



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

TELAAH LITERATUR

2.1. Pengertian Minat

Minat merupakan suatu keadaan mental yang menghasilkan respon terarah kepada suatu situasi atau kondisi tertentu yang menyenangkan dan memberikan kepuasan (Sukardi, 1988).

Suatu hal atau aktivitas yang disukai dari seseorang tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin dekat hubungan tersebut, semakin besar minat yang ditimbulkan (Djamarah, 2002).

Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang mereka inginkan. Bila mereka melihat bahwa sesuatu yang mereka lakukan itu menguntungkan, maka mereka akan berminat. Hal ini yang nantinya akan menimbulkan kepuasan. Bila dalam kepuasan berkurang, maka minat akan berkurang. Semakin sering minat diekspresikan dalam suatu kegiatan, semakin kuat pula minat tersebut (Hurlock, 1993).

Sutjipto (2001) mengungkapkan bahwa minat adalah kesadaran seseorang terhadap suatu objek, orang, masalah, atau situasi. Minat merupakan suatu aspek psikologis seseorang yang memiliki perhatian terhadap suatu kegiatan yang mendorong mereka untuk melaksanakan kegiatan tersebut.

Dari beberapa definisi menurut para ahli diatas, dapat dilihat bahwa minat merupakan sumber motivasi yang mendorong manusia untuk melakukan sesuatu yang mereka inginkan. Minat juga merupakan suatu kesatuan dari mental seseorang yang terdiri dari perasaan, harapan, dan prasangka.

2.2. Teori Seputar Dewasa Awal

2.2.1. Pengertian Dewasa Awal dan Perkembangannya

Dewasa awal adalah masa peralihan dari masa remaja. Pada masa remaja ditandai dengan pencarian identitas diri, sedangkan pada masa dewasa awal, identitas diri ini sudah mulai didapat sedikit demi sedikit sesuai dengan umur dan mental. Hurlock (1990) mengatakan bahwa dewasa awal dimulai pada umur 18 tahun sampai kira-kira umur 40 tahun.

Berbagai masalah juga muncul dengan bertambahnya umur pada masa dewasa awal. Dewasa awal adalah masa peralihan dari ketergantungan ke masa mandiri, baik dari segi ekonomi, kebebasan menentukan diri sendiri, dan pandangan tentang masa depan sudah lebih realistis.

Orang dewasa muda termasuk masa transisi, baik transisi secara fisik, transisi secara intelektual, serta transisi peran sosial (Santrock, 1999). Perkembangan sosial masa dewasa awal adalah puncak dari perkembangan sosial masa dewasa. Masa dewasa awal adalah masa beralihnya pandangan egosentris menjadi sikap yang empati. Hurlock (1993) dalam hal ini telah mengemukakan beberapa karakteristik dewasa awal dan pada salah satu intinya dikatakan bahwa dewasa awal merupakan suatu masa penyesuaian diri dengan cara hidup baru dan

memanfaatkan kebebasan yang diperolehnya. Segi emosional, pada masa dewasa awal adalah masa dimana motivasi untuk meraih sesuatu sangat besar yang didukung oleh kekuatan fisik yang prima.

2.2.2. Ciri Dewasa Awal

Dewasa awal adalah masa kematangan fisik dan psikologis. Menurut Anderson (2007) terdapat 7 ciri kematangan psikologi, diantaranya:

1. Berorientasi pada tugas, bukan pada diri atau ego. Minat orang matang berorientasi pada tugas-tugas yang dikerjakannya, dan tidak condong pada perasaan-perasaan diri sendiri atau untuk kepentingan pribadi.
2. Tujuan-tujuan yang jelas dan kebiasaan kerja yang efisien, seseorang yang matang sudah mampu melihat tujuan-tujuan yang ingin dicapainya secara jelas dan dapat didefinisikannya secara cermat serta tahu mana pantas dan tidak serta bekerja secara terbimbing menuju arahnya.
3. Mengendalikan perasaan pribadi, seseorang yang matang dapat menyetir perasaan sendiri dan tidak dikuasai oleh perasaan-perasaannya dalam mengerjakan sesuatu atau berhadapan dengan orang lain. Dia tidak mementingkan dirinya sendiri, tetapi mempertimbangkan pula perasaan-perasaan orang lain.
4. Keobjektifan, orang matang memiliki sikap objektif yaitu berusaha mencapai keputusan dalam keadaan yang sesuai dengan kenyataan.

5. Menerima kritik dan saran, orang matang memiliki kemauan yang realistis, paham bahwa dirinya tidak selalu benar, sehingga terbuka terhadap kritik-kritik dan saran-saran orang lain demi peningkatan dirinya.
6. Bertanggung jawab terhadap usaha pribadi, orang yang matang mau memberi kesempatan pada orang lain membantu usaha-usahanya untuk mencapai tujuan, tetapi tetap bertanggung jawab secara pribadi terhadap usaha-usahanya.
7. Masa kreatif, bentuk kreativitas yang akan terlihat orang dewasa akan tergantung pada minat dan kemampuan individual, kesempatan untuk mewujudkan keinginan dan kegiatan-kegiatan yang memberikan kepuasan. Ada yang menyalurkan kreativitasnya melalui hobi, ada yang menyalurkannya melalui pekerjaan yang memungkinkan ekspresi kreativitas.

Dewasa awal merupakan suatu masa penyesuaian terhadap pola-pola kehidupan yang baru, dan harapan-harapan sosial yang baru. Masa dewasa awal adalah kelanjutan dari masa remaja. Sebagai kelanjutan masa remaja, sehingga ciri-ciri masa dewasa awal ini tidak jauh berbeda dengan perkembangan remaja.

2.3. Definisi Kota Besar

Secara umum kota adalah tempat bermukimnya warga, tempat bekerja, tempat kegiatan dalam bidang ekonomi, pemerintahan dan lain-lain. Menurut Luis Wirth (1938), kota besar adalah pemukiman yang relatif besar, padat dan permanen, dihuni oleh orang-orang yang beraneka ragam kedudukan sosialnya.

Menurut UU No 22/ 1999, kawasan perkotaan adalah kawasan yang mempunyai kegiatan utama bukan pertanian, dengan susunan fungsi kawasan sebagai tempat pelayanan jasa pemerintahan, pelayanan sosial dan kegiatan ekonomi. Masyarakat kota lebih mudah menyesuaikan diri terhadap perubahan sosial disebabkan adanya keterbukaan terhadap pengaruh luar dan sudah mulai memiliki jiwa gotong royong terhadap sesama masyarakat sekitarnya.

Ciri fisik kota besar meliputi hal sebagai berikut:

1. Tersedianya tempat-tempat untuk pasar dan pertokoan
2. Tersedianya tempat-tempat untuk parkir
3. Terdapatnya sarana rekreasi dan sarana olahraga

Ciri kehidupan kota besar adalah sebagai berikut:

1. Adanya pelapisan sosial ekonomi misalnya perbedaan tingkat penghasilan, tingkat pendidikan dan jenis pekerjaan.
2. Adanya jarak sosial dan kurangnya toleransi sosial di antara warganya.
3. Adanya penilaian yang berbeda-beda terhadap suatu masalah dengan pertimbangan perbedaan kepentingan, situasi dan kondisi kehidupan.
4. Warga kota besar umumnya sangat menghargai waktu.
5. Cara berpikir dan bertindak warga kota besar tampak lebih rasional dan berprinsip ekonomi.
6. Masyarakat kota besar lebih mudah menyesuaikan diri terhadap perubahan sosial disebabkan adanya keterbukaan terhadap pengaruh luar.

2.4. Film

2.4.1. Film dan Film Pendek

Pengertian film adalah gerakan atau lebih tepat lagi gambar yang bergerak. Dalam bahasa Indonesia dahulu dikenal dengan gambar hidup, dan memang gerakan itulah yang merupakan unsur pemberi hidup kepada suatu gambar yang betapapun sempurnanya teknik yang dipergunakan, belum mendekati kenyataan hidup sehari-hari, jika suatu film tidak diiringi dengan suara yang berupa dialog atau musik.

Film berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia nomor 8 tahun 1992 menyatakan bahwa film adalah (Menurut Undang-Undang Republik Indonesia. Nomor 8 tahun 1992):

“Karya cipta seni dan budaya yang merupakan media komunikasi massa pandang dan dengar yang dibuat berdasarkan asas sinematografi dengan direkam pada pita seluloid, pita video, piringan video, dan/atau bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala bentuk, jenis, dan ukuran melalui proses kimiawi, proses elektronik, atau proses lainnya, dengan atau tanpa suara, yang dapat dipertunjukkan dan/atau ditayangkan dengan sistem proyeksi mekanik, elektronik, dan atau lainnya.”

Sedangkan menurut Efendy (1984) dalam kamus komunikasi, pengertian film yaitu:

1. Bahan tipis dan bening berbentuk carik yang dilapisi emulsi, yang peka cahaya untuk merekam gambar dari suatu obyek kamera.
2. Media komunikasi yang bersifat visual atau audio visual untuk menyampaikan suatu pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul di tempat tertentu.

Menurut Marseli Sumarno, setiap pembuat film hidup dalam masyarakat atau dalam lingkungan budaya tertentu, sehingga proses kreatif yang terjadi merupakan pergulatan antara dorongan subjektif dan nilai-nilai yang mengendap di dalam diri. Hasil pergulatan ini akan muncul sebagai karya film (Sumarno, 1996).

Dalam situs resmi KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) film memiliki pengertian (KBBI, 2008):

1. Selaput tipis yang dibuat dari seluloid untuk tempat gambar negatif (yang akan dibuat potret) atau untuk tempat gambar positif (yang akan dimainkan di bioskop)
2. Lakon (cerita) gambar hidup

Berdasarkan jenis durasinya, film dibedakan menjadi dua yaitu film panjang dan film pendek. Dalam bagian ini, peneliti memberikan batasan pembahasan hanya pada teori film pendek.

Film pendek adalah film yang berdurasi pendek. Pengertian pendek disini adalah sebuah film yang tidak lebih dari durasi 50 menit, sedangkan bentuk dan isinya bisa bebas yaitu dapat berupa film bercerita atau film tidak bercerita. Film pendek sebelumnya kurang populer karena belum mendatangkan keuntungan finansial dan tidak dianggap trendy. Sebetulnya usia film pendek Indonesia dapat dikatakan panjang, tetapi sesuai dengan masanya seringkali dinamai dengan berbagai nama yang senada dengan kebutuhan zamannya (Prakosa, 1997)

Film pendek merupakan primadona bagi para pembuat film independen. Selain dapat diraih dengan biaya yang relatif lebih murah dari film cerita panjang,

film pendek juga memberikan ruang gerak ekspresi yang lebih leluasa. Meski tidak sedikit juga pembuat film yang hanya menganggapnya sebagai sebuah batu loncatan menuju film cerita panjang. Film pendek pada hakikatnya bukanlah sebuah reduksi dari film cerita panjang, ataupun sekedar wahana pelatihan belaka. Film pendek memiliki karakteristiknya sendiri yang berbeda dengan film cerita panjang, bukan lebih sempit dalam pemaknaan, atau bukan lebih mudah. Sebagai sebuah media ekspresi, film pendek selalu termarginalisasi dari sudut pandang penikmat, karena tidak mendapatkan media distribusi dan eksibisi yang pantas seperti yang didapatkan cerpen di dunia sastra.

Mengenai cara bertuturnya, film pendek memberikan kebebasan bagi para pembuat dan penikmatnya, sehingga bentuknya menjadi sangat bervariasi. Film pendek dapat saja hanya berdurasi 60 detik, yang penting ide dan pemanfaatan media komunikasinya dapat berlangsung efektif. Yang menjadi menarik justru ketika variasi-variasi tersebut menciptakan cara pandang baru tentang bentuk film secara umum, dan kemudian berhasil memberikan banyak sekali kontribusi bagi perkembangan sinema (Cahyono, 2009).

2.4.2. Sejarah Film Pendek

Dunia perfilman dikatan sebagai dunia *glamour* yang biaya produksinya mampu menghabiskan dana yang tidak sedikit, bahkan berkisar pada angka 6 digit ke atas.

Orang terkadang memandang perfilman sebagai hobi yang berharga sangat mahal. Namun, dilihat dari perkembangan zaman dan perkembangan teknologi saat ini, di beberapa kota besar khususnya Jakarta, tidak hanya para penggemar film dan mahasiswa saja yang mencoba mendobrak tradisi pemutaran film di beberapa tempat seperti pemutaran film pendek.

Pelajar sekolah menengah-pun sudah mulai mampu terjun dalam dunia sinematografi. Mereka bahkan mengadakan workshop perfilman kecil-kecilan, memutar film, membentuk komunitas-komunitas penggemar film, dan bahkan menjadikannya sebagai kegiatan ekstrakurikuler di sekolah, yang kemudian mereka berikan nama sebagai ekstrakurikuler sinematografi (Widagdo & Gora, 2007).

Saat ini sudah banyak film pendek yang diproduksi oleh kalangan anak muda, khususnya di kota-kota besar di Indonesia. Hal ini disebabkan karena sudah tersedianya sarana dan prasarana yang lebih memadai dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Dunia film pendek tidak akan sama dengan dunia film komersial. Dunia film pendek tidak mengenal adanya peraturan produksi yang rumit, juga tidak mengenal *ballyhoo* yang besar dipajang di depan gedung bioskop. Film pendek masih dianggap sesuatu yang sangat eksklusif. Karena itu, dunia film pendek Indonesia tak menarik untuk dimasukkan dalam pertumbuhan sejarah film Indonesia secara umum. Hal ini kemungkinan karena pertumbuhan film pendek belumlah menjadi pusat perhatian, dan memang belum dianggap memiliki arti yang besar dalam konteks pertumbuhan budaya film secara nasional. Namun, film pendek lebih dikenal dan berkembang lebih luas di luar Indonesia, seperti berbagai festival film, sinematek, ataupun sekolah dan kampus-kampus di luar negeri (Prakosa, 2008).

Sementara dari sisi jumlah produktifitas, film pendek nasional bisa dilihat ketika tahun 70 hingga 80-an jumlah film pendek cukup banyak, tetapi di awal tahun 90-an jumlah yang diproduksi dan dipertunjukkan ke masyarakat luas bisa dihitung jari. Namun, prestasi film pendek Indonesia sejak awal 80-an

memang boleh dikatakan tidak memalukan, secara aktif mengikuti berbagai festival film internasional bahkan mulai melanglang buana sebagai duta bangsa dan ikut andil dalam mempromosikan budaya bangsa, bahkan juga mendapatkan berbagai penghargaan. Tetapi intensitas film pendek memang kurang besar dan kurang menonjol dimasyarakat umum, kecuali di kota besar seperti Jakarta, Bandung, dan Yogyakarta, itupun hanya sebagian besar orang saja yang tahu.

Masa kepemimpinan Gus Dur dan Megawati, dimana kita tahu bahwa kedua pemimpin bangsa ini adalah orang-orang yang bisa menghargai karya cipta seni, maka seharusnya momentum ini mampu dimanfaatkan oleh para aktifis pembuat film pendek untuk lebih aktif dan lebih banyak mensosialisasikan film pendek itu kepada masyarakat yang lebih luas. Dengan memutarakan film-film pendek, berarti juga mengapresiasi pilihan-pilihan film, juga memberikan wacana baru tentang dunia film.

Mensosialisasikan film pendek berarti memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk bisa melihat sebuah karya cipta yang mampu memberikan apresiasi kongkrit bahwa ada dunia lain yang menciptakan sebuah media yaitu film dengan durasi yang sangat pendek. Momentum seperti inilah yang diharapkan sebagai perwujudan tahap bersosialisasi film pendek kepada masyarakat yang nampaknya harus dilakukan sesering mungkin.

Istilah film pendek lahir setelah adanya pendidikan sinematografi di Institut Kesenian Jakarta. Tahun 1974, Dewan Kesenian Jakarta memelopori Festival Mini yang saat itu digerakkan oleh D. A. Peransi, dan kawan-kawannya. Tahun 1975, sekelompok mahasiswa jurusan sinematografi menyatakan diri

sebagai Kelompok Sinema Delapan. Kelompok ini diantaranya Johan Teranggi (kini pembuat film dokumenter), Norman Benny (kini Sutradara film cerita panjang). Film pendek mulai tumbuh dari para mahasiswa jurusan sinematografi IKJ dari tahun ke tahun. Hal ini dikarenakan secara formal, mereka diharuskan membuat minimal dua karya film dengan media 16mm selama mereka studi di kampus tersebut. Tahun 1992 menjadi tahun debut jurusan sinematografi Fakultas Film dan Televisi dalam mengikuti festival film internasional.

Bersamaan pada masa reformasi (1998-sekarang), muncul film independen yang dimotori oleh sekelompok anak muda yang bergabung dalam institusi yang dinamakan Konfiden (Komunitas Film Independen) menjadikan film pendek sebagai trend anak-anak muda saat ini. Bahkan para pembuatnya pun saat ini juga tak terbatas. Namun, film pendek hanya dapat dinikmati oleh kalangan sendiri dan tidak secara luas tersampaikan kepada masyarakat hingga saat ini.

Hal ini berpengaruh pada keterbukaan dan institusi saat ini yang menguntungkan pertumbuhan budaya film pendek. Munculnya pusat apresiasi film yang dilakukan lembaga-lembaga masyarakat cukup banyak dilakukan, serta diakui dan dianggap serius di kalangan anak muda saat ini. Di Tahun 2002, geliat perfilman nasional sudah mulai diramaikan oleh eksistensi film lokal karya sineas muda yang mampu meningkatkan apresiasi masyarakat untuk menonton. Dari mulai pemutaran film-film pendek hingga diskusi mulai diminati oleh masyarakat, khususnya kaum muda dari tingkat sekolah menengah hingga kampus. Namun, kurangnya ruang publik yang menyediakan tempat-tempat penayangan menjadikan kurangnya juga apresiasi masyarakat terhadap film (Prakosa, 2008).

2.5. Definisi dan Jenis *Genre* dalam Film

Genre berasal dari bahasa Prancis yang bermakna bentuk atau tipe. Dalam film, *genre* dapat didefinisikan sebagai jenis atau klasifikasi dari sekelompok film yang memiliki karakter atau pola yang sama, seperti gaya, situasi, ikon, mood, serta karakter. *Genre* mengacu pada istilah biologi yaitu genus yang dalam tingkatan klasifikasi makhluk hidup berada satu tingkat di atas spesies dan satu tingkat lebih rendah dibawah family. Seperti halnya dalam biologi, genus atau *genre* merupakan kelompok spesies yang memiliki ciri fisik, tipe dan karakter yang sama. Maka dalam film, *genre* akan mengelompokkan dan mengklasifikasikan sekelompok film yang memiliki karakter sama (khas) seperti setting, tokoh karakter, pemain, jalan cerita serta tanda kuncinya termasuk kostum, perlengkapan dan *sound effect* yang digunakan dalam film tersebut (Pratista, 2008).

Genre juga merupakan sebuah kategori semiotik, karena dalam film terdapat kode atau simbol yang menjadi bagian dari film tersebut dalam *genre* yang sama, seperti lokasi, gaya, dan ruang. Tujuannya untuk menimbulkan efek-efek dramatis tertentu yang mampu dirasa oleh penonton. Sedangkan fungsi utama dari adanya *genre* film adalah memudahkan klasifikasi sebuah film, dan membantu penonton dalam memilih film-film yang mereka sukai. Sedangkan bagi industri film, *genre* digunakan sebagai strategi marketing. Dengan kata lain, film mampu mengeksploitasi pengharapan-pengharapan yang akan membawa kita pada suasana hati yang diharapkan (Stokes, 2007).

Genre atau jenis film ada bermacam-macam. Sebenarnya tidak ada maksud lain dari pemisahan tersebut. Namun secara tidak langsung kehadiran

film-film dengan karakter tertentu yang akhirnya memunculkan pengelompokan tersebut. Berikut beberapa genre film pendek (Widagdo & Gora, 2007):

1. Laga

Film laga adalah suatu *genre* film yang mengandung banyak unsur aksi yang dapat berupa adegan-adegan berbahaya yang biasanya melibatkan seseorang atau sekelompok orang yang berperan sebagai tokoh utama.

Film yang bertema laga dan mengetengahkan perjuangan hidup, biasanya dibumbui dengan keahlian setiap tokoh untuk bertahan dalam pertarungan hingga akhir cerita.

Cerita dan pengembangan karakter dalam film laga pada umumnya mengacu terhadap ledakan, perkelahian tinju, tembak-menembak ataupun kejar-kejaran mobil.

2. Humor / Komedi

Humor adalah jenis film yang mengandalkan kelucuan sebagai faktor penyajian utama. *Genre* jenis ini tergolong paling disukai dan bisa merambah usia segmentasi penonton. Namun, ada kesulitan dalam menyajikannya. Biasanya kunci sukses dalam membuat film ber-genre ini adalah meminta tokoh humoris yang sudah dikenal masyarakat untuk memerankan suatu tokoh dalam film.

Harun Suwardi menyampaikan *genre* komedi memiliki ragam komedi, terdiri dari (Suwardi, 2006)

1. Komedi slapstick, yakni jenis komedi yang menampilkan kelucuan secara kasar, lebih menonjolkan kemampuan fisik yang konyol dari pada lewat dialog yang lucu.
2. Komedi pahit, komedi jenis ini menunjukkan keberpihakannya pada masyarakat miskin.
3. Komedi sosial, biasanya komedi jenis ini mengungkapkan sosok-sosok berkarakter baik dalam sebuah keluarga kecil, baik pula hubungannya dengan lingkungan atau masyarakat.
4. Komedi individual, tokohnya bertingkah laku ekstrim seperti dalam komik, jauh dari dewasa. Kalau toh seseorang itu sudah dianggap dewasa, dia tetap bertingkah laku dan berkarakter tidak dewasa.
5. Komedi romantik, komedi yang bersumber dari konflik akibat minimnya pengalaman satu atau dua karakter utama dalam suatu kisah.
6. Komedi kelompok, jenis komedi ini berkisar pada sebuah masyarakat, biasanya di tempat kerja atau di perumahan.
7. Komedi satire, yakni komedi yang menampilkan ungkapan kelucuan untuk tujuan menyindir. Yang dekat dengan satire adalah komedi parody.
8. Komedi situasi atau kerap diringkas menjadi sitkom yakni komedi berdasarkan para tokohnya, atau plot yang menggelar situasi cerita.

9. Komedi aksi, yakni yang biasa terdapat dalam film-film yang penuh aksi sekaligus penuh bumbu kelucuan. Film-film kungfu Hong Kong yang dibintangi Jacky Chan, misalnya, bias dijadikan rujukkan untuk kategori ini.

3. Drama

Film drama sering kali terinspirasi dari kejadian yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Temanya berasal dari isu sosial skala besar seperti ketidakadilan, kekerasan, diskriminasi, ketidakharmonisan, masalah kejiwaan, penyakit masyarakat, kemiskinan, dan sebagainya.

Film-film drama umumnya berhubungan dengan tema, cerita, *set*, karakter, serta suasana yang memotret kehidupan nyata. Konflik bisa dipicu oleh lingkungan, diri sendiri, maupun alam. Kisahnya sering kali menggugah emosi, dramatik, dan sering menguras air mata penontonnya (Pratista, 2008).

Genre ini adalah *genre* yang populer dikalangan masyarakat penonton film. Faktor perasaan dan realitas kehidupan nyata yang ditawarkan dengan senjata simpati dan empati penonton terhadap tokoh yang diceritakan. Seperti contohnya masalah cinta remaja, perselisihan antara menantu dan mertua, atau perjalanan manusia untuk mencapai cita-citanya.

“Film-film drama umumnya berhubungan dengan tema, cerita, *set*, karakter, serta suasana yang memotret kehidupan nyata. Konflik dapat dipicu oleh lingkungan, diri sendiri, maupun alam. Kisahnya sering kali menggugah emosi, dramatik, dan sering menguras air mata penontonnya.” (Pratista, 2008)

4. Horor

Jika dibandingkan dengan pembuatan film drama, plot dalam film horor umumnya lebih simpel.

Horor adalah sebuah *genre* khusus dalam dunia perfilman. Dikatakan *genre* khusus karena meskipun cakupannya sempit dan berkisar pada hal yang itu-itu saja, tetapi *genre* ini cukup mendapatkan perhatian dari para penonton. Hal tersebut terjadi karena adanya keingintahuan manusia pada sebuah dunia yang membuat mereka selalu bertanya tentang apa yang sebenarnya terjadi di dunia lain tersebut.

Tingkat keberhasilan karakter dalam film horor adalah pada keahlian tata riasnya. Sebab di *genre* ini sering kali menampilkan sosok menyeramkan berwujud makhluk halus seperti siluman, iblis, monster, mayat hidup, alien, kuntilanak, dan sebagainya. Karakter antagonis bisa pula sosok manusia seperti psikopat, pembunuh serial, atau seseorang dengan gangguan kejiwaan lainnya. Selain ditentukan dengan karakter yang mengerikan, masih ada hal-hal yang akan mendukung tercapainya tujuan *moviemaker* memberikan rasa takut pada penontonnya, misalnya tata cahaya dan efek suara pada film tersebut (Bordwell & Thompson, 2004).

Jika dibandingkan dengan pembuatan film drama, plot dalam film horor umumnya lebih simpel.

“Plot pada film horor umumnya sederhana, yakni bagaimana usaha manusia untuk melawan kekuatan jahat yang sering kali berhubungan dengan dimensi supernatural dan sisi gelap manusia”. (Buletin Montase, Yogyakarta, edisi 5)

5. Animasi

Animasi adalah menghidupkan gambar, sehingga anda perlu mengetahui dengan pasti setiap detail karakter anda, mulai dari tampak (depan, belakang, $\frac{3}{4}$ dan samping) detail muka si karakter dalam berbagai ekspresi (normal, diam, marah, senyum, ketawa, kesal, dll.) lalu pose atau gaya khas karakter bila sedang melakukan kegiatan tertentu yang menjadi ciri khas si karakter tersebut. Karakter bukan sekedar gambar tetapi mempunyai kelakuan tertentu yang seolah-olah punya jiwa. Karena animasi adalah membuat gambar terlihat seakan-akan menjadi hidup, sehingga kita bisa mempengaruhi emosi penonton menjadi turut merasa sedih, ikutan menangis, jatuh cinta, kesal, gembira bahkan tertawa terbahak-bahak.

Genre ini merupakan spekulasi fiksi, misalnya hewan yang bisa berbicara layaknya manusia, kekuatan sihir, adanya dongeng, mitos, legenda, imajinasi, halusinasi, serta alam mimpi. Tokoh yang bermain dalam film ini juga merupakan tokoh yang tidak nyata misalnya adanya ibu peri, bidadari, dewa-dewi, penyihir, jin, dan kurcaci.

2.6. Film Sebagai Media Komunikasi

Komunikasi berasal dari bahasa latin *Communis* yang berarti umum (*common*) atau bersama. Apabila kita sedang berkomunikasi, sebenarnya kita sedang berusaha berbagi informasi, ide, sikap, gagasan (Effendy, 2003).

Komunikasi merupakan suatu istilah yang berasal dari bahasa Inggris yaitu *communication*, yang berarti pemberitahuan, pertukaran, dimana pembicara mengharapkan pertimbangan atau jawaban dari pendengarnya (Arifin, 1995).

Menurut Laswell (1989) cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan : *Who, Says What, In Which Channel, To whom, and With What Effect*. Paradigma Laswell tersebut mencerminkan bahwa terdapat unsur-unsur *Who*, yakni komunikator sebagai sumber atau seseorang yang memprakarsai penyampaian ide, gagasan, atau pikiran, *Says What*, yakni pesan berupa ide, gagasan atau pikiran, *In Which Channel*, yakni media sebagai alat menyalurkan pesan baik langsung maupun tidak langsung, *To Whom* yakni komunikan yaitu orang yang menerima pesan, dan *With What Effect*, yaitu akibat yang diharapkan dari proses pesan tersebut.

Sejalan dengan itu Laswell (1989) mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Dari beberapa definisi diatas, menunjukkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan melalui penggunaan simbol atau lambang yang dapat menimbulkan efek seperti mengubah tingkah laku orang lain, yang dapat dilakukan dengan menggunakan media tertentu (Effendy, 2006).

Defenisi-definisi komunikasi diatas tentunya belum mewakili semua definisi komunikasi yang telah dibuat oleh banyak pakar. Dari pendapat beberapa ahli dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan atau informasi oleh komunikator baik secara langsung maupun tidak langsung melalui penggunaan simbol atau lambang kepada komunikan dengan media tertentu yang dapat menimbulkan efek dalam pembentukan pendapat dan sikap. Dapat disimpulkan bahwa sebenarnya didalam proses komunikasi terdapat tiga unsur yang sangat penting, yakni komunikator, pesan, dan komunikan.

Film sebagai media komunikasi yang dimaksud adalah Film berfungsi menyampaikan penyampaian atau pesan secara terbuka melalui media penyebaran pada masyarakat. Maksudnya, film menunjukkan bahwa komunikasi sebagai pihak penerima pesan tidak berada di suatu tempat, tetapi tersebar di berbagai tempat (Meletzke, 1999).

Merujuk pada Bittner (1977), film sebagai media komunikasi memiliki pengertian sebagai pesan yang dikomunikasikan melalui media untuk orang banyak. Dalam penyampaian pesan, film tidak hanya disampaikan dalam satu tempat saja, tetapi mereka dapat tersebar atau terpencar di berbagai lokasi yang dalam waktu yang sama atau hampir bersamaan dapat memperoleh pesan-pesan yang disampaikan film tersebut (Wiryanto, 2000).

Sehingga dari pendapat di atas, pesan yang terdapat dalam film bisa diterima khalayak dimana saja meskipun waktu penerimaan masing-masing komunikannya akan berbeda. Kaitannya dengan film sebagai sebuah kegiatan komunikasi adalah pesan dari komunikator dalam film dapat ditonton oleh berbagai jenis masyarakat meskipun mereka menonton film tersebut dengan waktu yang berbeda-beda.

Saat ini komunikasi sudah dapat melalui peralatan modern untuk menyebarkan atau memancarkan pesan secara cepat kepada khalayak yang luas atau masyarakat. Sehingga saat ini pesan cenderung disampaikan melalui media modern, seperti radio, koran harian, majalah, televisi, atau film.

1. Komunikator dalam media komunikasi berfungsi menyebarkan pesan-pesannya, yang bermaksud mencoba berbagi pengertian dengan banyak orang.

2. Pesan yang disampaikan adalah milik publik. Artinya bahwa pesan bisa didapatkan dan diterima banyak orang. Karena itu diartikan milik publik.
3. Sebagai sumber, komunikator biasanya organisasi formal seperti jaringan, ikatan atau perkumpulan. Artinya sebagai penyampai pesan, komunikator dalam media komunikasi bukan hanya satu personal sehingga pesannya merupakan hasil komunikasi beberapa pihak yang memiliki tujuan tertentu.
4. Komunikasi kepada masyarakat kecenderungannya dikontrol oleh penyaring informasi. Artinya, pesan-pesan yang disebarakan atau dipancarkan dikontrol oleh sejumlah individu dalam lembaga, sebelum disiarkan lewat media. Contohnya adalah seorang redaktur, editor film, dan lembaga sensor lain dalam media.

Komunikasi dalam media komunikasi erat kaitannya dengan opini publik. Hal tersebut diungkapkan oleh Sastropoetra (1987), yaitu dalam menilai suatu masalah yang kontroversial diperlukan suatu ekspresi yang mampu menimbulkan pendapat-pendapat yang berbeda-beda. Jika ditinjau dari segi ilmu sosial, opini publik diartikan sebagai kekuatan yang ada dalam masyarakat (Summer, 1906). Namun berbeda lagi halnya dengan ilmu psikologi, opini publik dalam ilmu psikologi mendefinisikan sebagai hasil dari sikap sekumpulan orang yang memperlihatkan reaksi yang sama terhadap rangsangan yang sama dari luar (Doob, 1949). Dalam menilai atau mengapresiasi sesuatu, ada baiknya seseorang melakukan pengamatan, lalu penilaian, dan selanjutnya memberikan penghargaan terhadap sesuatu itu.

Sesuai dengan Undang-Undang No. 33 Tahun 2009 tentang perfilman, film sebagai media komunikasi merupakan sarana pencerdasan kehidupan bangsa, pengembangan potensi diri, pembinaan akhlak mulia, pemajuan kesejahteraan masyarakat, serta wahana promosi Indonesia. Oleh karena itu, dapat dipahami bahwa film sangat erat kaitannya dengan dunia kebudayaan dan pariwisata yang sehari-hari dilakukan masyarakat.

2.7. Penilaian Film Pendek

Penilaian film dapat dilakukan oleh tiap penonton untuk dirinya masing-masing. Isi film memang akan berkembang kalau sarat dengan pengertian-pengertian, atau simbol-simbol, dan berasosiasikan suatu pengertian serta mempunyai konteks dengan lingkungan yang menerimanya. Tentu saja persepsi dari sebuah film yang banyak mempergunakan simbol, tanda, dan ikon akan menantang penerimanya untuk semakin berusaha mencerna makna dan hakikat dari film pendek itu sendiri. Maka film-film yang mengandung simbol, tanda, atau ikon akan cenderung menjadi film yang penuh tafsir. Karya sebuah film adalah cerminan dari pembuatnya, dan ketika film itu lahir, ia mewakili pemikiran manusia pada zamannya (Prakosa, 2008).

Dalam menilai atau mengapresiasi sebuah film, seseorang seharusnya memiliki kesanggupan untuk menjelaskan. Hal itu berarti, bahwa kita harus dapat memberikan keterangan-keterangan yang jelas dan logis serta memberikan alasan-alasan yang objektif mengenai kebaikan atau keburukan objek yang kita nilai, dan kemudian memberikan saran-saran yang baik. Daya tangkap yang cepat diperlukan untuk dapat menilai suatu film. Karena film diputar dengan kecepatan

tertentu, dan jika kita lengah beberapa detik saja, sudah lewat beberapa gambar, yang sekalipun hanya mungkin beberapa gambar, namun mungkin saat itulah yang penting untuk penilaian kita (Siagian, 2006).

Prakosa (2008), menjelaskan bahwa jika kita berbicara tentang penghayatan film sebagai ekspresi seni, maka kita berbicara juga tentang apresiasi film. Kedua pengertian itu sangat erat kaitannya. Dalam mengapresiasi film, ada baiknya kita mengenal dan mengetahui tentang cinematis sebuah film. Semakin dalam kita tahu sinematis, semakin mudah pula bagi kita untuk menilai pesan apa yang hendak disampaikan film tersebut.

Kuantitas produksi film pendek Indonesia terbilang sangat besar, apalagi di era mudahnya membuat film seperti saat ini. Namun sayangnya, ruang apresiasi dan pendataan film pendek masih minim. Banyak produksi film pendek lokal yang hanya disimpan di *hard disk* komputer rumah saja. Oleh karena itu, sulit untuk melihat kualitas film pendek Indonesia sudah berkembang sejauh mana. Ditambah lagi industri perfilman Indonesia hanya berpihak kepada film panjang. Padahal jika dilihat, media film pendek merupakan inti eksplorasi karya. Dalam film pendek, tidak adanya tekanan dari produser atau lainnya dalam proses produksi. Hal ini seharusnya mampu membuat para pembuat film pendek menjadi berani dalam hal ide atau apapun. Film pendek juga memerlukan ruang apresiasi untuk memperlihatkan hasil karyanya. Namun sayang, di Jakarta hanya sedikit bahkan dapat dihitung jari. Oleh Karena itu, masih banyak masyarakat yang belum mengenal apa itu film pendek, hanya kalangan tertentu saja yang paham akan hal ini (Siagian, 2006).

Film pendek pada dasarnya memiliki bahasa yang jauh berbeda dengan film panjang, mengingat masa putarnya yang singkat. Untuk menyiasatinya diperlukan pemahaman melalui bahasa gambar yang lebih jernih, baik tanda-tanda atau simbol-simbol yang secara tidak langsung dapat menggambarkan suatu keadaan atau cerita.

2.8. Pemasaran Film

Cara dan target pemasaran yang akan dicapai pada setiap produk tentu akan berbeda-beda. Terlebih lagi memasarkan sebuah karya film, yang menurut sebagian besar masyarakat bukan merupakan kebutuhan primer maupun sekunder. Kualitas prima bukanlah satu-satunya senjata ampuh untuk menggaet penonton agar hatinya tergerak untuk menonton film. Jika dilihat dari sisi pemasaran, sebuah film yang bertujuan untuk ditonton orang lain diperlukan sebuah promosi kepada segmen yang ditargetkan pembuat. Beberapa cara marketing pascaproduksi sebuah film antara lain (Widagdo & Gora, 2007):

1. Promosi & Merchandizing

Promosi merupakan sebuah cara untuk memperkenalkan karya film kita kepada orang lain agar mereka tertarik untuk menontonnya. Beberapa cara promosi yang dipergunakan antara lain: membuat spot iklan, meringkas film kita dalam bentuk Sebuah iklan yang dapat menarik minat penonton film, dan berkreasi dengan *merchandize*.

Dalam membuat spot iklan, pembuat menawarkan produk mereka agar menarik perhatian konsumen. Demikian juga dengan meringkas film dalam bentuk teaser. Sementara mechandizing, merupakan salah satu

wujud promosi karya film dalam bentuk benda atau cinderamata, seperti stiker, *t-shirt*, poster, pembatas buku, dan sebagainya untuk mendukung kesuksesan pemutaran film tersebut kepada masyarakat.

2. Peluang Pasar

Peluang pasar sebuah karya film dapat dilihat dari minat akan penontonnya dan apresiasi film itu sendiri. Dalam marketing sebuah film, sebaiknya pembuat mengerti akan keinginan konsumen. Pembuat dituntut untuk menyajikan tema, genre, cerita, talent, dan pendukung lainnya yang diinginkan pasar. Dengan kata lain, semua disesuaikan dengan segmen bidikan film tersebut.

Secara prinsip, tidak ada perbedaan yang sangat berbeda jauh antara film layar lebar dengan film pendek. Keduanya sama-sama memiliki amanat film yang harus disampaikan kepada publik. Hanya saja terkadang muncul anggapan bahwa film pendek lebih idealis dan kurang memperdulikan segmen penontonnya dan mengarahkan film tersebut entah kemana. Sedangkan dilihat dari sisi marketing produksi, film layar lebar sangat mementingkan sisi keuntungan material yang akan didapat. Sementara film-film eksperimental seperti film pendek, sebagian besar lebih mengutamakan motivasi berkarya dan hobi, sehingga hasil karyanya cenderung memuaskan diri sendiri daripada melihat reaksi pasar.

3. Segmen Penonton

Segmen penonton dipahami sebagai sasaran pasar saat menggarap karya film. Segmen penonton yang sering menjadi bidikan atau sasaran adalah

remaja. Hal tersebut dikarenakan, remaja memiliki tingkat konsumeritas yang tinggi terhadap dunia hiburan termasuk karya film. Jika dilihat dari kesuksesan karya film, para pembuat film sering menggunakan *basic story* yang paling mengena untuk segmen pasar tersebut. Film untuk remaja biasanya dibumbui masalah klasik tentang percintaan.

4. Uji Coba

Uji coba ini dilakukan dengan memutar film yang telah kita buat kepada orang-orang dengan jumlah kecil terlebih dahulu, sebelum terjun ke masyarakat yang lebih besar. Cara ini dilakukan guna melihat bagaimana respon si penonton yang menyaksikan film tersebut.

5. Revisi

Jika dalam tahap uji coba terdapat beberapa bagian yang harus diperbaiki, dalam tahap inilah pembuat film dapat melakukan revisi film.

6. Interest Penonton

Ketertarikan penonton bukan saja dinilai dari bagusny sebuah cerita film, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor pemeran tokoh atau artis yang bermain di film tersebut. Agar seseorang tertarik untuk menonton film, kita juga harus mampu mempromosikan film yang kita buat, baik melalui orang lain maupun media, agar mampu mempengaruhi dan menggiring calon penonton.

7. Kualitas Produksi

Menjual karya film sama halnya dengan menjual barang di pasar. Artinya, kemasan, rasa, daya jangkau, dan kebutuhan menjadi faktor pendukung. Dalam sebuah karya film, kemasan barang adalah

harmonisasi gambar dan suara serta desain editingnya, sedangkan rasa terletak pada konsep cerita yang menyentuh hati penonton.

8. Menebar Jala

Dalam hal ini maksudnya, pembuat film harus mengetahui dimana film yang dibuat itu akan diputar. Sebaiknya tempat pemutaran film mudah dijangkau atau diakses oleh calon penonton.

9. *Budget Balancing*

Menyeimbangkan biaya produksi dengan biaya promosi film terkadang tidak terpikirkan oleh pembuat film pendek. Biaya untuk promosi bahkan seringkali tidak tersedia. Artinya, kadang muncul anggapan bahwa dana untuk promosi tidak perlu disediakan karena mereka merasa membuat film tersebut bukan untuk tujuan komersil. Dengan kata lain, biaya promosi sebuah karya film menjadi satu kesatuan dengan produksi yang telah dilaksanakan, kecuali jika film tersebut hanya untuk konsumsi pribadi.

