



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

KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul Skripsi	Teori Dan Konsep	Metode	Kesimpulan
1	Listya Adi Andarini (Universitas Indonesia Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Massa 2008)	Representasi Budaya Dominan Amerika Serikat Dalam Menguasai Arab Saudi : Studi Analisis Semiotika terhadap Film <i>The Kingdom</i>	-Representasi - Dominasi - Film - Semiotika Charles Sanders Peirce	Semiotika Charles Sanders Peirce	Penelitian ini merepresentasikan heroisme Amerika Serikat yang diwakili oleh beberapa agen FBI dalam melawan kekuatan lawan.
2	Meiranie Nurtaeni Antieyamirda (Universitas Indonesia fakultas Ilmu Komunikasi 2004)	Utopia Heroisme Pada Film Hollywood Populer: Analisis Semiotika The Lord of The Rings	-Utopia - Heroisme - Film -Semiotika Charles S. Peirce	Metode Semiotika Charles Sanders Peirce	Penelitian ini meneliti dan menganalisis scene atau adegan yang menunjukkan utopia heroisme pada film The Lord of The Rings

Penelitian yang berjudul “Representasi Heroisme Amerika Serikat dalam Film *Olympus Has Fallen*” ini menggunakan penelitian terdahulu sebagai referensi untuk penulisan ini.

Penulis menggunakan penelitian dari Listya Adi Andarini, mahasiswi Universitas Indonesia Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Massa tahun 2008 yang berjudul “Representasi Budaya Dominan Amerika Serikat Dalam Menguasai Arab Saudi : Studi Analisis Semiotika terhadap Film *The Kingdom*”. Film *The Kingdom* yang rilis di Amerika pada tahun 2007 ini secara garis besar menceritakan mengenai aksi-aksi agen *Federal Bureau Investigation* (FBI) yang mencoba menginvestasi teror yang terjadi terhadap warga Amerika Serikat di Arab Saudi, dan menunjukkan bagaimana heroiknya pasukan agen FBI dalam membongkar jaringan terorisme yang ada di Arab, dan bagaimana Amerika Serikat sebagai negara adidaya ingin menguasai negara Arab Saudi yang kaya akan sumber daya mineral dan minyak.

Penelitian terdahulu yang kedua, penulis mengacu pada skripsi “Utopia Heroisme Pada Film Hollywood Populer: Analisis Semiotika *The Lord of The Rings*” karya Meiranie Nurtaeni Antieyamirda, mahasiswa Universitas Indonesia fakultas Ilmu Komunikasi 2004.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan analisis dengan menggunakan konsep utopia dan heroisme, serta membahas bagaimana unsur kepahlawanan/heroisme dalam film *The Lord of The Rings* dari karakter, penampilan, setting, pencahayaan dan properti.

Dengan menggunakan referensi dari kedua penelitian diatas, penelitian terhadap film *Olympus Has Fallen* menunjukkan dan menjelaskan bagaimana representasi heroisme dibentuk melalui tanda-tanda visual dan non-visual.

2.2 Teori

2.2.1 Representasi

Hall (2012:15) mendefinisikan representasi yang artinya adalah menggunakan bahasa untuk mengatakan sesuatu yang mengandung sesuatu arti, atau memunculkan sesuatu makna yang ada di dalam pikiran seseorang melalui bahasa – bahasa. Representasi menghubungkan arti dan bahasa ke budaya, artinya representasi adalah suatu unsur di suatu proses dimana representasi itu diproduksi dan adanya pertukaran diantara anggota dari sebuah budaya. Representasi melibatkan penggunaan bahasa, tanda-tanda, dan *image* yang ada untuk mewakili sesuatu hal. Hall membagi representasi menjadi dua proses, yaitu representasi mental dan representasi bahasa. Representasi mental adalah sesuatu hal yang bersifat abstrak di dalam kepala manusia, sementara representasi bahasa adalah individu mengkonstruksi semua hal-hal yang terkait melalui bahasa.

Danesi mendefinisikan representasi sebagai penggunaan tanda (gambar, bunyi dan lain-lain) untuk menghubungkan, menggambarkan, memotret, atau mereproduksi sesuatu yang dilihat, diindera, dibayangkan, atau dirasakan dalam bentuk fisik tertentu. Dengan kata lain, proses menaruh X dan Y secara berbarengan itu sendiri. Charles Peirce yang dikutip oleh Danesi, menyebut bentuk fisik aktual dari representasi, X sebagai *representamen* (secara literal berarti “yang merepresentasikan”), Charles Peirce mengistilahkan Y yang dirujuk sebagai objek representasi, dan menyebut makna atau makna-makna yang dapat diekstraksi dari representasi ($X = Y$) sebagai *interpretan* (Danesi, 2004: 20).

Masalah utama yang sering ditemukan dalam representasi adalah bagaimana realitas atau objek tersebut ditampilkan. Saat menampilkan suatu objek, peristiwa, gagasan, kelompok atau seseorang, paling tidak ada tiga proses yang dihadapi. Pertama adalah bagaimana peristiwa tersebut ditandakan sebagai realitas (encode) dalam film seperti make up, kostum, gerak-gerik, ucapan dan ekspresi. Kedua, bagaimana realitas tersebut digambarkan, misalnya dalam bahasa gambar/ film, alat berupa kamera, pencahayaan, editing dan musik (Fiske dalam Eriyanto 2001: 113-114).

Burton (2008: 120) berpendapat bahwa representasi juga merupakan perwujudan kata, gambar, sekuens cerita dan sebagainya yang mewakili sesuatu yang lain.

Representasi heroisme dalam film *Olympus Has Fallen* dapat dilihat dari segala aspek yang ada dalam film tersebut. Film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan muatan pesan (*message*) dibalikinya. Film *Olympus Has Fallen* tidak bisa dipisahkan dari konteks masyarakat yang memproduksi dan mengonsumsi film tersebut.

Graeme Turner berpendapat bahwa makna film sebagai representasi dari realitas masyarakat berbeda dengan film sekadar sebagai refleksi dari realitas. Maksudnya adalah film membentuk dan menghadirkan kembali realitas berdasarkan kode-kode, konvensi, dan ideologi dari kebudayaannya (Sobur 2009: 127-128). Makna yang dikonstruksi oleh representasi dan diproduksi dalam film *Olympus Has Fallen* bukan hanya dilihat dari ungkapan-ungkapan verbal tetapi

juga visual untuk mengetahui seperti apa representasi heroisme yang ada pada film ini.

2.2.2 Komunikasi Tanda dan Makna

Konsep makna telah menarik perhatian pada ilmu komunikasi, psikologi, sosiologi, antropologi dan linguistik.

Pakar komunikasi seperti Stewart Tubbs dan Sylvia Moss menyatakan, “Komunikasi adalah proses pembentukan makna di antara dua orang atau lebih”. Judy Pearson dan Paul Nelson berpendapat “Komunikasi adalah proses memahami dan berbagi makna”.

Sementara penjelasan Umberto Eco makna dari sebuah wahana tanda (*sign-vehicle*) adalah satuan kultural yang diperagakan oleh wahana-wahana tanda yang lainnya serta, dengan begitu, secara semantik mempertunjukkan pula ketidaktergantungannya pada wahana tanda yang sebelumnya (Sobur 2006: 255 - 256).

Ada beberapa pandangan yang menjelaskan teori dan konsep dari makna itu sendiri. Model proses makna Wendell Johnson (DeVito dalam Sobur 2006: 258) menawarkan sejumlah implikasi bagi komunikasi antarmanusia:

- a. Makna ada dalam diri manusia. Makna tidak terletak pada kata-kata melainkan pada manusia. Manusia menggunakan kata-kata untuk mendekati makna yang ingin kita komunikasikan. Tapi kata-kata tidak

secara sempurna dan lengkap menggambarkan makna yang kita maksudkan. Demikian pula, makna yang didapat pendengar dari pesan-pesan kita akan sangat berbeda dengan makna yang ingin kita komunikasikan. Komunikasi adalah proses yang kita gunakan untuk mereproduksi, di benak pendengar, apa yang ada dalam benak kita.

- b. Makna berubah. Kata-kata relatif statis, banyak dari kata-kata yang kita gunakan 200 atau 300 tahun yang lalu. Tetapi makna dari kata-kata ini terus berubah, dan ini khususnya terjadi pada dimensi emosional dari makna.
- c. Makna membutuhkan acuan. Walau tidak semua komunikasi mengacu pada dunia nyata, komunikasi hanya masuk akal bilamana ia mempunyai kaitan dengan dunia atau lingkungan eksternal.
- d. Penyingkatan yang berlebihan akan mengubah makna. Berkaitan erat dengan gagasan bahwa makna membutuhkan acuan adalah masalah komunikasi yang timbul akibat penyingkatan berlebihan tanpa mengaitkannya dengan acuan yang konkret dan dapat diamati. Bila kita berbicara mengenai beberapa hal seperti cinta, persahabatan, kebahagiaan, kebaikan dan kejahatan, kita tidak akan bisa berbagi makna dengan lawan bicara.
- e. Makna tidak terbatas jumlahnya. Pada suatu saat tertentu, jumlah kata dalam suatu bahasa terbatas, tetapi maknanya tidak terbatas. Karena itu, kebanyakan kata mempunyai banyak makna. Ini bisa menimbulkan masalah bila sebuah kata diartikan berbeda oleh dua orang yang sedang

berkomunikasi. Bila ada keraguan, sebaiknya salah satu pihak bertanya, bukan membuat asumsi karena ketidaksepakatan akan hilang bila makna yang diberikan masing-masing pihak diketahui.

- f. Makna dikomunikasikan hanya sebagian. Makna yang kita peroleh dari suatu kejadian bersifat banyak aspek (multiaspek) dan sangat kompleks, tetapi hanya sebagian saja dari makna-makna ini yang benar-benar dapat dijelaskan. Banyak dari makna tersebut tetap tinggal dalam benak individu. Karena itu, pemahaman yang sebenarnya yaitu pertukaran makna secara sempurna, merupakan tujuan ideal yang ingin dicapai tetapi tidak pernah tercapai.

2.2.3 Film

Gambar bergerak atau film adalah bentuk dominan dari komunikasi di dunia sekarang ini. Lebih dari ratusan juta orang menonton film di bioskop setiap harinya di seluruh dunia, belum termasuk film yang ditayangkan di televisi dan film dari video.

Namun sekarang, pandangan mengenai film itu sendiri berubah seiring berjalannya waktu, dikarenakan industri film yang tadinya dipandang sebagai suatu seni bergerak sekarang berubah menjadi suatu industri bisnis yang bertujuan untuk menghasilkan uang. Meskipun pada kenyataannya film itu merupakan suatu bentuk karya seni, industri film adalah bisnis yang memberikan keuntungan, kadang-kadang menjadi mesin uang yang seringkali

keluar dari unsur artistik dan estetika film itu sendiri demi mendapatkan uang (Dominick dalam Elvinaro, 2004: 134).

Sejarah film dimulai ketika film atau *motion pictures* ditemukan dari hasil prinsip-prinsip fotografi dan proyektor. Film yang pertama kali diperkenalkan kepada publik yaitu di Amerika Serikat, adalah film *The Life of an American Fireman* dan *The Great Train Robbery* yang dibuat oleh Edwin S. Porter pada tahun 1903. Film *The Great Train Robbery* yang mempunyai masa putar 11 menit dianggap sebagai film cerita pertama, karena telah menggambarkan situasi secara ekspresif, serta peletak dasar teknik editing yang baik.

Tahun 1906 sampai dengan 1916 merupakan periode paling penting dalam sejarah perfilman di Amerika Serikat, karena pada dekade ini lahir film *feature* dan lahir pula bintang film serta pusat perfilman Amerika Serikat yang dikenal dengan nama *Hollywood*. Periode ini juga disebut sebagai *The age of Griffith* karena David Wark Griffith adalah orang yang telah membuat film sebagai media yang dinamis. Diawali dengan film *The Adventure of Dolly* (1908) dan mencapai puncaknya pada film *The Birth of a Nation* (1915) serta film *Intolerance* (1916).

Pada periode ini pula Mack Sennett dengan perusahaan Keystone Company berhasil mengorbitkan bintang film legendaris Charlie Chaplin.

Di Indonesia sendiri, film pertama yang diputar di tanah air berjudul *Lady Van Java* yang diproduksi di Bandung pada tahun 1926. Pada tahun 1927-1928 Krueger Corporation memproduksi film *Eulis Atjih*, dan sampai tahun

1930 masyarakat disuguhi film *Lutung Kasarung*, *Si Conat* dan *Pareh*. Film-film tersebut merupakan film bisu dan diusahakan oleh orang-orang Belanda dan Cina.

Fungsi film itu sendiri adalah agar khalayak memperoleh hiburan. Namun dalam film bisa mengandung banyak fungsi, seperti fungsi informatif, edukatif, dan persuasif. Hal ini sejalan dengan misi perfilman nasional sejak tahun 1979, bahwa selain sebagai media hiburan, film nasional dapat digunakan sebagai media edukasi untuk pembinaan generasi muda dalam rangka *nation and character building* (Effendy dalam Elvinaro 2004 : 136).

Karakteristik Film membagi faktor-faktor yang dapat menunjukkan karakter dari film itu sendiri, seperti :

1. Layar lebar, layar film yang luas telah memberikan keleluasaan kepada penontonnya untuk melihat adegan-adegan dalam film. Apalagi dengan adanya kemajuan teknologi, layar film di bioskop-bioskop pada umumnya sudah tiga dimensi, sehingga penonton seolah-olah melihat kejadian nyata dan tidak berjarak.
2. Pengambilan Gambar, sebagai konsekuensi layar lebar, maka pengambilan gambar atau *shot* dalam film bioskop memungkinkan dari jarak jauh atau *extreme long shot* dan *panoramic shot* , yakni pengambilan gambar secara menyeluruh. *Shot* tersebut dipakai untuk memberi kesan artistik dan suasana yang sesungguhnya, sehingga film menjadi lebih menarik.

3. Konsentrasi Penuh, saat kita menonton film di bioskop, bila tempat duduk sudah penuh dan film sudah mau dimulai, pintu-pintu ditutup, lampu dimatikan, nampak di depan kita layar luas dengan gambar-gambar cerita film tersebut. Tujuannya adalah supaya kita sebagai penonton, terbebas dari gangguan hiruk pikuk suara diluar, mata kita tertuju pada layar, pikiran dan perasaan kita tertuju pada alur cerita.
4. Identifikasi Psikologis, penonton dapat merasakan suasana di gedung bioskop yang telah membuat pikiran dan perasaan larut dalam cerita yang disajikan, karena penghayatan kita yang amat mendalam. Dengan begitu, kadang kita menyamakan pribadi dan karakter kita dengan salah satu pemeran yang ada pada film yang ditonton dan berkembang menjadi pemikiran bahwa kita lah yang sedang berperan, inilah yang disebut identifikasi psikologis(Effendy dalam Elvinaro, 2004 : 138).

Jenis – jenis film menurut Elvinaro Ardianto dan Lukiat Komala adalah sebagai berikut :

- Film Cerita (*Story Film*)

Jenis film ini mengandung suatu cerita yang lazim dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop dengan bintang film tenar dan film ini didistribusikan sebagai barang dagangan. Cerita yang diangkat menjadi topik film berupa cerita fiktif atau berdasarkan kisah nyata yang dimodifikasi, sehingga ada unsur yang menarik, baik dari jalan ceritanya maupun dari segi cerita yang mengandung informasi akurat,

sekaligus contoh perjuangan pahlawan teladan untuk memotivasi penonton.

- Film Berita (*Newsreel*)

Film mengenai fakta, peristiwa yang benar-benar terjadi. Karena sifatnya berita, maka film disajikan kepada publik harus mengandung nilai berita (*news value*). Film berita dapat langsung terekam dengan suaranya, atau film beritanya bisu, pembaca berita yang membacakan narasinya

- Film Dokumenter (*Documentary film*)

Film dokumenter yang didefinisikan oleh Robert Flaherty yang dikutip oleh Elvinaro Ardianto dan Lukiati Komala dalam buku *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar* sebagai “karya ciptaan mengenai kenyataan (*creative treatment of actuality*)”. Berbeda dengan film berita yang merupakan rekaman kenyataan, maka film dokumenter merupakan hasil interpretasi pribadi mengenai kenyataan tersebut. Contohnya adalah film dokumenter mengenai upacara kematian orang Toraja.

- Film Kartun (*Cartoon film*)

Film kartun dibuat untuk konsumsi anak-anak. Contoh film kartun yang populer adalah Donal bebek (*Donald Duck*), Putri Salju (*Snow White*), dan Miki Tikus (*Mickey Mouse*) yang diciptakan oleh seniman Amerika Serikat Walt Disney. Sebagian besar film kartun diputar akan membuat penonton tertawa karena kelucuan-kelucuan

para tokoh pemainnya. Namun ada juga film kartun yang membuat iba penontonnya, karena penderitaan yang dialami oleh si tokoh. Sekalipun tujuan utamanya menghibur, dapat pula film kartun mengandung unsur pendidikan, minimal akan terekam bahwa kalau ada tokoh jahat dan tokoh baik, maka pada akhirnya tokoh baiklah yang akan selalu menang seperti dalam film kartun Popeye si pelaut (*Popeye the Sailor Man*).

2.2.4 Semiotika

Semiotika adalah suatu model dari ilmu pengetahuan sosial memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki unit dasar yang disebut ‘tanda’, dengan demikian semiotik mempelajari hakikat tentang keberadaan suatu tanda (Sobur 2009: 87).

Sementara definisi lain dari semiotika adalah ilmu tentang tanda-tanda. Studi tentang tanda dan segala yang berhubungan dengannya, cara berfungsinya, hubungannya dengan tanda-tanda lain, pengirimannya dan penerimaannya oleh mereka yang menggunakan (Kriyantono 2009 : 263).

Ilmu semiotika ini menganggap bahwa fenomena sosial atau masyarakat dan kebudayaan itu merupakan tanda-tanda. Semiotik mempelajari sistem-sistem, aturan-aturan, konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda-tanda tersebut mempunyai arti (Preminger dalam Kriyantono, 2009: 263).

Tujuan analisis semiotik ini berupaya menemukan makna tanda termasuk hal-hal yang tersembunyi di balik sebuah tanda (teks, iklan, berita). Karena sistem tanda sifatnya amat kontekstual dan bergantung pada pengguna tanda tersebut. Pemikiran pengguna tanda merupakan hasil pengaruh dari berbagai konstruksi sosial dimana pengguna tanda tersebut berada.

Kriyantono yang mengutip Peirce dalam bukunya *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (2012:266), membedakan tanda atas lambang (*symbol*), ikon (*icon*), dan indeks (*index*)

1. Lambang adalah suatu tanda di mana hubungan antara tanda dan acuannya merupakan hubungan yang sudah terbentuk secara konvensional. Lambang ini adalah tanda yang dibentuk karena adanya konsensus dari para pengguna tanda. Contohnya adalah warna merah di Indonesia berarti berani, di negara lain belum tentu mengandung arti yang sama.
2. Ikon, suatu tanda dimana hubungan antara tanda dan acuannya berupa hubungan berupa kemiripan. Jadi, ikon adalah bentuk tanda yang dalam berbagai bentuk menyerupai objek dari tanda tersebut. Patung kuda adalah ikon dari seekor kuda.
3. Indeks adalah suatu tanda dimana hubungan antara tanda dan acuannya timbul karena ada kedekatan eksistensi. Jadi indeks adalah suatu tanda yang mempunyai hubungan langsung (kausalitas) dengan objeknya. Asap merupakan indeks dari adanya api.

Semiotika itu sendiri terdiri dari tiga elemen utama, yang disebut Peirce sebagai teori segitiga makna atau *triangle meaning*, antara lain tanda/ representamen, acuan tanda atau objek dan pengguna tanda atau *interpretant*.

Tanda adalah sesuatu yang berbentuk fisik yang dapat ditangkap oleh panca indera manusia dan merupakan sesuatu yang merujuk (merepresentasikan) hal lain di luar tanda itu sendiri. Acuan tanda ini adalah objek yang merupakan konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda atau sesuatu yang dirujuk tanda.

Pengguna tanda (*interpretant*) adalah konsep pemikiran dari orang yang menggunakan tanda dan menurunkannya ke suatu makna tertentu atau makna yang ada di dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda. Yang dimaksud dari Teori Segitiga itu adalah persoalan bagaimana makna muncul dari sebuah tanda ketika tanda itu digunakan orang pada waktu berkomunikasi (Kriyantono 2009: 265).

2.2.5 Semiotika Film

Sobur menyebutkan kalau hubungan antara film dan masyarakat memiliki sejarah yang panjang dalam kajian para ahli komunikasi. Seperti Oey Hong Lee yang menyebutkan “Film sebagai alat komunikasi massa yang kedua muncul di dunia, mempunyai masa pertumbuhannya pada akhir abad ke-19, dengan kata lain

pada waktu unsur-unsur yang merintangai perkembangan surat kabar sudah dibuat lenyap. Ini berarti bahwa dari permulaan sejarahnya film dengan lebih mudah dapat menjadi alat komunikasi yang sejati, karena ia tidak mengalami unsur-unsur teknik, politik, ekonomi, sosial dan demografi yang merintangai kemajuan surat kabar pada masa pertumbuhannya dalam abad ke-18 dan permulaan abad ke-19". Film menurut Oey Hong Lee, mencapai puncaknya di antara Perang Dunia I dan Perang Dunia II, namun merosot tajam kembali setelah tahun 1945 seiring dengan munculnya televisi.

Graeme Turner menolak perspektif yang melihat film sebagai refleksi masyarakat. Makna film sebagai representasi dari realitas masyarakat, bagi Turner, berbeda dengan film sekadar sebagai refleksi dari realitas. Sebagai refleksi dari realitas, film sekadar "memindah" realitas ke layar lebar tanpa mengubah realitas itu. Sementara itu, sebagai representasi dari realitas, film membentuk dan menghadirkan kembali realitas berdasarkan kode-kode, konvensi-konvensi, dan ideologi dari kebudayaannya (Irawanto dalam Sobur 2006: 127 – 128).

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. Berbeda dengan fotografi statis, rangkaian gambar dalam film menciptakan *image* dan sistem penandaan. Karena itu, menurut Van Zoest, bersamaan dengan tanda-tanda arsitektur, terutama indeksikal, pada film terutama digunakan tanda-tanda ikonis, yakni

tanda-tanda yang menggambarkan sesuatu. Film umumnya dibangun dengan banyak tanda. Tanda-tanda itu termasuk berbagai sistem tanda yang bekerja sama dengan baik dalam upaya mencapai efek yang diharapkan. Yang paling penting dalam film adalah gambar dan suara, kata yang diucapkan (ditambah dengan suara-suara lain yang serentak mengiringi gambar-gambar) dan musik film. Sistem semiotika yang lebih penting dalam film adalah digunakannya tanda-tanda ikonis, yakni tanda-tanda yang menggambarkan sesuatu (Sobur 2006 : 128-129).

Sardar dan Loon, mengungkapkan film tidak jauh berbeda dengan televisi, namun film dan televisi memiliki bahasanya sendiri dengan sintaksis dan tata bahasa yang berbeda. Tata bahasa itu terdiri atas semacam unsur yang akrab, seperti pemotongan (*cut*), pemotretan jarak dekat (*close-up*), pemotretan dua (*two-shot*), pemotretan jarak jauh (*long shot*), pembesaran gambar (*zoom in*), pengecilan gambar (*zoom out*), memudar (*fade*), pelarutan (*dissolve*), gerakan lambat (*slow motion*), gerakan yang dipercepat (*speeded up*), efek khusus (*special effect*) (Sobur 2006 : 130-131).

2.2.6 Semiotika Charles Sanders Peirce

Semiotika Charles Sanders Pierce melihat tanda (*representamen*) sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari objek referensinya serta pemahaman subjek atas tanda (*interpretant*). ‘Tanda’ menurut pandangan Peirce adalah “*..something which stands to somebody for something in some respect or capacity*”, dimana maksud dari definisi Peirce ini peran ‘subjek’ atau

somebody sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari pertandaan, yang menjadi landasan bagi semiotika komunikasi. Berbeda dengan Saussure yang dianggap mengabaikan subjek sebagai agen perubahan sistem bahasa, Charles Peirce melihat subjek sebagai bagian yang tidak dapat dipisahkan dari proses signifikansi. Model segitiga Peirce (*representamen + objek + interpretant*) memperlihatkan peran besar subjek dalam proses transformasi bahasa.

Mansoor Pateda menyatakan bahwa tanda yang menurut Peirce adalah “*is something which stands to somebody for something in some respect or capacity*”, sesuatu yang digunakan agar tanda bisa berfungsi, yang disebut *ground*. Dengan begitu, tanda (*sign* atau *representamen*) selalu terdapat dalam hubungan triadik, yakni *ground, object, interpretant*). Atas hubungan ini, Peirce mengadakan kualifikasi tanda, yang berkaitan dengan *ground*, yaitu menjadi *qualisign, sinsign, legisign*. *Qualisign* adalah kualitas yang ada pada tanda, misalnya kata-kata kasar, keras, lemah lembut dan merdu. *Sinsign* adalah eksistensi aktual benda atau peristiwa yang ada pada tanda, misalnya kata *keruh* yang ada pada kata *air sungai keruh* yang berarti ada hujan di hulu sungai. *Legisign*, adalah norma yang dikandung oleh tanda, misalnya rambu-rambu lalu lintas yang menandakan hal-hal yang boleh atau tidak boleh dilakukan manusia.

Berdasarkan objeknya, Peirce membagi tanda atas *icon* (ikon), *index* (indeks), dan *symbol* (simbol). Ikon adalah tanda yang menjadi hubungan antara penandanya dan petandanya bersifat bersamaan bentuk alamiah, atau bisa dikatakan ikon adalah hubungan antara tanda dan objek atau acuan yang

bersifat kemiripan. Indeks adalah tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah antara tanda dan petanda yang bersifat kausal atau hubungan sebab akibat, atau tanda yang langsung mengacu pada kenyataan. Contohnya adalah asap sebagai tanda adanya api. Tanda dapat pula mengacu ke *denotatum* melalui konvensi. Tanda seperti itu adalah tanda konvensional yang biasa disebut simbol. Jadi, *symbol* adalah tanda yang menunjukkan hubungan alamiah antara penanda dengan petandanya (Sobur 2006 : 41 – 42).

Berdasarkan *interpretant*, tanda (*sign* dan *representamen*) dibagi menjadi *rheme*, *dicent sign* dan *argument*. *Rheme* adalah tanda yang memungkinkan orang menafsirkan berdasarkan pilihan, contohnya adalah orang yang matanya merah mengindikasikan bahwa orang itu baru saja menangis atau menderita penyakit mata. *Dicent sign* atau yang disebut juga *Dicisign* adalah tanda sesuai kenyataan, contohnya adalah jika pada suatu jalan sering terjadi kecelakaan, maka akan dipasang rambu lalu lintas agar pengendara berhati-hati melintas pada jalan tersebut karena sering terjadi kecelakaan. *Argument* adalah tanda yang langsung memberikan alasan mengenai sesuatu, misalnya adalah seseorang berkata “Gelap”, karena orang itu menilai ruang itu cocok dikatakan gelap (Sobur 2006: 42-43).

2.2.7 Heroisme

Berbicara mengenai heroisme berarti membicarakan mengenai kualitas dari seorang pahlawan. Konsep heroisme dikemukakan disini berdasarkan pemikiran Bernstein, seorang dosen filsafat terkemuka di Amerika saat ini. Mengutip dari situs www.mikementzer.com/heroism, pahlawan menurut definisi Andrew Bernstein pada *The Philosophical Foundation of Heroism*, adalah seorang individu dengan kelebihan moralnya yang tinggi dan kemampuan superior guna mengejar tujuannya tanpa mengenal lelah dalam menghadapi lawan yang kuat.

Heroisme diukur dari kehebatan atau keagungan moral, kecakapan atau kemampuan, tindakan dalam menghadapi lawan dan hasil yang didapat atau kemenangan, paling tidak dalam bentuk spiritual, jika bukan secara fisik, dan juga keberanian.

Komitmen terhadap moral adalah dasar dari heroisme. Inti dari moralitas rasional adalah dedikasinya yang tinggi terhadap realitas dan kehidupan manusia di muka bumi. Kehidupan manusia membutuhkan pencapaian nilai-nilai, untuk itu diperlukan usaha dan perjuangan. Perjuangan adalah tindakan yang secara kuat termotivasi mengejar tujuan dengan melibatkan tenaga yang besar dan berbagai tantangan.

Karakter dari seorang pahlawan adalah manusia yang mendedikasikan atau mempertahankan realitas dan nilai-nilai. Nilai-nilai yang dimaksud adalah nilai

kebaikan, kebenaran, setia kawan/persahabatan, rela berkorban dan tanggung jawab.

Karakteristik heroisme yang kedua adalah kecakapan atau kemampuan dalam mempertahankan kebaikan untuk melawan kejahatan. Kemampuan yang dimaksud Bernstein tidak hanya kemampuan secara fisik, tetapi juga kemampuan secara intelektual. Kemampuan fisik dan intelektual dibutuhkan untuk mempertahankan kebaikan melawan keinginan untuk berbuat jahat. Kemampuan secara fisik memyangkut kekuatan yang dimiliki dalam mempertahankan diri, juga ketangguhan menghadapi segala bentuk rintangan. Kemampuan intelektual dapat dikatakan juga sebagai kemampuan menjadi pemimpin yang bijaksana dan keteguhan hati.

Kemampuan intelektual dari pahlawan/*hero* juga terlihat pada saat ia mampu mengangkat moral orang-orang disekitarnya. Seorang pahlawan hidupnya tidak terpatahkan dan tidak dapat diganggu gugat oleh serangkaian tindakan yang diambil sesuai dengan prinsipnya sendiri dalam menghadapi berbagai rintangan baik dari alam atau dari manusia lain yang menentangnya. Selain itu, seorang pahlawan adalah orang yang memikirkan segala macam keputusan dan tindakan yang diambilnya.

Karakteristik heroisme yang ketiga adalah komitmen yang kuat atau dengan kata lain tidak berkompromi dengan tujuan yang hendak diraihinya meski harus memberikan perlawanan terhadap lawan yang kuat. Intinya adalah tidak ada sesuatu yang begitu saja didapat secara cuma-cuma, semuanya membutuhkan

perjuangan untuk membangun kehidupan dan mengatasi konflik. Pahlawan adalah manusia yang tidak membiarkan segala hambatan menghalanginya dalam mengejar nilai (tujuan) yang dipilih dan orang yang telah bertindak sesuai kebenaran, menentang semua lawan, tidak pernah putus asa, tidak menangis memohon belas kasihan dan tidak pernah berkhianat serta pantang menyerah.

Seorang pahlawan adalah seseorang yang berpegang pada nilai-nilai rasional dan berjuang untuk nilai-nilai tersebut dan jika perlu melawan segala bentuk yang berlawanan. Seorang pahlawan terkait namun tidak identik dengan manusia bermoral, mencapai sukses, dan seorang pemberi contoh. Pahlawan tidak harus tidak terkalahkan tapi harus berani menghadapi segala hal.

Karakteristik moral yang paling menonjol dari seorang pahlawan adalah keberanian, sehingga keberanian diberi tempat tersendiri dalam pengkarakteristikan heroisme. Tindakan-tindakan yang telah disebutkan apabila telah dilakukan maka pada akhirnya pahlawan dapat memperoleh hasil yang diharapkan, hasil berupa kemenangan, jika meski tidak secara fisik, tapi dapat berupa kemenangan spiritual. Kemenangan spiritual maksudnya adalah pahlawan tersebut dapat memperlihatkan kesetiannya pada kebaikan dalam menghadapi segala bentuk perlawanan sehingga membentuk kemuliaan karakter.

Don Shiach (2003 :91) mengkategorikan heroes dalam dua bentuk, yakni *romantic heroes* dan *sensitive anti-heroes*. *Romantic Heroes* digambarkan sebagai hero yang penuh dengan kasih sayang dan cinta, ciri – ciri tokohnya adalah rupawan (nyaman dipandang), peduli dengan kejahatan, dan selalu dekat dengan

para wanita. Sosok aktor pada film yang mewakili gaya seperti ini adalah Leonardo DiCaprio dalam film *Titanic* dan Tom Cruise dalam film *Mission Impossible*.

Kontradiktif dengan gaya hero bentuk *sensitive anti-heroes* yang digambarkan dalam anti kemapanan, menyukai kebebasan, melawan penguasa yang otoritarian, dan sikapnya mengikuti naluri. Jenis hero *sensitive anti-heroes* ini menjadi trend anak muda pada tahun 1950-an setelah kemunculan aktor fenomenal Marlon Brando, gayanya banyak ditiru oleh anak muda pada zaman itu. Sekarang sosok aktor film yang mewakili jenis hero ini adalah Brad Pitt pada film *Legend of the Fall* atau Matt Damon dalam film *Saving Private Ryan*.

Zein Muktaf dalam *Heroisme sebagai tradisi*, dikutip dari www.academia.edu, berpendapat kalau heroisme merupakan suatu wacana tradisi, dimana dongeng-dongeng sebelum tidur dan legenda-legenda yang dicetak di buku semasa sekolah erat kaitannya dengan tema-tema kepahlawanan. Contohnya cerita legenda di Asia, khususnya di Indonesia yang mempunyai cerita-cerita heroik pada cerita Jaka Tingkir dalam legenda masyarakat Jawa, cerita heroik Sultan Agung melawan penjajah di Batavia (Jakarta), Si Pitung jagoan dari ranah Betawi, hingga cerita heroik yang berhubungan dengan mistik pada cerita Sunan Kalijaga dan Wali Songo dan Sri Sultan Hamengkubuwono mengusir jin dan setan di wilayah Yogyakarta saat akan membangun kerajaan Mataram Yogyakarta.

Heroisme juga merambah di seni Indonesia, salah satunya di pewayangan. Ada cerita *Mahabharata* dan *Ramayana* yang menceritakan pahlawan melawan penjahat yang diwakili oleh Pandawa dan Kurawa sebagai pihak yang jahat, atau Rama sebagai representasi pahlawan dan Rahwana sebagai representasi keburukan dalam cerita *Ramayana*.

Teks-teks film heroik yang dipertontonkan di televisi merupakan teks yang sudah mentradisi yang di suatu film ada peran protagonis dan antagonis, memperlihatkan bahwa penjahat akan kalah di akhir cerita, sedangkan yang baik akan menang nantinya. Negara-negara Barat dalam sebagian besar filmnya mengadopsi cara bercerita di peradaban Asia yang sudah lama yang menampilkan representasi dari pahlawan dan penjahat. Dengan begitu film-film bertema heroisme lebih cepat diterima di kawasan Asia daripada film bertema drama yang menyuguhkan aksi kepahlawanan.

2.2.8 Heroisme dalam film Amerika

Heroisme secara epistemologis berasal dari kata *hero* yang berarti pahlawan, pejuang atau pembela. Sedangkan istilah ‘isme’ menunjukkan ideologi atau keyakinan. Dengan kata lain, heroisme adalah keyakinan untuk memperjuangkan atau membela sesuatu. Keyakinan ini terwujud dalam aksi karakter yang disebut pahlawan / *hero*.

Seorang pahlawan memiliki ideal-ideal kemanusiaan yang agung untuk dikagumi oleh seluruh manusia, yaitu kebenaran, keadilan, kekuatan moral, dan sebagainya. Seorang pahlawan dielu-elukan karena sikapnya yang gagah berani

dan memainkan peranan penting dalam masalah yang dialami oleh manusia biasa. Ditambah dengan kekuatannya yang luar biasa (kekuatan super), akhirnya karakter ini disebut sebagai *superhero* (pahlawan super) (Danesi, 2010: 41).

Hampir semua tokoh-tokoh *superhero* atau sosok yang merepresentasikan heroisme didominasi oleh Amerika. Mulai dari sosok-sosok yang memiliki tenaga super seperti *Thor*, *Superman*, *Spiderman* dan *Fantastic Four*, atau manusia biasa tetapi digambarkan sebagai sosok pejuang yang tangguh dan gagah berani seperti halnya tokoh Rambo. Dan sosok pahlawan yang memiliki peralatan canggih seperti tokoh James Bond dan kecerdasan yang diatas rata-rata seperti tokoh Sherlock Holmes.

Meskipun komik, film dan permainan video yang menampilkan *superhero* memiliki target pasar kepada anak-anak dan remaja, tetapi di dalamnya mengandung pesan politik.

Tidak hanya anak-anak dan remaja, orang-orang dari segala macam usia juga terpengaruh sejak terbit komik *Superman* pada tahun 1938 (DiPaolo 2011: 11).

Isu-isu yang menyangkut kontroversial diangkat menjadi tema dari cerita *superhero* tersebut, seperti hukuman kematian, aborsi hak kaum gay, dan tema lingkungan. Suasana publik ketika terjadi perang diangkat menjadi tema cerita dari *superhero*.

Contoh tema cerita *superhero* yang diangkat menjadi tema cerita adalah komik *Captain America* yang terbit pada tahun 1941 yang dibuat oleh orang

Yahudi bernama Jack Kirby. Tema cerita mengundang debat publik secara luas dikarenakan dalam komik tersebut, Hitler digambarkan sebagai “supervillain” sebelum Amerika Serikat masuk dalam Perang Dunia II. Sejak saat itu mulai banyak bermunculan tokoh kontroversial serupa (DiPaolo 2011: 11).

Tokoh-tokoh superhero tersebut tidak hanya sebagai suatu tokoh rekaan belaka, tetapi ada nilai-nilai heroik dari Amerika yang terkandung di dalamnya. Superhero dari Amerika berjuang demi nilai kebenaran dan keadilan. Hal ini semakin terlihat jelas pasca perang dunia 2, dimana militer Amerika begitu menonjol setelah kemenangan sekutu.

Aktor film Amerika, John Wayne merepresentasikan bagaimana seorang tentara Amerika selalu mementingkan tugas, kelompok, merespon perintah, keberanian /*Pax Americana*, dan aksi yang gagah berani. Walaupun pada kenyataan, John Wayne mangkir dari wajib militer pada Perang Dunia II. John Wayne bahkan mendapatkan medali atas “aksinya” tersebut yang bertuliskan “John Wayne, America” (Saunders 1994: 287).

Perang Vietnam dimana Amerika Serikat sebenarnya kalah pada perang tersebut, namun diubah faktanya sedemikian rupa dalam film *Rambo* yang dibintangi oleh Sylvester Stallone di sekuel film *Rambo: First Blood*, *Rambo: First Blood Part II*, *Rambo III*, dan *Rambo*. *Rambo* adalah cerita fiksi mengenai seorang tentara Amerika yang merupakan tahanan perang vietnam tetapi berhasil kabur.

Film ini mendramatisasikan penderitaan tentara Amerika yang tidak punya pekerjaan dan ingin pulang ke rumah selepas masa tugasnya. Hanya Rambo tentara yang selamat dari Perang Vietnam dan dengan berbagai peralatan canggih ia berhasil membalaskan dendamnya (DiPaolo 2011: 118).



2.3 Kerangka Pemikiran

