

BAB I

PENDAHULUAN

A.Latar Belakang

Film sebagai bagian dari media massa dalam kajian komunikasi masa modern dinilai memiliki pengaruh pada khalayaknya. Munculnya pengaruh itu sesungguhnya sebuah kemungkinan yang sangat tergantung pada proses negosiasi makna oleh khalayak terhadap pesan dari film itu, dan mengacu pada keberhasilan khalayak dalam proses negosiasi makna dari pesan yang disampaikan. Jika negosiasi makna yang dilakukan khalayak tersebut lemah, maka akan semakin besar pengaruh dari tayangan tersebut (McQuaill, 1997). Negosiasi makna merupakan proses "Komunikasi", dimana komunikasi menerima dan menginterpretasikan makna dari pesan yang diterima sesuai dengan latar belakang sosial budaya yang dimilikinya. Film sebagai salah satu bentuk media massa mempunyai peran penting dalam sosialkultral, artistik, politik dan dunia ilmiah. Pemanfaatan film dalam pembelajaran masyarakat ini sebagian di dasari oleh pertimbangan bahwa film mempunyai kemampuan untuk menarik perhatian orang dan sebagian lagi di dasari oleh alasan bahwa film mempunyai kemampuan mengantar pesan secara unik . Selain itu juga film merupakan salah satu media hiburan yang murah dan sederhana.Perkembangan perfilman akan membawa dampak yang cukup besar dalam perubahan sosial masyarakat. Perubahan tersebut di sebabkan oleh semakin bervariasi proses penyampaian pesan tentang realiatas obyektif dan representasi yang ada terhadap realitas tersebut secara simbolik serta sebuah kondisi yang berbeda. Film sebagi salah satu jenis media massa menjadi

sebuah saluran bermacam ide, gagasan, konsep serta dapat memunculkan pluralitas efek dari penayangannya yang akhirnya mengarah pada perubahan pada masyarakat. Efek pesan yang di timbulkan pada film dalam kemasan realitas simbolik ada yang secara langsung dirasakan pada khalayaknya bisa jadi perubahan emosi namun ada pula yang berdampak jangka panjang seperti perubahan gaya hidup, idealisme atau ideologi. Film akhirnya juga dipandang sebagai sebuah bahasa yang menggenerasikan makna-makna melalui sistem yaitu sinematografi, suara, editing, dan sebagainya, yang semua hal tersebut bekerja seperti halnya bahasa. Selanjutnya, dengan menempatkan film sebagai komunikasi ke dalam sebuah sistem besar yang menggeneralisasikan makna berarti film itu sendiri merupakan sebuah “budaya”. Pengertian mengenai budaya dipahami sebagai proses yang mengkonstruksi kehidupan masyarakat. Sistem-sistem yang menghasilkan makna atau kesadaran khususnya sistem-sistem dan media representasi yang menghadirkan sebagai image dari budaya. Selain berfungsi entertainment film juga dapat dijadikan sebagai sarana untuk menyampaikan suatu ideologi karena film juga dapat membongkar suatu realita dan memberikan pencerahan dan penyadaran dalam masyarakat. Disadari atau tidak, film dengan berbagai muatan ideologis dibelakangnya menjadi sebuah alat ampuh, baik sebagai culture penetration ataupun sebaliknya, sebagai counter culture. Apalagi, jika ia sengaja ditujukan secara individu-individu yang secara psikologis disebutkan sangat rentan untuk menerima muatan itu. Kalangan remaja dan mahasiswa termasuk dalam kelompok ini. Remaja secara psikologis dikonsepsikan sebagai individu, baik laki-laki maupun perempuan (Sarwono, 2001) adalah khalayak

yang sangat potensial untuk ditempat pesan dari media termasuk film. Dalam kajian komunikasi pemasaran, remaja dan mahasiswa merupakan sebuah pasar potensial bagi beragam produk, termasuk produk global yang di sebut lifestyle. Sehingga menjadi kajian menarik untuk melihat bagaimana penerimaan terhadap symbol tanda dan lambang yang muncul dalam film yang dimunculkan media sebagai segmen utamanya. Mahasiswa sebagai bagian dari lingkungan sistem sosial diartikulasikan dalam wacana-wacana lain berbentuk musik, gaya hidup, kekuasaan, harapan, masa depan dan lainnya. Disadari atau tidak produk film juga dapat memenuhi gaya hidup seseorang hal ini dapat dilihat dengan bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktifitas), apa yang mereka anggap penting dalm likungannya (ketertarikan dan apa yang mereka pikiran tentang diri mereka sendiri dan juga dunia sekitarnya (opini). Produk film memiliki kecenderungan suatu gaya hidup yang menjadi dasar dari trend atau mode yang akan melahirkan lifestyle apabila mode itu menjadi sebuah ritual keseharian Gaya hidup bukan hanya spesifik pada gaya berpakaian, model rambut atau perbendaharaan kata-kata saja, tapi juga sikap dan pandangan hidup dengan cara yang halus. Selain itu perfilman juga merujuk pada proses sosial yang mengambil elemen – elemen kebudayaan dan menggunakan untuk memperkuat karakter sebuah film untuk persuasif khalayaknya. Sebagai produk kapitalis disadari atau tidak, film juga mencoba untuk mengkontruksi pola pikiran manusia (frame) yaitu dengan adanya jalan cerita dan permasalahan yang dibahas dalam alur tujuannya adalah untuk memecahkan masalah yang diceritakan dalam film yang dibuat tersebut. Banyak sekali tema yang di angkat kedalam film, seperti kisah cinta, perselingkuhan, dan

kisah sosial lainya yang terkadang membuat permirsa terbawa layaknya pemain yang telah membintangi film tersebut misalnya menjadi sedih, menangis, marah dan benci. Seiring dengan perkembanganya di Indonesia, nilai-nilai yang terkandung dalam film yang ditonton ikut mempengaruhi realita kehidupan dimasyarakat. Budaya yang berada dimasyarakat semakin samar, tergerus dan melebur dengan sendirinya. Film dan budaya saling mempengaruhi, ada unsur timbal balik diantara keduanya, film mempengaruhi budaya setelah sebelumnya budaya melatarbelakangi dibuatnya sebuah film. Hukum tentang perfilman di Indonesia dirangkum dalam Pasal 3 UU No. 33 Tahun 2009 tentang *Perfilman* dijelaskan bahwa tujuan dari perfilman di Indonesia adalah terbinanya akhlak mulia, terwujudnya kecerdasan kehidupan bangsa, terpeliharanya persatuan dan kesatuan, meningkatnya harkat dan martabat bangsa, berkembangnya dan lestarnya budaya bangsa, dikenalnya budaya bangsa oleh dunia internasional, meningkatnya kesejahteraan masyarakat, dan berkembangnya film berbasis budaya bangsa yang hidup dan berkelanjutan. Adapun fungsi perfilman (Pasal 4) adalah budaya, pendidikan, hiburan, informasi, pendorong karya kreatif, dan ekonomi. Tujuan dan fungsi perfilman tersebut mengerucut kepada tiga wacana dominan, yakni *edukatif*, *kultural*, dan *ekonomi-kreatif*. Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa perfilman mempunyai tanggung jawab pula terhadap budaya yang melekat pada masyarakat Indonesia.

Film adalah cerminan masyarakat karena di satu pihak film itu sendiri sebagai media. Budaya yang ada pada masyarakat disajikan melalui film yang dibuat. Akan tetapi budaya negatif bangsa Indonesia tak lepas dipengaruhi oleh film.

Kepercayaan sebagian masyarakat terhadap film yang mengangkat mitos dan horor, tindakan kekerasan, serta gaya hidup hedonisme karena pengaruh oleh film yang ditonton. Film-film yang disajikan di Indonesia seharusnya memiliki nilai edukasi dan membawa komunikasi budaya, selain keindahan alam yang biasanya di atur menjadi setting film Indonesia, sebut saja seperti alam Nusa Tenggara Barat (NTB) yang begitu indah disajikan dalam film *laskar pelangi*, dan hamparan padang bukit Sumba Barat dan Sumba Timur yang dapat memberikan visualisasi penampakan alam Indonesia dan juga mengangkat daerah yang jauh diujung pulau Indonesia. Sebuah film yang memiliki tempat istimewa dalam benak masyarakat Indonesia akan membangun komunikasi emosional sehingga dapat menikmati film sekaligus mengagumi keindahan suatu daerah. Film Indonesia yang mengangkat tema budaya akan membawa komunikasi budaya, pendidikan dengan menekankan pada karakteristik Negara Indonesia. Nilai yang terkandung didalamnya mampu tersampaikan dengan baik melalui karya film kepada masyarakat Indonesia sebagai salah satu penikmat film. Bayangkan, mulai dari bahasa, budaya, dan pemikiran mereka transformasikan ke dalam film. Tapi rupanya penduduk Indonesia, menganggap fenomena ini biasa-biasa saja, bahkan mereka tidak sadar sedang terpengaruh oleh sebuah budaya dari melihat sebuah film. Menjadikan sebuah film sebagai market budaya adalah hal yang baik, apalagi mengangkat negara dan daerah kita sendiri. Film dapat menjadi salah satu propaganda budaya jika kita tahu cara menyisipkan budaya dalam film. Dalam segi bahasa, Indonesia yang memiliki bahasa yang indah seharusnya mampu memberi edukasi terhadap masyarakatnya sendiri agar sadar dan menggunakan

bahasa yang baik, Film sekelas *Ada Apa Dengan Cinta?* (AADC 1 dan 2) dapat dijadikan contoh penggunaan beragam kalimat baku yang bisa digunakan dalam kehidupan sehari-hari melalui dialog antara tokoh Rangga dan Tokoh Cinta.

a. Penjelasan Tentang Halu (Halusinasi)

Perubahan sensori halusinasi adalah keadaan dimana seorang individu mengalami perubahan terhadap stimulus yang datang yang menimbulkan kesan menurunkan, melebih-lebihkan bahkan mengartikan sesuatu hal yang tidak sesuai dengan realitas keadaan yang sebenarnya. Halusinasi yaitu pengalaman panca indra tanpa ada rangsangan atau stimulus (Hawari, 2006). Halusinasi merupakan hilangnya kemampuan manusia dalam membedakan rangsangan internal (pikiran) dan rangsangan eksternal (dunia luar). Klien memberi persepsi atau pendapat tentang lingkungan tanpa ada objek atau rangsangan yang nyata. Sebagai contoh klien mengatakan mendengar suara padahal tidak ada orang yang berbicara (Kusumawati & Hartono, 2010). Halusinasi adalah persepsi sensori yang salah atau pengalaman persepsi yang tidak terjadi dalam realitas. Halusinasi dapat melibatkan pancaindra dan sensasi tubuh. Halusinasi dapat mengancam dan menakutkan bagi klien walaupun klien lebih jarang melaporkan halusinasi sebagai pengalaman yang menyenangkan (Videbeck, 2008). Halusinasi adalah salah satu gejala gangguan jiwa dimana klien mengalami perubahan sensori persepsi, merasakan sensasi palsu berupa 2 suara, penglihatan, pengecapan, perabaan atau penghiduan,.

Klien merasakan stimulus yang sebetulnya tidak ada (*Damaiyanti & Iskandar, 2012*).

Dari beberapa pengertian halusinasi diatas dapat disimpulkan bahwa halusinasi adalah suatu persepsi klien terhadap stimulus dari luar tanpa adanya obyek yang nyata. Halusinasi dapat berupa penglihatan yaitu melihat seseorang ataupun sesuatu serta sebuah kejadian yang tidak dapat dilihat oleh orang lain, halusinasi juga dapat berupa pendengaran berupa suara dari orang yang mungkin dikenal atau tidak dikenal yang meminta klien melakukan sesuatu baik secara sadar ataupun tidak.

b. Jenis – jenis halusinasi

Jenis – jenis halusinasi adalah sebagai berikut :

1. Halusinasi pendengaran Yaitu mendengarkan suara atau kebisingan yang kurang jelas ataupun yang jelas, dimana terkadang suara – suara tersebut seperti mengajak berbicara klien dan kadang memerintahkan klien untuk melakukan sesuatu.
2. Halusinasi penglihatan Stimulus visual dalam bentuk kilatan atau cahaya, gambar atau bayangan yang rumit dan kompleks. Bayangan bisa menyenangkan atau menakutkan.
3. Halusinasi penghidung Membau – bau tertentu seperti bau darah, urine, feses, parfum, atau bau yang lainnya. Ini sering terjadi pada seseorang pasca serangan stroke, kejang, atau demensia.
4. Halusinasi pengecapan merasa mengecap seperti darah, feses, atau yang lainnya.

5. Halusinasi perabaan Merasa mengalami nyeri, rasa tersetrum atau ketidaknyamanan tanpa stimulus yang jelas.
6. Halusinansi cenesthetic Merasakan fungsi tubuh seperti aliran darah di vena atau arteri, pencernaan makanan atau pembentukan urine.
7. Halusinasi kinestetika Merasakan pergerakan sementara berdiri tanpa bergerak.

(Kusumawati & Hartono, 2010).

Alasan peneliti memilih judul “HALU” karya LBBK STKIP PK.

Peneliti memilih judul ini dikarenakan peneliti ingin meningkatkan kepengetahuan tentang perfilman di kampus STKIP Persada Khatulistiwa Sintang. Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap minat menonton dengan judul:

“Analisis Struktur Film ”Halu” Karya LBBK STKIP Persada Khatulistiwa Sintang
”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan pernyataan diatas, maka peneliti memfokuskan penelitian ini pada

“Analisis Struktur Film Halu Karya LBBKA STKIP Persada Khatulistiwa Sintang”.

C. Rumusan Masalah

Ada beberapa Pengertian Film Dan Pengaruh Film Bagi Kejiwaan. Film adalah media komunikasi yang bersifat audio visual untuk menyampaikan suatu pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat tertentu.

(Effendy, 1986: 134). Pesan film pada komunikasi massa dapat berbentuk apa saja tergantung dari misi film tersebut. Akan tetapi, umumnya sebuah film dapat mencakup berbagai pesan, baik itu pesan pendidikan, hiburan dan informasi. Pesan dalam film adalah menggunakan mekanisme lambang-lambang yang ada pada pikiran manusia berupa isi pesan, suara, perkataan, percakapan dan sebagainya. Film juga dianggap sebagai media komunikasi yang ampuh terhadap massa yang menjadi sasarannya, karena sifatnya yang audio visual, yaitu gambar dan suara yang hidup. Dengan gambar dan suara, film mampu bercerita banyak dalam waktu singkat. Ketika menonton film penonton seakan-akan dapat menembus ruang dan waktu yang dapat menceritakan kehidupan dan bahkan dapat mempengaruhi audiens.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana Film “Halu” karya LBBK STKIP Persada Khatulistiwa Sintang dikenalkan untuk menjadikan karya yang bagus untuk ditonton ?
2. Bagaimana nilai-nilai yang terkandung dalam Film “Halu” karya LBBK STKIP Persada Khatulistiwa Sintang?

D. Tujuan Penelitian

Maka yang menjadi pokok permasalahan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan struktur film halu mengutamakan peminat dalam pengambilan keputusan untuk menonton film ini.

2. Mendeskripsikan nilai-nilai dalam film ini menunjukkan keaktifan dalam berkarya selagi bisa berkarya pasti mencari cara untuk menarik peminat dalam menonton film itu.

E. Manfaat Penelitian

1. Peneliti

Peneliti bertujuan untuk eksploratif, menggali suatu hal atau permasalahan yang sedang diteliti dari film ini agar penonton puas dalam sebuah karya yang di buat oleh kekompakan mahasiswa dan dosen.

2. Kampus (STKIP Persada Khatulistiwa Sintang)

Bertujuan untuk pengembangan, dimana peneliti ingin mengembangkan teori, pandangan ilmiah tertentu menjadi lebih luas sebagai sarana pemecahan berbagai masalah di kampus atau pun di masyarakat. Untuk menguji atau memverifikasi suatu topik atau permasalahan dimana hasilnya bisa memperkuat teori atau pandangan tertentu dan juga bisa menolak hasil teori pandangan itu.

3. Penelitian

Penggunaan tujuan penelitian mencari dan menemukan pengetahuan yang dapat dimanfaatkan langsung di dalam kehidupan perfilman.

4. Manfaat Film *Halu* Karya LBBK STKIP PK

Manfaat pada film “*halu*” ini adalah memberikan gambaran ke pembaca yang mempunyai pemikiran yang selalu terhayal-hayal sehingga pembaca terbuai oleh bayangan-bayangan yang menghantui pikiran.