



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 I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Zaman sekarang, komunikasi sudah banyak cara penyaluran pesannya kepada masyarakat, salah satunya adalah film, disamping menggunakan media lain, seperti koran, televisi, radio, dan internet.

Lebih dari ratusan juta orang di setiap negara menonton film di bioskop, *video player*, dan televisi. Dan film di pasar global didominasi oleh rumah produksi Amerika Serikat yang lebih dikenal dengan nama *Hollywood*. Film lebih dahulu menjadi media hiburan dibandingkan dengan siaran radio dan televisi, dan kegiatan menonton film ke bioskop sudah menjadi aktivitas rutin dan populer bagi orang-orang di Amerika pada tahun 1920an sampai pada tahun 1950an. Industri film menjadi berkembang sebagai industri bisnis, dimana menggeser persepsi orang yang beranggapan kalau film adalah suatu karya seni yang diproduksi secara kreatif dan memenuhi imajinasi orang-orang yang bertujuan memperoleh nilai estetika (keindahan) yang sempurna. Meski ada orang yang masih beranggapan kalau film itu merupakan bentuk karya seni, tapi industri film di zaman sekarang menjadi industri bisnis yang menguntungkan.

Banyak film-film yang diproduksi mengaitkan dunia seni yaitu film itu sendiri sebagai sebuah karya seni, dan permasalahan-permasalahan yang

kerap ditemui di dunia, seperti film mengenai perang, komedi, romantis, film yang diangkat dari dongeng maupun novel (Elvinaro, 2004: 143).

Danesi mengatakan film adalah teks yang memuat serangkaian citra fotografi yang mengakibatkan adanya ilusi gerak dan tindakan dalam kehidupan nyata. Film juga merupakan bentuk dari perkembangan dan kemajuan teknologi dari fotografi dan rekaman suara. Film mampu menumbuhkan imajinasi, ketegangan, ketakutan dan benturan emosional penonton seolah mereka ikut merasakan dan menjadi bagian dari cerita film tersebut (Danesi 2010: 134).

Pengaruh film yang sangat besar biasanya akan berlangsung sampai waktu yang cukup lama. Pengaruhnya akan timbul tidak hanya di gedung bioskop saja, bahkan sampai pada aktivitas sehari-hari. Biasanya anak-anak dan remaja lebih mudah terpengaruh setelah menyaksikan sebuah film. Kemudian mereka juga sering menirukan gaya atau tingkah laku para bintang film (Effendy, 2003: 208).

Film yang menceritakan mengenai heroisme juga merupakan konstruksi dari si sutradara, berdasarkan pengetahuan dan pengalaman si pembuat film mengenai sosok pahlawan. Sosok dari pahlawan ini dikemas dalam bentuk cerita film kemudian disebarkan ke masyarakat. Perkembangan teknologi dan komunikasi dunia juga membuat perusahaan pembuat film dari negara maju seperti *Hollywood* berkembang menjadi perusahaan yang dapat menyebarkan film-film produksi perusahaan tersebut supaya tersebar ke seluruh dunia.

Isi media merupakan hasil konstruksi dari manusia, sama seperti isi dari cerita film. Cerita-cerita dalam film merupakan hasil konstruksi dari manusia,

khususnya sutradara. Pembuat film berusaha membuat supaya cerita pada film dapat berhubungan dengan kenyataan yang ada pada masyarakat agar tidak adanya penolakan. Kenyataan yang dimaksud adalah perspektif dari sutradara film tersebut, sehingga film merupakan hasil konstruksi dari pengalaman dan pengetahuan dari si sutradara.

Dari sisi masyarakat yang tertarik menonton sebuah film akan membayar dan memberikan profit bagi pihak pembuat dan perusahaan film, dimana masyarakat mendapatkan gambaran bagaimana dan seperti apa sosok dari pahlawan itu sendiri. Dengan ketertarikan dari masyarakat mengenai sosok pahlawan, dapat membuat masyarakat mencari lagi sosok pahlawan dengan cara menonton kembali film-film yang bertemakan heroisme (Danesi, 2002: 35).

Mengutip dari situs www.Filminx.com, film ini menceritakan mengenai serangan teroris dari Korea Utara ke negara Amerika Serikat, langsung di pusat pemerintahan Amerika yaitu Gedung Putih. Dengan presiden Amerika dan staf kepresidenan ditawan di ruang bawah tanah, maka harapan tinggal bertumpu pada seorang mantan agen *Secret Service* yang selamat dari serangkaian penyerangan yang dilakukan teroris terhadap Gedung Putih. Penawanan yang dilakukan juga bukan tanpa alasan, para teroris yang menjadi pihak antagonis ingin agar Amerika tidak lagi mencampuri urusan perang saudara Korea yang sudah berlangsung selama 50 tahun lebih.

Van Zoest mengungkapkan film merupakan bidang kajian yang amat relevan bagi analisis struktural atau semiotika. Film dibangun dengan tanda

semata-mata. Tanda-tanda itu termasuk berbagai sistem tanda yang bekerja sama dengan baik untuk mencapai efek yang diharapkan (Sobur, 2006: 128).

Representasi heroisme dalam film-film action Hollywood dapat membentuk sosok tertentu mengenai sosok pahlawan dari bangsa Barat, khususnya Amerika Serikat. Dari sosok hero yang ditampilkan pada suatu film, dapat menanamkan di pemikiran khalayak yang menonton film tersebut serta membentuk persepsi mengenai identitas sosok yang disebut pahlawan, yang dimana membentuk suatu persepsi mengenai dominasi Barat, khususnya Amerika (Kellner, 2001: 67).

Dan peneliti melalui media film, akan menganalisis tanda dan makna dari unsur heroisme melalui film *Olympus Has Fallen* yang sangat berkaitan dengan tema heroisme. Penulis memilih film action yang disutradarai oleh Antonine Fuqua ini karena film ini meraih keuntungan sebesar 161 juta US dollar dengan modal 70 juta US dollar, dengan keberhasilan film *Olympus Has Fallen*, pihak perusahaan produksi film ini akan membuat sekuel dari film ini dengan judul *London Has Fallen*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan yang sudah dibahas pada latar belakang, maka rumusan masalahnya adalah:

1. Bagaimana representasi heroisme dalam film *Olympus Has Fallen*?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui representasi heroisme dalam film *Olympus Has Fallen*.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Penelitian Akademis

Kegunaan penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan teori yang sudah ada mengenai representasi heroisme dan pemaknaan dalam film.

1.4.2 Kegunaan Penelitian Praktis

Penelitian ini mampu memberikan masukan bagi mahasiswa lain, khususnya di bidang ilmu komunikasi konsentrasi jurnalistik dan pengetahuan mengenai penggambaran serta pemaknaan itu dikemas dalam suatu film.