



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Film merupakan sarana komunikasi yang menyebarkan informasi untuk mendidik penontonnya. Sobur (2006:127) menulis bahwa film adalah rekaman realitas yang tumbuh, serta berkembang di dalam masyarakat, kemudian diproyeksikan kembali di layar. Dengan mengandung unsur audio dan visual, film memiliki keunggulan dalam kekayaan atribut yang bisa disampaikan dibandingkan dengan media lain seperti artikel pada media cetak ataupun berita yang dibacakan di radio.

Namun, selain menjadi media komunikasi, film juga dapat menjadi sarana representasi. Film dapat mewakili sebuah ide lain yang sebenarnya terdapat di luar substansi film. Film mengandung tanda-tanda yang mengandung ide tersebut. Ilmu yang mempelajari tanda-tanda, jenis, serta hubungan dengan apa yang diwakili adalah semiotika. Menurut Bronwen Martin dan Felizitas Ringham (2002:07), semiotika bisa disimpulkan dalam satu premis seperti tertulis di buku: "*there can be no meaning without difference*"(tidak akan ada sebuah arti tanpa adanya perbedaan). Tidak akan ada gelap tanpa terang, panas tanpa dingin, dan seterusnya. Lantas, perbedaan ini yang membentuk sistem dalam komunikasi.

Ilmu semiotika kemudian tidak mencakup bidang tertentu seperti ilmu bahasa saja, tetapi menjadi teori umum bagi semua tanda yang ada di semua subjek.

Dengan kata lain, semiotika adalah alat untuk memahami kehidupan sosial yang direpresentasikan melalui sesuatu. Penelitian inipun juga melihat realitas sebagai suatu hal yang objektif, sederhana, dan positif dan terdiri dari impresi-impresi indera karena yang diyakini adalah satu realitas dari suatu kebenaran. Prinsip lainnya adalah, jika fakta hanya dipisahkan dari nilai dan ilmuwan sosial yang tidak diperkenankan membuat pernyataan nilai karena yang ditekankan adalah tesis neutralitas nilai.

Sejak tahun 1940-an dalam masa perang, industri film Hollywood menjadi salah satu senjata andalan Amerika untuk berperang. Perang yang dilakukan Hollywood adalah melalui produksi film. Hasil kerja Hollywood yang ditayangkan kepada publik menjadi alat propaganda yang menguntungkan Amerika (Langdon, 2008:2). Film yang ditayangkan tidak sekadar menjadi sarana hiburan, tetapi sarana representasi, yakni perangkat semiotika.

Akan tetapi, sebuah konstruksi pesan pada sebuah film bisa ditangkap berbeda oleh komunikannya. Sejak masa perang di mana Hollywood sangat efektif dalam menyebarkan pesan Amerikanisme (Langdon, 2008:25), dampak tersebut tidak lagi seampuh seperti dulu. Menurut survei *Pew Global Attitudes Report* pada tahun 2007, 26 dari 33 negara mulai merasa Amerika tidak semenarik lima tahun yang lalu. Dalam sebuah survei terhadap beberapa SMA di 12 negara pada 2002, didapati bahwa pandangan para siswa telah terpengaruh secara signifikan bahwa Amerika adalah negara yang mendominasi, tidak memenuhi nilai moral seksual, materialistik, dan kasar dalam hiburan media massa (Defleur dan Defleur dalam Woodburn, 2009:98).

Sebagai serangan balik, Amerika menggunakan Hollywood sebagai lahan bisnis strategis untuk meningkatkan ekspor produknya kepada negara-negara yang mulai berpandangan negatif terhadap AS (Woodburn, 2008:98). Fenomena ini mendatangkan paradoks: mengapa negara-negara yang tidak menginginkan pengaruh AS di negaranya justru membuat bisnis industri film, musik, dan serial televisi Amerika melejit di berbagai negara. Mereka menyukai teknologi Amerika dan ekspor budaya, tetapi tidak dengan idealismenya. Menurut survei *Pew Global Attitudes Report* lebih lanjut, negara berpenduduk mayoritas muslim seperti Bangladesh, Pakistan, Turkey, Yordania, dan Mesir bahkan lebih gencar dalam menangkis masuknya nilai-nilai Amerika (Woodburn, 2008:98).

Terdapat sebuah pokok nilai dan ide yang disampaikan pada film-film pemicu baik ketertarikan terhadap AS maupun anti-Amerika tersebut. Konsep yang mengekspresikan keseluruhan aspek dari negara Amerika, mula dari kekuatan militer, wilayah negara, hingga nasionalisme adalah Amerikanisme (Kazin, 2011:12).

Peneliti mengambil film Godzilla sebagai objek penelitian. Film produksi Toho Co., Ltd. ini telah menayangkan 35 film Godzilla sejak 1954. Dari sejumlah film tersebut yang diproduksi Jepang, terdapat 7 film yang digarap oleh Amerika. 5 film di antaranya adalah pembuatan ulang dari Godzilla versi Jepang, sedangkan Godzilla tahun 1998 dan 2014 sepenuhnya dikomposisi oleh Amerika: Godzilla edisi tahun 1998 diproduksi Tristar Pictures, dan yang terbaru ini dibuat oleh Legendary Pictures.

Sejak edisi pertamanya, tokoh monster Godzilla ditujukan produsen sebagai metafor dari senjata nuklir yang pada masa itu, terkenal digunakan sebagai senjata perang. Godzilla lahir dan makan dari nuklir, serta punya kekuatan menghembuskan napas radioaktif. Godzilla edisi 1998 versi Amerika itu telah mengejutkan dunia, khususnya Jepang karena Amerika berhasil mengubah tokoh Godzilla dengan dana yang sangat besar, menjadi hiburan yang mengubah kedalaman ikon metafor mereka (Rafferty:2004), bahwa masyarakat seharusnya mencintai nuklir. Peristiwa pengeboman Hiroshima Nagasaki adalah bentuk kebencian Jepang terhadap pemberdayaan nuklir sebagai senjata pembunuh.

Dari perbedaan Godzilla produksi Jepang dan Amerika, penelitian ini mengkaji tanda-tanda yang dikonstruksi pada film Godzilla edisi 2014, yakni Amerikanisme sebagai bentuk keutamaan dari negara produsen film.

Dalam film Godzilla, terdapat simbol-simbol yang bisa diinterpretasi berbagai makna oleh penonton. Dari dialog antar pemain, bagaimana alur kisahnya menyampaikan pesan lain dari yang diceritakan seharusnya. Salah satunya, terdapat pencitraan melalui simbol-simbol di dalam film, bahwa Amerika Serikat menggambarkan sikap dan nilai kekhasannya dalam sebuah film bertemakan dan berlatar Jepang. Atribut bendera AS misalnya, yang tampil di berbagai properti film.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada penjelasan latar belakang masalah, maka masalah penelitian dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Bagaimana representasi Amerikanisme dalam film Godzilla?
- 2) Makna apa yang terkandung dalam tanda-tanda Amerikanisme dalam film Godzilla?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah:

- 1) Mengetahui bagaimana representasi Amerikanisme dalam film Godzilla.
- 2) Memahami makna dari tanda-tanda Amerikanisme dalam film Godzilla.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademik

Hasil penelitian ini akan memberi kontribusi pemikiran, sumber referensi, dan masukan bagi kajian bidang ilmu komunikasi, terutama untuk studi kualitatif analisis semiotika yang menggunakan metode C.S. Peirce dan teori Amerikanisme yang direpresentasikan dalam sebuah film Hollywood.

1.4.2. Manfaat Praktik

Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat menjadi acuan untuk pihak-pihak terkait seperti produser film dalam mengkonstruksi sebuah pesan dalam karyanya ataupun bagi penonton untuk mengetahui pesan yang dikonstruksi pada sebuah film