

BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul

Sebagaimana kita ketahui, hingga saat ini masih sedikit kalangan akademisi yang mengangkat permasalahan industri dunia hiburan yang kini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan umat manusia, kedalam objek studi pendidikan. Sementara itu, sadar atau tidak, industri ini mampu menjadi sarana yang efektif dalam menyampaikan suatu pesan terhadap masyarakat.

Pada dasarnya komunikasi yang dilakukan manusia bukan hanya dapat dipahami sebagai kegiatan yang hanya menggunakan bunyi ucapan lisan atau media tertulis atau komunikasi verbal, tapi komunikasi juga dapat dilakukan atau mempunyai sifat non verbal, yaitu komunikasi dengan menggunakan lambang, isyarat (*gestural communication*), atau juga gambar (*pictural communication*)¹. Mengingat hal tersebut, penulis ingin mengangkat masalah dunia hiburan, khususnya adalah industri perfilman dalam kaitannya dengan image suatu bangsa.

Ada dua alasan dasar penulis memilih judul tersebut, yaitu :

1. Alasan Subyektif.

Penulis sangat tertarik dengan industri film. Berawal dari beberapa hasil film yang telah dicermati, ternyata setiap film mempunyai maksud dan makna tertentu. Hal ini menjadi sangat menarik karena tanpa menggunakan cara yang konvensional. sebuah film mampu merepresentasikan sang pembuat film, serta

¹ Nurdin, *Komunikasi Propaganda*, PT.Remaja Rosda Karya, Bandung, 2001, hal 4

segala hal yang berkaitan dengan film tersebut termasuk di dalamnya masyarakat dan negara dimana film itu dibuat, dan film juga mampu menunjukkan apa yang diinginkan, diharapkan oleh seorang pembuat film.

Selain karena hal tersebut, penulis juga merasa tertantang untuk menghasilkan sebuah karya tulis akhir yang memang sedikit orang tertarik terhadap bidang yang saat ini diambil. Sebagaimana disebutkan sebelumnya, masih sedikit kalangan akademisi yang mengangkat masalah film sebagai objek penelitian mereka, sementara penulis yakin bahwa film mampu menjadi sebuah sarana komunikasi yang sangat efektif dalam menyampaikan suatu pesan kepada masyarakat.

2. Alasan Obyektif

Penulis ingin menunjukkan bahwasanya film dapat menjadi sebuah sarana yang efektif bagi negara untuk memperkenalkan negaranya kepada negara lain dengan cara yang lebih mudah dinikmati. Film dapat menjadi agen tambahan dari pemerintah, yang selama ini hanya dilakukan dalam kedutaan. Film mampu membentuk, memperbaiki serta mempertahankan citra suatu negara.

Sebagai contoh, hingga saat ini yang menguasai industri perfilman dunia adalah Amerika Serikat. Kita mampu memperoleh berbagai macam informasi tentang Amerika hanya dengan menonton film-film produksi Hollywood saja. Atau mungkin masih kita ingat bagaimana perang antara Amerika dan Vietnam, yang mana Amerika Serikat yang notabeneanya adalah negara besar yang juga menang dalam perang dunia, dapat dikalahkan oleh sebuah negara kecil di wilayah Asia.

Guna memperbaiki citra negaranya, Amerika melalui Hollywood memproduksi film “**Rambo**” yang menceritakan kehebatan prajurit Amerika dalam perang Vietnam, yang mana pihak Amerika selalu menang dalam film tersebut. Atau juga film “**Pearl Harbour**”, yang menunjukkan patriotisme Amerika Serikat, yang ternyata film tersebut merupakan film Hollywood yang sangat direstui pembuatannya oleh pihak pemerintah Amerika, terutama Pentagon, yang memang bermaksud menunjukkan pada dunia tentang semangat patriotisme dari warga Amerika Serikat.

Dari berbagai alasan tersebut, maka penulis secara mantap memilih permasalahan film dalam kaitannya dengan image suatu negara. Kali ini India menjadi negara yang akan kita kupas, karena India merupakan negara penghasil film yang besar namun memiliki masalah yang cukup kompleks. Penulis mengangkat judul “**PERFILMAN INDIA DALAM PERSPEKTIF DIPLOMASI KEBUDAYAAN**”, dengan studi kasus Film *Kuch-kuch Hota Hai* dan *Kabhi Kushi Kabhi Gham*”.

B. Latar Belakang Masalah :

Dunia hiburan tanpa kita sadari telah menjadi suatu kebutuhan bagi seluruh manusia. Perkembangan bisnis hiburan yang makin lama makin subur menjadi sebuah bukti bahwa dunia hiburan tidak akan pernah bisa jauh dari kehidupan umat manusia. Salah satu bentuk eksistensi dari dunia entertainment adalah industri film. Sebagaimana kita ketahui ada beberapa industri film yang merajai dunia hiburan internasional, seperti industri film Amerika (Hollywood),

industri film Asia (China, Korea, Jepang), serta industri film India (Bollywood). Selain sebagai sarana hiburan, Film juga sering dimanfaatkan oleh banyak disiplin ilmu seperti kedokteran, Sosiologi, Sejarah dan tak ketinggalan juga dunia politik.

Saat ini, film berkembang menjadi sebuah bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia, sehingga menjadikan film dalam perkembangannya dijadikan suatu alat oleh penguasa atau pemerintah untuk membangun sebuah opini publik, yang sesuai dengan apa yang dikehendaki oleh sang penguasa.

Film berpotensi sebagai alat propaganda dengan memanfaatkan jangkauan, realisme, pengaruh emosional dan popularitas dari sebuah film. Upaya menggabungkan pesan tertentu (*ideology*) dengan dunia hiburan memang sudah lama diterapkan dalam dunia kesusastraan, dan seni drama. Perkembangan baru dalam dunia perfilman akan lebih memaksimalkan kemampuannya dalam memanipulasi kenyataan yang tampak melalui pesan fotografis, tanpa menghilangkan kredibilitasnya. Untuk itu, kita perlu lebih memperhatikan unsur ideologi dan propaganda baik tersurat maupun tersirat yang terdapat banyak dalam film hiburan umum. Fenomena ini berawal dari sekedar keinginan untuk menggambarkan kondisi masyarakat, lalu muncul sedikit manipulasi *content* dan intervensi ideologis terhadap film. Film dalam hal ini berperan sebagai pembentuk budaya massa².

Film semakin sentral perannya sebagai media representasi yang paling *visible* dan *persuasive*, baik secara kualitatif maupun kuantitatif, lengkap dengan

² McQuail, Denis.2000.*Teori Komunikasi Massa*, diterjemahkan dari buku asli "*Mass Communication Theory, 2nd edition*" oleh Agus Dharma, Aminuddin Ram, Jakarta; Erlangga, hal 13

segala dampak positif maupun negatif. Film lebih sering dianggap sebagai seni dan hiburan daripada sebagai sebuah media. Film mampu menembus batas-batas kelas dan mampu menjangkau kelas yang lebih luas. Meskipun pada awalnya (abad 19-an), film berangkat dari sebuah hiburan alternatif dari kelas menengah-bawah yang tidak dapat menikmati opera karena tidak terjangkau oleh mereka (kelas pekerja). Hal ini sangat berbeda dengan film yang mampu dikonsumsi secara massal³.

Film merupakan media waktu yang memberikan wawasan terhadap nilai dan suasana, harapan serta impian suatu masa. Selain itu film adalah *barometer* yang mampu menghantarkan menuju perubahan nilai masyarakat dalam suatu bangsa. Suatu fenomena yang terjadi dalam masyarakat bisa berawal dari sebuah film. Film menjadi suatu sarana untuk memberitahukan satu sama lain tentang dunia yang berbeda. Film menunjukkan kondisi suatu bangsa yang memproduksinya. Pada dasarnya film berfungsi sebagai kaca dua arah: Penonton dapat melihat dalam film, sementara film dapat merefleksikan penonton⁴

India, selain dikenal sebagai sebuah negara yang berhasil dalam industri perfilman, juga kita kenal India sebagai sebuah negara yang mengalami permasalahan sosial yang cukup kompleks, dari permasalahan kemiskinan, konflik antar golongan, serta berbagai permasalahan sosial yang lain. Sejak kemerdekaannya tahun 1947, negara ini memang mengalami berbagai kendala sebagai akibat dari luasnya wilayah negara ini (India merupakan negara terluas

³ *Ibid*, hal 13

⁴ Walter Klinger, 2 Maret 2001, "Hollywood Movies: American's stereotype"
[Http: www.ice.usp.ac.jp/k97movie.htm](http://www.ice.usp.ac.jp/k97movie.htm)

kedua setelah Cina). Keanekaragaman India menjadi salah satu penghalang dari kemajuan negara ini. Permasalahan bahasa, integrasi negara, hingga konflik yang sering terjadi, tentu akan menghambat laju perekonomian India, karena beberapa hal tersebut menjadi pertimbangan dari negara lain, atau pelaku-pelaku bisnis ketika ingin mengadakan hubungan kerjasama, terlebih dalam menanam investasi ekonomi terhadap suatu negara.

Guna mendukung bergulirnya roda perekonomian negara ini menuju ke arah yang jauh lebih baik, diperlukan sebuah cara sehingga berbagai permasalahan sosial yang ada dapat tereliminir, sehingga tidak lagi menjadi suatu penghalang iklim investasi dari negara India.

Jika kita tengok berbagai karya industri film yang dihasilkan oleh industri film India pada masa 70-an hingga pertengahan 90-an, maka kita akan menemukan film yang mengangkat tema yang berbeda jika kita bandingkan dengan karya sinema India pada saat ini. Industri film India telah mengalami perubahan tema⁵ yang nyatanya membuat film India makin dikenal, bahkan mampu diterima oleh berbagai macam kalangan.

Banyak hasil produksi sinema India periode lama yang menunjukkan kenyataan India yang terjadi saat itu. Film pada masa keemasan dari Amitabh Bachan misalnya. Saat itu film selalu mengangkat tema-tema sosial yang terjadi di India seperti polisi kotor, koruptor, orang miskin yang ditindas, atau romantika cinta antar pemuda yang berasal dari kelas yang berbeda yang ditentang oleh keluarganya. Film yang mempergunakan tema semacam hal tersebut cukup lama

⁵ Baca KOMPAS, *Kebudayaan DARI MAHABARATA KE MASALA*, Jum'at, 22 desember 2006, Hal. 53

mengisi industri film India yang juga diekspor ke luar negeri, dimana Indonesia adalah salah satu konsumennya.

Kehadiran film India di Indonesia sebenarnya sudah cukup lama sehingga telah banyak dikenal masyarakat Indonesia. Bahkan saat itu di beberapa daerah terdapat bioskop khusus yang hanya memutar film-film India. Karena pada awalnya sinema India banyak mengangkat kondisi sosial India yang buruk, maka hingga saat ini masih banyak masyarakat yang beranggapan bahwa masyarakat India seperti yang ditunjukkan dalam film. Film yang mengangkat tema sosial India itu ternyata malah membuat pandangan masyarakat terhadap masyarakat India yang memiliki *stereotype* yang miskin, tertindas, korup, dan lain sebagainya.

Saat ini kita mengenal Industri film India yang berbeda. Tema-tema kritik sosial yang dahulu sangat identik dengan film India telah mulai ditinggalkan. Industri film India mulai bangkit dengan wajah perfilman India yang baru, dimana mereka mencoba agar hasil karya mereka mampu diterima lebih banyak kalangan terutama masyarakat barat. Saat ini orientasi mereka akan perfilman-pun mulai beralih dari tradisional ke arah modern dengan Hollywood Amerika sebagai acuan dari film-film yang akan dibuat, hal ini dilakukan agar dapat meraih box-office sebanyak-banyaknya. Jika dulu kita kenali film India yang selalu mengangkat kemiskinan serta selalu ada adegan poli dan penjahat serta pahlawan dengan aksi heroiknya, kini film India banyak mengangkat tema-tema romantis cinta masyarakat biasa yang selalu berakhir dengan bahagia. Tema-tema kebahagiaan serta keceriaan saat ini lebih diminati oleh para pembuat film di India.

Selain dari segi tema, latar belakang dari film India yang banyak beredar saat ini-pun mengalami perubahan. Untuk dapat menciptakan masyarakat India yang maju serta identik dengan modernitas, kini banyak film India yang diproduksi dengan mengambil latar belakangnya luar negeri. Misalnya film *Kabhi Khusi Kabhie Gham* yang sebagian besar pengambilan gambar dilakukan di London, meskipun dalam cerita dikatakan keluarga yang tinggal di India. Selain itu dimunculkan pula adegan-adegan yang menunjukkan masyarakat India yang telah identik dengan modernitas serta gaya hidup barat, salah satunya dengan adegan dimana sang actor serta masyarakat yang tampak dalam layar mempergunakan kendaraan-kendaraan mewah, serta beberapa adegan lain yang menunjukkan India yang telah maju dan modern.

Jika film India lama membawa *stereotype* masyarakat India yang korup, jahat, miskin, tertindas, dan beberapa hal buruk yang lain, diharapkan dengan perubahan tema ini mampu pula membentuk *stereotype* masyarakat India yang baru, yang identik dengan kemajuan serta modernitas.

Salah satu film yang meledak di pasaran Indonesia adalah *Kuch-kuch Hota Hai*, yang diperankan oleh Shah Rukh Khan, Kajol, serta Rani Mukherjee, yang pada dasarnya ber-genre drama romantis. Film ini menceritakan kisah cinta segitiga antara Rahul Khana (Shah Ruk Khan), Anjali Sharma (Kajol), dan Tina Malhotra (Rani Mukherje). Film yang berdurasi dua setengah jam ini, memiliki alur cerita yang tidak jauh berbeda dengan film India yang sebelumnya telah banyak beredar di Indonesia, film ini merupakan salah satu film pertama yang tidak lagi mengangkat tema-tema kebusukan per-politikan di India, kemiskinan,

serta masalah polisi-penjajah yang sebelumnya banyak digunakan sebagai tema dalam film-film India. Karena film ini pula, film-film India mulai dapat diterima oleh masyarakat luas khususnya masyarakat Indonesia. Dan kini banyak film lain yang mengangkat tema serupa, serta dengan latar belakang sosial atau setting yang serupa pula dengan film dari aktor kondang Shah Rukh Khan ini.

Film lain yang juga dibintangi aktor Shah Rukh Khan adalah *Kabhi Kushi Kabhi Gham*, sebuah film yang mengisahkan kisah cinta sebuah keluarga, dimana dalam keluarga kadang terdapat kesenangan, juga terkadang terdapat kesedihan. Film ini juga dibintangi oleh aktor kawakan lain yaitu Amitabh Bachan, Hritik Roshan, Kajol, Kareena Kapoor, serta Jaya Bechchan, dengan *special appearance* dari Rani Mukherje. Tidak berbeda dengan *Kuch-kuch Hota Hai*, film yang juga berdurasi kurang lebih dua setengah jam ini, juga menggunakan setting keluarga India yang modern, masyarakat dengan latar belakang sosial yang sejahtera, hingga mampu bersekolah di luar negeri, bahkan hidup bermewah-mewah di negara orang.

Dengan adanya kenyataan baru tersebut, sebagai orang yang bergerak dalam bidang politik Internasional, kita perlu curiga ada apa dibalik perubahan tema-tema yang digunakan dalam Industri film India dewasa ini? Yang mungkin membuat dunia internasional mulai melihat India dengan kaca mata yang berbeda, dunia internasional mulai melihat bahwa permasalahan permasalahan sosial di India telah teratasi, bahkan masyarakatnya pun mulai maju.

Oleh karena alasan inilah penulis hendak memaparkan argumen bahwa film bisa dijadikan alat bantu dalam memperbaiki citra suatu bangsa. Karena

melalui kamera , kekuasaan tak hanya mempunyai daya paksa, tapi juga memiliki daya pakau. Seperti yng dikatakan oleh *Bill Nicholas (1982)*, menonton adalah mempercayai, tapi tak semua yang tampak diperlakukan sama di depan kamera. "*Kamera tak berdusta, tapi ia bisa menjadi aksesoris bagi ketidakbenaran*"⁶.

Sebuah image bisa berkembang dengan sendirinya, bisa juga karena unsur kesengajaan yang melekatkan sebuah image pada objek tertentu. Salah satu aktifitas komunikasi yang membangun /mengembangkan image adalah film. Image dalam film muncul karena⁷ :

1. *Penyajian image*, Penonton film cenderung memperhatikan dengan cermat penggambaran tempat, perilaku dan gaya hidup dimana mereka tak punya pengetahuan tentang hal tersebut.
2. Penyajian image tersusun berdasar elemen dan aspek kehidupan sehari-hari yang sudah terseleksi, terorganisir dalam suatu pola yang koheren dan digerakkan oleh tatanan asumsi psikologis yang melatarbelakanginya.
3. Film sebagai sarana untuk menunjukkan baik dan buruk.
4. Film cenderung mempromosikan bukan hanya melalui gaya berpakaian dan lain sebagainya, tapi juga melalui pandangan yang luas.

Oleh karena hal tersebut, suatu film jika diatur dan disusun dengan sedemikian rupa akan menjadi suatu agen yang sangat handal untuk memperbaiki citra suatu negara.

⁶ Irawanto, Budi. *Film Propaganda: Ikonografi Kekuasaan* dalam Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ISSN "Representasi dan Keberfihakan dalam Media" volume 8, Juli 2004, Yogya: Fisipol UGM

⁷ Zaman Budi K, 1992. *Laporan Penelitian: Film, kultur dan Ideology*. Yogya: Fisipol UGM

C. Rumusan Masalah

Bagaimana pemerintah India mempergunakan industri film dalam memperbaiki citra negaranya?

D. Tujuan Penulisan

Selain sebagai syarat guna memenuhi kelengkapan perkuliahan, penulis melalui karya ini juga bertujuan untuk :

1. Menambahkan wacana baru bagi dunia politik internasional.

Jika selama ini wacana dalam dunia politik internasional hanya berkuat pada masalah hubungan negara saja, penulis ingin menunjukkan bahwa kini terdapat sebuah unsur baru dalam dunia internasional yang mempunyai pengaruh luar biasa kepada masyarakat dunia. Dunia hiburan yang kurang diperhatikan, ternyata mempunyai pengaruh terhadap masyarakat dunia dewasa ini, termasuk dengan munculnya budaya pop yang masuk ke seluruh negara dunia.

2. Tulisan ini merupakan tugas akhir dari tahapan perkuliahan yang telah penulis alami. Karena itu, penulis sangat ingin mengangkat tentang tema yang memang tidak umum dalam bidang penulisan ilmu hubungan internasional. Penulis merasa tertantang dengan minimnya sumber bacaan karena memang belum banyak akademisi politik yang tertarik dengan bidang hiburan sebagai bahan kajian yang sebenarnya sesuatu hal yang sangat menarik ini.

E. Manfaat Penelitian

Penulis mengambil judul “Perfilman India dalam Perspektif Diplomasi Kebudayaan” fokus dari tulisan ini adalah film, dalam hubungannya dengan image suatu negara. Dari tulisan ini dapat diambil manfaat sebagai berikut

1. Dengan adanya tulisan ini, diharapkan kita lebih memberikan perhatian terhadap dunia hiburan terutama film, karena setiap film yang dibuat memiliki maksud dan tujuan tertentu.
2. Pemerintah dapat mempergunakan dunia hiburan terutama industri film sebagai agen pemerintah yang selama ini hanya dibebankan kepada kedutaan. Karena masyarakat pada umumnya lebih dapat menerima hiburan jika dibandingkan cara konvensional semacam ceramah atau hal serupa lainnya.
3. Para pembuat film lebih meng-eksplor Indonesia dari segala macam sisi, karena dengan hal tersebut orang yang melihat akan tertarik sebagai akibat dari efek orang akan memperhatikan segala sesuatu yang baru. Dengan begitu masyarakat Internasional akan tertarik dengan Indonesia. Sebaliknya juga pembuat film harus beerhati-hati dalam mengangkat tema tertentu karena dengan tema yang salah akan memberikan dampak yang besar pula pada negara.

F. Kerangka Pemikiran :

Dalam menyusun tulisan ini, nantinya penulis akan mempergunakan tiga konsep utama, yaitu konsep film, konsep imagologi, dan konsep propaganda.

1. Konsep Film

Film merupakan perkembangan yang lebih lanjut dari fotografi dan juga hasil berkesenian dan berkreasi yang menjadikan film adalah sebuah kecenderungan yang amat kompleks, yang mana di dalamnya terkandung aspek-aspek nilai. Sebuah film bisa merupakan sebuah ekspresi dari pencipta, namun juga bisa merupakan sebuah pandangan pencipta terhadap suatu potret masyarakat, atau juga impian pencipta terhadap diri dan lingkungannya, atau bahkan gabungan kompleks dari kecenderungan-kecenderungan tersebut.

Graene Turner menyebut perspektif yang dominan dalam seluruh studi tentang hubungan film dan masyarakat sebagai pandangan yang refleksionis dimana film sebagai pantulan nilai nilai dominan dari kebudayaan masyarakat⁸.

Makna film sebagai representasi dan realitas masyarakat, bagi Turner berbeda dengan film sekedar sebagai refleksi dari realitas. Sebagai refleksi dari realitas, film sekedar memindah realitas keatas layar tanpa mengubah realitas itu. Sementara sebagai representasi dari realitas, film “menghadirkan kembali” realitas berdasarkan kode-kode, konvensi-konvensi dan ideologi dari kebudayaannya⁹.

Dalam film “*Kuch-kuch Hota Hai*”, yang diproduksi pada tahun 1998, yang mana merupakan film India pertama yang meledak di Indonesia pada akhir 90-an, dapat kita lihat India “yang dihadirkan kembali” oleh sang pembuat film menjadi India yang berbeda. Kita sebagai kalangan akademisi yang mempelajari berbagai macam negara dapat mengetahui keadaan sosial India yang diselubungi berbagai macam permasalahan sosial seperti kemiskinan, konflik sosial dan

⁸ Irwanto, Budi. 1999. *Film, Ideologi dan militer: Hegemoni militer dalam sinema Indonesia*. Yogyakarta :Media Presindo, hal 13

⁹ *Ibid*, hal 14

sebagainya. Sementara dalam film tersebut ditunjukkan masyarakat India sebagai masyarakat yang telah maju, yang dapat kita lihat pada setting latar belakang sosial masyarakat yang terdapat dalam film tersebut.

Jika seorang Graene Turner mempercayai bahwa sebuah film merupakan sebuah representasi masyarakat dan bukan sekedar refleksi masyarakat, maka dapat kita fahami bahwa keadaan yang terdapat dalam film India yang beredar saat ini merupakan keadaan India yang sengaja diciptakan berdasarkan kode-kode, konvensi-konvensi ataupun ideologi dari kebudayaannya.

2. Konsep Imagologi

Imagologi merupakan suatu proses pencitraan tentang suatu karakter, suasana atau wacana menuju pembentukan simbol dengan maksud pencapaian suatu sistem komunikasi yang sederhana.

Sebuah *image* bisa berkembang dengan sendirinya, bisa juga karena unsur kesengajaan yang melekatkannya pada objek tertentu. Salah satu aktifitas komunikasi yang membangun/mengembangkan image adalah film. Image dalam film muncul karena¹⁰ :

- a. *Penyajian image*, Penonton film cenderung memperhatikan dengan cermat penggambaran tempat, perilaku dan gaya hidup dimana mereka tak punya pengetahuan tentang hal tersebut.
- b. *Penyajian image* tersusun berdasar elemen dan aspek kehidupan sehari-hari yang sudah terseleksi, terorganisir dalam suatu pola yang

¹⁰ Zaman Budi K., 1992. *Laporan Penelitian: Film, kultur dan Ideology*. Yogya: Fisipol UGM

koheren dan digerakkan oleh tatanan asumsi psikologis yang melatarbelakanginya.

- c. Film sebagai sarana untuk menunjukkan baik dan buruk.
- d. Film cenderung mempromosikan bukan hanya melalui gaya berpakaian dan lain sebagainya, tapi juga melalui pandangan yang luas.

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka melalui film *Kabhi Kushi Kabhi Gham* yang juga dibintangi oleh aktor kondang Shah Rukh Khan, dapat kita lihat bahwa dalam film tersebut terdapat pembentukan image masyarakat India yang sudah maju. Hal ini dapat kita lihat dengan dilekatkannya image orang India yang sukses dengan rumah mewah, helikopter pribadi, kemampuan sekolah dan bekerja di luar negeri, serta hal hal lain yang mampu menunjukkan kesejahteraan sosial masyarakat India lainnya.

Beberapa poin tersebut diatas menjadi penting karena sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Zaman Budi K, dalam laporan penelitiannya disebutkan bahwa penonton film cenderung memperhatikan dengan cermat penggambaran tempat, perilaku dan gaya hidup dimana mereka tak punya pengetahuan tentang hal tersebut. Padahal apa yang dilihat terus menerus akan menjadi suatu kebenaran yang dipercayainya, seperti yang di ucapkan oleh *Bill Nicholas* bahwa menonton adalah mempercayai¹¹.

¹¹ Op cit, hal 10

3. Konsep Propaganda

Propaganda merupakan “Usaha sengaja yang dilakukan oleh individu atau kelompok tertentu untuk membentuk, mengubah sikap kelompok lain dengan menggunakan alat komunikasi dengan maksud bahwa dalam situasi tertentu reaksi kelompok atau orang yang dipengaruhi tersebut akan sesuai dengan apa yang diinginkan sang propagandis¹².

Propaganda merupakan setiap bentuk komunikasi yang ditujukan untuk menancapkan data, ide, imajinasi ke dalam benak pikiran manusia yang dipacu untuk mempengaruhi pemikiran, emosi, serta tindakan individu atau kelompok¹³.

Berbagai Sudut pandang tentang film antara lain :

- a. Film semata-mata sebagai *show business* semata, pandangan ini melihat film sebagai media hiburan yang dapat dijual secara massal kepada *audience* dan mendatangkan keuntungan besar bagi produsernya.
- b. Film dipandang sebagai alat propaganda, film dilihat sebagai alat untuk mewujudkan kepentingan nasional maupun sosial dengan cara memanfaatkan luas jangkauan *audience* nya, sifat realismenya, serta dampak emosionalnya dan juga popularitasnya.
- c. Film dipandang sebagai aliran seni tertentu. Kemunculan pandangan ini ditandai dengan munculnya aliran-aliran film *realis*, *ekspresionis*, *neo-realis*, *new wave*, dan *avant garde*.

¹² Terrence H. Qualter, *Propaganda and Psychological Warfare*, New York: Random house, 1962, dalam KJ Holsty, M.Tohir Azhary, *Politik Internasional; Kerangka untuk Analisis*, Jakarta, Erlangga, 1988

¹³ Jack C. Plano – Roy Olton, *The International Relation Dictionary*. Clio Press Ltd, England, 1982. Alih bahasa Drs. Wawan Juanda, Hak penerjemahan pada Penerbit Putra A Bardin, Jakarta, Agustus 1999.

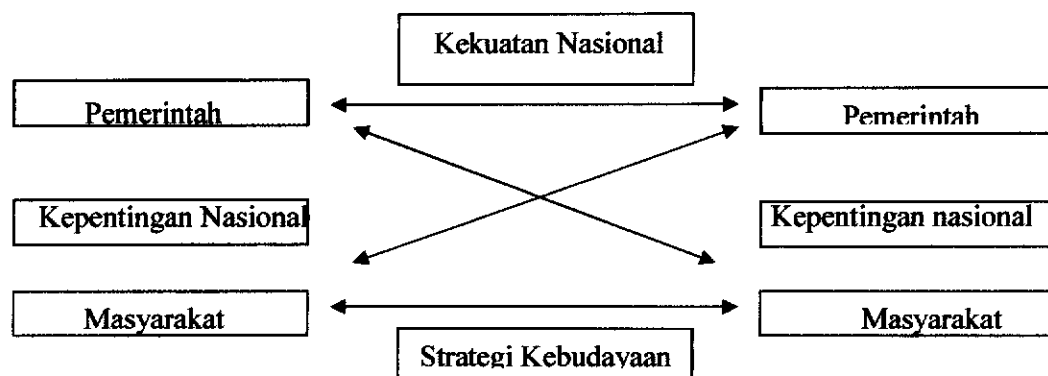
d. Film hanya dipandang sebagai alat dokumentasi semata¹⁴.

Perlu kita ingatkan bahwa propaganda merupakan salah satu bagian dari diplomasi kebudayaan makro sebagaimana disampaikan oleh JWM.Bekker SJ¹⁵:

Diplomasi kebudayaan adalah usaha untuk memperjuangkan kepentingan nasional melalui dimensi kebudayaan baik mikro (seperti pendidikan, ilmu pengetahuan, olah raga) maupun secara makro sesuai dengan ciri-ciri utama seperti propaganda dan lain lain, yang dalam pengertian konvensional dapat dianggap sebagai bukan politik, ekonomi, ataupun militer.

Sesuai dengan pengertian diatas kita tidak dapat menafikkan keberadaan industri film sebagai bagian dari salah satu bentuk propaganda dalam diplomasi kebudayaan. Karena film merupakan bagian dari diplomasi kebudayaan, maka hubungan yang terjadi di dalamnya-pun tidak perlu terbelit dengan segala keruwetan birokrasi pemerintahan. Dalam diplomasi kebudayaan, pelaku dan sasarannya dapat dari masyarakat ataupun individu secara langsung, sebagaimana ditunjukkan dalam gambar dibawah ini

Gambar 1.1



Sumber: Warsito Tulus, *Diplomasi Kebudayaan*, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 1997

¹⁴ McQuail, Denis. 2000. *Teori Komunikasi Massa, terjemahan buku asli "Mass Communication Theory, 2nd edition"* oleh Agus Dharma, Aminuddin Ram, Jakarta; Erlangga, hal 13

¹⁵ JWM.Bekker SJ. *Filsafat Kebudayaan: sebuah pengantar*, BPK Gunung Mulia, Jakarta, 1984 hal 14-36

Dalam perkembangannya, propaganda dilakukan dengan berbagai macam media serta berbagai teknik. Hal ini dilakukan guna memperlancar maksud dan tujuan dari sang propagandis sehingga dapat tercapai sesuai dengan apa yang diinginkannya. Ada beberapa teknik yang dikenal dalam propaganda, teknik teknik itu antara lain¹⁶:

a. *Name Calling* / Nama Julukan

Teknik ini menancapkan lambang yang dibebani emosi kepada seseorang atau suatu negara, dengan harapan sasaran akan menanggapi cap tersebut tanpa memeriksa bukti-bukti yang ada. Propagandis menghubungkan daya tarik mereka pada *stereotype* yang telah melekat di khalayak, atau dengan memberikan sebuah ide yang buruk, dengan tujuan orang akan menyangsikan atau bahkan menolak ide tertentu tanpa mengoreksi terlebih dahulu. Ciri dari teknik ini adalah penggunaan sebutan yang buruk pada lawan yang dituju.

b. *Glittering Generalities* / Generalitas Gemerlap

Teknik ini digunakan dengan jalan menonjolkan sisi sang propagandis sebagai sesuatu yang identik dengan kebaikan, keagungan, serta hal yang baik lainnya. Teknik ini muncul untuk membuat obyek dari propaganda agar setuju dengan gagasan atau pemikiran sang propagandis tanpa memeriksa kebenarannya.

¹⁶ Nurudin, *Komunikasi Propaganda*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2001

c. *Transfer / Pengalihan*

Teknik ini mengidentikkan pemikiran, gagasan ataupun ide sang propagandis dengan pemikiran, gagasan ataupun ide dari orang ataupun kelompok lain, sehingga membuat target dari propaganda menyetujuinya

d. *Testimonials*

Teknik ini berisi perkataan dari seseorang yang dihormati ataupun dibenci oleh target, bahwa suatu ide atau gagasan itu baik atau buruk. Ciri dari teknik ini menggunakan pengaruh dari seorang tokoh dalam masyarakat.

e. *Plain Folk*

Teknik ini menggunakan identifikasi suatu ide, yaitu mengidentikkan gagasan atau ide yang dipropagandakan identik dengan sang propagandis

f. *Card Stacking*

Teknik ini meliputi seleksi dan kegunaan atau kepalsuan, ilustrasi atau kebingungan dan masuk akal atau tidak mengenai sesuatu pernyataan agar memberikan kemungkinan terburuk atau terbaik untuk suatu gagasan, program, manusia dan barang. Teknik ini hanya menonjolkan hal yang baik saja, sehingga public hanya melihat dari satu sisi saja.

g. *Bandwagon Technique*

Teknik ini dilakukan dengan mengemukakan sesuatu yang tidak sesuai dengan fakta yang ada.

h. *Using All Forms of Persuasions*

Teknik ini menggunakan rayuan, bujukan serta iming-iming tertentu sehingga mendapatkan simpati dari target. Biasa dilakukan untuk kampanye dalam partai politik.

Dalam kasus industri film bollywood ini tentu saja media yang digunakan adalah film itu sendiri sebagai hasil dari industri ini. Sedangkan teknik dari propaganda yang dilakukan oleh industri film yang dilakukan sedikitnya menggunakan tiga teknik, yakni *Card Stacking*, *Bandwagon Technique* serta *Glittering Generalities / Generalitas Gemerlap*. Hal ini tampak dengan penggunaan latar belakang sosial dari film-film dari Industri Bollywood yang tidak sesuai dengan keadaan India pada umumnya.

Sebagai negara yang sedang berkembang, India mengalami berbagai macam persoalan salah satunya adalah kemiskinan serta pengangguran. Namun dalam film *Kabhi Kushi Kabhi Gham*, kita hanya kelompok masyarakat yang kaya, hidup gemerlap, serta memiliki kemampuan ke luar negeri, bahkan hidup dengan bergelimang harta di sana. Seperti tokoh yang diperankan oleh Hritik Roshan, seorang anak pengusaha kaya India yang memiliki rumah bak istana, dengan mobil mewah, helikopter pribadi, kuliah di luar negeri, dan memiliki fasilitas mobil mewah, motor sport mahal, dan segala kemewahan lain.

Penokohan dalam film India selalu orang dengan kesempurnaan, dari fisik, materi serta hal yang mencolok lain. Hal ini tentu tidaklah sesuai dengan keadaan India yang kita kenal sesungguhnya. Dimana lebih dari 50% penduduk India yang tinggal di daerah pelosok dengan segala macam tradisi mereka, sementara

sebagian kecil penduduk lainnya tinggal di kota besar seperti Bombay atau Calcutta, dengan kepadatan serta permasalahan pengangguran seperti kota-kota besar lain di dunia.

G. Hipotesis :

Film merupakan sebuah sarana yang efektif dalam membangun citra suatu negara di mata dunia, dan pemerintah India dapat mempergunakan sarana tersebut secara maksimal dalam membangun citra negaranya.

Pemerintah India memperbaiki citra negaranya melalui Industri film dengan jalan:

1. Memberikan wadah bagi dunia perfilman dengan adanya departemen yang dipimpin oleh menteri yang juga diambil dari dunia perfilman.
2. Memberikan *reward* dalam berbagai macam penghargaan bagi insan perfilman India yang memiliki prestasi.
3. Membentuk lembaga sertifikasi bagi film hasil produksi India, sebagai badan pengontrol dari pemerintah agar film tetap berada dalam jalur sesuai dengan harapan pemerintah.

H. Batasan Penelitian

Dalam menyusun skripsi ini, penulis akan menggunakan metode analisis sample film yang merupakan hasil produksi dari Industri film Bollywood. Oleh karena itu, agar dalam penulisannya nanti tidak mengalami kerancuan, maka kami mengambil sample film pada kisaran akhir 90-an. Karena produksi film pada

kisaran tahun tersebut telah mengalami perubahan, dimana sebelumnya masalah sosial negara India banyak ditonjolkan, kini mulai beralih dalam bentuk penjualan mimpi terhadap masyarakat.

Dalam kesempatan ini, penulis mengangkat dua film yaitu, *Kuch-kuch Hota Hai* dan juga *Kabhi kushi Kabhi Gham*, yang mana keduanya dibintangi oleh aktor Shah Rukh Khan, yang memang sudah familiar di mata penonton film tanah air. Namun perlu kita tahu bahwa hampir semua film India yang kini beredar mempunyai latar belakang serta kondisi sosial yang tak berbeda dengan dua film tersebut.

I. Metode Penelitian

Penulis menyusun skripsi ini dengan menggunakan teknik penelitian :

1. Pengamatan Film

Skripsi ini akan melihat fungsi film sebagai media atau agen negara dalam membentuk, memperbaiki atau juga mempertahankan citra sebuah negara, dalam hal ini adalah India. Karena hal tersebut, maka penulis akan menggunakan beberapa sample film yang menjual mimpi kepada khalayak di mana kenyataan menunjukkan bahwa film yang menjual mimpi dapat diterima masyarakat dengan lebih hebat dibanding film yang menunjukkan realita masyarakat India.

Berdasarkan atas hal tersebut, maka penelitian mengenai film ini akan menggunakan *metodologi semiotic analysis* dan *content analysis*, yaitu suatu bentuk analisa yang mendasarkan pada tanda-tanda yang ada dalam isi media tersebut.

Secara estimologi, *semiotic* berasal dari bahasa Yunani *Semion* yang berarti tanda. Tanda itu sendiri diartikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang dibangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain (Eco, 1979:16)¹⁷. Istilah 'semion' tampaknya telah diturunkan dari kedokteran hipokratik atau aklepiadik dengan pengertiannya dalam simtomagoloi dan diagnostic interfensial¹⁸ “ 'Tanda' pada masa itu masih bermakna sesuatu hal yang menunjuk pada adanya hal lain”.

Semiotik dapat diartikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas obyek-obyek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda.¹⁹ Sementara itu, Van Zoest mengartikan semiotik sebagai ilmu tanda dan segala yang berhubungan dengannya: cara berfungsinya, hubungannya dengan yang lain, pengirimannya, dan cara penerimaannya oleh mereka yang mempergunakan.²⁰

Sebagai ilmu yang memiliki fokus dalam mempelajari tanda-tanda, maka terdapat beberapa area penting guna mendukung penerjemahan tanda-tanda tersebut. Menurut John Fiske terdapat tiga area Penting dalam studi semiotik, yaitu :

- a. Tanda itu sendiri. Hal ini berkaitan dengan beragam tanda yang berbeda, seperti cara mengantarkan makna serta cara menghubungkannya dengan orang yang mempergunakannya. Tanda adalah buatan manusia dan hanya bisa dimengerti oleh orang-orang yang mempergunakannya.

¹⁷ Eco, Umberto. 1976. *A Theory of Semiotics*. Bloomington: Indiana Press, dalam Alex Sobur, M.Si, Drs., *Analisis Teks Media*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2001. hal. 6.

¹⁸ Sinhan Kurniawan, *Semiologi Roland Barthes*. Yayasan Indonesiatera. 2001. hal. 49.

¹⁹ Eco, Umberto. 1976. *A Theory of Semiotics*. Bloomington: Indiana Press, dalam Alex Sobur, M.Si, Drs., *Ibid*

²⁰ Van Zoest, Aart. 1996. “*Interpretasi dan Semiotika*” dalam Sujiman P. dan Aart Van Zoest (ed) *Serba-serbi Semiotika*. Gramedia Pustaka utama, hal 1-25

- b. Kode atau sistem dimana lambang-lambang disusun. Studi ini meliputi bagaimana beragam kode yang berbeda dibangun untuk mempertemukan dengan kebutuhan masyarakat dalam sebuah kebudayaan.
- c. Kebudayaan dimana kode itu beroperasi.²¹

Sementara untuk dapat memahami tanda yang ada, seorang peneliti harus mampu mempergunakan jalur logika yang mampu menuntunya memahami arti dari tanda-tanda tersebut, menurut Van Zoest dan Santosa terdapat tiga jalur logika yang dapat dipakai, yaitu :

- a. Hubungan penalaran dengan jenis penandanya.

Jalur penalaran ini dibagi dalam tiga bentuk, yaitu :

- *Qualisigns*, yaitu tanda yang merupakan tanda yang berdasarkan sifat
- *Sinsigns*, yaitu tanda yang berdasar pada tampilannya dalam kenyataan
- *Legisigns*, yaitu tanda yang berlaku atas dasar peraturan yang berlaku umum

- b. Hubungan kenyataan dengan jenis dasarnya

- *icon*, yaitu sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang serupa dengan bentuk obyeknya.
- *index*, yaitu sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang mengisyaratkan penandanya.
- *symbol*, yaitu sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang oleh kaidah secara konvensi telah lazim digunakan dalam masyarakat

- c. Hubungan pikiran dengan penandanya

²¹ John Fiske, dalam Alex Sobur, M.Si., Drs. *Analisis Teks Media, Op.Cit* hal. 94

- *rheme or sense* : penanda yang bertalian dengan mungkin terpahaminya obyek penanda bagi penafsir.
- *Dicent or decisign or pheme* : penanda yang menampilkan informasi tentang penandanya.
- *Argument* : penanda yang pertanda akhirnya bukan benda tapi kaidah.

Kesembilan tipe penanda sebagai struktur simiosis tersebut diatas, dapat dipergunakan sebagai dasar kombinasi satu dengan yang lain. Selain itu terdapat juga sembilan macam semiotik yang kita kenal sekarang (Pateda, 2001:29)²² yaitu:

- a. Semiotik analitik, yaitu semiotik yang menganalisa sistem tanda.
- b. Semiotik deskriptif, yaitu semiotik yang memperhatikan sistem tanda yang dapat kita alami sekarang, meskipun ada tanda yang telah ada sejak dahulu tapi baru kita saksikan sekarang.
- c. Semiotik faunal, semiotik yang memperhatikan tand dari binatang
- d. semiotik kultural, semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang berlaku dalam masyarakat.
- e. semiotik naratif, yaitu semiotik yang menelaah dalam narasi yang berupa mitos dan cerita lisan.
- f. semiotik natural, semiotik yang menelaah tanda alam.
- g. semiotik normative, yang khusus menelaah pada norma yang dibuat manusia.
- h. Semiotik sosial, menelaah sistem tanda yang berwujud lambang.

²² Alex Sobur, M.Si., Drs. *Analisis Teks Media, Op.Cit* hal.100-101

- i. Semiotik struktural, menelaah sistem tanda yang dimanifestasikan melalui struktur bahasa.

Semiotik sebagai sebuah kajian juga mempunyai sembilan belas bidang yang dapat dikaji oleh para peneliti, kesembilan belas bidang tersebut adalah²³ : *zoo semiotic* (semiotik binatang), *olfactory signs* (tanda bau-an), *tactical communication* (komunikasai rabaan), *codes of taste* (kode cecapan), *paralinguistics*, *medical semiotics* (semiotik medis), *kinesics and proxemics*, *musical codes* (kode musik), *formalized language* (bahas formal), *written language*, *unknown alphabets secret codes*(bahasa tertulis, alfabet tak dikenal, kode rahasia) *natural language* (bahasa alam), *visual communication* (komunikasi visual), *system of object* (sistem objek).

Seperti yang telah penulis mutarakan sebelumnya, bahwa dalam industri film India saat ini, memunculkan kondisi sosial yang tidak sama dengan kondisi sosial India pada umumnya. Dalam film yang akan kita angkat dalam tulisan ini, *Kuch-kuch Hota Hai* dan *Kabhi Kushi Kabhi Gham* misalnya, terdapat penyimbolan terhadap masyarakat India yang telah maju, dengan orang-orangnya yang sangat identik dengan modernitas, serta dengan simbol-simbol kesejahteraan lain seperti rumah mewah, mobil mewah, Juga dengan mengidentikkan orang India yang sempurna baik fisik maupun materi.

Ikon-ikon yang telah disebutkan diatas seolah telah disepakati antara pihak industri dengan pemerintah, untuk menciptakan indentifikasi India yang baru yang

²³ Eco, Umberto. 1976. *Op.Cit*

telah mapan, aman serta memiliki iklim kondusif, sehingga mampu menciptakan iklim ekonomi yang mendukung pada perbaikan ekonomi India pada umumnya.

2. Library Search

Penulis menggunakan beberapa buku lain sebagai pedoman dari penulisan skripsi ini. Karena masih sedikitnya akademisi yang memang memfokuskan diri pada permasalahan film dalam kaitannya dengan dunia politik, khususnya hubungan antar negara, maka penulis memadukan berbagai sumber yang ada sehingga didapat suatu kesimpulan yang memang dapat dipertanggungjawabkan.

3. Diskusi

Guna memantapkan hasil dari dua macam pencarian data sebelumnya, penulis juga menggunakan sarana diskusi dengan berbagai pihak yang memang memiliki kompetensi dalam dunia film, serta pencitraan negara.

J. Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I, PENDAHULUAN

Dalam bab ini, penulis akan memaparkan alasan penulis tertarik dengan judul yang ditulis. Penulis juga akan memaparkan dasar penulisan serta hipotesa awal tentang permasalahan yang diambil. Diharapkan nantinya dalam penulisan tidak akan terjadi pembiasan penulisan.

BAB II, GAMBARAN UMUM INDUSTRI FILM

Dalam bab ini, penulis akan memaparkan tentang industri film dunia secara umum. Dimulai dari kemunculannya, perkembangannya, hingga segala macam kelebihan yang dimiliki Industri ini. Penulis juga akan memaparkan

tentang industri film India. Diharapkan dalam bab ini pembaca akan mengerti betapa Industri Film ini telah mempunyai pengaruh yang kuat terhadap kehidupan umat manusia.

BAB III, GAMBARAN UMUM NEGARA INDIA

Dalam bab ini, Penulis akan memaparkan mengenai keadaan negara India pada umumnya. Baik keadaan sosial masyarakatnya, ekonomi, serta politik negara ini. Diharapkan dalam bab ini pembaca dapat sepenuhnya memahami bagaimana keadaan negara India yang sesungguhnya. Hal ini penting sebagai pembanding dengan keadaan yang ditunjukkan dalam film film India yang beredar dewasa ini.

BAB IV, BOLLYWOOD TABIR MASALAH SOSIAL INDIA

Dalam bab ini, penulis akan memaparkan tentang Industri Film Bollywood itu sendiri. Meliputi propaganda film hingga ke studi dari sample film India yang tidak menunjukkan keadaan India sesungguhnya, yang berarti menjadi tabir permasalahan yang ada.

BAB V, PENUTUP

Dalam bab ini penulis akan memaparkan kesimpulan dari penulisan bab-bab sebelumnya Bab ini akan menunjukkan bagaimana peran industri film terhadap negara jika didayakan dengan benar.