



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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 II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Naratif

Eriyanto (2013) menjelaskan bahwa naratif berasal dari bahasa Latin, yaitu *narre* yang artinya membuat tahu. Membuat tahu menjadi frasa yang valid jika informasi di dalamnya terdapat unsur intertekstualitas. Intertekstualitas berguna untuk menjelaskan hubungan logika antar teks. Eriyanto mengatakan bahwa naratif merupakan sebuah sistem komunikasi untuk menyampaikan informasi dengan metode penceritaan tertentu. Naratif membutuhkan dua rangkaian/lebih peristiwa/kejadian yang saling berkesinambungan satu dengan lainnya (hlm. 1-3).

Eriyanto (2013) menjelaskan bahwa dalam teori naratif, peristiwa/kejadian dalam cerita harus mempunyai hubungan sebab akibat. Oleh karena itu Eriyanto memberikan contoh peristiwa/kejadian seperti, “Budi tidak bekerja”. Namun, peristiwa/kejadian tersebut harus disambungkan dengan peristiwa/kejadian lain seperti, “Budi sedang sakit” sehingga struktur naratif dapat terpenuhi (hlm. 3).

Menurut West dan Turner (2017) tak ada ketentuan khusus yang mengatur indikator waktu, tokoh, tempat, dan suasana sebuah film naratif. Esensi teori naratif terletak pada hubungan kronologis, sebab akibat, ataupun logika peristiwa satu dengan peristiwa lainnya. Ilmu naratif digunakan di berbagai bidang keilmuan termasuk film. West dan Turner menyatakan bahwa ilmu naratif berfungsi untuk menganalisis satu/lebih peristiwa untuk mendapatkan kesimpulan. Kesimpulan ini membuka ruang kepada pernyataan/pertanyaan baru (hlm. 44).

Buckland (2015) mengatakan bahwa naratif adalah teknik menggambarkan/mendeskripsikan/menuturkan cerita. Naratif mengutamakan kesinambungan alur peristiwa satu dengan peristiwa lainnya. Dalam teori naratif, setiap peristiwa dalam sebuah cerita harus memiliki aspek alegoris. Tujuannya agar dapat ditafsir penonton/pendengar/pembaca (hlm.32).

Karakter, aksi, dan peristiwa adalah tiga elemen utama yang membangun sekaligus mendorong jalannya aspek naratif sebuah cerita. Karakter, aksi, dan peristiwa harus mempunyai motif. Dalam teknik penceritaan naratif, motif dapat dicapai jika terdapat hubungan sebab-akibat antara satu kejadian dengan kejadian lainnya. Motif adalah bentuk lain dari pesan film itu sendiri (hlm. 33). Sedangkan mekanisme penuturan sebuah cerita dinamakan narasi (hlm. 35).

2.2. Konstruksi Naratif

Cerita memimpin semua aspek dalam dunia sinema. Semua elemen film (sinematografi, acting, musik, tata artistik, dsb) termasuk pembuat film itu sendiri mengindahkan cerita. Semua elemen tersebut adalah instrumen yang digunakan film untuk menyampaikan cerita kepada penonton. Unsur cerita dalam dunia film benar-benar sangat penting dan harus diperhatikan.

Kepentingan tersebut mendasari pembuatan berbagai macam teori mengenai konsep penulisan cerita yang baik dan benar. Teori tersebut menjadi salah satu petunjuk/kitab bagi para penulis dalam membuat sebuah cerita. Konsep penulisan cerita inilah yang dipahami sebagai konstruksi naratif. Terminologi konstruksi naratif dapat dipahami melalui definisi dua kata; konstruksi-naratif.

Konstruksi bicara tentang pembangunan alur sebuah cerita. Sedangkan naratif merupakan sebuah disiplin ilmu penulisan cerita. Dalam teori naratif, kesinambungan logika antara satu peristiwa dengan peristiwa lainnya merupakan hal yang paling utama. Berdasarkan dua penjelasan tersebut, konstruksi naratif dapat dipahami sebagai suatu struktur/rancangan penulisan cerita yang mengutamakan kesinambungan logika antar satu peristiwa sebagai landasan pembentukan sebuah cerita yang utuh. Di dalam konstruksi naratif terdapat sebuah sistem. Sistem tersebut memungkinkan penulis untuk mengolah ceritanya sedemikian rupa berdasarkan norma-norma penceritaan yang ada (Benyahia, Gaffney, dan White, 2006, hlm. 44-47).

Setiap film memiliki cerita yang berbeda, tetapi fondasinya tetap sama. Fondasi itu merupakan struktur cerita tiga babak yang dijabarkan menjadi bagian: pembuka-konflik-penutup. Struktur tiga babak ini adalah komponen yang tak terpisahkan dalam konstruksi film naratif. Komponen ini memberi ruang pada penulis untuk mengeksplorasi pola penceritaannya. Dalam komponen tersebut terdapat norma-norma yang menjaga alur cerita agar tidak keluar jalur dari tujuannya. Komponen ini berfungsi memastikan pembaca/penonton tetap memahami makna cerita walaupun alurnya diacak (Benyahia, Gaffney, dan White, 2006, hlm. 52).

Suatu film menggunakan berbagai macam metode guna menyampaikan ceritanya. Metode ini juga dapat dipahami sebagai unsur-unsur pembentuk film naratif (hlm.52). Benyahia, Gaffney, dan White menjabarkannya sebagai berikut:

1. Tokoh. Hal pertama yang harus diperhatikan adalah pemilihan tokoh. Tokoh berperan penting dalam membawakan cerita pada suatu film. Tokoh merupakan alat utama penyampaian cerita. Sebagian besar film naratif biasanya menggunakan perspektif tokoh utama sebagai cara untuk menyampaikan pesan dalam sebuah cerita. Rancangan karakter yang tepat mampu membuat cerita film tersampaikan dengan baik (hlm. 48-49).
2. Latar belakang. Latar belakang yang dimaksud adalah situasi yang sedang terjadi dalam 'semesta' film tersebut. Latar belakang biasanya terhubung dengan isu/tema/fenomena. Latar belakang pada sebuah film naratif dapat memberikan eksplorasi berupa ruang dan waktu (hlm. 54-55).
3. Plot. Penyampaian film dapat dikemas dengan berbagai metode yang berbeda. Salah satunya adalah dengan memainkan plot. Plot adalah alur cerita dalam sebuah film. Alur cerita sendiri dapat dikemas secara linear/ non-linear. Pengemasan alur merujuk pada kesepakatan berupa logika (hlm. 58).
4. Konflik. Tanpa kehadiran konflik maka film naratif tidak menjadi menarik untuk disaksikan. Konflik adalah elemen yang sangat penting agar cerita tidak membosankan. Konflik membuat cerita naik turun dengan masalah-masalah yang dihadapikannya. Konflik membuat tokoh utama cerita harus menerjang bahaya sehingga film menjadi lebih seru untuk disimak. Konflik adalah salah satu elemen yang membuat film naratif menjadi begitu dinamis dalam menuturkan ceritanya (hlm.46).
5. Klimaks. Dalam film naratif, klimaks adalah 'bumbu' yang membuat cerita film tersebut menjadi menantang. Klimaks berguna untuk membangun ketegangan

dalam sebuah film. Klimaks tidak bisa diletakkan sembarangan. Klimaks harus memperhatikan jalannya cerita, terutama emosi yang dihasilkan dari cerita tersebut. Klimaks biasanya berbanding lurus dengan situasi dan kondisi yang sedang dihadapi tokoh utama. Klimaks memberikan rasa dalam film. Rasa tersebut dapat berupa kesedihan, kemarahan, mencekam, ketakutan, dan sebagainya (hlm. 46).

6. Resolusi. Resolusi memiliki tempat khusus dalam film naratif. Tempat itu diletakkan di akhir film guna menjelaskan semua hal yang ada dalam film tersebut. Semua pertanyaan yang masih menjadi misteri selama film dijawab pada bagian resolusi. Dalam film naratif, resolusi biasanya mengikuti konsep dari film itu sendiri. Resolusi memiliki sifat terbuka (pertanyaan baru) dan tertutup (pernyataan/kesimpulan film) (hlm. 57-58).

Banyak unsur yang dapat dimanfaatkan/diperhatikan guna memaksimalkan keutuhan suatu konstruksi film naratif (Benyahia, Gaffney, dan White, 2006, hlm. 66). Unsur-unsur tersebut antara lain:

1. Pengenalan para tokoh.
2. Pendekatan emosional terhadap para tokoh.
3. Identifikasi tokoh utama.
4. Character's obstacle.
5. Pengenalan tokoh pendukung.
6. Informasi yang didapatkan dari tokoh pendukung.
7. Informasi latar belakang cerita.
8. Dampak latar belakang cerita.

9. Proses identifikasi latar belakang cerita.
10. Hubungan antara latar belakang dan tokoh dalam cerita.
11. Konflik utama cerita.
12. Identifikasi hubungan sebab-akibat (peristiwa) dalam cerita.
13. Motif setiap peristiwa/kejadian dalam cerita.
14. Dampak peristiwa terhadap kesimpulan cerita.
15. Misteri (sesuatu yang belum jelas dalam konstruksi cerita).
16. Peran tokoh utama dalam pemecahan misteri tersebut.

2.3. *Mise en Scene*

Monaco (2000) menjelaskan bahwa *mise en scene* diambil dari bahasa Perancis. Secara denotatif sekaligus historis, *mise en scene* berarti meletakkan sesuatu di panggung teater. Dalam dunia film, *mise en scene* adalah merancang dan menyatukan pelbagai jenis elemen berbeda pada sebuah frame (hlm. 174). *Mise en scene* merupakan segala elemen yang bisa dilihat, didengar, dan dirasakan oleh penonton (hlm. 173).

Gibbs (2012) menjelaskan bahwa *Mise en scene* adalah cara/konsep/metode komunikasi yang disepakati serta digunakan para pembuat film agar penonton dapat memahami maksud dari cerita yang dituturkan film tersebut (hlm.5). Terdapat beberapa unsur yang mempengaruhi keutuhan *mise en scene*: blocking, acting, latar panggung (set), kostum dan tata rias, tata cahaya dan penempatan pemain terhadap set (staging). Semua unsur tersebut sudah dirancang sedemikian rupa dengan maksud dan tujuan tertentu (hlm.5). Butler mengatakan bahwa *mise en scene* tidak

menuntut adegan untuk selalu menggunakan semua elemennya demi menuturkan sebuah cerita (hlm. 22-33).

2.4. Propaganda

Sennet (2014) mengatakan bahwa propaganda adalah salah satu teori dalam ilmu komunikasi massa. Digunakan oleh suatu pihak (individu atau kelompok) tertentu untuk menyebarkan gagasan/idealisme/doktrin demi mengubah persepsi masyarakat. Beliau mengatakan bahwa medium-medium dalam dunia propaganda bervariasi (film/musik/tulisan/lukisan/dsb). Sennet melanjutkan bahwa sebagian besar metode penyebaran serta penggiringan opini masyarakat dalam dunia propaganda bersifat persuasif. Sennet mengatakan bahwa masyarakat diajak untuk memercayai berbagai konsepsi atau gagasan propagandis agar tujuan propagandis dapat tercapai. Tujuan propaganda berbeda-beda tergantung dengan konsepsi atau keinginan propagandis (hlm 46).

Sennet melanjutkan bahwa dalam dunia propaganda tak ada yang benar maupun yang salah. Propaganda merupakan metode/cara menggiring pandangan masyarakat terhadap sesuatu. Fokus sekaligus esensi propaganda adalah membangun pandangan pihak propagandis. Pesan propagandis dapat disampaikan secara eksplisit atau implisit. Propagandis harus mampu memahami pola pikir serta perilaku target propaganda. Tanpa pemahaman ini maka propaganda tidak akan berjalan dan berdampak efektif (hlm. 46).

Sennet mengatakan bahwa propagandis merancang gagasan beserta metode propagandanya secara sistematis. Gagasan propagandis harus memperhatikan

konteks. Konteks adalah suatu hal yang sedang dibicarakan propagandis. Konteks harus melihat situasi kondisi masa lalu, masa kini, dan masa depan. Konteks menolak batasan antara yang tampak (realitas) dan yang diandaikan. Dalam konsep kontekstualisme tidak ada kebenaran absolut. Maka itu konteks sangat berkaitan erat dengan konsep propaganda (Sennet, 2014, hlm. 47).

Menurut Cunningham (1927) propaganda adalah teknik mempengaruhi tingkah laku manusia dengan cara memanipulasi indera manusia (hlm. 12). Dalam pengaturan tersebut terdapat program atau doktrin propagandis. Propagandis adalah seseorang/sekelompok dengan gagasan yang sudah dikonseptualisasikan. Gagasan tersebut disampaikan dengan pesan melalui medium tertentu kepada masyarakat. Di luar benar atau tidaknya pesan tersebut, masyarakat tetap diarahkan untuk tetap mendukung gagasan tersebut (hlm. 13).

2.5. Teknik Propaganda

Shabo (2008) dalam bukunya *Technique of Propaganda and Persuasion* menjelaskan tentang teknik-teknik propaganda yang dapat digunakan propagandis untuk mendoktrin pihak yang dituju. Teknik tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. *Assertion*. Memberikan julukan terhadap subjek dan objek tertentu. Metode *assertion* dilakukan dengan menempelkan predikat atau kesan buruk terhadap subjek/objek. Dilakukan agar kesan/citra subjek/objek tersebut menjadi buruk di mata masyarakat. Propagandis merancang rencana, disusun secara sistematis, dan disebarakan melalui berbagai macam media. Semua hal tersebut

dilakukan demi membentuk stigma negatif di mata masyarakat bahwa yang bersangkutan memiliki karakter/sifat/kepribadian buruk (hlm.11-15).

2. *Glittering generalities*. Jika teknik assertion diterapkan pada lawan propagandis maka teknik *glittering generalities* diterapkan pada diri propagandis itu sendiri. Propagandis merancang berbagai konsepsi pemikiran yang mampu memberikan kesan bahwa propagandis adalah pihak yang patut dijadikan teladan. Hal ini termasuk dari gagasan, sikap, sampai idealisme propagandis. Intinya adalah segala hal yang berhubungan dengan citra propagandis harus dibuat sebaik mungkin (hlm. 30-32).
3. *Card stacking*. Teknik card stacking menggunakan berbagai macam data, baik yang berisi fakta maupun kebohongan pada kubu lawan untuk memenangkan pandangan propagandis. Propagandis harus jeli memperhatikan apapun yang diperlihatkan atau diperdengarkan pihak lawan, terutama selama masa propaganda berlangsung. Semua pertanyaan maupun pernyataan pihak lawan harus diolah dengan baik untuk disampaikan kembali kepada masyarakat. Data tersebut tak hanya berfungsi untuk menggiring opini masyarakat tetapi juga berfungsi untuk menyerang lawan (hlm.24-26).
4. *Bandwagon technique*. *Bandwagon technique* adalah teknik propaganda yang berusaha membuat masyarakat percaya dengan slogan-slogan, gagasan-gagasan, dan sejenisnya. Slogan tersebut bersifat hiperbola sehingga dapat menarik perhatian masyarakat. Semakin banyak yang mengetahuinya maka semakin tinggi peluang mendapatkan suara atau (setidaknya) perhatian

masyarakat. Fokus teknik ini adalah untuk membuat pernyataan yang memiliki kesan hebat/baik/luar biasa di mata masyarakat (hlm 18-23).

2.6. Film Propaganda

Banaszczyk (2014) menjelaskan bahwa pada masa Perang Dunia II (PD II), sebuah film yang disebarluaskan ke masyarakat adalah film-film yang mengandung paham/gagasan/pandangan/kepercayaan/ajaran propagandis. Film tersebut dikemas sedemikian rupa oleh sang pembuat film. Melalui media film, apapun yang dipercayai/dipegang/dijunjung/ingin dicapai propagandis dapat disampaikan kepada masyarakat.

Film diharapkan menjadi sebuah media yang mampu membuat orang banyak percaya/setuju/mau mengikuti gagasan propagandis (termasuk pembuat film). Ketika pikiran masyarakat (penonton) sudah ‘tercuci’ maka di saat itulah tercipta kondisi pengagas film/penguasa dapat menggerakkan massa sesuai rencana mereka (hlm.i).

Efektivitas film sebagai alat penggerak massa/pencipta atau penggerak opini masyarakat /sarana propaganda telah terbukti di masa PD II. Melalui medium televisi, film mampu menyebarkan pesan dalam waktu bersamaan. Melalui film, Jerman lebih mudah menggerakkan massa sekaligus menggiring opini masyarakat. Penggiringan opini melalui film dinilai lebih efektif daripada menggunakan senjata/kekuatan militer untuk menekan masyarakat (Banaszczyk, 2014, hlm. i).

Pasalnya senjata/kekuatan militer hanya dapat menggerakkan massa lewat teror. Butuh daya dan usaha yang lebih besar ketimbang media film. Media film mampu menggerakkan massa dengan cara ‘mencuci otak/pikiran penonton (masyarakat). Hal ini membuat khalayak lebih mudah tergerak dan dikendalikan. Melalui media film, massa bergerak atas keinginan mereka sendiri (yang telah di cuci otaknya) (Banaszczyk, 2014, hlm. i).

2.7. Karakter Film Propaganda

Pada PD II film terbukti menjadi media yang sangat efektif untuk menyebarkan propaganda. Banaszczuk (2014) menggunakan film berjudul *Feuertaufe* (film propaganda Nazi) untuk menjelaskan karakter-karakter film propaganda (hlm. 2).

Karakter-karakter tersebut dijelaskan sebagai berikut:

2.7.1. Penyederhanaan Berlebih

Penyederhanaan berlebih dalam film propaganda merupakan kombinasi antara teknik pemotongan gambar dengan pemilihan informasi (yang tidak dibutuhkan) oleh pihak propagandis. Informasi berupa audio maupun visual melewati tahap penyaringan pesan. Data dan fakta dikemas sedemikian rupa berlandaskan pandangan propagandis. Bagian yang tidak diinginkan/tidak diperlukan (tanpa melihat porsi) dihapus. Kemudian diganti dengan bagian lain yang sesuai dengan pandangan propagandis.

Melalui manipulasi, propagandis dapat menyetir pandangan penontonnya. Pesan dalam film dapat disampaikan secara eksplisit atau implisit sesuai maksud

yang propagandis inginkan. Propagandis tidak perlu memedulikan apabila pesan tersebut tidak sesuai dengan fakta (hlm. 15).

Melalui metode yang tepat maka sistem penyederhanaan pesan ini mampu memberikan dampak yang efektif. Dapat dikatakan bahwa teknik penyederhanaan berlebih merupakan sebuah teknik 'mengurangi secara berlebih' untuk mendapatkan reaksi yang 'berlebihan' pula. Dalam teknik ini secara tidak langsung masyarakat digiring untuk 'menghalalkan' jalan pintas dalam menerima informasi tanpa perlu memproses informasi tersebut terlebih dahulu (hlm. 16).

2.7.2. Pendekatan Emosional

Salah satu 'pekerjaan' propagandis adalah untuk mengajak orang-orang (kelompok/individu) untuk setuju dengan pandangannya. Oleh karena itu propagandis harus mampu memanfaatkan berbagai argumen yang mampu memancing sisi emosional pihak tertentu. Hal ini pernah dilakukan Nazi agar rencana propagandanya dapat berjalan mulus. Tak hanya itu, dampak yang dihasilkan pun dapat terlihat dengan sangat jelas (hlm.18).

Teknik ini sangat efektif jika diaplikasikan kepada target yang masih belum memiliki banyak informasi terkait suatu topik tertentu. Propagandis menyerang sisi emosional target terlebih dahulu. Dampaknya adalah target tak dapat berpikir jernih/objektif. Teknik ini digunakan dengan cara menghilangkan/mengubah segala konteks yang berpotensi membuat target tercerdaskan/tercerahkan dengan data-data yang bersifat konkret. Teknik ini cenderung memanfaatkan subjektivitas dalam berargumen. Subjektivitas memiliki konsep relativitas sehingga memberi ruang

lebih besar kepada propagandis untuk menjangkau sisi emosional lawan bicaranya (hlm. 18).

Banaszczyk juga menjelaskan bahwa Nazi pernah membuat sebuah film dengan tema kepahlawanan. Film tersebut ditonton masyarakat luas, lalu dengan mudahnya masyarakat tergerak secara emosional untuk turut serta mendukung pandangan/kebijakan Nazi. Banaszczyk memberitahukan bahwa film tersebut mengandung pesan heroik yang mampu menggerakkan/menggetarkan hati/emosi/perasaan penontonnya (hlm. 18).

Adegan dibuat emosional dan dramatis sehingga hati penonton tergerak. Kemudian timbul sisi simpati/empati untuk melakukan tindakan tertentu sesuai dengan keinginan/rencana propagandis. Film tidak perlu mengedepankan sisi rasionalitasnya. Teknik pendekatan emosional ini merupakan salah satu bukti nyata bahwa film mampu bergerak sebagai senjata yang melukai manusia. Tidak melalui fisik, tetapi dari hati maupun mental (hlm. 19).

2.7.3. Hiburan

Propaganda dapat berjalan dengan efektif apabila propaganda tidak terlihat sebagai propaganda. Masyarakat sebisa mungkin harus menikmati semua jenis propaganda tersebut. Hiburan adalah salah satu jalan (implisit) untuk membuat masyarakat menikmati propaganda. Hiburan harus mampu melebur dengan budaya masyarakat. Hiburan membuat masyarakat rela untuk mengakses bahkan membayar hiburan (propaganda) tersebut (Banaszczyk, 2014, hlm. 21).

Menurut Banaszczyk (2014) film merupakan sebuah media yang fleksibel. Film dapat dilihat sebagai sebuah media edukasi ataupun/sekaligus hiburan. Oleh karena itu film banyak digunakan sebagai sarana penyebaran gagasan propagandis. Pesan-pesan disampaikan 'sehalus' mungkin, dan dikemas dalam bentuk hiburan. Jika masyarakat menikmati hiburan tersebut maka masyarakat senang.

Kesenangan yang hadir pada diri masyarakat mempermudah propagandis dalam menjalankan berbagai rencananya (hlm. 21). Oleh Nazi, film dimanfaatkan sebagai alat indoktrinasi. Masyarakat yang tidak menonton film-film rancangan Nazi dianggap sebagai tindak kejahatan. Gaya totalitarian ini tanpa disadari memberi kesan jahat pada film (hlm. 21).

2.7.4. Repetisi

Banaszczyk (2014) mengatakan bahwa teknik penyederhanaan berlebih, pendekatan emosional, dan hiburan dapat digunakan secara mandiri (terpisah) untuk menyampaikan pesan propaganda. Namun, unsur-unsur tersebut dapat berdampak lebih efektif setelah adanya repetisi. Banaszczyk menegaskan bahwa repetisi mampu mempengaruhi aspek psikologi penerima pesan.

Lebih jauh lagi, repetisi tanpa henti mampu memberikan ilusi pada keseimbangan mental penerima pesan. Tanpa perlu melihat setuju atau tidaknya penerima pesan terhadap pesan tersebut. Pesan yang terus disampaikan tanpa henti nyatanya mampu membuat pesan tersebut terkesan benar adanya (hlm 22).

Propagandis perlu membuat pengulangan terus-menerus dalam jangka waktu tertentu sampai tidak terlihat lagi batas antara kebenaran dan kebohongan yang terkandung dalam pesan tersebut. Teknik repetisi ini menguatkan dampak dari tiga teknik lainnya (hlm. 22-23).

2.8. Acting

Seorang sutradara dituntut untuk menerjemahkan naskah ke dalam bentuk audio visual. Sutradara beserta kru film menggunakan berbagai macam elemen untuk menarasikan visi film. Salah satu dari sekian banyak elemen yang memegang peranan paling penting adalah *acting*. *Acting* memegang peranan sangat besar dalam menarasikan cerita film. *Acting* memiliki pengaruh cukup besar dalam membentuk kepercayaan penonton terhadap film (Comey, 2002, hlm. 100).

Dalam sebuah film terdapat dua jenis aktor. Pertama adalah aktor yang sudah memiliki kedekatan dengan tokoh yang dimainkannya. Aktor tersebut hanya perlu menampilkan diri sesuai dengan perannya dalam film. Kedua adalah aktor yang mampu keluar dari karakternya dan berubah 180 derajat menjadi tokoh yang diperankannya. Perubahan ini termasuk perubahan fisik sampai perilaku (Pramaggiore dan Wallis, 2008, hlm. 98).

Benyahia, Gaffney, dan White (2006) menjelaskan bahwa ada beberapa hal yang perlu diperhatikan pemain agar *acting* menjadi lebih meyakinkan di mata penonton (hlm. 19):

1. Bentuk fisik. Meliputi tinggi, pendek, gemuk, kurus, atletis, bahkan cacat jasmani (kaki pincang, buta, dsb).
2. Pergerakan pemain. Pemilihan tempat berhubungan dengan pola tokoh mengatasi atau menghadapi sesuatu. Tokoh yang cenderung memilih tempat duduk di belakang biasanya adalah tokoh yang *introvert* dan lebih suka menganalisis, dan sebaliknya.
3. Pergerakan kepala. Gerakan kepala membantu penonton untuk memahami isi kepala tokoh. Terkadang, hanya dengan menoleh, seorang tokoh sudah dapat mengomunikasikan sesuatu.
4. Ekspresi wajah. Ekspresi adalah bentuk lain kata-kata. Mata merah, dengan urat-urat di dahi mungkin merupakan substitusi dari dialog, “kau membuatku marah”. Ekspresi adalah elemen yang sangat penting untuk menyampaikan emosi pemain kepada penonton.
5. Postur tubuh. Postur tubuh berperan penting dalam menggambarkan bentuk fisik tokoh. Aktor harus memperhatikan serta merawat kondisi tubuhnya demi mencapai persyaratan fisik tokoh yang diperankannya. Hal ini harus diperhatikan karena akan mempengaruhi *acting* yang dibawakan.
6. Permainan mata. Mata adalah jendela hati seseorang (tokoh). Mata merupakan salah satu elemen yang dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan penonton. Terutama tentang sesuatu yang sedang dirasakan.
7. Gaya berbicara. Gaya berbicara meliputi tinggi rendahnya nada, cepat atau lambatnya tempo, volume, aksen, kegagapan/kecakapan berbicara. Gaya bicara adalah salah satu aspek paling penting yang mampu memberikan ciri

khas khusus pada tokoh dalam film. Gaya berbicara memegang peranan penting dalam ranah audio sebuah film.

8. Gestur (aspek kinestetis). Gestur atau gerak tubuh membantu mengomunikasikan adegan yang sedang dimainkan tokoh. Berbanding terbalik dengan gaya berbicara yang punya kekuatan di unsur audio. Gestur memegang peranan yang sangat penting dalam sebuah adegan karena porsi visualnya cukup besar.
9. Kontak fisik. Kontak fisik perlu diperhatikan dalam melakukan *acting*, salah satu tujuannya untuk membuat adegan menjadi lebih intim.
10. Kejelasan hubungan. Kejelasan hubungan mempengaruhi kecenderungan seorang tokoh untuk bersikap terhadap tokoh lain.

Semua penjabaran mengenai *acting* perlu diperhatikan agar peran yang dimainkan dapat terlihat lebih meyakinkan di mata penonton (hlm. 20).

2.8.1. Dampak Situasi terhadap Emosi

Menurut Comey (2002) mengatakan bahwa emosi memainkan peranan penting dalam sebuah adegan (hlm. 52). Pengembangan/perubahan emosi berbanding lurus dengan situasi adegan. Ketika seorang pemain mampu mengembangkan emosi berdasarkan situasi adegan maka visi adegan tersebut dapat tersampaikan dengan optimal (hlm.58-59).

2.8.2. Bahagia dan Sedih

Bahagia dan sedih adalah dua jenis emosi paling kontras di antara bentuk emosi lainnya yang ditunjukkan dalam film. Kedua emosi ini mampu memberikan

dampak signifikan terhadap jalannya adegan. Penonton dibuat memiliki kedekatan emosional ketika mampu melakukan *acting* sedih dan bahagia dengan baik. Kedua jenis emosi tersebut mampu menimbulkan rasa empati antara penonton dengan karakter tokoh dalam film melalui adegan. Hasilnya, penonton memiliki kedekatan batin dengan tokoh dalam film (Comey, 2002, hlm.60-63).

2.8.3. Dialog

Menurut Comey (2002) film membutuhkan kekuatan aspek audio dan visual agar cerita film tersebut dapat tersampaikan dengan baik. Dialog memegang peranan penting untuk mengomunikasikan cerita. Penggunaan dialog yang tepat mampu membuat adegan menjadi lebih berkesan. Comey juga menjelaskan bahwa dialog bukan hanya sekedar lini kata semata. Dialog harus memiliki makna/tujuan/motif tertentu agar lebih menarik dan berkesan (hlm. 22).

Dialog ditunjang dengan emosi tokoh. Jika emosi dan dialog dapat disampaikan dengan baik oleh tokoh maka penonton pun semakin yakin dan percaya terhadap pesan yang disampaikan tokoh tersebut. Dialog yang tepat mampu membuat adegan terkesan lebih dramatis. Dialog merupakan salah satu elemen yang seringkali membuat seorang tokoh/sebuah film diingat (hlm. 22).

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A