

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Film sebagai Medium Komunikasi massa

Pada dasarnya film adalah salah satu dari media komunikasi massa, dikarenakan film memiliki bentuk komunikasi massa yang menggunakan media (saluran) untuk berkomunikasi antara pembuat pesan dan penerima pesan dan komunikasi ini dilakukan secara massal atau dalam arti tersebar dimana-mana, mencakup banyak dan juga Khalayaknya bersifat heterogeny dan anonym. dan dapat menciptakan efek tertentu. Film ini dapat dengan cepat menjangkau populasi yang besar bahkan di daerah terpencil seperti pedesaan. Sebagai bagian dari media massa elektronik, film adalah bagian dari jawaban untuk mengatasi waktu kosong, waktu pada saat bekerja dan cara yang mudah untuk menghabiskan waktu dengan teman ataupun keluarga (McQuail, 2011).

Film dianggap sebagai salah satu media komunikasi yang paling efektif dikarenakan film memiliki karakter audiovisual yang hidup. Dengan adanya gambar dan suara yang saling melengkapi membuat film menjadi salah satu media komunikasi yang dapat dilihat, didengar, dan dirasakan langsung pesannya. Pesan yang terkandung dalam film menjadi medium komunikasi massa yang dapat terbentuk seperti apa saja sesuai dengan tujuan dari film tersebut. Namun secara umum, didalam sebuah film dapat dimaknai dengan berbagai pesan positif didalamnya, bisa mendidik, menghibur dan informatif.

Menurut Irawanto, "Kekuatan dan kemampuan film untuk menjangkau banyak segmen sosial membuat para ahli percaya bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi penonton atau audience. Dalam banyak kajian tentang dampak film terhadap masyarakat, hubungan antara film dan masyarakat selalu dipahami secara linier. ." Dengan kata lain, film dapat membawa pengaruh kepada masyarakat dari pesan yang terkandung dalam film tersebut. Kritik pada pemikiran tersebut berdasarkan pada pendapat bahwa film merupakan gambaran dari sebuah realitas yang terjadi di masyarakat yang dimana film tersebut diproduksi. Sebuah film selalu menceritakan tentang realitas yang ada lalu bertumbuh kembang di masyarakat dan diproyeksikan ke layar. (Sobur, 2004: 126).

2.1.1 Komunikasi

Komunikasi merupakan kekuatan sehari-hari yang dilakukan oleh manusia. Kita adalah makhluk sosial yang pasti membutuhkan orang lain di kehidupan kita. Lebih khusus lagi, komunikasi menggambarkan bagaimana seseorang mengkomunikasikan sesuatu kepada orang lain melalui bahasa atau simbol tertentu.

Shannon dan Weaver (1949) menjelaskan bahwa komunikasi adalah suatu bentuk interaksi manusia yang secara tidak sengaja maupun sengaja dapat saling terpengaruhi. Bentuk komunikasi yang digunakan dengan menggunakan secara verbal, ekspresi wajah, teknologi, seni dan lukisan.

Cara yang tepat untuk menjelaskan tindakan komunikasi menurut Harold D. Lasswell adalah dengan menjawab sebuah pertanyaan “Siapa yang mengomunikasikannya, melalui saluran apa, kepada siapa, dan dengan efek apa” (Cangara 2011:20).

Berdasarkan pengertian komunikasi diatas, dijelaskan komunikasi antar manusia dapat terjadi jika seseorang menyampaikan pesan dengan memiliki tujuan, komunikasi dapat dinyatakan berhasil jika didalam komunikasi tersebut memiliki pengirim pesan, isi pesan, media, penerima pesan dan efek.

Dalam membuat sebuah formula komunikasi yang lebih sederhana menurut David K. Berlo terbagi menjadi 4 bagian yaitu Source (pengirim), Message (pesan), Channel (saluran-media) dan Receiver (penerima) atau biasa disebut dengan “SMCR” (Cangara 2011:23).

Dari pengertian komunikasi diatas yang telah di kemukakan ahli, film memiliki elemen komunikasi di dalamnya yaitu pembuat film sebagai Source (pengirim pesan), pesan pesan yang terkandung di dalam film Message (pesan), film sebagai sarana menyalurkan pesan-pesan yang ingin di sampaikan Channel (saluran media) dan khalayak yang menerima pesan dari pembuat film Receiver (penerima).

2.1.2 Bentuk-bentuk komunikasi

Terdapat tiga jenis bentuk komunikasi menurut Effendy, yaitu komunikasi pribadi, kelompok, dan massa.

A. Komunikasi Pribadi

Komunikasi pribadi dibagi menjadi dua jenis: komunikasi intrapersonal dan komunikasi antar pribadi. Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi yang terjadi pada diri seseorang yang di mana seseorang menjadi komunikator sekaligus komunikan. Atau bisa di bilang dia berbicara pada dirinya sendiri. Model komunikasi dengan diri sendiri ini bisa terjadi dikarenakan seseorang mengartikan atau menafsirkan objek dan memikirkannya kembali, menyebabkan komunikasi terjadi di dalam diri sendiri. Sedangkan komunikasi antar pribadi merupakan komunikasi yang terjadi dalam dialog antara dua orang atau lebih. Ciri-ciri komunikasi antar pribadi adalah: pertama di mulai dari diri sendiri terlebih dahulu. Kedua, sifatnya transaksional karena berlangsung serempak.

B. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang terjadi jika beberapa orang bertemu tatap muka yang dilakukan oleh lebih dari 2 orang untuk mencapai sebuah tujuan atau sasaran yang diinginkan, yaitu seperti berbagi informasi atau pemecahan masalah sehingga Semua anggota kelompok dapat secara akurat mengembangkan kualitas pribadi dari anggota lainnya.

C. Komunikasi Massa

Merupakan komunikasi yang menyampaikan pesan dengan menggunakan media komunikasi massa, seperti televisi, radio, film dan surat kabar. Hal ini dilakukan dikarenakan pesan yang disampaikan adalah pesan massa.

2.1.3 Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan komunikasi yang disampaikan melalui media cetak atau media elektronik. Pada awal perkembangan media komunikasi massa, komunikasi massa berasal dari kata *media of mass communication* (media komunikasi massa) (Nurudin, 2011: 4).

Menurut Michael W. Gamble dan Teri Kawl Gamble 1986 (dalam Nurudin, 2011: 8) Definisi Komunikasi Massa mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Komunikator yang ada pada komunikasi ini mengandalkan perangkat modern untuk menyebarkan atau menyampaikan pesan dengan cepat ke khalayak luas

dan tersebar. Pesan disebarakan melalui media modern seperti surat kabar, majalah, televisi, film atau gabungan dari media-media tersebut.

2. Komunikator melakukan penyebaran pesan dengan maksud untuk memberikan pemaknaan pesan kepada jutaan orang yang satu sama lain tidak saling kenal. Anonimitas khalayak dalam komunikasi massa juga membedakannya dengan bentuk komunikasi lainnya. Pesan adalah milik publik. Ini berarti bahwa banyak orang dapat menerima pesan ini. Oleh karena itu, dimaknai sebagai milik publik.
3. Sebagai sumber (source) komunikator massa pada umumnya organisasi formal seperti jaringan, ikatan atau perkumpulan berfungsi sebagai sumber alat komunikasi massa. Dengan kata lain, medium itu tidak berasal dari seseorang, melainkan dari suatu lembaga. Komunikasi massa dikontrol oleh gatekeeper (penapis informasi). Yang berarti pesan yang disampaikan dikontrol oleh seseorang atau kelompok lembaga sebelum pesan tersebut disebarluaskan di media massa.
4. Komunikasi massa dikendalikan oleh *gatekeeper* (filter informasi). Artinya, beberapa orang dalam lembaga tersebut menguasai pesan-pesan yang disebarluaskan atau dikirim sebelum dikirim melalui media massa.
5. Umpan balik yang terjadi didalam komunikasi massa sifatnya tertunda. Jika didalam proses komunikasi yang lain sifatnya langsung, tetapi sifat dari umpan balik di media massa tertunda dikarenakan memerlukan waktu untuk dapat mengetahui respon dari khalayak.

Dengan komunikasi ini, umpan balik langsung diberikan melalui surat kabar, tidak bisa langsung atau tertunda. Media massa adalah sarana komunikasi yang mampu menyebarkan pesan secara serentak dan cepat kepada khalayak yang luas dan heterogen (Nurudin, 2011:9).

2.1.4 Macam macam media massa

Media massa merupakan alat yang di pergunakan didalam komunikasi yang memiliki kemampuan menyebarkan sebuah pesan secara serentak dan cepat kepada khalayak yang luasyang bersifat heterogen. Keunggulan media massa dibandingkan bentuk komunikasi lainnya adalah dapat mengatasi hambatan dari ruang dan waktu. media massa dapat menyebarkan pesan hampir seketika dalam waktu yang terbatas (Nurudin,2007:9).

Media kini terbagi menjadi 3 macam, yaitu:

1. Media Cetak: Majalah, Tabloid dan Surat kabar.
2. Media Elektronik : Televisi, Film/video dan Radio.
3. Media Siber: Blog, Website, Media Sosial dan Portal Berita.

Menurut Jay Black dan Federick C. Whitney yang dikutip oleh Nurudin (2007:64) Fungsi komunikasi massa antara lain:

1. To Inform (menginformasikan)

Fungsi informasi ini merupakan salah satu fungsi terpenting dari komunikasi massa. Bagian terpenting dalam mengetahui bagaimana sebuah informasi bekerja yaitu dengan melihat berita yang disajikan. Bagian dari fungsi iklan antara lain adalah menyediakan informasi di samping fungsi lainnya.

2. To Entertain (memberi hiburan)

Fungsi hiburan media elektronik menduduki posisi paling tinggi dibandingkan dengan fungsi lainnya. Ketika mereka lelah dari aktivitas mereka sendiri dan waktu untuk istirahat, mereka mungkin menjadikan film sebagai media untuk menghibur diri dan berkumpul dengan keluarga.

3. To Persuade (membujuk)

Fungsi pengaruh media massa secara implisit dalam editorial, feature, iklan, artikel. Iklan televisi dapat mempengaruhi khalayak. Salah satunya adalah fungsi persuasive dalam komunikasi massa juga menjadi hal yang penting dan tidak kalah penting dengan fungsi untuk memberikan informasi dan hiburan. Ada banyak sekali bentuk tulisan, film, berita yang sekilas jika diperhatikan baik-baik hanyalah informasi saja, namun jika kita perhatikan secara detail ternyata memiliki fungsi persuasif.

4. Transmission of The Culture (transmisi budaya)

Transmisi budaya adalah salah satu fungsi komunikasi massa yang paling luas, meskipun hal ini menjadi hal yang paling sedikit dibahas. Tidak dapat dipungkiri bahwa transmisi budaya selalu hadir dalam berbagai bentuk komunikasi yang mempengaruhi penerimaan individu.

2.1.5 Macam-macam unsur komunikasi massa

Berdasarkan pengertian komunikasi yang dikemukakan diatas, komunikasi antar manusia dapat terjadi jika seseorang menyampaikan pesan kepada orang lain

dengan memiliki tujuan tertentu. Komunikasi hanya dapat terjadi jika didukung oleh pengirim pesan, pesan, media, penerima pesan dan efek.

Dalam membuat sebuah formula komunikasi yang lebih sederhana menurut David K. Berlo terbagi menjadi 4 bagian yaitu Source (pengirim), Message (pesan), Channel (saluran-media) dan Receiver (penerima) atau biasa disebut dengan “SMCR” (Cangara 2011:23).

1. Source

Source atau biasa di sebut biasa disebut sender komunikator adalah sang pembuat pesan atau pengirim yang ingin mengirim pesan kepada komunikan/audience atau dalam Bahasa Indonesia di sebut khalayak. Dalam unsur komunikasi source berperan penting karna dalam komunikasi sendiri source adalah seseorang yang ingin mengirimkan pesan atau pembuat pesan yang ingin menyampaikan pesan yang memiliki tujuan tertentu. Dalam konteks ini source adalah pembuat film atau pengkarya.

2. Message

Message atau biasa di sebut pesan adalah isi atau makna yang terkandung dalam suatu unsur komunikasi yang mana dalam film ini pesan di gunakan untuk menggalakkan isu patriarki di masyarakat. Patriarki sendiri adalah suatu system sosial yang terdapat pada kehidupan masyarakat yang menjadikan perempuan menjadi pihak ter subordinasi atau perempuan di kaitkan dengan kegiatan domestic seperti Dapur, sumur, kasur, atau bisa juga dikatakan laki laki memiliki kekuasaan lebih (superior) dan perempuan tidak memiliki hak untuk menggapai apa yang dia inginkan (inferior).

Di Indonesia sendiri pengaruh terbesar dari budaya patriarki ini adalah lingkungannya. Dimana perempuan harus mengikuti norma-norma yang berlaku seperti: pamali menolak lamaran laki-laki, Wanita tidak penting menggapai Pendidikan tinggi karna akhirnya akan melakukan pekerjaan rumah tangga dsb. Dan tentunya sudah undang undang yang mengatur tentang hal ini yaitu Undang-Undang Hak Asasi Manusia Nomor 39 Pasal 15, yang berbunyi “Setiap orang berhak memperjuangkan hak pengembangan dirinya, baik secara pribadi maupun kolektif, untuk membangun masyarakat, bangsa, dan negaranya”.

3. Channel

Channel atau biasa di sebut saluran/ media dalam film channel menjadi media komunikasi untuk pengaplikasian pesan yang di kemas dalam sebuah media yaitu film. Film dianggap sebagai media komunikasi massa karena Film merupakan salah satu bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) di dalamnya untuk menghubungkan antara komunikator dan komunikan secara massal atau serentak , khalayaknya bersifat heterogen dan anonym, dan menimbulkan efek tertentu.

4. Receiver

Receiver biasa disebut komunikan/audience/khalayak dalam unsur komunikasi receiver sebagai penerima pesan yang ingin di sampaikan pembuat pesan (source). Receiver dapat disebut sebagai seseorang yang mengkonsumsi suatu hal yang diproduksi oleh media yaitu dalam bentuk pesan yang terkandung dalam sebuah film.

2.1.6 Film

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), film adalah lakon (cerita) yang terdiri dari gambar hidup. Pada gambaran umumnya, adalah sebuah bentuk audiovisual dengan gambar dan juga suara. Berbagai pembuat film, tentu memiliki 18 tujuan adanya film itu dibuat. Dari sisi ilmu komunikasi, film merupakan pesan yang berisi informasi yang ingin disampaikan. Sebenarnya banyak cara yang dapat digunakan dalam menyampaikan pesan, termasuk dengan melalui film. Film memiliki alur cerita yang dapat membangun berbagai opini kepada masyarakat. Namun hal ini sedikit sulit untuk beberapa masyarakat yang skeptis tentang makna yang ingin disampaikan dari film tersebut. Maka dari itu, akhir – akhir ini masyarakat sering menggukan film sebagai informasi yang ingin disampaikan kepada audience.

Film adalah salah satu media komunikasi elektronik (saluran) yang bersifat audio visual untuk menyampaikan suatu pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat tertentu melalui gambar dan suara (Effendy, 1986: 134).

2.1.7 Sejarah film Indonesia

Pemutaran film Indonesia pertama terjadi pada era kolonial ketika film-film ini hanya dapat di tonton oleh orang-orang Eropa dan Amerika. Sebagian besar film yang diputar adalah film dokumenter tentang kehidupan penduduk asli Indonesia dan

keindahan alam, selain itu banyak juga film layar lebar yang diimpor. Era awal perfilman Indonesia ini dimulai dengan berdirinya bioskop pertama di Indonesia, tepat di kawasan Tanah Abang, Batavia. Pembuatan film pertama di Indonesia pada tahun 1926 adalah film bisu berjudul *Loetoeng Kasaroeng* pada tahun 1926. “*Loetoeng Kasaroeng*”. Pada tahun 1960-an, Sinema Indonesia menurun dikarenakan keadaan politik yang bergejolak sehingga menimbulkan kebebasan berekspresi para *filmmaker* menjadi terbatas.

Pada tahun 1980-an, sangat terpuruk dikarenakan terancam oleh munculnya film barat yang mendominasi serta kehadiran televisi menyebabkan masyarakat beralih ke televisi. Saat itu, Festival Film Indonesia (FFI) diadakan setiap tahun untuk mempromosikan film Indonesia dan menghormati sineas Indonesia. Pada tahun 1931 industri film lokal baru bisa memproduksi film bersuara. Di awal milenium baru tampak ada gairah baru dalam industri perfilman Indonesia. Pasca mengalami naik turun dalam proses perkembangannya, akhirnya tahun 2000-an industri film Indonesia mengalami kemajuan. Pada awal abad baru baru muncul film seperti *Petualangan Sherina*, *Ada Apa Dengan Cinta*. Hal tersebut yang menjadi dorongan bagi film-film Indonesia lainnya untuk meningkatkan kualitasnya. Mulai banyak genre-genre baru bermunculan sehingga penonton memiliki banyak pilihan untuk menikmati film Indonesia.

2.2. Film Sebagai Industri Hiburan

Berbicara tentang Film sebagai alat untuk hiburan, Umar Kayam mengatakan bahwa film diciptakan saat industri memantapkan dirinya sebagai dinamika budaya yang membentuk kehidupan modern. Film ini dibuat pada saat bisnis menetapkan perannya sebagai koordinator utama dalam memenuhi kebutuhan material masyarakat. Film memainkan peran penting sebagai industri hiburan yang menikmati popularitas besar di kalangan masyarakat luas.

Menurut Dennis McQuail, media adalah industri yang berubah dan berkembang yang menciptakan lapangan kerja, barang dan jasa, dan merevitalisasi industri terkait lainnya. Media massa juga merupakan industri tersendiri dengan aturan atau regulasi dan regulasi yang mengikat institusi dengan masyarakat atau lembaga sosial lainnya yang ada di masyarakat. (Nurudin, 2007:34)

Amerika (Hollywood), India (Bollywood), dan Hong Kong memandang film sebagai komoditas industri yang sangat menarik dan menguntungkan pada saat itu. Di bagian dunia lain, film digunakan sebagai alat komunikasi dan sebagai produk budaya.

Hal ini dapat dilihat di Prancis (sebelum 1995), Belanda, Jerman, dan Inggris Raya. Akibatnya, film dipandang sebagai sumber daya budaya yang harus dikembangkan, penelitian film dikembangkan dan eksperimen juga dibiayai oleh negara. Kelompok terakhir menempatkan film sebagai sarana politik media propaganda di 14 negara. Oleh karena itu, film-film di Indonesia berada di bawah kendali departemen penerangan dengan konsep lembaga sensor film.

2.2.1 Jenis-Jenis Film

Film dikelompokkan pada jenis film cerita, film berita, film dokumenter dan film kartun (Effendy, 2003:210).

1. Film Cerita

Story film adalah jenis film yang berisi cerita, umumnya diputar di bioskop dengan bintang film terkenal, dan didistribusikan sebagai komoditas. Cerita film dapat berupa cerita fiktif atau berdasarkan kisah nyata yang dimodifikasi sehingga memiliki unsur isi dan daya tarik seni.

2. Film Berita

Film berita atau biasa disebut newsreel adalah film yang berisi tentang fakta, peristiwa yang benar-benar terjadi. Karena sifatnya berita, maka film yang ditayangkan kepada masyarakat harus memiliki unsur informatif atau berita. Kriteria berita itu penting dan menarik.

3. Film Dokumenter

Robert Flaherty mendefinisikan film dokumenter sebagai "manipulasi kreatif atas realitas, berlawanan dengan film berita yang merupakan rekaman realitas, sehingga dokumenter adalah hasil interpretasi pribadi (para pencipta) atas realitas tersebut.

4. Film Kartun

Kartun dibuat untuk anak-anak dan kita pasti tahu karakter yang dibuat oleh seniman Amerika diantaranya adalah Donald Duck, Snow White dan Mickey Mouse.

Film ini mengambil alih genre dari percetakan dan industri hiburan yang sudah ada. Ini termasuk komedi, barat, misteri, horor, romansa, melodrama, dan cerita perang. Film ini memiliki berbagai variasi dan kombinasi sebagai drama

komedi. Faktor utama dari jenis film awal adalah kedekatannya, genre yang mudah dikenali oleh penonton.

2.3. Film sebagai Refleksi kehidupan masyarakat

Sebagai cerminan dari realitas kehidupan sosial, film sering menjadi acuan peristiwa-peristiwa sosial yang kemudian ditayangkan di layar lebar. Hal ini juga menlatar belakang sutradara serta penulis kamila andini merealisasikan cerita yang ia tulis dalam bentuk karya film yang berjudul “Yuni” yang dirilis pada tahun 2021.

Sebagai media komunikasi massa, film tidak hanya sebagai bentuk seni, tetapi juga media yang ampuh untuk meningkatkan kesadaran publik. Karena film memiliki kemampuan untuk menjangkau aspek sosial, para ahli sepakat bahwa film memiliki potensi yang besar dalam mempengaruhi penontonnya atau khalayaknya. Menurut trindjojo menegaskan bahwa film sebagai salah satu media massa memiliki kemampuan lebih untuk mempengaruhi dan membentuk Opini publik dan hal ini dapat dilihat sebagai faktor penentu dalam proses perubahan. Sebagai salah satu media komunikasi massa, film tidak bersifat netral, ada pihak-pihak didalamnya yang memiliki kepentingan dan dominasi dalam suatu karya film.

Film biasa di katakan adalah refleksi kehidupan masyarakat, karena sebagai media komunikasi massa karena film sangat penting untuk menyampaikan tentang suatu realitas yang terjadi di dalam kehidupann sehari hari masyarakat, film mampu menjadi media penyampaian pesan dari berbagai macam aspek masalah yang ada di masyarakat baik itu politik, budaya, ataupun agama sekalipun. yang kemudian dalam perkembangannya hal ini di kemas dengan sedemikian rupa dalam suatu bentuk karya audio visual yang di harapkan dapat memberikan sebuah kesan dan bisa mempengaruhi ataupun mengubah pemikiran atau sikap dari penonton.

Film pada saat ini menjadi sebuah refleksi dari keadaan sesuai dengan masyarakat pada jamannya. Pada tahun 2000-an. Seperti film gie (2005) yang menceritakan tentang seorang mahasiswa yang berjuang untuk mendapatkan HAM bagi rakyat Indonesia, lalu ada Dua Garis Biru (2019) yang menceritakan tentang dua remaja yang berpacaran di luar batas. Yang berakibat haru bertanggung jawab atas perbuatannya. Tak hanya itu Film kartini (2017) yang menceritakan tentang kehidupan

R.A Kartini pahlawan wanita indonesia yang berjuang melawan kesetaraan hak untuk Wanita Indonesia khususnya dalam konteks pendidikan.

Pada awal mula perkembangan film, film dinilai sebagai karya seni dari wujud sebuah kreativitas, kini dengan seiring berkembangnya film tidak lagi dinilai hanya sebagai seni kreativitas asaja, tetapi juga sebagai praktik sosial komunikasi massa. Terjadinya pergeseran perspektif ini paling tidak telah mengurangi bias normative dari teoritisasi film yang cenderung membuat 2 idealisasi dan karena itu mulai meletakkan film secara objektif (Irawanto, 1999:10).

2.4. Patriarki

Patriarki, menurut Bhasin (1996:1) secara harfiah berarti kekuasaan bapak atau patriarki (patriarch), istilah patriarki ini biasanya dipakai untuk menyebut kekuasaan laki-laki lebih tinggi dari perempuan, dan tentang bagaimana system perempuan tetap berada dalam kuasa laki-laki.

Menurut Bhasin (1996:5-10) secara umum aspek – aspek kehidupan perempuan berikut ini dikatakan berada di bawah kontrol patriarki, yaitu:

1. Daya produktif atau tenaga kerja perempuan. Hasil dan tenaga kerja dari perempuan diperas oleh suami dan orang-orang lain yang hidup di sana, laki-laki mengendalikan kerja perempuan di luar rumah melalui bermacam-macam cara. Mereka memaksa atau mencegah perempuan untuk menjual tenaga kerjanya sesuai dengan keinginannya.
2. Reproduksi Perempuan laki laki dalam rumah tangga mengatur reproduktif dari perempuan, realitas yang terjadi di masyarakat perempuan tidak memiliki kebebasan untuk memutuskan kapan memiliki anak dan berapa banyak anak yang mereka inginkan.
3. Kontrol atas Seksualitas Perempuan. Perempuan diwajibkan untuk memberikan pelayanan seksual kepada laki-laki sesuai dengan kebutuhan dan kemauan si laki-laki. Dan yang lebih parahnya lagi laki-laki bisa dengan memaksa istrinya, anak perempuannya, atau perempuan lainnya yang dikuasai untuk memasuki pelacuran.
4. Gerak Perempuan

Yaitu perempuan diberi pembatasan untuk meninggalkan ranah rumah tangga, pemisahan yang ketat antara ranah pribadi dan publik, pembatasan interaksi antara kedua jenis kelamin, dan sebagainya, semua mengontrol gerakan dan

kebebasan diri perempuan dengan cara apapun yang khas berlaku untuk perempuan.

5. Harta Milik dan Sumber Daya Ekonomi Lainnya. Sebagian besar properti dan hal hal yang memiliki unsur produktif lainnya berada di bawah kendali laki-laki dan diturunkan dari laki-laki ke laki-laki, biasanya dari ayah ke anak laki-laki.

Sebagaimana menurut Rueda (Eka, 2009:32) mengatakan bahwa penyebab terbesar penindasan pada perempuan adalah patriarki. Sistem sosial patriarki yang dianut masyarakat ini memposisikan laki-laki pada posisi dominan yang dimana laki laki di anggap memiliki kemampuan lebih dari wanita. Didalam kehidupan perempuan dianggap sebagai kaum yang lemah. Seperti yang dikatakan oleh Masudi yang dikutip Faturochman (Eka, 2009), Didalam sejarah kehidupan masyarakat Patriarki, laki-laki memiliki kemampuan yang lebih dominan di segala aspek (keluarga, kehidupan pribadi, masyarakat) dibanding perempuan. Pemikiran atau culture terbentuk dan berlaku sampai sekarang yang secara tidak langsung patriarki ini membentuk perbedaan perilaku, status, dan otoritas antara laki-laki dan perempuan di masyarakat yang kemudian menjadi hirarki budaya dalam genderisasi.

Dari yang telah dijabarkan di atas, Yang dapat saya pahami bahwa system sosial patriarki ini menempatkan Kaum perempuan menjadi pihak terurbordinasi atau pihak yang di kaitkan dengan kepetingan domestik. Dalam menjelaskan hal tersebut memang bukan hal yang mudah tetapi jelas ada didalam kehidupan sehari-hari di masyarakat. Dan bisa diketahui dengan melihat bagaimana politik hokum keluarga, kerja system ekonomi dan media.

Terdapat ungkapan yang melekat pada masyarakat yang masih berpikiran kolot tentang perempuan, yaitu pada akhirnya perempuan diciptakan hanya untuk bekerja di dapur, dikamar mandi, dan dikamar tidur. Ungkapan tersebut mengartikan bahwa perempuan hanya bertugas untuk memasak, mencuci dan melayani suami. Budaya patriarki inilah yang masih melekat pada pikiran masyarakat yang menjadikan sosok laki-laki pokok utama dalam segala aspek kehidupan di sosial.

Maka bukan jadi hal yang baru jika ada ungkapan Bahwa perempuan itu yang penting Dapuryang notabennya di kaitkan dengan memasak, sumur atau mencuci kasur melayani suami. System sosial inilah yang menjadi Patriarki

menjadi Budaya yang lekat pada masyarakat yang konservatif atau kolot. Yang menjadikan laki laki sebagai sentral dalam kehidupan sosial.

2.5. Khalayak

Khalayak adalah unsur penting dalam sebuah komunikasi massa karena berperan untuk menerima informasi/pesan yang di sampaikan media. Atau dapat dibidang khalayak adalah konsumen dari sebuah media. Analisis resepsi khalayak diterapkan untuk mengartikan makna pesan dalam proses pembuatan makna, hal ini digunakan oleh khalayak pada saat melihat video atau film. Asumsi dasar pada analisis resepsi ini adalah khalayak yang memiliki otonomi untuk memaknai sebuah video ataupun film yang sedang ditonton atau bisa disebut dengan khalayak aktif. Menurut (Ross, Kkaren, Nightingale, Virginia, 2003) terdapat empat jenis khalayak, yaitu:

- a. Khalayak sebagai “kumpulan orang-orang”.
- b. Khalayak sebagai “orang-orang yang ditujukan”
- c. Khalayak sebagai “yang berlangsung”
- d. Khalayak sebagai “pendengar atau khalayak”

2.5.1 Khalayak Aktif dan Selektif

Khalayak bisa di katakan aktif jika pada penerimaannya merujuk pada seberapa banyak kebebasan yang dimiliki khalayak di hadapan media massa. Jadi pada penerimaannya khalayak aktif lebih sering menerima proses komunikasi yang di sampaikan dalam media.

Khalayak bisa di katakan selektif jika penerimaannya lebih memilih media apa yang diterimanya, penerimaan khalayak seperti ini biasanya merujuk pada minat dari seseorang untuk menerima suatu media. Artinya, setiap individu memiliki caranya masing-masing dalam menanggapi media, tergantung minat dan pemahamannya terhadap pentingnya konteks dan penggunaan media.

2.6. Macam-Macam Asumsi Khalayak

Kata khalayak/audience menjadi hal yang familiar jika dikaitkan dengan Penerima (receiver) dalam urutan sederhana dari proses terjadinya komunikasi yang dibuat oleh para pelopor media di bidngan penelitian media. Beberapa konsep alternative tentang audiens menurut McQuail (2011), yaitu:

A. Audiens adalah sekumpulan pemirsa, penonton, pendengar dan pembaca. Konsep audiens merupakan seseorang atau kelompok yang menerima pesan didalam komunikasi massa.

B. Audiens sebagai Massa

Audiens yang dimaksud disini adalah kelompok besar, heterogen orang yang menyebar dan anonimitasnya kelompok/organisasi sosial lemah yang komposisi cepat berubah dan tidak rata. Massa tidak mempunyai eksistensi terkecuali keinginan dari pikiran mereka sendiri yang ingin menarik perhatian orang sebanyak mungkin. Menurut McQuail konsep ini sudah tidak digunakan lagi.

C. Audiens sebagai Kelompok Sosial atau Publik

Dalam konsep ini audiens diartikan sebagai sekelompok orang yang dibentuk berdasarkan sebuah permasalahan, keahlian atau minat. Disini audiens berperan aktif untuk mengumpulkan data dan didiskusikan didalam kelompoknya. Saat mengkaji konsep ini, pendekatan sosial politik sangat berperan penting untuk penelitian ini.

D. Audiens sebagai Pasar

Pada konsep ini audiens diartikan sebagai pengguna media dan sebagai audiens media tertentu. Dalam penelitian ini, pendekatan sosial ekonomi sangat berperan penting.

2.7. Studi Resepsi/Analisis Resepsi (Reception Theory)

Resepsi berasal dari bahasa latin yaitu *recipere*, dan bahasa inggris yaitu *reception*, yang dapat diartikan sebagai penerimaan pembaca. Pengertian resepsi secara luas ialah cara-cara pemberian makna serta pengolahan teks terhadap tayangan televisi, sehingga terdapat respon terhadapnya. Teori ini memfokuskan pada bagaimana pembaca atau khalayak dalam menerima pesan, bukan pada pengirim pesan. Menurut McRobbie (Baran, S. J., & Davis, D. K. 2010) analisis resepsi adalah sebuah “pendekatan kulturalis”. Dimana makna media dinegosiasikan oleh individu berdasarkan pengalaman hidup mereka. Dengan kata lain, pesan media dibuat secara subjektif oleh kelompok sasaran individu. Analisis resepsi dapat diartikan sebagai analisis komparatif tekstual dari perspektif media dan perspektif khalayak, memberikan pemahaman konteks yang konkrit. Analisis resepsi ialah khalayak yang merupakan

partisipan aktif dalam membangun dan menginterpretasikan makna pada apa yang dibaca, didengar, dan dilihat sesuai konteks budaya. Makna teks media ialah produk interpretasi oleh penonton. Asumsinya adalah media hanyalah saluran informasi dan media menjadi fasilitator, penyaring serta pemberi makna sebuah informasi. Media saat ini bertugas membawa penonton/khalayak masuk dalam makna yang lebih luas, tidak terbatas pada tempat dan waktu kejadian sebuah peristiwa. Analisis resepsi digunakan sebagai salah satu cara mempelajari hubungan khalayak dengan media massa, dimana analisis mencoba memberikan sebuah makna atas pemahaman teks media (elektronik, cetak, ataupun internet) dengan memahami bagaimana karakter teks suatu media dibaca oleh khalayak. Setiap individu yang menganalisis media melalui kajian resepsi memfokuskan pada pengalaman khalayak (penonton/pembaca) bagaimana makna diciptakan melalui pengalaman tersebut (Hadi, 2008).

Proses Encoding Decoding

Pada Teori Pemaknaan (Reception Theory) oleh Stuart Hall, analisis reception mengacu pada studi tentang makna, produksi dan pengalaman khalayak dalam hubungannya berinteraksi dengan teks media. Fokus dari teori ini ialah proses decoding, intepretasi, serta pemahaman inti dari konsep analisis reception. Proses dikonseptualisasikan sebagai sirkuit atau loop. Model ini dikritisi karena bentuknya yang linear (sender/message/receiver) yang ditekankan pada level pertukaran pesan dan ketiadaan konsep yang telah terstruktur dari berbagai momen sebagai struktur hubungan yang kompleks.

Dalam teori ini Stuart Hall mengatakan bahwa makna yang dimaksudkan dan yang diartikan dalam sebuah pesan bisa terdapat perbedaan. Kode yang digunakan atau disandi (encode) dan yang disandi balik (decode) tidak selamanya berbentuk simetris. Derajat simetri dalam teori ini dimaksudkan sebagai derajat pemahaman serta kesalahpahaman dalam pertukaran pesan dalam proses komunikasi tergantung pada relasi ekuivalen (simetri atau tidak) yang terbentuk diantara encoder dan decoder. Selain itu posisi encoder dan decoder, jika dipersonifikasikan menjadi pembuat pesan dan penerima pesan.

Penelitian ini menggunakan studi resepsi yang dikemukakan oleh Stuart Hall. Menurut Stuart hall ciri utama studi analisis resepsi berfokus terhadap isi dan

penafsiran. Stuart Hall mengemukakan pendapatnya bahwa sebagian besar teks bersifat polisemi, komunikator atau pembuat pesan umumnya menginginkan penafsiran sesuai yang disukai, atau bisa dibias dominan Ketika mereka sedang membuatnya atau sesuai dengan apa yang pembuat inginkan. Tetapi dalam hal ini sering kali terdapat tambahan penafsiran alternatif. Mereka mungkin dapat memiliki pendapat yang berbeda seperti tidak setuju atau bisa saja salah menafsirkan aspek-aspek tertentu dari pesan dan menawarkan makna alternatif atau negosiasi yang berbeda secara materi dari pesan yang telah dipilih. Dalam beberapa kasus, publik dapat membuat penafsiran yang bertentangan dengan penafsiran dominan atau penafsiran dari si pembuat pesan. Dalam hal ini, mereka dapat mewakili penafsiran yang berlawanan atau oposisi (Baran, 303-304: 2009). Dalam aktivitas penerimaan atau penafsiran dari sebuah pesan awalnya dimulai dari proses decoding yang membentuk sebuah aktivitas yang bertentangan dari hal ini yaitu proses encoding. Decoding secara garis besar adalah sebuah aktivitas atau proses dalam menafsirkan atau mengartikan sebuah pesan yang berbentuk Fisik ke dalam suatu bentuk yang memiliki arti bagi komunikator atau penerima. (Morissan, 2013: 21).

Hall juga membentuk sebuah gagasan yang akhirnya menjadi model untuk masalah pengkodean dalam wacana media. Makna dari teks bisa diartikan tidak sesuai, dikarenakan adanya kesenjangan diantara penulis pesan dan penerima pesan. Meskipun seorang penulis, membuat teks dalam metode yang diprediksi dapat difahami oleh penerima pesan. Friksi yang terlihat pada waktu itulah yang disebut Hall dengan “jarak pemahaman”. Sekat ini disambungkan Hall pada konstruksi sosial. Menurut Stuart Hall, khalayak melakukan decoding kepada pesan media melalui tiga kemungkinan posisi, yaitu:

1. Posisi Hegemoni Dominan (Dominant Hegemonic Position), dimana penonton menerima program tayangan televisi secara penuh, menerima begitu saja ideologi dominan dari program tanpa adanya penolakan.
2. Posisi Negosiasi (negotiation code), penonton mencampurkan interpretasinya dengan pengalaman sosial tertentu mereka.
3. Posisi Oposisi (Oppositional Code), penonton melawan atau berlawanan dengan representasi yang ditawarkan dalam tayangan televisi dengan cara berbeda.

2.8. Definisi Konseptual

Definisi konseptual itu sendiri mewakili makna dari konsep yang digunakan, sehingga memudahkan peneliti untuk menerapkan konsep tersebut di lapangan. Adapun definisi konseptual dalam penelitian ini adalah:

1. Film

Akibat yang di timbulkan setelah menonton tayangan film yuni baik itu pengaruh positif maupun pengaruh negative, yang mempengaruhi khalayak dalam menyikapi culture patriarki di masyarakat. Pada fungsinya Film sebagai media komunikasi massa memiliki kemampuan untuk menginformasikan (to inform), memberikan hiburan (to entertaint), mempengaruhi (to persuade) dan transmission of culture (transmisi budaya) hal ini juga merujuk pada salah satu unsur komunikasi yaitu dimana khalayak menerima pemaknaan terhadap suatu tayangan. Gambaran yang di lihat dan di perhatikan oleh penonton/khalayak, dalam hal ini adalah isu patriarki yang terjadi di masyarakat. Khalayak akan mudah terpengaruh menjadi apa yang mereka lihat, di karenakan media komunikasi seperti film ini mudah di serap karena memiliki lebih dari satu indra untuk penerimannya yaitu melihat (visual) dan mendengar (audio). Dan film sebagai media komunikasi memiliki fungsi mepersuasi audience/khalayak.

2. Budaya patriarki

Pada pemaknaan nya sendiri patriarki adalah kekuasaan yang dimiliki laki laki lebih tinggi dari perempuan. Namun banyak orang salah mengartikan tentang sistem sosial ini yang dimana dengan kekuasaan laki laki adalah mutlak atau semua keputusan di buat oleh laki laki hal ini biasa di sebut patriarki tersurbodinasi, yang dimana perempuan di kaitkan dengan kegiatan domestic seperti dapur, sumur, kasur yang dalam arti sebenarnya hal itu tidak dapat dibenarkan. Karena sistem sosial patriaki yang benar tetap menghargai pendapat perempuan namun tetap keputusan berada di tangan laki-laki tapi tidak menghilangkan hak-hak dari perempuan.

3. Studi Resepsi

Resepsi biasa dimaknai sebagai penerimaan pembaca. Resepsi berasal dari Bahasa latin recipere yang memiliki arti menerima. Pada studi resepsi khalayak di posisikan sebagai individu yang ada dalam kebiasaan massa, studi/analisis resepsi berusaha untuk menganalisis dengan cara

mengungkapkan pesan tersembunyi yang ada di dalam khalayak/audience terhadap sebuah media.

2.9. Penelitian terdahulu

| | Penelitian Terdahulu I | Penelitian Terdahulu II |
|----------------------|---|---|
| Nama Peneliti | Alfiyatul Hidayah (2020) | Muhammad Fikri Hidayat (2019) |
| Judul Penelitian | Resepsi Khalayak Pada Tayangan Video Klip Coldiac “Tara” | Budaya Patriarki Dalam Islam (Analisis Semiotika Film Ayat-ayat Cinta 2 Karya Guntur Soehardjanto) |
| Teori yang digunakan | Analisis Resepsi | Analisis Semiotika |
| Metode Penelitian | Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah teknik wawancara dengan subjek yang memenuhi kriteria penelitian. Wawancara mendalam merupakan metode untuk memberikan hasil yang diharapkan guna menjawab rumusan masalah. Peneliti juga mempersiapkan draft wawancara pertanyaan inti untuk memperluas pertanyaan yang sudah disesuaikan dengan kebutuhan dan informasi yang didapat sesuai dengan tujuan penelitian karena Jawaban yang detail merupakan tujuan dari peneliti dalam melakukan hasil wawancara | Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah Teknik observasi dengan meng observasi beberapa scene dalam film. Adapun yang akan diamati secara mendalam yaitu melalui unsur Audio (uara dan Visual(gambar) dalam film tersebut. Hal ini di perutnukkan untuk memaknai Tanda dan symbol yang ada dan memuat unsur Nilai patriarki di dalam film ini. |

| | | |
|-------------------------|---|--|
| <p>Hasil Penelitian</p> | <p>Peneliti menemukan bahwasannya lima subjek penelitian ini mengartikan pesan dari proses kehidupan manusia mulai dari manusia lahir sampai manusia berumur tua. Ke lima subjek memiliki beragam pendapat dari setiap proses pemaknaan pesan dari beberapa adegan tayangan video klip Tara. Tetapi ke-5 subjek sepakat bahwa siklus hidup dari manusia juga terdapat rasa penyesalan yang pasti dirasakan pada semua manusia. Latar belakang dan perjalanan hidup dari masing-masing subjek penelitian mendapatkan hasil sebuah penerimaan dalam mengartikan bagaimana proses kehidupan seseorang didalam video klip yang berjudul Tara.</p> | <p>Peneliti mendapati mitos bahwa perempuan berkewajiban dalam tugas-tugasnya dalam urusan domestik dalam rumah tangga. Budaya patriarki yang dimaknai dengan adanya subordinasi. Perempuan digambarkan sebagai makhluk nomor dua. Bahwa tidak pentingnya pendidikan bagi perempuan masih terjadi. Bagi masyarakat yang menganut budaya patriarki, menganggap bahwa perempuan ditakdirkan hanya menjadi ibu rumah tangga yang tugas utamanya mengurus rumah tangga dan suami</p> |
|-------------------------|---|--|

Tabel 1. Penelitian Terdahulu