



BAB I PENDAHULUAN

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Latar Belakang Masalah

Setiap orang yang hidup dalam masyarakat terlibat dalam komunikasi. Kata komunikasi berasal dari *communicatio* (latin) yang berarti pemberitahuan atau pertukaran pikiran. Secara umum pengertian komunikasi adalah proses pengiriman (*sending*) dan penerimaan (*receiving*) pesan atau berita antara dua individu atau lebih dengan cara yang efektif sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Komunikasi dalam pengertian umum dapat dilihat dari dua segi, yaitu secara etimologis dan secara terminologis.

Secara etimologis, istilah komunikasi berasal dari bahasa latin *communicatio* dan perkataan ini bersumber pada kata *communis*. Arti *communis* disini adalah sama makna mengenai suatu hal. Komunikasi berlangsung apabila antara orang-orang yang terlibat terdapat kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan. Hubungan antara orang-orang ini bersifat komunikatif.

Secara terminologis, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Komunikasi yang dimaksudkan disini adalah komunikasi manusia (*human communication*) atau yang biasa disebut komunikasi sosial (*social communication*) yang berarti komunikasi ini hanya terjadi pada manusia-manusia yang bermasyarakat yang terbentuk dari paling sedikit 2 orang yang saling berhubungan dengan komunikasi sebagai penjalannya.

Komunikasi secara paradigmatis mengartikan komunikasi mengandung tujuan tertentu, yaitu ada yang dilakukan secara lisan, tatap muka, atau melalui media baik itu media massa seperti surat kabar, radio, televisi, atau film; maupun

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



media non massa seperti surat, telepon, papan pengumuman, poster, spanduk, dan sebagainya. Komunikasi dalam pengertian paradigmatis bersifat intensional atau mengandung tujuan sehingga harus dilakukan dengan perencanaan.

Manusia melakukan komunikasi dengan berbagai cara. Mulai dari komunikasi interpersonal, komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi publik, hingga komunikasi massa. Komunikasi massa merupakan komunikasi yang ditujukan kepada khalayak luas atau masyarakat umum dengan sifat komunikasi yang heterogen. Komunikasi massa dapat terjadi dengan menggunakan beragam media massa sebagai sarana untuk menunjang komunikasi tersebut.

Peneliti komunikasi Wilbur Schramm (dalam Baran, 2019), menggunakan ide-ide yang awalnya dikembangkan oleh psikolog Charles E. Osgood yang mengembangkan cara grafis untuk mewakili sifat komunikasi timbal balik. Penggambaran komunikasi antarpribadi, komunikasi antara dua atau beberapa orang, menunjukkan bahwa tidak ada sumber atau penerima yang dapat diidentifikasi dengan jelas.

Sebaliknya, karena komunikasi adalah proses yang berkelanjutan dan timbal balik, semua peserta atau "penerjemah," bekerja untuk menciptakan makna dengan *encoding* dan *decoding* pesan. Pesan pertama-tama dikodekan, diubah menjadi sistem tanda dan simbol yang dapat dipahami. Berbicara adalah *encoding*, seperti menulis, mencetak, dan memfilmkan program televisi. Setelah diterima, pesan tersebut diterjemahkan sebagai tanda dan simbol ditafsirkan. *Decoding* terjadi melalui mendengarkan, membaca, atau menonton acara televisi itu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

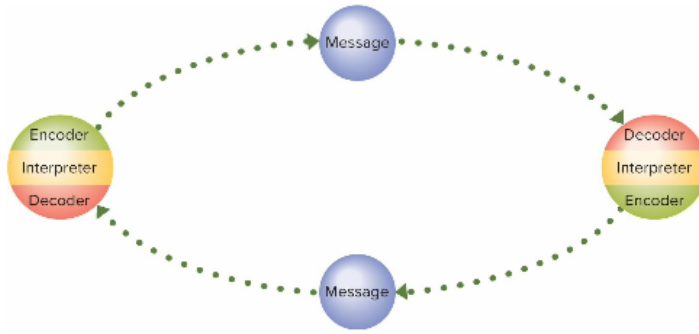
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 1.1
Model Komunikasi Osgood dan Schramm
Sumber: Baran (2019:49)

Komunikasi massa adalah proses menciptakan makna bersama antara media massa dan khalayaknya. Schramm dan Osgood (dalam Baran, 2019), menyusun kembali model umum komunikasinya untuk memvisualisasikan aspek-aspek tertentu dari proses komunikasi massa. Model ini dan model Osgood-Schramm yang asli memiliki banyak kesamaan yaitu, penafsir, *encoding*, *decoding*, dan pesan, tetapi perbedaan merekalah yang paling signifikan untuk pemahaman tentang bagaimana komunikasi massa berbeda dari bentuk komunikasi lainnya.

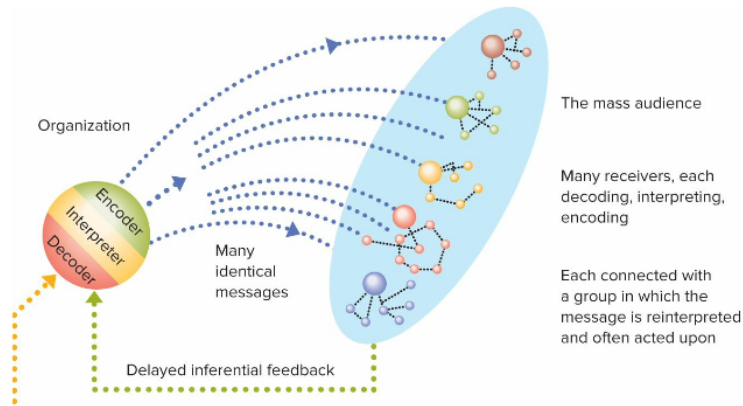
Sementara model aslinya mencakup pesan, model komunikasi massa menawarkan banyak pesan yang identik. Selain itu, model komunikasi massa menentukan umpan balik, sedangkan model komunikasi interpersonal tidak. Ketika dua atau beberapa orang berkomunikasi tatap muka, para peserta dapat dengan segera dan jelas mengenali umpan balik yang ada dalam pesan timbal balik.

Dalam model komunikasi massa Schramm (dalam Baran, 2019), umpan balik diwakili oleh garis putus-putus berlabel "umpan balik inferensial tertunda" atau yang berarti umpan balik tidak langsung. Komunikator massa juga menerima umpan balik tambahan, biasanya dalam bentuk kritik di media lain, seperti kritikus televisi yang menulis kolom di surat kabar.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 1.2
Model Komunikasi Massa Schramm

Sumber: Baran (2019:51)

Perbedaan antara elemen individu dari komunikasi interpersonal dan komunikasi massa mengubah sifat proses komunikasi. Bagaimana perubahan tersebut mempengaruhi pesan itu sendiri dan bagaimana kemungkinan keberhasilan berbagi makna berbeda. Kedekatan dan keterusterangan umpan balik dalam komunikasi antarpribadi, komunikator bebas untuk bereksperimen dengan pendekatan yang berbeda.

Pengetahuan mereka tentang satu sama lain memungkinkan mereka untuk menyesuaikan pesan mereka sesempit yang mereka inginkan. Akibatnya, komunikasi antarpribadi seringkali relevan secara pribadi dan bahkan mungkin penuh petualangan dan menantang. Sebaliknya, jarak antara peserta dalam proses komunikasi massa yang disalurkan oleh teknologi, menciptakan semacam konservatisme komunikasi. Umpan balik datang terlambat untuk memungkinkan koreksi atau perubahan dalam komunikasi yang gagal.

Banyaknya orang dalam banyak khalayak komunikasi massa membuat personalisasi dan spesifisitas menjadi sulit. Akibatnya, komunikasi massa cenderung lebih terkekang, kurang bebas. Namun, ini tidak berarti bahwa

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



komunikasi antarpribadi kurang kuat dibandingkan komunikasi interpersonal dalam membentuk pemahaman kita tentang diri kita sendiri dan dunia kita.

Komunikasi massa hadir tidak hanya untuk meraih satu tujuan saja, terutama dengan beragam evolusi yang terjadi, namun juga memiliki peran yang meningkat dalam kehidupan bermasyarakat. Adapun tujuh fungsi dari komunikasi massa seperti, pengawasan, krelasi, sensasionalisasi, hiburan, penularan atau penyebaran, mobilisasi, dan validasi.

Film yang berasal dari kata *cinematographie* memiliki arti *cinema* (gerak), *tho* atau *phytos* (cahaya) dan *graphie* atau *graph* (tulisan, gambar, citra). Sehingga film berarti melukis gerak dengan cahaya. Definisi lain dari film adalah hasil cipta karya seni yang memiliki kelengkapan dari beberapa unsur seni seperti seni rupa, seni fotografi, seni arsitektur, seni tari, seni teater, seni musik, seni pantomim, dan juga novel.

Gamble (1986, dalam Wahyuningsih, 2019:2) berpendapat bahwa film adalah sebuah rangkaian gambar statis yang direpresentasikan di hadapan mata secara berturut-turut dalam kecepatan tinggi. Film tidak hanya berkembang sebagai media hiburan akan tetapi juga sebagai media informasi maupun pendidikan. Dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa film merupakan salah satu bagian dari media komunikasi yang merupakan medium untuk menyampaikan pesan tidak hanya kepada satu orang komunikan, tetapi juga kepada masyarakat yang luas.

Dari pengertian diatas, film dapat lebih spesifik lagi dikategorikan sebagai sebuah media komunikasi massa. Sebagai salah satu bentuk media komunikasi massa, film digunakan tidak hanya sebagai media yang merefleksikan realitas, namun juga membentuk realitas. Film memiliki kapasitas untuk memuat pesan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



yang sama secara serempak dan mempunyai sasaran yang beragam dari agama, etnis, status, umur, dan tempat tinggal.

Menurut Effendy (dalam Wahyuningsih, 2019) film adalah media komunikasi yang bersifat audio visual untuk menyampaikan suatu pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat tertentu. Pesan film pada komunikasi massa dapat berbentuk apa saja tergantung dari misi film tersebut. Umumnya sebuah film dapat mencakup berbagai pesan bersifat pendidikan, hiburan, dan informasi.

Sejarah perfilman Indonesia dalam buku *Pengantar Teori Film* (Alfathoni, 2020), bangsa Indonesia mulai mengenal film pada 1900 ketika masih dijajah oleh Belanda. Pada saat itu, film yang diputar adalah film dokumenter yang masih bisu tentang perjalanan ratu dan raja Belanda. Dalam kurun waktu dua setengah dekade berikutnya, film-film dari Amerika dan China mulai masuk ke Indonesia. Pada 1926, Indonesia mulai memproduksi film sendiri yang berjudul *Loetoeng Kasaroeng* yang menampilkan cerita asli Indonesia.

Saat era pemerintahan Jepang, produksi film yang diperbolehkan hanyalah film propaganda yang mengagungkan kehebatan Jepang, sedangkan semua film asing dilarang masuk ke Indonesia. Pada periode ini, masyarakat hanya dapat menonton film produksi Jepang dan film Indonesia yang sudah ada. Lalu pada awal kemerdekaan, perusahaan *Pacific Corporation* milik Belanda diubah menjadi Pusat Perfilman Nasional (PFN) bersamaan dengan hadirnya Persatuan Artis Film Indonesia (Parfi).

Pada periode 1950-1959, perfilman Indonesia diwarnai karya pekerja film yang sebagian besar berasal dari tenaga terpelajar dan tergabung dalam organisasi seniman film. Usmar Ismail kemudian mendirikan Perusahaan Film Nasional

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Indonesia (PERFINI) pada 30 Maret 1950 dan produksi pertamanya adalah film Darah dan Doa. Film tersebut menjadi film pertama yang benar-benar disutradarai oleh orang Indonesia dan diproduksi oleh perusahaan milik sendiri.

Produksi film dalam negeri meningkat dan puncaknya pada 1955 dengan 59 judul film. Pada 1955 juga terbentuk Gabungan Pengusaha Bioskop Seluruh Indonesia (GPBSI) dan Persatuan Pers Film Indonesia (PERPENI) yang menunjukkan kesadaran akan pentingnya promosi film. Masih di tahun yang sama, Festival Film Indonesia (FFI) pertama kali diselenggarakan dan pada tahun 1959, film India mulai masuk ke Indonesia dan langsung disukai oleh masyarakat.

Pada 1964, jumlah bioskop menurun karena adanya aksi pembakaran yang bersamaan dengan munculnya PKI dan aksi kerasnya seperti pemboikotan terhadap film-film yang disinyalir menjadi agen imperialisme Amerika. Pemberontakan G30S/PKI juga membuat situasi semakin tidak menentu hingga 1966 yang membuat aktivitas produksi di berbagai bidang menjadi lumpuh.

Memasuki tahun 1970, industri perfilman Indonesia mulai bangkit yang ditandai dengan produksi film pada tahun itu mencapai 19 judul. Pada periode ini, teknologi pembuatan film dan industri bioskop mengalami kemajuan pesat dan pada 1980, Sekretaris Dewan Film Nasional, Djohardin, mengatakan bahwa film nasional dapat diproduksi dalam bentuk kaset video.

Pada 1990-an terjadi penurunan drastis produksi film Indonesia dan menjadi periode terparah sejak kebangkitan pada awal 1970. Hal ini dipengaruhi oleh banyak faktor seperti, perkembangan televisi swasta, sistem manajemen perusahaan perfilman, dan persaingan dengan film asing. Jumlah produksi film nasional semakin merosot hingga berkisar enam hingga sembilan judul saja setiap tahunnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tahun 1988, perfilman nasional mulai bangkit kembali yang ditunjukkan dengan adanya pertumbuhan dalam jumlah produksi. Film-film seperti *Kuldesak* (1998), *Petualangan Sherina* (2000), dan *Ada Apa Dengan Cinta* (2002) juga sukses di pasaran. Pada 2008, film Indonesia mampu menguasai sebagian besar layar bioskop di tanah air dan sejak saat itu, generasi perfilman yang semula didominasi oleh sutradara senior kemudian perlahan digantikan generasi baru. Pada awal 2020, industri film nasional mampu mencapai pertumbuhan tertinggi dalam sejarahnya.

Selain perfilman yang mengalami perkembangan, menurut Sumarno (1996, dalam Wahyuningsih, 2019:2), peralatan produksi film pun terus mengalami perkembangan sehingga film masih mampu menjadi tontonan yang menarik bagi khalayak luas sampai saat ini. Pada sejumlah periode tertentu film pun tidak hanya berkembang sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai media informasi maupun pendidikan dan sebagai salah satu arsip sejarah dan kebudayaan yang cukup penting dalam kehidupan masyarakat.

Film dianggap sebagai media komunikasi yang ampuh terhadap khalayak karena sifatnya audio visual sehingga dapat menyampaikan pesan kepada khalayak menggunakan gambar dan suara yang dapat bercerita banyak dalam waktu singkat. Dengan film, penonton seakan-akan ikut serta dalam waktu dan kejadian di film tersebut dan bahkan dapat mempengaruhi audiens.

Film adalah perangkat teknologi audio visual yang mengandalkan penggunaan kombinasi gelombang suara dan cahaya untuk menyampaikan pesan. Karena film mengandalkan efek audio dan visual, komunikasi nonverbal yang digunakan dalam film erat dengan pemahaman menyeluruh tentang film terutama untuk penonton multikultural yang dituju oleh film tersebut. Efek audio dan visual

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



serta komunikasi nonverbal dalam film, keduanya cenderung bekerja sama untuk menciptakan makna melalui indera dan saluran kognitif yang berbeda.

Komunikasi nonverbal mencakup keseluruhan isyarat nonverbal fisik yang menyampaikan keadaan emosional dan melengkapi pesan verbal. Komunikasi nonverbal manusia melibatkan banyak bagian tubuh yang berbeda dan dapat disadari atau tidak disadari oleh pihak komunikator. Beberapa bentuk komunikasi nonverbal seperti, jabat tangan atau anggukan kepala adalah tindakan sadar yang dimaksudkan untuk mengkomunikasikan sesuatu dengan sengaja. Sedangkan suara gemetar, tangan yang gugup mengkomunikasikan sesuatu dengan tidak disadari.

Ada banyak bentuk komunikasi nonverbal yang berbeda. Kategori utama isyarat nonverbal meliputi; kinesik atau gerakan tubuh, proxemics atau kedekatan atau ruang pribadi, postur seperti cara duduk atau berdiri seseorang, kontak mata, sentuhan, parabahasa yang mencakup kualitas vokal atau nada suara, ekspresi wajah, dan fisiologi yang mencakup perubahan fisiologis seperti peningkatan keringat atau berkedip cepat.

Memahami berbagai jenis komunikasi nonverbal penting untuk mengontrol pesan yang dikomunikasikan dan untuk memecahkan kode keadaan emosional orang lain. Adapun alasan pentingnya memahami isyarat nonverbal seperti, untuk menunjukkan minat atau ketertarikan pada hal yang diucapkan lawan bicara, untuk menyampaikan arti khusus untuk menghindari miskomunikasi, untuk membangun koneksi dan kepercayaan, dan untuk menunjukkan keaslian perasaan kepada lawan bicara.

Pada tahun 1970-an, Albert Mehrabian dari *University of California* (dalam Mehrabian, 2017), membuat terobosan model komunikasi Mehrabian untuk mengkarakterisasi komunikasi manusia. Studinya menunjukkan bahwa sebagai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



manusia, kita banyak menyimpulkan kesan dan perasaan kita tentang pembicara berdasarkan bahasa tubuh dan nada suara mereka daripada isi pembicaraan mereka.

Model komunikasi Mehrabian mengukur dampak komunikasi nonverbal melalui apa yang sekarang dikenal dengan aturan 7-38-55. Menurut model komunikasi Mehrabian, hanya 7% dari komunikasi pribadi bergantung pada komunikasi verbal atau kata-kata yang diucapkan, sisa 93% terletak pada komunikasi nonverbal. 38% terdiri dari nada suara dan 55% berkaitan dengan bahasa tubuh.

Komunikasi nonverbal mencakup elemen vokal yang disebut sebagai parabahasa dan mencakup nada, volume, kecepatan, dan elemen non vokal yang biasanya disebut sebagai bahasa tubuh dan mencakup gerak tubuh, ekspresi wajah, dan kontak mata. Elemen komunikasi nonverbal dalam film dapat ditemukan dalam berbagai bentuk seperti, lingkungan, karakteristik fisik, gerak tubuh, dan sentuhan.

Setiap elemen komunikasi nonverbal ini memiliki tujuan untuk mendapatkan emosi, pengaruh, dan/atau membujuk penontonnya. Tujuan dari sebuah film adalah untuk membuat cerita tertulis menjadi hidup dalam keautentikan dan kemurniannya. Pembuat film membuat keputusan yang diperhitungkan tentang bagaimana setiap elemen komunikasi nonverbal dalam film akan ditayangkan kepada penonton untuk mengutamakan pengalaman dari penonton.

Semiotika film merupakan studi tentang proses tanda, atau semiosis. Serta segala bentuk kegiatan, perilaku, atau proses yang melibatkan tanda-tanda. Semiosis juga mencakup produksi makna ketika tanda-tanda berkaitan dengan gambar bergerak. Semiotika dalam film berawal dari kajian akademis dengan tanda dan simbolisme yang sangat terkait dengan penciptaan makna.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Semiotika adalah istilah yang digunakan untuk merujuk pada penyelidikan tentang bagaimana makna film diciptakan dan dikomunikasikan melalui tanda-tanda yang dipahami secara budaya. Melalui semiotika film, tindakan dan pemikiran yang terjadi dalam kaitannya dengan pesan-pesan sebuah film terkait erat dengan tanda-tanda atau isyarat visual yang tercakup dalam media.

Teori semiotik menyatakan bahwa ada tanda-tanda yang kita pahami karena secara tidak sadar diperoleh pengetahuan budaya. Misalnya, ketika kita melihat lampu merah, kita tahu untuk berhenti. Bahkan di usia muda, sebagai anak-anak, kita tahu bahwa lampu merah adalah tanda untuk berhenti. Melalui konvensi budaya, selama periode waktu tertentu, kita secara tidak sadar mempelajari arti lampu merah dan sinyalnya untuk berhenti.

Dalam film, semiotika dapat digunakan untuk menyampaikan makna yang dimaksudkan dan dalam konteks film, penonton diharapkan dapat memahaminya. Semiotika sebagian besar diselidiki dalam linguistik pada awalnya. Tapi akan segera pindah ke studi perilaku melalui psikologi dan antropologi. Semiotika berkembang untuk berhubungan erat dengan budaya dan masyarakat.

Salah satu film Indonesia yang sangat memperhatikan elemen-elemen komunikasi nonverbal untuk mengantarkan pesan dari pembuat film untuk para penontonnya adalah film *27 Steps of May*. Film dengan minim dialog ini mengandalkan gestur, mimik wajah, perilaku, sentuhan, dan masih banyak elemen komunikasi nonverbal lainnya yang akan diteliti dalam penelitian ini.

27 Steps Of May merupakan karya Rayya Makarim yang diproduksi oleh Rayya Makarim, Ravi Bharwani, dan Wilza Lubis. Film ini menceritakan ketidakadilan berupa kekerasan seksual yang dialami oleh karakter utama, yaitu May (Raihaanun). Akibat kejadian tersebut, May mengalami trauma mendalam.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Selain May, kejadian tersebut juga menyebabkan trauma mendalam bagi ayah May (Lukman Sardi). Ayah May sangat terpukul dan menyalahkan dirinya sendiri karena tidak dapat menjaga putrinya.

May pun menarik diri sepenuhnya dari kehidupan. Sampai akhirnya seorang pesulap (Ario Bayu) membangkitkan emosi May yang telah dikubur selama 8 tahun sejak kejadian traumatik tersebut. Pesulap ini muncul dengan cara yang unik yang membuat May penasaran. Dari rasa penasaran dan pendekatan yang dilakukan pesulap, May pun akhirnya membuka diri setelah tenggelam dalam trauma dan lukanya selama 8 tahun.

Film ini merupakan film yang minim dialog dan lebih mengandalkan hening dan mimik serta *gesture* dari May sendiri. Rayya Makarim ingin membuat para penontonnya ikut merasakan trauma dan emosi dari para pemeran *27 Steps Of May* tersebut, terutama pada karakter May. Film ini juga menggambarkan bagaimana pemeran film *27 Steps Of May* menghadapi trauma dan kemarahan secara bertahap.

Film ini mengambil tema ketidakadilan terhadap perempuan terutama pada kekerasan seksual terhadap perempuan karena menurut Catatan Tahunan Komnas Perempuan (CATAHU) menunjukkan bahwa kekerasan terhadap perempuan meningkat drastis dari tahun 2017-2019. Untuk tahun 2020 dalam Catatan Tahunan Komnas Perempuan (CATAHU) 2021, laporan yang diterima dari korban kekerasan yang melapor ada sebanyak 299,911.

Dari fenomena kekerasan seksual, *victim blaming* dijadikan alasan untuk membenarkan kejadian kekerasan seksual terhadap perempuan. Film dengan *genre* kesetaraan gender ini menceritakan kekerasan seksual terhadap perempuan, bagaimana karakter perempuan sebagai korban kekerasan seksual menghadapi trauma dan lukanya untuk bertahan hidup. Pesan yang disampaikan pun tentang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



perempuan yang mengalami kekerasan seksual mencari pertolongan dan bimbingan untuk dapat keluar dari trauma dan lukanya demi hidup yang normal lagi.

Pada kenyataannya korban kekerasan seksual belum banyak yang berani menceritakan kejadian yang menimpanya dan belum banyak yang berani mencari keadilan karena dianggap masih tabu. Selain kurangnya keberanian untuk melaporkan dan menceritakan kekerasan seksual yang dialami korban, tidak banyak media massa dan film yang menceritakan bagaimana trauma yang dialami oleh korban kekerasan seksual yang ternyata berdampak kepada banyak pihak.

Melihat fenomena ini, peneliti tertarik dengan film *27 Steps of May* karena film ini menceritakan trauma yang dialami oleh korban kekerasan seksual dan juga dampaknya pada keluarga dan juga orang sekitarnya. Film ini juga menggambarkan bagaimana korban kekerasan seksual untuk keluar dari traumanya secara bertahap. Selain menggambarkan trauma yang mendalam, film ini juga dapat merangkul para korban kekerasan seksual lainnya dengan membuat mereka merasa bahwa mereka tidak sendiri menghadapi trauma tersebut.

Karena film ini minim dialog dan lebih mengandalkan mimik, *gesture*, dan simbol-simbol dalam menyampaikan pesannya, maka peneliti akan meneliti film *27 Steps of May* dengan analisis semiotika Roland Barthes yang mengklasifikasikan tingkat penandaan menjadi tiga yaitu, denotasi, konotasi, dan mitos yang jika digabungkan akan menjadi *order of signification* dan menggunakan teori komunikasi nonverbal Albert Mehrabian sebagai pendukung analisis semiotika dari film *27 Steps of May*.

Penelitian ini didasari analisis semiotika dari Roland Barthes dengan meneliti *scene* dalam film *27 Steps of May* berdasarkan tanda-tanda yang ditampilkan dan menemukan makna dari tanda yang ditampilkan dan komunikasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



nonverbal yang ditampilkan dengan menggunakan metode komunikasi Mehrabian sebagai pendukung penelitian ini. Peneliti memilih judul “Analisis Semiotika Roland Barthes Film *27 Steps of May*”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah, yaitu apa yang ingin disampaikan oleh pembuat film kepada penontonnya melalui komunikasi nonverbal yang ditampilkan dalam film minim dialog dalam film *27 Steps of May*?

C. Identifikasi Masalah

Dari rumusan masalah yang telah disusun, dapat diidentifikasi masalahnya sebagai berikut,

1. Apa makna denotasi dalam film *27 Steps of May*?
2. Apa makna konotasi dalam film *27 Steps of May*?
3. Apa makna mitos dalam film *27 Steps of May*?

D. Tujuan Penelitian

Dengan rumusan masalah dan identifikasi masalah yang telah disusun, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut,

1. Untuk mengetahui apa makna denotasi dalam film *27 Steps of May*.
2. Untuk mengetahui apa makna konotasi dalam film *27 Steps of May*.
3. Untuk mengetahui apa makna mitos dalam film *27 Steps of May*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Dengan tujuan yang telah disebutkan diatas, diharapkan penelitian ini memiliki kegunaan baik secara akademis maupun praktis sebagai berikut. Manfaat akademis dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai contoh atau gambaran kepada para peneliti lain yang ingin meneliti tentang film menggunakan analisis semiotika Roland Barthes dalam meneliti tanda, objek, dan interpretasi dari film. Bermanfaat juga untuk gambaran kepada peneliti lainnya yang meneliti tentang kekerasan seksual terhadap wanita.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran pembaca terhadap komunikasi nonverbal, seperti yang ditampilkan pada film *27 Steps of May* karena pada kehidupan sehari-hari manusia umumnya berkomunikasi secara verbal dan cenderung mengabaikan bentuk komunikasi nonverbal seperti *body gesture*, raut wajah, dan perilaku.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.