

2. STUDI LITERATUR

2.1. *MISE-EN-SCENE*

Pramaggiore & Wallis (2020) menjelaskan bahwa definisi *mise-en-scene* berasal dari istilah teater dan secara harafiah membangun *staging* sebuah *scene* melalui penyusunan aktor, latar, pencahayaan, dan *props*—atau secara simpel semua yang bisa dilihat penonton. Dalam sebuah film naratif, *mise-en-scene* menciptakan dunia cerita film. Setiap elemen memengaruhi pengalaman penonton akan cerita, karakter, ruang, dan waktu. pencahayaan, dan komposisi. *Filmmaker* menggunakan aspek ini tidak hanya untuk menciptakan dunia dalam *frame*, tapi juga untuk mengindikasikan perkembangan karakter, menyajikan motif, meningkatkan tema, dan menciptakan *mood* (hlm. 103). Secara umum, *mise-en-scene* dibagi menjadi 4 aspek, yaitu latar, kostum & tata rias, pencahayaan, dan *staging* (Bordwell et al., 2024, hlm. 116).

2.1.1. *SETTING & PROPERTI*

Setting mengacu pada latar dimana film itu terjadi. *Setting* dalam film bisa berupa tempat yang nyata maupun fiktif. Karakteristik visual dari *setting* memengaruhi respon dari penonton. Fungsi utama dari *setting* adalah untuk menentukan waktu dan tempat, mengenalkan ide dan tema, dan menciptakan *mood*. Sebuah *setting* tidak perlu menunjukkan lokasi yang benar-benar ada, bisa saja *setting* hanyalah gambaran umum dari dimana latar terjadi (Pramaggiore & Wallis, 2020, hlm. 103-107). Menurut Ryan (2010, dikutip dalam Sitepu & Soeyatno, 2024), sebuah *setting* dalam film dapat menentukan keunikan dan konvensi genre dalam satu film. *Setting* dalam film harus realistis sehingga penonton bisa memahami konteks dan pesan yang ingin disampaikan (hlm. 213). Misalnya dalam film “Sunrise” (1927), nama latar dari kota yang megah dan tidak pernah disebutkan. Tapi, kota tersebut menjadi perbandingan kontras dengan tempat tinggal para karakter, yaitu pedesaan. Kota yang selalu ramai digambarkan sebagai tempat para karakter bisa merasakan kegembiraan (Pramaggiore & Wallis, 2020, hlm. 107-108).

Di dalam membangun *setting*, *filmmaker* akan membutuhkan properti. Properti sendiri merujuk pada objek di dalam sebuah *setting* yang memiliki fungsi dengan aksi yang sedang atau akan berlangsung. Di dalam konteks naratif, sebuah properti dapat menjadi motif. Contohnya dalam “Election” (1999), dalam mencapai motifnya yaitu menggagalkan seorang kandidat, seorang kepala sekolah menggunakan properti sampah untuk memungutnya dan membuang ke tempat sampah, dan diakhiri dengan dibuangnya kertas pendaftaran seorang kandidat (Bordwell et al., 2024, hlm. 118-119).

2.1.2. KOSTUM & TATA RIAS

Aspek selanjutnya adalah kostum & tata rias yang turut menjadi aspek *mise-en-scene*. Aspek ini bisa menguatkan *trait* dari sebuah karakter, menonjolkan tema, dan menciptakan harmoni visual dengan *setting*. Kostum bisa bertindak sebagai motif yang membantu naratif, dan komposisi visual yang melaraskan atau mengkontraskan dengan *setting* yang ada. Tata rias juga mampu menciptakan tampilan seorang karakter agar sesuai dengan *setting* yang telah diciptakan. Oleh karena itu, genre dari film juga akan mempengaruhi tipe kostum dan tata rias yang akan digunakan. (Bordwell et al., 2024, hlm. 119-125). Contohnya, film “Abracadabra”, yang merupakan film fiksi dengan genre komedi-drama. Karakter dalam film menggunakan kostum yang tidak biasa, warna dan tata rias yang mencolok. Setiap karakter juga memiliki arti dari kostum dan tata rias yang dipilih. Contohnya, karakter Rawit, yang memiliki kepribadian bahagia, digambarkan dengan tata rias warna pink mencolok, dan kostum badut berwarna merah garis-garis (Nabilah & Arifianto, 2022, hlm. 1865-1869).

2.1.3. PENCAHAYAAN

Pencahayaan juga menjadi aspek yang penting dalam penciptaan film, karena pencahayaan bisa menerangi set dan aktor dan bisa digunakan untuk menciptakan *mood* dan efek tertentu (Pramaggiore & Wallis, 2020, hlm. 121). Ada beberapa komponen yang bisa dimanipulasi dalam mengatur pencahayaan, yaitu *highlight & shadow*, *quality*, *direction*, *source*, dan *color*. (Bordwell et al., 2020,

hlm. 125-132). Penataan pencahayaan yang berbeda bisa membangkitkan emosi tertentu yang membangun *mood* sebuah *scene*, contohnya variasi penggunaan *high-key* dan *low-key lighting* dalam film (Depita et al., 2023, hlm. 230). Penggunaan *color theory* juga bisa memberikan efek bagi tata pencahayaan. Misalnya, warna yang hangat seperti merah bisa memberikan kesan intens, bahaya, dan waspada. Sedangkan warna yang dingin seperti biru memberikan kesan tenang, atau terisolasi (Jonauskaite & Mohr, 2025, hlm. 13-15). Variasi komponen pencahayaan dapat dilihat dari film “Moonlight”. Film ini menggunakan *high-key lighting* berwarna putih untuk menggambarkan hubungan yang hangat antara karakter Chiron dan Juan. Sedangkan *low-key lighting* berwarna merah muda digunakan saat karakter Paula untuk menggambarkan kondisi Paula, seorang pelacur, yang berada di bawah pengaruh narkoba (Rinaldo, 2022, hlm. 875).

2.1.4. STAGING

Aspek terakhir adalah *staging*. *Staging* ini berguna untuk membentuk naratif, memandu perhatian penonton, dan menciptakan emosi. Hal ini bisa dicapai melalui akting. Akting bisa berupa akting natural, atau akting dengan gaya yang dilebih-lebihkan. Akting bisa dipengaruhi oleh cara gestur, ekspresi muka, dan suara. Misalnya, karakter Mark dan Eduardo di film “The Social Network”. Dengan menggunakan ekspresi wajah, karakter Mark digambarkan lebih keras dan dominan (alis fokus, mata menyipit), sedangkan Eduardo merupakan karakter yang penurut (alis terangkat, mata lebar). Namun, saat Eduardo menuntut Mark, dominansi berubah. Karakter Eduardo menjadi lebih serius (ekspresi cemberut dan marah), sedangkan Mark hanya terdiam (ekspresi malu dan kepala tertunduk) (Bordwell et al., 2020, hlm. 132-141).

2.2. ONLINE TOXICITY

Fan, Li, Hemphill (2024) mendefinisikan *online toxicity* sebagai sikap dan perilaku kasar, agresif, dan merendahkan yang bisa muncul dalam bentuk pelecehan, *bullying*, ujaran kebencian, dan misinformasi di media sosial (hlm. 2). Perilaku *toxic* menjadi marak terjadi di dalam dunia *online* karena anonimitas yang

melindungi para pelaku dari konsekuensi yang ada. *Online toxicity* wajib diwaspadai karena meskipun dunia *online* menyediakan berbagai pandangan, masyarakat kerap akan menyaring informasi yang bertentangan dengan pandangan mereka. *Online toxicity* dapat didorong oleh topik-topik tertentu yang menjadi kontroversial. Topik yang dimaksud antara lain adalah *people* dan *interpersonal*. Topik *people* merujuk pada serangan personal terhadap publik figur dan dikenal banyak orang. Ada pula topik *interpersonal*, yang melibatkan perselisihan antara anggota di forum diskusi *online*. Hal ini membuktikan bahwa media dapat menjadi tempat untuk terjadinya manipulasi berita (Salminen et al., 2020, hlm. 3-4).

Online toxicity umumnya melibatkan penggunaan komentar *toxic*, yaitu interaksi *online* yang negatif, seringkali kasar, diskriminatif, dan vulgar. Komentar *toxic* akan berisi ujaran yang menargetkan karakteristik tertentu, misalnya etnis, agama, dan jenis kelamin. Pada dasarnya, ada 5 dimensi yang bisa dikategorikan dalam *online toxicity*, yaitu penyerangan identitas, hinaan, kata-kata kotor, ancaman, dan eksplisit secara seksual. Kata-kata kebencian yang kerap digunakan di Indonesia juga memiliki kategori sendiri, misalnya kata umpatan (“bangsat”, “brengsek”); binatang (“asu”, “babi”); disabilitas mental (“tolol”, “bodoh”); menargetkan suatu karakter (“lonte”, “penista agama”). Kata-kata tersebut digunakan untuk melampiaskan perasaan negatif, mengancam, menghina, mengutuk, dan mendoakan nasib buruk (Alamsyah & Sagama, 2024, hlm. 3).

Tidak dapat dipungkiri bahwa *online toxicity* dapat memberikan efek psikologis bagi pelaku maupun korbannya. Sebuah penelitian dilakukan terhadap reaksi pengguna menghadapi *toxicity* di platform Twitter. Para pengguna tetap berinteraksi dan turut meramaikan argumen yang sedang terjadi. Dari penelitian ini, didapatkan hasil yang menunjukkan para pengguna mengalami kenaikan perasaan emosional berupa kemarahan, kesedihan, dan kecemasan. Di antaranya reaksi kemarahan dan kesedihan yang bertambah karena mendapatkan balasan *online toxicity*, sedangkan reaksi kecemasan tidak bertambah signifikan (Aleksandric et al., 2024, hlm. 36-37). Jusay et al. (2022) juga melakukan penelitian pada 3 korban yang telah mengalami dampak dari fenomena *online toxicity*. Ketiga korban

mengalami serangan balik, ketakutan akan *public shaming*, dan *cyberbullying*. Para korban merasa takut untuk keluar dari rumah atau lingkungannya, karena terbawa oleh masa lalunya. Salah satu korban, sebut saja korban nomor 3, masih merasakan usikan dari masyarakat sampai sekarang. Korban mengalami gangguan pada kesehatan mental dan trauma (hlm. 10).

2.2.1. CYBERBULLYING

Jesseline, Litmantoro, Yudiarso (2024) mendefinisikan *cyberbullying* sebagai penggunaan komunikasi elektronik, (media sosial, forum *online*) untuk menyerang atau mengancam seseorang. Meledaknya penggunaan media sosial membuat perubahan cara berinteraksi, berkomunikasi, dan menegaskan otoritas sosial. *Cyberbullying* bisa dianggap sebagai cara mempertahankan posisi sosial seseorang, atau membalas penghinaan yang didapat dalam kehidupan bermasyarakat yang mementingkan reputasi publik (hlm. 242-252). Anonimitas juga menjadi alasan mengapa *cyberbullying* kerap terjadi. Internet bisa digunakan sebagai mediator yang menghubungkan anonimitas dengan *cyberbullying*, karena hilangnya interaksi tatap muka. Hal ini menyebabkan berkurangnya tekanan eksternal dan moral. Pelaku *cyberbullying* memiliki kecenderungan mengabaikan moral untuk mengurangi konsekuensi yang dirasakan. Semakin rendah moralitas seseorang, semakin agresif tindakan yang dilakukan (Zhao et al., 2022, hlm. 2).

Di dalam media televisi, semua orang yang memiliki akses internet bisa menjadi pelaku atau korban *cyberbullying*. Dunia internet juga sering digambarkan sebagai penyebab dari konflik. Internet yang menciptakan kerentanan. Baik di dalam layar atau tidak, internet sering digambarkan sebagai tempat dimana seseorang bisa mendapatkan ketenaran. Contohnya, dalam film “The Virginity Hit” (2010), seseorang mengunggah video memalukan korban untuk membuat korban tenar secara negatif. Bagi audiens, *cyberbullying* bisa dianggap sebagai suatu kegiatan yang menghibur. Banyak orang di internet mendapatkan kesenangan dari menonton konten yang bermasalah. Perilaku ini membuat semakin orang mencari konten serupa untuk kepuasannya (Lauren, 2016, hlm. 82-117).