan mereka untuk melakukan tindakan heroisme.

Lain halnya film animasi *Kung Fu Panda* yang merupakan salah satu dari sekian banyak film Hollywood yang merepresentasikan *hero*. Film *Kung Fu Panda* menggambarkan *hero* berbeda dari penggambaran-penggambaran film lain, khususnya film Hollywood. *Hero* dalam film ini digambarkan melalui tokoh utama yang bernama Po (Jack black). Po adalah seekor panda yang gemuk, gendut, lucu, dan gemar makan. Ia sangat mencintai *kung fu* dan sangat mengidolakan pendekar tergnas China (*The Farious Five*) yaitu Tiger (Angelina Jolie), Monkey (Jackie Chan), Mantis (Seth Rogen), Viper (Lucy Liu), and Crane (David Cross). Ia mempunyai keinginan yang kuat untuk menjadi pendekar *kung fu*. Sampai pada suatu hari ia bermimpi menjadi master *kung fu* yang sangat disegani, bahkan pendekar tergnas China (*The Furious Five*) menaruh hormat kepadanya. Namun pada kenyataannya ia hanyalah seorang anak penjual mie yang gendut dan gemuk. Sehari-hari ia membantu ayahnya Mr. Ping (James Hong) menjual mie di restorannya, dan secara garis keturunan ia adalah keturunan penjual mie. Ayahnya pun menginginkan Po untuk mewarisi restorannya kelak. Kenyataan seperti itu membuat Po susah untuk mewujudkan cita-citanya menjadi pendekar *kung fu*, bahkan hampir tidak mungkin menjadi pendekar *kung fu*. Akan tetapi berawal dari mimpi tersebut Po akhirnya menjadi pendekar *kung fu* yang sangat disegani. Ia pun menjadi penyelamat warga *Valley of Peace* dari kejahatan Macan Salju, Tai Lung (Ian McShane), walaupun ia tidak menunjukkan ciri-ciri pahlawan apalagi dunia *kung fu*. Ia juga membawa kedamaian bagi gurunya Master Shifu (Dustin Hoffman), seekor panda merah.

Mengingat ini adalah film animasi dan semua tokoh dalam film tersebut digambarkan melalui binatang, sehingga adegan yang tidak masuk akal serta melawan logika sangat bisa diterima. Justru itulah yang membuat film ini menjadi unik dengan pengisi suara bintang-bintang terkenal Hollywood seperti Jack Black, Angelina Jolie, Jackie Chan, dan Dustin Hoffman, Seth Rogen, Lucy Liu, David Cross, dan Randal Duk Kim. Meskipun hanya mengisi suara, kemampuan mereka menghidupkan karakter memang mengagumkan (www.suarapembaruan.com diakses 31 Oktober 2009). Sensasi *kung fu* yang biasa dihadirkan para aktor bela diri, seperti Jacky Chan dan Jet Lee, kini bisa dinikmati dengan pemandangan berbeda. Adegan-adegan lucu juga tersaji dalam film tersebut khususnya melalui tokoh Po dan gurunya Master Shifu, sehingga membuat suasana jadi lebih segar. Selain itu pesan yang tersirat maupun tersurat terlihat dalam film ini, terutama pesan-pesan moral dari kata-kata bijak yang dikeluarkan gurunya Master Shifu, si kura-kura Master Oogway (Randal Duk Kim).

Kung Fu Panda sangat menghibur dari segi cerita, musik, maupun animasinya. Yang paling berkesan dari film tersebut sebenarnya isi atau pesan dari keseluruhan cerita. Di dalamnya banyak sekali teladan sikap untuk meraih keberhasilan dan hidup lebih baik (Ho, 2009 dalam <http://pembelajar.com/belajar-dari-kung-fu-panda>, diakses 31 Oktober 2009)

Film yang disutradarai Mark Osborn dan John Stevenson terbilang sukses dari segi pendapatan maupun penghargaan. Dari segi pendapatan film komedi garapan *Dream Work Animation* tersebut telah menghasilkan US\$ 200 juta atau Rp 1,9 triliun di Amerika Serikat dan US\$ 600 atau Rp 5,7

triliun di seantero dunia sejak diluncurkan awal Juni 2008. Pendapatan dari *Kung Fu Panda* juga membuat *Dream Works Animation* menjadi pembuat film orisinal tersukses dan masuk dalam *World Wide Box-Office* (<http://tempointeraktif.com> diakses 31 Oktober 2009).

Dari segi penghargaan film *Kung Fu Panda* mendapatkan banyak penghargaan di ajang festival film. Film yang bergenre animasi, laga, komedi, dan keluarga ini merupakan nominasi festival film dunia *Academy Award* atau lebih dikenal Piala Oscar kategori film animasi terbaik, walaupun akhirnya harus kalah dari film animasi lainnya yaitu *WALL-E*. Film ini juga menjadi pemenang dalam ajang penghargaan *Annie Award* sebanyak 10 kategori dari 16 nominasi, dan juga pemenang dari dua ajang penghargaan lain yaitu *Huabiao Film Awards* dan *Kids' Choice Awards, USA*, serta masuk nominasi di 13 ajang penghargaan film lainnya (<http://www.imdb.com/title/tt0441773/awards> diakses 31 Oktober 2009). Ini membuktikan bahwa film *Kung Fu Panda* adalah film berkualitas yang patut ditonton.

Film ini bisa jadi adalah film animasi yang tidak hanya bisa dinikmati anak-anak. Walaupun ide cerita masih tak jauh dari film-film *kung fu* klasik era Bruce Lee, namun kehadiran Dustin Hofman dan Jack Black mampu membawa suasana segar dalam humor-humor mereka. *Action* yang disuguhkan pun bisa dibilang memukau. Koreografi *kung fu* yang disajikan mengingatkan pada karya-karya Yuen Wo-ping yang legendaris itu (<http://www.kapanlagi.com> diakses 31 Oktober 2009).

Sesuai judul filmnya “*Kung Fu Panda*” setting dalam film ini sangat jelas terdapat di China pada masa klasik karena memang *kung fu* dan panda identik dengan China. Detail budaya China baik dari makanan, busana, musik

atau bentuk geografis dibuat sangat meyakinkan. Ceritanya pun sebenarnya didasarkan pada cerita dongeng terkenal dari China. Lima Pendekar dalam film *Kung Fu Panda, The Legendary Various Five* diambil dari lima jurus maut dalam sejumlah film *kung fu* tahun 1980-an yang terkenal. Jurus Macan, Monyet, Belalang, Bangau dan Ular termasuk nama jurus yang terkenal tersebut, maka wajar dan cocok bila lima pendekar diwakili oleh lima hewan dari jurus-jurus terkenal film *kung fu*. *Zodiak* China juga ditampilkan dalam film ini yaitu ular, babi, kelinci, dan monyet.

Dalam setiap adegan pada film ini diyakini oleh penulis banyak terdapat tanda-tanda atau simbol yang menggambarkan *hero* baik melalui tokoh maupun suasana yang dibangun dalam film tersebut. Simbol-simbol *hero* yang terdapat dalam film ini bisa dalam bentuk bahasa, isyarat, maupun gambar adegan-adegan yang ada dalam film.

Melihat adanya *hero* yang direpresentasikan berbeda dari film-film Hollywood yang lain, maka penulis sangat tertarik untuk meneliti lebih lanjut film *Kung Fu Panda* ini. Dalam film ini Po sangat gigih dalam berlatih mencapai cita-citanya untuk menjadi pendekar *kung fu* yang pada akhirnya tercapailah cita-cita tersebut. Ia pun menjadi penyelamat sekaligus pembawa kedamaian bagi warga *Valley of Peace*, walaupun secara fisik dan latar belakang sejarah tidak memungkinkan untuk mencapai cita-cita tersebut.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah representasi *hero* dalam film *Kung Fu Panda*?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui representasi *hero* dalam film *Kung Fu Panda*.

D. Manfaat Penelitian

1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi inspirasi dan referensi bagi penelitian karya ilmiah selanjutnya terutama yang berhubungan dengan studi perfilman dengan menggunakan analisis semiotika.

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan diskusi dalam menambah keberagaman pemahaman tentang *hero* yang direpresentasikan dalam film.

E. Kerangka Teori

1) Komunikasi Sebagai Proses Produksi Makna

Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia. Pernyataan itu bentuknya berupa pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya. Dalam “bahasa” komunikasi pernyataan dinamakan pesan (*message*), orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator sedangkan orang yang menerima pernyataan diberi nama komunikan. Untuk tegasnya, komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Jika dianalisis pesan komunikasi terdiri dari dua aspek, pertama isi pesan (*the content of the message*), kedua lambang (*symbol*). Konkretnya isi pesan itu adalah pikiran atau perasaan, lambang adalah bahasa (Effendi, 1993: 28).

Selain komponen yang disebutkan diatas yaitu komunikator (*communicator*), pesan (*message*), dan komunikan (*communicate*), komunikasi itu sendiri melibatkan media (*channel*). Dalam proses komunikasi, komunikator mengirim pesan kepada komunikan melalui media yang telah dipilih dengan tujuan tertentu, sedangkan jawaban dari komunikator disebut umpan balik (*feedback*).

Jika dilihat secara etimologis komunikasi berasal dari perkataan latin “*communication*”. Istilah ini bersumber dari perkataan “*communis*” yang berarti sama; sama disini maksudnya sama makna atau sama arti. Jadi komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu

pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan. Jika tidak terjadi kesamaan makna antara kedua aktor komunikasi yaitu komunikator dan komunikan itu, dengan kata lain komunikan tidak mengerti pesan yang diterimanya, maka komunikasi tidak terjadi (*Ibid*: 30). Jadi tujuan dilakukannya komunikasi adalah untuk menyamakan pesan antara komunikator dan komunikan.

Sedangkan menurut Fiske (2004: 59) komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan tanda-tanda sebagai media. Persoalan komunikasi tidaklah sederhana sebagai suatu transfer pesan dari A ke B saja, sehingga perhatian utama diletakkan pada medium, saluran, transmitter, penerima, gangguan, dan umpan balik, yang juga terkait dengan proses pengiriman pesan. Komunikasi juga merupakan produksi dan pertukaran makna-makna yang olehnya disebut sebagai pembangkitan makna (*the generation of meaning*).

Tatkala saya berkomunikasi dengan anda, anda memahami apa maksud pesan saya, lebih kurang secara akurat. Agar komunikasi berlangsung, saya harus membuat pesan dalam bentuk tanda. Pesan-pesan itu mendorong anda untuk menciptakan makna untuk diri anda sendiri yang terkait dalam beberapa hal dengan makna yang saya buat dalam pesan saya. Makin banyak kita berbagi kode yang sama, makin banyak kita menggunakan sistem tanda yang sama, maka makin dekatlah makna kita berdua atas pesan yang datang pada masing-masing kita (*Ibid*).

Dapat dijelaskan bahwa ketika A berkomunikasi dengan B, maka A akan menyusun pesan dalam bentuk tanda-tanda agar komunikasi berlangsung. Pesan tersebut mendorong B untuk menciptakan makna bagi

dirinya sendiri yang berhubungan dengan makna yang dibuat oleh A dalam pesannya. Selanjutnya B akan melakukan interpretasi terhadap makna dari A. A dan B menggunakan kode-kode dan tanda yang sama sehingga pemaknaan terhadap pesan akan saling mendekati. Jadi B akan memahami apa maksud pesan dari A secara akurat.

Dalam memahami studi komunikasi, Fiske (2004: 8-9) membagi menjadi dua mazhab. Pertama adalah mazhab proses yang melihat komunikasi sebagai transmisi pesan. Bagaimana pengirim dan penerima mengkonstruksi pesan (*encode*) dan menerjemahkannya (*decode*), dan bagaimana *transmitter* menggunakan saluran dan media komunikasi. Ia melihat komunikasi sebagai proses yang dengannya seorang pribadi mempengaruhi perilaku atau *state of mind* pribadi yang lain. Jika efek tersebut berbeda atau lebih kecil dari pada yang diharapkan, mazhab ini cenderung berbicara tentang kegagalan komunikasi, dan melihat ke tahap-tahap dalam proses tersebut guna mengetahui dimana kegagalan tersebut terjadi.

Kedua adalah mazhab semiotika yang melihat komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna. Dalam pemahaman ini berkenaan dengan bagaimana pesan atau teks berinteraksi dengan orang-orang dalam rangka menghasilkan makna, yakni berkenaan dengan pesan teks dalam kebudayaan kita. Mazhab ini menggunakan istilah-istilah seperti pertandaan (*signification*), dan tidak memandang kesalahpahaman sebagai bukti yang penting dari kegagalan komunikasi. Hal itu mungkin akibat

dari perbedaan budaya antara pengirim dan penerima. Mazhab ini memandang studi komunikasi adalah studi tentang teks dan kebudayaan dan metode studinya yang utama adalah semiotika yaitu ilmu tentang tanda dan makna.

Masing-masing mazhab menafsirkan definisi tentang komunikasi sebagai bentuk dari interaksi sosial melalui pesan dengan caranya sendiri-sendiri. Mazhab proses mendefinisikan interaksi sosial sebagai proses hubungan seorang pribadi berhubungan dengan orang lain, mempengaruhi perilaku, *state of mind* atau respon emosional yang lain dan juga sebaliknya. Sedangkan mazhab semiotika mendefinisikan interaksi sosial sebagai pembentuk individu sebagai anggota dari suatu kebudayaan atau masyarakat tertentu (*Ibid*).

Kedua mazhab tersebut juga berbeda dalam pemahaman atas apa yang membentuk sebuah pesan. Mazhab proses melihat pesan sebagai sesuatu yang ditransmisikan melalui proses komunikasi. Tujuan merupakan suatu faktor yang krusial dalam memutuskan apa yang membentuk sebuah pesan. Pesan adalah apa yang pengirim sampaikan dengan cara apapun. Sedangkan mazhab semiotika, pesan merupakan suatu konstruksi tanda yang melalui interaksinya dengan penerima menghasilkan makna. Penekanan bergeser pada teks dan bagaimana teks itu dibaca. Jadi membaca adalah proses menemukan makna yang terjadi ketika pembaca berinteraksi atau bernegosiasi dengan teks. Negosiasi ini terjadi karena pembaca membawa aspek-aspek pengalaman budayanya

untuk berhubungan dengan kode dan tanda yang menyusun teks. Maka pembaca dengan pengalaman sosial yang berbeda atau dari budaya yang berbeda mungkin menemukan makna yang berbeda pada teks yang sama. Hal ini bisa dilihat bagaimana koran-koran yang berbeda melaporkan peristiwa yang sama secara berbeda (*Ibid*: 10-11).

Pesan itu sendiri merupakan seperangkat lambang yang bermakna yang disampaikan oleh komunikator (Effendi, 1993: 18). Bentuknya berupa gagasan yang diterjemahkan ke dalam simbol-simbol yang dipergunakan untuk menyatakan maksud tertentu. Pesan sendiri terbagi dalam dua kategori yakni verbal dan non verbal. Pesan verbal adalah pesan yang menggunakan kata-kata/ lisan, sedangkan yang dimaksud pesan non verbal adalah semua isyarat yang bukan merupakan kata-kata. Istilah non verbal biasanya digunakan untuk menggambarkan sebuah peristiwa komunikasi di luar kata-kata yang berbentuk lisan (Liliweri, 1991: 125). Jadi pesan itu merupakan lambang, simbol-simbol, kata-kata, dan isyarat-isyarat.

Baik pola, isyarat maupun simbol-simbol itu sendiri tidak mempunyai makna, karena hanya berupa perubahan-perubahan wujud perantara yang berguna untuk komunikasi. Namun terdapat kesepakatan dikalangan manusia sebagai pelaku komunikasi untuk memberikan makna pada simbol-simbol yang mereka pakai. Sedangkan seorang yang tidak mengenal sandi (kode) atau ketentuan-ketentuannya hanya akan menerka makna simbol-simbol tersebut. Orang-orang akan menggunakan pesan

yang sama secara bersama-sama untuk berkomunikasi (Kincaid dan Scram, 1987: 56).

Sebuah pesan memiliki dua makna denotasi dan konotasi. Konotasi berasal dari kata latin, *connotate*, ialah tanda yang mengarah kepada makna-makna kultural yang terpisah, atau dengan perkataan lain berbeda dengan kata dan bentuk lain dari komunikasi. Kata-kata konotasi melibatkan simbol-simbol, historis, dan hal-hal yang berhubungan dengan emosional (Berger, 2000: 15). Jadi makna konotasi keluar dari arti kata yang sesungguhnya. Lain halnya dengan makna denotasi yang menunjukkan arti yang sebenarnya dari kata-kata.

2) Film Sebagai Media Komunikasi

Para teoritikus film menyatakan bahwa film yang kita kenal dewasa ini merupakan perkembangan lanjut dari fotografi. Penyempurnaan fotografi terus berlanjut, yang kemudian mendorong rintisan penciptaan film alias gambar hidup (Sumarno, 1996: 2). Justru gerakan itulah yang merupakan unsur pemberi hidup kepada suatu gambar. Seiring dengan kemajuan jaman dan teknologi film tidak hanya sekedar dipahami gambar bergerak saja, melainkan diiringi dengan suara yang berupa dialog dan ilustrasi musik, serta warna yang dapat mempertinggi nilai kenyataan dalam film. Unsur-unsur tersebut membuat penonton seolah-olah melihat langsung dan bahkan merasakan sendiri kejadian dalam film tersebut. Tak heran apabila film mempunyai magnet yang

mampu meyedot khalayak dan mendapat tempat tersendiri dalam masyarakat. Selain itu film pada saat ini banyak mengandung pesan-pesan yang ingin disampaikan oleh pembuatnya (komunikator) seperti pesan-pesan moral, politik, kemanusiaan, dan lain-lain kepada khalayak (komunikan).

Makna yang diterima oleh komunikan tidak selalu sama, sistem pemaknaan dalam film berkaitan erat dengan khalayak yang menontonnya. Oleh karena itu film dimaknai berbeda-beda oleh tiap individu berdasarkan kemampuan berfikirnya yang mungkin karena faktor pengalaman masa lalu, tingkat pendidikan, dan budaya yang dimilikinya sehingga pada suatu film akan memiliki pemaknaan yang berbeda-beda terhadap realitas yang ada oleh masing-masing individu. Keberhasilan seseorang dalam memahami film secara utuh sangat dipengaruhi oleh pemahaman orang tersebut terhadap aspek naratif serta aspek sinematik dari sebuah film. Jadi jika film dianggap buruk bisa jadi bukan karena film tersebut buruk, tapi karena kita sendiri masih belum mampu memahaminya secara utuh (Pratista, 2008: 3).

Menyinggung mengenai pengertian film, Astrid Susanto (1982: 43) menjelaskan bahwa film merupakan kombinasi antara usaha penyampaian pesan melalui gambar yang bergerak, pemanfaatan teknologi kamera, warna dan suara, dimana unsur-unsur film tersebut dilatarbelakangi oleh suatu cerita yang mengandung suatu pesan yang ingin disampaikan oleh sutradara kepada suatu khalayak pesan. Jadi sutradara menggunakan

kemampuan imajinasinya untuk menginterpretasikan suatu pesan melalui film dengan mengikuti unsur-unsur dramaturgi yang menyangkut eksposisi (penyajian secara langsung atau tidak langsung). Peningkatan ketegangan yang menuju suatu klimaks dan menghasilkan jawaban atas hal yang terjadi sebelumnya. Banyak film pada saat ini merupakan cerminan kehidupan manusia sehari-hari serta ada juga yang mengangkat cerita nyata dalam masyarakat.

Dalam perkembangan teori film, mulai ada upaya dari beberapa teoritis untuk mencapai perspektif yang lebih mampu menangkap substansi film. Film tak lagi dimaknai sekedar sebagai karya seni (*film as arts*), tetapi oleh Turner dimaknai lebih sebagai praktik sosial (Irawanto, 1999: 11). Hal ini secara tak langsung menghapus konsep bahwa film hanya dipandang sebagai karya seni, seperti yang dikatakan Sumarno:

Ketika film ditemukan ia tidak langsung dinggap sebagai karya seni. Mula-mula film hanya dianggap sebagai tiruan mekanis dari kenyataan. Paling-paling film sebagai sarana untuk memproduksi karya-karya seni yang telah ada sebelumnya seperti teater. Pengakuan film sebagai karya seni terjadi melalui pencapaian-pencapaian dalam perjalanan sejarah film dan diperkuat dengan lahirnya seniman-seniman film (Sumarno, 1996: 9-10).

Dalam perspektif praktik sosial, film tidak dimaknai sebagai ekspresi seni pembuatnya, tetapi melibatkan interaksi yang kompleks dan dinamis dari elemen-elemen pendukung proses produksi, distribusi maupun eksebsi. Bahkan lebih luas lagi perspektif ini mengansumsikan interaksi antara film dengan ideologi kebudayaan dimana film diproduksi dan dikonsumsi. Perspektif praktik sosial melihat kompleksitas aspek-

aspek film sebagai medium komunikasi massa yang beroperasi di dalam masyarakat (*Ibid*).

Dalam kajian semiotika sendiri, film akan cenderung dipahami sebagai bahasa “*system of sign*” yang dipakai sebagai sarana komunikasi untuk menyampaikan gagasan-gagasan, emosi-emosi, maupun makna-makna. Film bukanlah sistem bahasa, tetapi lebih merupakan bahasa yang di dalamnya memuat berbagai sistem. Sebagai komunikasi searah, maka bahasa film tidak mengenal sistem. Pada masyarakat dewasa sekarang ini, film merupakan medium representasi yang paling *visible, pervasive*, dan paling banyak dikonsumsi. Tidak hanya memadukan narasi, *scene* dan gambar bergerak saja, namun melalui teknologi *audio visual* yang semakin canggih, film dapat ditambah dengan berbagai macam efek suara dan musik (Zaman, 1993: 22).

3) Representasi

Representasi merupakan kegiatan memproduksi makna melalui bahasa. Kegiatan manusia untuk mengekspresikan gagasan dalam bentuk bahasa disebut representasi (Rajiyem dan Agus, 2004: 313). Jadi lewat bahasa (simbol-simbol dan tanda tertulis, lisan, atau gambar) kita mengungkapkan pikiran, konsep, dan ide-ide kita tentang sesuatu. Makna sesuatu hal sangat tergantung dari cara kita merepresentasikannya.

Bahasa sendiri jika mengutip dari pendapat Saussure merupakan sistem tanda yang mengekspresikan ide-ide yang dapat dibandingkan

diantara sistem penulisan, alfabetis/ tanda bagi tuna rungu/ wicara, simbol-simbol ritual, lambang-lambang militer, dan sebagainya (Berger, 2000: 6). Bahasa sangatlah luas, tidak terbatas pada bahasa verbal tetapi juga imajinasi visual, bahasa tubuh, ekspresi muka bahkan musik bisa disebut bahasa (Hall dalam Rajiyem dan Agus, 2004: 313-314). Berbagai tanda bahasa yang saling berelasi kemudian akan membentuk teks (*text*). Istilah teks sendiri berasal dari Bahasa Latin *texture* yang berarti rajutan, sehingga teks dapat diartikan sebagai rajutan dari berbagai tanda bahasa yang melahirkan makna-makna. Makna inilah yang kemudian disebut representasi (*representation*) (Burton dalam Junaedi, 2007: 64).

Ada beberapa unsur penting dalam representasi yang lahir dari teks media massa. Pertama adalah stereotipe yaitu pelabelan terhadap sesuatu yang sering digambarkan secara negatif. Kedua adalah identitas, yaitu pemahaman kita terhadap kelompok yang direpresentasikan. Pemahaman ini menyangkut siapa mereka, nilai apa yang dianutnya dan bagaimana mereka dilihat oleh orang lain baik dari sudut pandang positif maupun negatif. Ketiga adalah pembedaan (*difference*), yaitu mengenai pembedaan antar kelompok sosial, dimana satu kelompok diposisikan dengan kelompok yang lain. Keempat, naturalisasi (*naturalization*), yaitu strategi representasi yang dirancang untuk mendesain menetapkan *difference*, dan untuk menjaganya agar kelihatan alami selamanya. Kelima adalah ideologi. Untuk memahami ideologi dalam representasi ada baiknya kita mengingat kembali konsepsi ideologi yang dikemukakan oleh Althusser.

Representasi dalam relasinya dengan ideologi dianggap sebagai kendaraan untuk mentransfer ideologi dalam rangka membangun dan memperluas relasi sosial (*Ibid*: 65).

Istilah representasi menunjuk pada bagaimana seseorang, satu kelompok, gagasan atau pendapat tertentu ditampilkan dalam media. Representasi ini penting dalam dua hal. Pertama apakah seseorang atau kelompok atau gagasan tersebut ditampilkan sebagaimana mestinya. Kedua bagaimanakah representasi itu ditampilkan. Persoalan utama dalam representasi adalah bagaimana realitas, atau objek tersebut ditampilkan (Eriyanto, 2001: 113-114).

Melalui representasi manusia dapat memaknai konsep yang ada dipikirkannya, representasi adalah penghubung antara konsep dan bahasa dan memampukan manusia untuk mengacu pada dunia nyata maupun khayalan (Hall dalam Vidyarini, 2007: 86 dalam <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal> diakses tanggal 19 Desember 2009). Sebagai contoh representasi adalah objek gelas (terbuat dari kaca dan dapat diisi air) di atas meja akan menimbulkan konsep gelas dalam benak seseorang. Ketiadaan gelas masih bisa menimbulkan konsep gelas dalam benak orang tersebut.

Representasi adalah konsep yang mempunyai beberapa pengertian. Representasi menunjuk baik pada proses maupun produk dari pemaknaan suatu tanda. Representasi juga bisa berarti proses perubahan konsep-konsep ideologi yang abstrak dalam bentuk-bentuk yang kongkret. Jadi,

pandangan-pandangan hidup kita tentang perempuan, anak-anak, atau laki-laki misalnya, akan dengan mudah terlihat dari cara kita memberi hadiah ulang tahun kepada teman-teman kita yang laki-laki, perempuan dan anak-anak. Begitu juga dengan pandangan-pandangan hidup kita terhadap cinta, perang, dan lain-lain akan tampak dari hal-hal yang praktis juga (*Ibid*). Jadi Representasi adalah konsep yang digunakan dalam proses sosial pemaknaan melalui sistem penandaan yang tersedia: dialog, tulisan, video, film, fotografi, dan sebagainya.

Film sebagai bagian media massa adalah media representasi, dikatakan begitu karena gambar yaitu segala sesuatu yang bergerak, berwarna, dan menyerupai sesuatu yang sesuai dengan aslinya ataupun suara berupa dialog dan musik yang terdapat pada film merupakan tanda dan representasi dari objek sebenarnya di dunia nyata. Sebagai contoh film yang mengambil gambar pemandangan alam adalah representasi alam di dunia di luar media film. Maka sah-sah saja bila kemudian khalayak memaknainya sebagai sebuah simbol kedamaian dan harmoni, karena tanda bersifat arbitrari, yang berarti ada kesepakatan-kesepakatan tertentu antara pengguna dan pemakna tanda. Seringkali makna yang dihasilkan oleh penonton atau pembaca film berbeda dari makna yang dimaksudkan oleh pencipta film (*Ibid*).

Makna film sebagai representasi dari realitas masyarakat, bagi Turner, berbeda dengan film sekedar sebagai refleksi dari realitas. Sebagai refleksi dari realitas, film sekedar memindah realitas ke layar tanpa

mengubah realitas itu. Sementara itu, sebagai representasi dari realitas, film membentuk dan menghadirkan kembali realitas berdasarkan kode-kode, konvensi-konvensi, dan ideologi dari kebudayannya. Jadi istilah representasi akan lebih tepat untuk menggambarkan realitas masyarakat dalam suatu film, karena realitas yang hadir dalam film bukan semata-mata cerminan dari realitas di masyarakat, tetapi proyeksi dari daya serap penciptanya dan dihadirkan kembali dalam film (Irawanto, 1999: 15).

Berdasarkan pendapat di atas bahasa merupakan alat yang penting dalam proses produksi makna. Penyebaran konsep diterjemahkan dalam bahasa umum, sehingga kita bisa menghubungkan konsep dan ide kita dengan kata dan tulisan tertentu, citra (*image*) suara atau visual, pemahaman umum yang kita pakai seperti kata-kata, suara atau *image* yang mengandung makna disebut simbol. Simbol-simbol yang mengandung makna digunakan untuk merepresentasikan konsep, hubungan konseptual antara simbol satu dengan yang lain kita pahami dalam pikiran kita dan bersamanya kita membuat sistem pemaknaan dalam kultur kita (Hall dalam Rajiyem dan Agus, 2004: 313-314).

Representasi digunakan untuk menjelaskan konstruksi makna sebuah simbol (*Ibid*). Film sebagai sebuah media representasi berarti dalam film tersebut terdapat sejumlah simbol dan kode yang telah dikonstruksi sedemikian rupa untuk menyampaikan makna tertentu yang ditujukan kepada *audience*-nya. Singkatnya representasi memproduksi makna melalui bahasa.

4) Hero

Hero berarti “a civilian who voluntarily risk his or her own life, knowingly, to an extraordinary degree while saving or attempting to save the live of another person...(seseorang yang dengan sukarela dan sadar mengambil resiko terhadap hidupnya sendiri untuk menyelamatkan orang lain)” (Gibson, et all, 2007: 73 dalam www.proquest.com/pqdauto diakses tanggal 15 Mei 2009). Namun untuk menjadi *hero* atau *heroin* orang tak selalu harus melakukan hal yang luar biasa atau menciptakan karya besar. Idi Subandi Ibrahim (2006) mengungkapkan dalam abad media, citra adalah segalanya. Para pebisnis, politisi, dan selebriti selalu ingin mendapatkan citra dan kesan di depan publik. Celaknya di abad media, untuk menjadi bintang media, orang tak perlu sehebat Gandhi, Soekarno, atau Churchill. Orang-orang yang dianggap besar kini adalah orang-orang tenar dan ditenarkan oleh media : selebriti-menurut-media. Media sekarang lebih asyik menciptakan tokoh, bintang atau selebriti, untuk kemudian sewaktu-waktu mengenyahkannya dan menggantikan yang baru (Chaney, 2009: 21). Salah satu media tersebut adalah film, khususnya film-film Hollywood karena yang dijadikan objek penelitian ini adalah film Hollywood.

Film Hollywood, khususnya film laga banyak menciptakan tokoh *hero* dari ras kulit putih Amerika, *White Anglo-Saxon Protestan (WASPs)*. Secara oposisi biner merepresentasikan kulit hitam, Asia, Arab dan Latin sebagai “yang lain” (*the other*) yang jahat dan tidak berperadaban

(Junaedi, 2007: 49). Hal ini sejalan seperti yang dikatakan Devereux (2003: 124) :”...*heroes (from the west, usually white and middle – class, often well known in another role as actress, politician or pop star); villain (often portrayed as greedy dictator or tyrannical Marxist)* (pahlawan-pahlawan dari barat, biasanya berkulit putih dan berasal dari kelas menengah, selalu dikenal dalam peran yang lain seperti aktris, politisi atau bintang pop; penjahat, selalu menggambarkan diktator-diktator yang rakus atau Marxis yang kejam)”.

Film *Rambo I* misalnya, menampilkan Rambo sebagai representasi WASP yang datang untuk melawan tentara Viet Cong yang dibantu tentara Uni Soviet yang bengis terhadap tawanan perang. *Iron Eagle IV* menggambarkan seorang anak muda Amerika yang membebaskan ayahnya yang ditawan tentara dari sebuah rezim antah berantah di daratan Arab yang bengis yang dipimpin oleh diktator yang direpresentasikan mirip dengan Saddam Hussein (Junaedi, 2007: 49).

Pendapat diatas diperkuat oleh Fiske (1999: 9) yang mengatakan bahwa :

The villain has... hints non-Americanness; some viewers have classed his accent, manner, and speech as British, for others his appearance has seemed Hispanic. But the hero and heroine are both clearly middle-class, white Americans, at home among the WASP (White Anglo-Saxon Protestants).

Penjahat mempunyai gambaran seperti non-Amerika, logat, kelakuan, dan bicaranya seperti orang Inggris Raya, pada penampilan yang lain kelihatan ras Hispanik (Asia Timur) juga muncul. Tetapi pahlawan laki-laki atau perempuan secara jelas digambarkan dari kelas menengah, orang amerika yang berkulit putih (*White Anglo-Saxon Protestan*), WASPs.

Film *Spiderman* dan *Superman* misalnya, menciptakan tokoh *hero* dari kulit putih, ganteng, dan bertubuh atletis. Seragam yang dipakai tokoh *hero* pun menggambarkan bendera Amerika yaitu merah dan biru. Ia juga membangun hubungan dengan wanita (heteroseksual) sebagai satu hal yang membangun maskulinitas. Ia membangun hubungan dengan wanita cantik kulit putih Mary Jane. Film lainnya yaitu *Rambo IV*, tokoh utamanya juga berkulit putih dan bertubuh kekar yang diperankan melalui Sylvester Stallone. Ia seorang bekas tentara Amerika yang menyelamatkan Rakyat Burma dari pembantaian tentara pemberontak Burma. Jadi disini terdapat pelabelan bahwa Amerika merupakan penyelamat bagi bangsa yang mengalami konflik.

Contoh lainnya adalah film *The Mummy Tomb of the Dragon Emperor*. Film ini mengambil seting tempat di China dan menampilkan Jet Li sebagai tokoh antagonis dan Brendan Fraser sebagai tokoh protagonis. Jet Li digambarkan sebagai orang yang licik, kejam, sadis dan mengorbankan orang lain demi kepentingan dirinya sendiri. Hal ini berkebalikan dari tokoh protagonis (*hero*) Brendan Fraser yang berkulit putih Amerika (*WASP*), ganteng, mempunyai istri cantik berkulit putih, dan rela mengorbankan dirinya demi kepentingan orang banyak. Hal ini dibuktikan dengan keberhasilannya membunuh tokoh Jet Li sebagai tokoh antagonis.

Selain hal-hal diatas, hampir semua tokoh-tokoh protagonis (*hero*) dalam film-film Hollywood mendapatkan kekuatan untuk melawan

kejahatan secara alamiah (*natural*). Mereka tidak perlu susah-susah berlatih untuk mendapatkan kekuatan itu. Dengan kekuatan tersebut mereka menjadi *super human* yang susah untuk dikalahkan dan dengan stamina yang tidak pernah ada habisnya, beberapa kali ia jatuh beberapa kali ia bangun kembali. Hal ini nampak dalam film *Rambo*, *Spiderman*, *Die Hard*, dan lain-lain.

Menurut Ida Rochani Adi (2008: 102-106) ada beberapa stereotipe tokoh utama (protagonis sebagai *hero*) yang terdapat dalam film-film laga Amerika. Pertama, seorang *hero* harus melakukan tindakan-tindakan berani dan berbahaya. Untuk itu secara fisik dirinya harus cukup kuat agar dapat melindungi yang lemah. Stereotipe ini diwujudkan melalui bentuk tubuh tokoh protagonis. Tokoh-tokoh bertubuh kekar sudah ada pada film-film petualangan tahun 1950-an seperti *Ben Hur* (1959) dan *Hercules* (1959). Film-film laga Amerika tahun 1980-an semakin mengokohkan stereotipe tokoh *hero* berotot dengan tampilnya Arnold Schwarzenegger dan Sylvester Stalone sebagai figur dominan. Simbol maskulinitas dalam bentuk tubuh laki-laki biasanya ditunjukkan dengan pemameran tubuh laki-laki bagian atas yang berotot dan berminyak

Dalam perkembangannya penggambaran simbol-simbol maskulinitas secara fisik mulai berubah dalam film-film laga amerika sejak pertengahan tahun 1990-an dengan munculnya *hero-hero* bertubuh normal “normal” dan bertampang bersih, seperti Brad Pitt, Tom Cruise, Keanu Reeves, Leonardo Di Caprio, dan bintang-bintang muda lainnya.

Bahkan, bintang-bintang lain yang lebih “macho” seperti Bruce Willis tak lagi menonjolkan otot-otot tubuh. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa *hero* merupakan simbol dari maskulinitas itu sendiri. Tokoh *hero* juga menjalin hubungan (relasi) dengan wanita cantik yang juga sebagai simbol dari maskulinitas.

Kedua, selain memiliki tubuh berotot, seorang *hero* dalam film laga Amerika biasanya juga harus memiliki sifat-sifat tertentu. Sifat yang paling menonjol adalah pendiam dan penyendiri (*loner*). Seorang *hero* hanya berbicara seperlunya. Ia mengkomunikasikan segala keluhuran yang dimilikinya melalui tindakan, bukan perkataan. Stereotipe ini bisa dilihat dalam film Rambo yang diperankan melalui Sylvester Stallone. Ia merupakan sosok *hero* yang pendiam, berbicara seperlunya, ia mengkomunikasikan segala keluhurannya melalui tindakan, dan ia juga seorang penyendiri. Dalam beraktivitas sehari-hari dan berjuang menyelamatkan orang ia lebih ditonjolkan penyendiri, orang-orang disekelilingnya hanya sebagai pendukung saja.

Jika *hero* dalam sebuah film terdiri dari sekelompok orang, individu-individu tersebut selalu digambarkan berasal dari kelompok etnis beragam, contohnya film *A-Team* yang menggambarkan tokoh *hero* secara berkelompok. Kelompok tersebut berjumlah empat orang terdiri dari dua etnis yaitu etnis kulit hitam satu orang dan sisanya etnis kulit putih. Etnis kulit putih salah satunya menjadi pemimpinnya yang diperankan oleh Hannibal, dia adalah otak dari team. Sedangkan etnis kulit hitam yang

diperankan oleh Mr. T adalah otot dari team, yang menjalankan perintah dari Hannibal (Fiske, 1999: 200). Disini terdapat stereotipe bahwa orang kulit putih lebih pintar dari kulit hitam, dan untuk menunjukkan citra Amerika yang multi etnis. Film *Man in Black* juga terdiri dari multi etnis. Film tersebut terdiri dari dua orang, satu kulit hitam, satu kulit putih.

Lain halnya dengan dengan tokoh antagonis (penjahat), tokoh-tokoh antagonis dalam film Amerika sering digambarkan memiliki ciri-ciri fisik maupun psikologis tertentu yang akhirnya dijadikan semacam stereotipe. Tokoh antagonis biasanya memiliki penampilan fisik yang bertolak belakang dengan dengan tokoh protagonis. Sebagai contoh, tokoh-tokoh protagonis dalam film-film laga amerika tahun 1990-an memiliki wajah yang bersih tanpa janggut ataupun kumis tebal. Sebaliknya tokoh antagonis digambarkan berjanggut dan berkumis, apalagi jika tokoh antagonis tersebut berasal dari Timur Tengah. Kumis dan janggut bukan hanya digambarkan sebagai atribut umum seorang penjahat, tetapi sebagai simbol kejahatan itu sendiri. Satu hal yang paling mencolok adalah tidak satupun film laga Amerika yang menampilkan tokoh protagonis dari etnis Timur Tengah.

Stereotipe fisik juga menyangkut warna kulit, rambut dan gaya berpakaian. Tokoh antagonis yang bukan dari ras kulit berwarna biasanya digambarkan berkulit putih pucat dan berambut pirang. Kulit putih pucat bagi laki-laki, apalagi albino, dianggap sama dengan kulit hitam sebagai simbol kejahatan dan tindakan brutal. Stereotipe pakaian biasanya

dikenakan bagi tokoh antagonis dengan kulit berwarna. Penjahat kulit hitam biasanya digambarkan mengenakan pakaian murahan dengan model dan warna yang mencolok; atau jika berpakaian mahal, mereka tidak tahu bagaimana seharusnya mengenakannya; memakai anting di telinga, di hidung atau di bibir; serta atribut-atribut anak jalanan lainnya (Adi, 2008: 109).

Selain stereotipe tokoh *hero*, pola cerita petualangan *hero* dalam film laga hampir seluruhnya sama. Joseph Campbell dalam bukunya *The Hero With a Thousand Faces* menemukan bahwa setiap mitologi di seluruh dunia, semua cerita kepahlawanan, mitos, legenda, memiliki dasar cerita yang sama. Cerita yang sama tersebut diceritakan kembali dengan berbagai variasi yang berbeda. Ia menemukan bahwa setiap cerita, secara sadar atau tidak, mengikuti pola yang sama, atau disebut juga "*hero myth*". Salah satu pembuat film Hollywood yang pertama kali mengakui pengaruh buku Joseph Campbell ini dalam filmnya adalah George Lucas. Ia mengatakan bahwa *Star Wars* yang pertama kali tayang di tahun 1970-an dibuat berdasarkan ide yang ada di dalam buku *The Hero With A Thousand Faces* (Wijaya, 2006 <http://www.googlebook.com>, diakses 15 Mei 2009).

Inti dari *hero myth* ini adalah yang paling penting. Gambaran tentang seorang *hero* yang mencari pedang ajaib, melawan naga, dan sebagainya hanyalah simbol, dan dapat diubah sesuai dengan cerita yang diinginkan. Dengan demikian *hero myth* ini mudah ditranslasikan ke

dalam cerita aksi, drama, komedi, roman atau lainnya. Mentor di dalam cerita ini bukan saja penyihir, orang tua perjenggot putih, peri yang baik hati tetapi bisa saja menjadi dokter, ayah, kakek, dan lain-lain. *Hero* modern tidak akan masuk ke dalam gua, dan lain sebagainya, tetapi bisa saja ke luar angkasa, masuk ke dalam pikiran atau kesibukan tempat kerja (*Ibid*).

Dengan kata lain cerita dimulai dari perjalanan tokoh *hero* untuk melewati ujian dan kemudian mencul sebagai penyelamat. Jalur standar petualangan mitologis tokoh *hero* adalah pengembangan dari formula yang berupa sebuah ritual perjalanan: pemisahan-inisiasi-kekembalian yang bisa disebut sebagai unit inti dari mitos tunggal (*mono myth*). Seorang *hero* melangkah dari dunia kehidupan sehari-hari menuju suatu wilayah keajaiban spiritual. Kekuatan-kekuatan yang luar biasa harus dihadapi dan kemudian dimenangkannya. Sang *hero* kemudian kembali dari petualangan misterius ini dengan kekuatan baru untuk memberkahi orang-orang disekelilingnya (Adi, 2008: 156).

F. Metodologi Penelitian

1) Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode semiotika. Semiotika merupakan ilmu tentang tanda (Van Zoest, 1991: 5). Tanda merupakan sesuatu yang bersifat fisik, bisa dipersepsi indera kita, mengacu pada sesuatu di luar tanda itu sendiri, dan bergantung pada

pengenalan oleh penggunaannya sehingga bisa disebut tanda (Fiske, 2004: 61). Kata adalah tanda, demikian pula dengan gerak isyarat, lampu lalu lintas, bendera, dan sebagainya. Struktur karya sastra, struktur film, bangunan, atau nyanyian burung dapat dianggap sebagai tanda. Segala sesuatu dapat menjadi tanda. Sudah pasti bahwa tanpa tanda kita tidak dapat berkomunikasi (Sudjiman dan Van Zoest, 1992: vii).

Semiotika dipelopori oleh dua orang yaitu Ferdinand de Saussure, ahli linguistik dari Swiss (1857-1913) dan Charles Sanders Peirce, filosof Amerika (1839-1914). Peirce menyebut sistemnya sebagai semiotika (*semiotics*), sedangkan Saussure menyebutnya sebagai semiologi (*semiology*) (Berger, 2000: 3-4). Kedua istilah tersebut (semiotika dan semiologi) diterima sebagai sinonim (Istanto dalam Widyatama, 2006: 22). Kajian semiotika menurut Saussure lebih mengarah kepada penguraian sistem tanda yang berkaitan dengan linguistik, sedangkan Peirce lebih menekankan pada logika dan filosofi dari tanda-tanda yang ada di masyarakat (Kriyantono, 2006: 262). Keduanya menaruh perhatian pada tanda-tanda.

Semiotika merupakan metode yang secara spesifik membahas masalah-masalah yang berhubungan dengan tanda (*sign*). Film, lagu, sinetron, novel, majalah dan lain sebagainya merupakan bagian dari budaya media yang dipenuhi oleh berbagai praktik penandaan (*signifying practice*), yang dapat dianalisis dari banyak sisi. Film misalnya dapat dianalisis dari berbagai unsur yang ada didalamnya, yaitu posisi kamera

(*angle*), posisi objek atau manusia dalam frame, pencahayaan (*lighting*), proses pewarnaan (*tinting*) dan suara (*sound*) (Bignel dalam Junaedi, 2007: 64).

Film dibangun dengan tanda-tanda semata. Pada film digunakan tanda-tanda ikonis, yaitu tanda-tanda yang menggambarkan sesuatu. Yang terpenting dari film adalah gambar dan suara. Film dan televisi memiliki bahasanya sendiri dengan sintaksis dan bahasa yang berbeda. Film pada dasarnya bisa melibatkan bentuk-bentuk simbol visual dan linguistik untuk mengkodekan pesan yang sedang disampaikan (Sobur, 2003: 128-130).

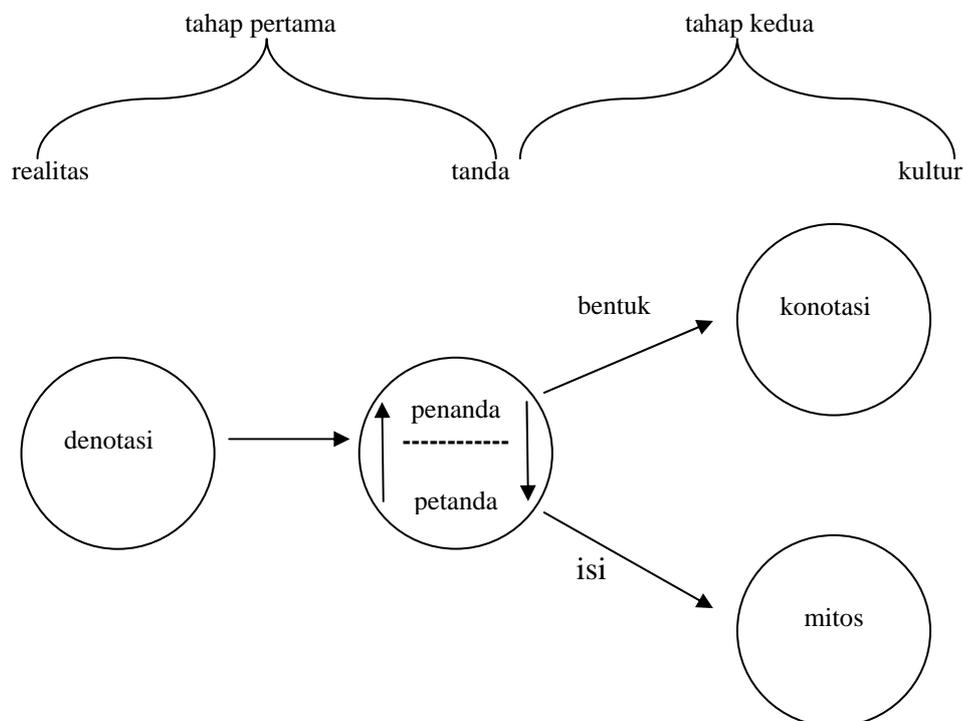
Jadi semiotika dapat digunakan sebagai pendekatan untuk menganalisis teks media dengan asumsi bahwa media itu sendiri dikomunikasikan melalui seperangkat tanda (Sobur, 2001: 95). Dalam penelitian ini semiotika dapat digunakan sebagai metode untuk menganalisis teks dalam film *Kung Fu Panda*, sehingga dapat terungkap makna-makna heroisme yang terdapat di dalam sebuah teks. Makna tersebut bisa merupakan sesuatu yang jelas, tersembunyi, disadari, ataupun yang tidak disadari, bahkan oleh si pengirim pesan sendiri.

Disinilah merupakan tujuan digunakannya metode semiotika dalam menganalisa film. Ia merupakan kombinasi yang sangat kompleks dari berbagai macam tanda yang membentuk suatu kesatuan unit, sehingga terkadang sangat sulit untuk melihat makna yang ada didalamnya kecuali dengan sebuah analisis menyeluruh.

Penelitian ini menggunakan metode semiotika Roland Barthes. Hal ini karena model semiotika Roland Barthes membahas pemaknaan atas tanda dengan menggunakan signifikasi dua tahap (*two order of*

signification). Signifikasi tahap pertama adalah mencari makna denotasi. Signifikasi tahap kedua adalah mencari makna konotasi (Sobur, 2006: 127-128). Roland Barthes adalah penerus pemikiran Saussure, jika Saussure hanya berhenti pada tataran denotasi, maka Barthes menjabarkan dengan lebih detail tentang makna konotasi.

Gambar 1
Signifikasi Dua Tahap (*two order of signification*)
Barthes



Sumber : John Fiske, *Cultural and Communication Studies*, 2004: 122.

Gambar diatas dapat dijelaskan bahwa signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara penanda dan petanda. Barthes menyebut signifikasi tahap pertama sebagai denotasi, yaitu makna paling nyata dari tanda. Signifikasi tahap pertama merupakan landasan kerja Saussure. Sedangkan dalam signifikasi tahap kedua, Barthes menggunakan istilah

konotasi. Konotasi menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi penggunanya dan nilai-nilai kulturnya. Konotasi mempunyai makna subyektif atau setidaknya intersubyektif. Bagi Barthes, faktor penting dalam konotasi adalah penanda dalam tataran pertama (Fiske, 2004: 118-119).

Konotasi sebagai tahap kedua signifikasi berkaitan dengan mitos yang merupakan ideologi dominan dalam masyarakat (Sobur, 2003: 71). Mitos dapat didefinisikan sebagai cerita yang disucikan, yang memusatkan perhatiannya pada awal dunia serta bagaimana dunia dan makhluk-makhluk di atasnya bermunculan dan berwujud hingga saat ini. Makhluk atau esensi aktif dalam mitos-mitos pada umumnya adalah dewa-dewa dan para *hero* (Aryanto, 2009: 67).

Dalam perkembangannya mitos yang hidup dalam masyarakat kesukuan atau didistribusikan kepada yang tradisional, bukan berarti tidak dihidupi oleh masyarakat industri modern. Dalam masyarakat industri, media massa sering dipandang memiliki fungsi yang sepadan dengan fungsi mitos. Mitos berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. Media dapat mengungkapkan dan memberikan pembenaran tersebut. Contoh mitos dalam media adalah presentasi mitos “Langsing itu Sehat”, sedangkan “Gemuk berpotensi Penyakit” melalui iklan obat pelangsing (*Ibid*: 68).

2) Teknik Pengumpulan Data

- a) Dokumentasi adalah instrumen pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data. Tujuannya untuk mendapatkan informasi dan interpretasi data (Kriyantono, 2006: 116). Sedangkan dokumentasi dari penelitian ini adalah berupa VCD film *Kung Fu Panda* dan film-film lain yang mendukung penelitian data film ini. Data diperoleh langsung dari observasi objek penelitian dengan cara mengamati, mengambil dan menganalisis data yang terdapat dalam film.
- b) Sumber tertulis yaitu data yang didapat dari buku-buku maupun internet (Moleong, 2005: 159).

3) Teknik Analisis Data

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain (Bogdan & Biklen dalam Moleong, 2005: 248). Hal ini bertujuan agar data yang diperoleh lebih mudah untuk dibaca dan diinterpretasikan.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis semiotika Roland Barthes. Teknik analisis tersebut digunakan untuk menganalisis makna dari tanda-tanda melalui sistem

signifikasi dua tahap (*two order of signification*). Signifikasi tahap pertama untuk menganalisis makna denotasi, sedangkan signifikasi tahap kedua untuk menganalisis makna konotasi.

Berikut ini adalah bagan yang menjelaskan tentang makna denotasi dan konotasi dari studi semiotika :

Tabel 1
Tabel Peta Tanda Roland Barthes

1. <i>Signifier</i> (penanda)	2. <i>Signified</i> (petanda)
3. <i>Denotative Sign</i> (tanda denotatif)	
4. <i>CONNOTATIVE SIGNIFIER</i> (PENANDA KONOTATIF)	5. <i>CONNOTATIVE SIGNIFIED</i> (PETANDA KONOTATIF)
6. <i>CONNOTATIVE SIGN</i> (TANDA KONOTATIF)	

Sumber : Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, 2003: 69.

Dari peta Barthes diatas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri dari penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Dengan kata lain, hal tersebut merupakan unsur material : hanya jika anda mengenal tanda “*sign*”, barulah konotasi seperti harga diri, keterangan dan keberanian menjadi mungkin (Sobur, 2003: 69).

Teknik analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara memilih *scene* dan *shot* yang menggambarkan tentang heroisme. *Scene* dan *Shot* yang mewakili gambaran tentang heroisme ini kemudian dianalisis ke dalam signifikasi tahap pertama untuk mengetahui makna denotasi yang terstruktur atas penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Kemudian dalam signifikasi tahap kedua, tanda yang terlihat dalam tahap

pertama signifikasi (makna denotasi) akan dianalisis untuk mengetahui makna konotasi. Makna konotasi akan terlihat saat tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dan nilai-nilai kultural peneliti. Penanda pada tahap pertama akan menjadi tanda dalam konotasi. Mitos juga akan terlihat pada tahap kedua signifikasi.

Kemudian sebelum masuk ke dalam konsep Roland Barthes, penulis menggunakan konsep Arthur Asa Berger untuk mendukung konsepnya Barthes. Konsep Arthur Asa Berger melihat bahwa dalam semiotik film dikenal teknik pengambilan gambar (*camera shot*), teknik editing dan gerakan kamera (*camera moves*). Dimana cara pengambilan gambar dapat berfungsi sebagai penanda, dan apa yang biasanya ditandai. Aspek-aspek teknik tersebut bisa menjadi tanda yang membantu dalam menganalisis semiotika dalam film. Berikut adalah teknik-teknik tersebut:

Tabel 2
Teknik Pengambilan Gambar

Penanda (pengambilan gambar)	Definisi	Petanda (makna)
<i>Close Up (C.U)</i>	Hanya wajah	Keintiman
<i>Medium Shot (MS)</i>	Setengah badan	Hubungan personal
<i>Long Shot (L.S)</i>	Setting dan karakter	Konteks, skope, jarak publik
<i>Full Shot (F.S)</i>	Seluruh tubuh	Hubungan sosial

Sumber : Arthur Asa Berger, *Media Analysis Techniques*, 2000: 33.

Tabel 3
Teknik Editing dan Gerakan Kamera

Penanda	Definisi	Petanda
<i>Pan Down (High angle)</i>	Kamera mengarah ke bawah	Kelemahan, pengecilan
<i>Pan Up (low Angle)</i>	Kamera mengarah ke atas	Kekuasaan, kewenangan
<i>Dolly In</i>	Kamera bergerak ke dalam	Observasi, fokus
<i>Fade In</i>	Gambar kelihatan pada layar kosong	Permulaan
<i>Fade Out</i>	Gambar di layar menjadi hilang	Penutupan
<i>Cut</i>	Pindah dari gambar satu ke gambar lainnya	Kesinambungan, menarik
<i>Wipe</i>	Gambar terhapus dari layar	“Penentuan” kesimpulan

Sumber : Arthur Asa Berger, *Media Analysis Techniques*, 2000: 34.

Selain teknik-teknik pengambilan gambar dan penyuntingan gambar, penggunaan efek suara (*sound effect*) dan musik menjadi hal yang menarik sebagai pelengkap analisis film. Ada dua jenis efek suara dalam film. Pertama, *Diegetic sound*, yaitu semua suara yang berasal dari dalam dunia cerita film, seperti dialog, efek suara yang bersal dari objek, dan suara instrumen musik yang merupakan bagian cerita film. Kedua, *Nondiegetic Sound*, yaitu seluruh suara yang berasal dari luar dunia cerita film dan hanya mampu didengar oleh penonton saja, seperti ilustrasi musik atau lagu, efek suara serta narasi (Pratista, 2008: 160-162).

Arah pencahayaan (*lighting*) juga menjadi hal yang menarik untuk dikaji. Arah cahaya dapat dibagi menjadi lima jenis. Pertama, *frontal lighting* cenderung menghapus bayangan dan menegaskan sebuah obyek atau wajah karakter. Kedua, *side lighting* cenderung menampilkan bayangan ke arah samping tubuh karakter atau bayangan pada wajah.

Ketiga, *back lighting* mampu menampilkan bentuk siluet sebuah karakter atau objek. Keempat, *under lighting* efeknya seperti cahaya senter yang diarahkan dari bawah untuk memberikan kesan horor atau untuk mempertegas sumber cahaya alami. Kelima, *top lighting* digunakan untuk mempertegas sebuah benda atau karakter (*Ibid* : 76-77).

Pewarnaan (*tinting*) juga menjadi hal yang menarik untuk dikaji, misalnya warna merah berarti kuat, berani, percaya diri, dan gairah. Merah adalah warna yang punya banyak arti, mulai dari cinta yang menggairahkan hingga kekarasan perang. Warna merah bisa meningkatkan detak jantung dan membuat kita bernapas lebih cepat (<http://www.kompas.com/real/xml/2008/10/09/15551015/psikologi.dan.arti.warna> diakses 2 Agustus 2010).

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari empat bab. Bab I merupakan pendahuluan yang isinya terdiri atas Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat penelitian, Kerangka Teori, Metodologi Penelitian, dan Sistematika Penulisan. Bab II berisi tentang gambaran umum Film *Kung Fu Panda* beserta sinopsis ceritanya. Bab III merupakan pemaparan hasil penelitian dan analisis data dari Film *Kung Fu Panda*. Bab IV merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan juga saran-saran.