



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. Genre Drama Komedi

Film bergenre drama adalah film yang bercerita secara dramatis melalui karakter, situasi, tema cerita, lokasi, seperti kehidupan nyata (Parrent, 2002, hlm.18). Salah satu sub-genre drama adalah drama komedi yang menggabungkan drama dengan unsur komedi.

Komedi berarti sebuah usaha yang dirancang dengan cara tertentu untuk memancing tawa atau rasa humor bagi pihak penonton (King, 2002, hlm. 2). Komedi memberi relaksasi pada ketegangan yang dapat terjadi bila sebuah peristiwa dipandang dengan lebih serius sehingga komedi menjadi pengalaman yang menyenangkan (King, 2002, hlm. 14).

Film drama maupun komedi adalah produk budaya populer yang berakar dari masyarakat, baik si pembuat maupun penikmatnya. Film komedi tertentu dapat dipahami dalam konteks ruang dan waktu yang spesifik ketika film tersebut diproduksi. Kaidah kehidupan yang disampaikan secara dramatis dalam film komedi dapat diangkat lebih luas sebagai kaidah yang terjadi dalam kehidupan sosial dan budaya sebuah masyarakat (King, 2002, hlm. 17).

2.2. Fanatisme

Kata fanatisme berasal dari dua kata yaitu “fanatik” dan “isme”. Dalam kamus lengkap psikologi, fanatisme berarti suka/senang yang berlebihan pada sesuatu hal

(Chaplin, 2003, hlm.30). Sedangkan “isme” berarti suatu bentuk keyakinan atau kepercayaan.

Perkinson melihat para fanatik sebagai orang-orang dogmatis yang teori, ideologi, usulan solusinya, benar-benar tepat menurut pandangan mereka sendiri. Pada saat yang sama, para fanatik menghindari pemikiran kritis ketika mereka mengabaikan atau tidak dapat melihat alasan, fakta dan konsekuensi yang menyangkal solusi mereka (Perkinson, 2002, hlm.172).

Menurut Seregina, Koivisto dan Mattila (2011), fanatisme adalah bentuk ekstrim dan unik dalam meluangkan waktu, tenaga dan uang dengan cara menyukai atau tertarik terhadap orang tertentu, kelompok, tren, karya seni, merek, atau ide yang ditandai dengan kesetiaan, komitmen, pengabdian, semangat, ikatan emosional, antusiasme dan keterlibatan dalam tingkat yang tinggi (Seregina, Koiviston & Mattilla, 2011, hlm. 10). Pengaruh besar budaya terhadap individu dan hubungan dalam dirinya melahirkan fanatisme berupa hubungan, kesetiaan, pengabdian, kecintaan, dan sebagainya terhadap sebuah keyakinan atau pemahaman (Seregina, Koivisto, & Mattila, 2011, hlm 12).

Meskipun fanatisme pada umumnya terkait dengan agama dan politik, fanatisme dapat ditemukan di hampir setiap lingkup kegiatan manusia termasuk aktifitas sosial, militer dan hiburan (Marimaa, 2011, hlm.33). Seorang yang fanatik akan memaksakan diri untuk mendapatkan apa yang diinginkan tanpa mempedulikan berapapun harganya. Seorang yang fanatik *game* komputer mungkin akan mengabaikan waktu makan, tidur dan bersosialisasi untuk mencapai tujuan permainan. Seorang fanatik olahraga mungkin akan berusaha

keras untuk menjadi atlit terbaik dengan cara latihan ekstrim dan memakai zat-zat kimia sekalipun berbahaya untuk kesehatannya. Seorang pengagum bintang pop mungkin akan menghabiskan seluruh tabungannya, bahkan meminjam uang demi menghadiri konser bintang favoritnya di negara lain apabila tidak ada konser di negaranya (Marimaa, 2011, hlm. 42).

Secara psikologis, seorang yang fanatik cenderung bersikeras terhadap ide-ide mereka yang menanggapi diri sendiri atau kelompok mereka benar dan mengabaikan semua fakta atau argumen yang mungkin bertentangan dengan pikiran atau keyakinan (Chung, Beverland, & Fallery, 2008, hlm. 333).

2.3. Tingkat Fanatisme

Terdapat tiga tingkat sikap dan perilaku yang berkaitan dengan fanatisme terhadap selebriti atau tingkat pemujaan selebriti yaitu tingkat *Entertainment-social*, tingkat *Intense-personal* dan tingkat *Bordeline-pathological* (Maltby, Houran, & McCutcheon, 2003, hlm. 20).

2.3.1. Tingkat *Entertainment-social*

Tingkat ini menunjukkan bahwa penggemar tertarik pada idola mereka karena idola dianggap mampu untuk menghibur dan menjadi perhatian sosial. Penggemar dalam tingkat ini suka membicarakan idola mereka bersama teman yang memiliki idola sama. Mereka juga suka menonton dan mendengar mengenai selebriti idola mereka ketika berada dalam suatu kelompok (Maltby, Houran, & McCutcheon, 2003, hlm.20).

Sebagai contoh, komunitas Baladewa Restoe Boemi yang terdiri dari sekitar 7000 penggemar Dewa 19 menyatakan dukungan penuh kepada Dewa 19 saat sedang mengalami masa vakum. Sementara menunggu karya baru dari Dewa 19, kelompok penggemar tersebut secara rutin mengadakan pertemuan setiap bulan untuk merencanakan agenda kegiatan seperti usaha bersama dan aksi sosial (Iwa, 2012).

2.3.2. Tingkat *Intense-personal*

Pada tingkat ini, penggemar merasa mengenal dekat idola dari penampilan, kata-kata dan tingkah laku idola mereka walaupun tidak pernah bertemu langsung. Mereka seolah-olah memiliki hubungan erat dengan idola mereka. Ketika sesuatu terjadi pada sang idola, hal tersebut dapat mempengaruhi perasaan dan emosi mereka (Maltby, Houran, & McCutcheon, 2003, hlm.20).

Contohnya adalah para penggemar wanita merasa cemburu ketika seorang pria bintang televisi India idola mereka terlihat memiliki hubungan yang erat dengan artis wanita (Kodrati, 2014).

2.3.3. Tingkat *Borderline-pathological*

Tingkat ini ditandai dengan perilaku dan fantasi penggemar yang tidak terkontrol menyangkut selebriti idola mereka. Mereka percaya bila idola mereka akan menolong jika mereka membutuhkan bantuan atau menghibur bila mereka mengalami keduakaan (Maltby, Houran, & McCutcheon, 2003, hlm.20).

Contoh yang terkenal adalah pembunuhan penyanyi legendaris dunia John Lennon oleh seorang penggemar fanatiknya yang bernama Mark David Chapman pada tahun 1980 (Harahap, 2014).

2.4. Set dan Properti dalam Film

Skenario adalah titik awal dalam perancangan set. Skenario yang berisi detail gerakan aktor dan kamera akan membantu desainer untuk merancang set yang akan direkam (Barnwell, 2004, hlm. 48).

2.4.1. Pengertian Set

Setting pada film adalah seluruh latar bersama segala propertinya. *Setting* umumnya dibuat senyata mungkin agar sejalan dengan konteks ceritanya (Pratista, 2008, hlm. 62). Dalam menciptakan lingkungan secara visual terdapat banyak unsur dan detil diperlukan untuk mengidentifikasi waktu dan tempat dalam penuturan cerita (LoBrutto, 2002, hlm. 105).

Lingkungan di tempat tinggal terbentuk dari detil pengkondisian udara; jumlah dan bentuk ruangan; gaya arsitektur; perlengkapan kamar mandi; tempat tidur; rak buku; buku-buku; kursi; kamar anak (mainan, dekorasi, karya seni, boneka binatang); warna dan tekstur dinding; lantai; langit-langit; bahan bangunan; pintu-pintu; kipas angin; bunga-bunga; furnitur; penutup lantai; perangkat komputer; perangkat hiburan (televisi, alat perekam video, alat pemutar DVD, perangkat stereo, radio, sistem pengeras suara); perlengkapan ruang kerja; peralatan dapur, seperti kulkas, termasuk hiasan magnet dan gambar-gambar,

kompas, *microwave*, masakan); peralatan dapur; lemari minuman atau bar; lokasi (arah ruangan menghadap, apa yang terlihat di luar jendela); perlengkapan pencahayaan; kain gordin; majalah; cermin; alat musik; koran; dapur dan kulkas; berkas-berkas pribadi; pot-pot; tanaman; poster; barang seni, foto-foto; pot-pot; keset; taplak meja; meja; telepon; handuk; vas bunga; pernak-pernik; tempat lilin; jendela; penghias jendela; dan barang-barang lain yang memiliki kaitan khusus dengan cerita dan karakter (LoBrutto, 2002, hlm.125).

Lingkungan eksterior yang sama pentingnya dengan interior meliputi arsitektur rumah, mobil, kendaraan, tempat sampah, penataan halaman, rambu-rambu, lampu jalan (LoBrutto, 2002, hlm. 125).

2.4.2. Pengertian Properti

Properti meliputi segala benda yang terlibat dengan aktor, termasuk elemen-elemen pakaian. Properti tidak hanya membuat set semakin hidup dan dapat dipercayai penonton, tetapi juga menginformasikan karakter dan latar belakangnya (Landau dan Frederick, 2010, hlm. 29).

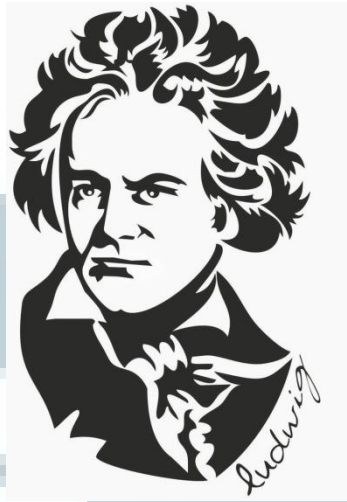
LoBrutto (2002) membedakan properti dalam beberapa kategori yakni:

1. *Personal props* yaitu properti yang dipakai atau digunakan langsung oleh aktor, seperti kacamata, cincin, dompet, jam tangan, dan lain-lain.
2. *Nonpractical props* yaitu properti yang di kamera terlihat dapat dioperasikan meskipun sebenarnya tidak dalam kondisi dapat digunakan, seperti perlengkapan dapur, kulkas, mesin cuci, dan lain-lain.

3. *Hand props* yaitu properti yang dikenakan aktor seperti gelas anggur, pemantik api, telepon, pulpen, dan lain-lain.
4. *Practical props* yaitu properti yang sepenuhnya dapat beroperasi dan berada dalam kondisi bekerja, seperti kipas angin, sepeda, senter, dan lain-lain.
5. *Any props* yaitu properti yang tidak digunakan atau dioperasikan secara langsung oleh aktor, seperti jam dinding, tumpukan majalah, dan lain-lain.
6. *Key props* yaitu properti yang sering dipakai dan diperlihatkan di kamera. *Key props* harus memiliki beberapa cadangan yang persis sama sehingga bila rusak atau habis masa pakai tidak mengganggu kontinuitas properti dari *shot* ke *shot* lainnya, seperti botol, piring atau gelas yang dipecahkan dalam adegan yang direkam kamera (LoBrutto, 2002, hlm.73).

2.5. Ikon, Indeks, Simbol

C.S. Peirce membagi tanda dalam tiga kategori yaitu ikon, indeks, dan simbol. Ikon berfungsi sebagai penanda melalui kemiripan atau persamaan ciri dengan yang ditandainya. Misalnya, kemiripan foto dengan seseorang yang digambarkan (Das, 2005, hlm.112).



Gambar 2.1. Ikon Komposer Ludwig Van Beethoven.

(<http://allegriconfuoco.blogspot.com>, 2014)

Indeks adalah tanda yang berhubungan sebab akibat dengan yang ditandainya. Sebagai contoh, asap adalah tanda yang menunjukkan api (Das, 2005, hlm.112).

Simbol adalah sesuatu yang berfungsi sebagai penanda yang telah disepakati dan umumnya dikenal dalam masyarakat (Das, 2005, hlm.112). Simbol berasal dari kata Yunani "*symbolos*", yang berarti tanda atau ciri yang memberitahukan sesuatu hal pada seseorang (Herusatoto, 2000, hlm. 10). Makna simbol dapat dipahami dengan mempelajari asosiasinya (misalnya, burung merpati telah diterima sebagai simbol perdamaian). Bahasa lisan dan tulisan juga termasuk simbol (Landa, 2013, hlm. 116).



Gambar 2.2. Burung Merpati Simbol Perdamaian.

(<http://peacesymbol.org>, 2012)

Simbol dapat berbentuk objek, gerakan tubuh, sebuah bendera sederhana, bahkan pementasan drama, semua memiliki daya gugah bagi partisipannya (Kantor, 2007, hlm.226). Simbol mampu menyampaikan makna dan emosi secara non verbal sehingga simbol memiliki kekuatan untuk menerjemahkan ide, membentuk identitas dan membangun komunitas (Kaputa, 2006, hlm.83). Contoh simbol yang terlihat di sekitar kita antara lain tiang berwarna di luar sebuah tempat cukur rambut atau *barbershop*, bendera negara, lambang keluarga atau kelompok, dan lain-lain (Kaputa, 2006, hlm.83-84).



Gambar 2.3. Tiang Simbol Tempat Cukur Rambut atau *Barbershop*.

(<http://www.todayifoundout.com/wp-content/uploads/2013/10/barber-shop.jpg>, 2013)



Gambar 2.4. Bendera Merah Putih Simbol Negara Republik Indonesia.

(<http://data.tribunnews.com>, 2012)

2.6. Logo

Logo berarti tanda atau gambar yang mewakili seseorang, organisasi, perusahaan, kelompok, produk, kegiatan, atau gagasan. Logo dapat terdiri dari gambar atau simbol, tulisan, atau gabungan keduanya (Sandrayani, 2012, hlm. 10).

Logo yang bagus adalah logo yang ketika dilihat dapat menarik perhatian dan pemikiran, berhasil menyampaikan pesan atau esensi, dan bercerita mengenai identitas sesuatu yang diwakilinya (Jackson, 2007, hlm. 93).



Gambar 2.5. Logo Bibir dan Lidah Identitas Penggemar *The Rolling Stones*.

(<http://resources0.news.com.au/images>, 2014)

2.7. Teori 3 Dimensional Karakter

Selain dimensi panjang, lebar dan tinggi, manusia memiliki tiga dimensi lainnya yakni fisiologi, sosiologi dan psikologi (Lajos, 2007, hlm. 33). Tiga dimensional ini mampu menyediakan alasan disetiap fase tingkah laku manusia dan memudahkan penulisan tentang karakter serta menelusuri motivasi karakter ke sumbernya (Lajos, 2007, hlm. 35).

2.7.1. Dimensi Fisiologi

Dimensi fisiologi adalah semua hal yang terdapat pada fisik seseorang yang membedakannya dengan orang lain seperti kaki pincang, buta, tuli, buruk rupa, cantik, tinggi, pendek, dan lain-lain (Lajos, 2007, hlm. 33). Dimensi fisiologi dapat diuraikan menjadi:

1. Jenis kelamin.
2. Umur
3. Berat dan tinggi badan.
4. Warna rambut, warna mata dan warna kulit.
5. Postur tubuh.
6. Penampilan: berparas elok, terlalu gemuk atau terlalu kurus, bersih, rapi, nyaman dipandang, berantakan, bentuk kepala, bentuk wajah, bentuk anggota tubuh, dan lain-lain.
7. Cacat: kondisi abnormal, tanda lahir, penyakit.

8. Keturunan atau silsilah (Lajos, 2007, hlm. 36).

2.7.2. Dimensi Sosiologi

Dimensi sosiologi adalah keadaan sosial yang membentuk karakter dan membedakannya dengan karakter lain. Reaksi karakter yang lahir di rumah sempit dan bermain di jalan yang kotor akan berbeda dengan karakter yang lahir di rumah megah dan bermain di lingkungan yang indah dan bersih (Lajos, 2007, hlm. 33).

Dimensi sosiologi diuraikan menjadi:

1. Kelas sosial: pekerja, penguasa, kaum menengah, atau orang kaya.
2. Pekerjaan: jenis pekerjaan, waktu kerja, jumlah pendapatan, kondisi pekerjaan, berserikat atau tidak, sikap dalam kelompok, kesesuaian dengan pekerjaan.
3. Pendidikan: jumlah, jenis sekolah, taraf, pelajaran favorit, pelajaran terlemah, bakat.
4. Kehidupan di rumah: tinggal bersama orang tua, berkuasa, yatim piatu, orang tua berpisah atau bercerai, kebiasaan orang tua, perkembangan mental orang tua, keburukan orang tua, disia-siakan, kemampuan karakter untuk melindungi diri.
5. Agama
6. Ras, kebangsaan.
7. Posisi di masyarakat: pemimpin kawan, kelompok, atau tim olahraga.
8. Keberpihakan politik.

9. Hiburan dan hobi: buku, koran, majalah yang dibaca (Lajos, 2007, hlm. 36-37).

2.7.3. Dimensi Psikologi

Dimensi psikologi merupakan hasil gabungan dari dimensi fisiologi dan sosiologi yang mempengaruhi kondisi mental karakter, seperti ambisi, putus asa, perangai, kompleks kejiwaan, dan lain-lain (Lajos, 2007, hlm. 34). Dimensi psikologi diuraikan menjadi:

1. Kehidupan seksual, standar moral.
2. Pandangan hidup, ambisi.
3. Hal-hal yang membuat putus asa, kekecewaan terdalam.
4. Perangai: penuh semangat, santai, pesimistik, optimistik.
5. Sikap hidup: patuh, militan, suka mengalah.
6. Kompleks kejiwaan: obsesi, pantangan, takhayul, keranjingan, fobia.
7. Kepribadian *extrovert* (terbuka), kepribadian *introvert* (tertutup), kepribadian *ambivert* atau memiliki dua kepribadian *extrovert* dan *introvert*.
8. Kemampuan berbahasa dan bakat.
9. Kualitas: imajinasi, penilaian, selera, keyakinan diri.
10. Tingkat kecerdasan intelektual (Lajos, 2007, hlm.37).