

BAB II

LANDASAN TEORETIS TENTANG PERLAWANAN DAN PERFILMAN

A. Propaganda

1. Pengertian Propaganda

Sebagaimana telah disebut di atas, bahwa penelitian ini ingin membongkar atau mengungkap propaganda yang di sematkan dalam film *Glass*. Propaganda sendiri, sebenarnya telah mengalami banyak pergeseran makna. Akan tetapi, perlu kiranya disampaikan lebih dalam bahwa mindset terhadap istilah propaganda saat ini adalah tidak sebagaimana propaganda yang muncul pada awalnya.

Kata propaganda, berasal dari “*propagare*” yang berarti menyemai. Istilah ini, dikenal pertama saat tahun 1622 Paus Gregorius XV membentuk suatu komisi para kardinal, *Congregatio de Propaganda Fide*, untuk menyebarkan dan menyemai (*propagare*) keimanan umat Kristiani di antara bangsa-bangsa lain. Ralph D. Casey memandang propaganda dari sudut yang berbeda. Pengertian dari Casey mempertahankan keberadaan propaganda sebagaimana arti dasarnya, yakni sebagai usaha untuk menetapkan suatu sikap dan pendapat yang berkaitan dengan suatu doktrin atau program. Titik fokus dalam propaganda Casey adalah usaha yang sadar dari lembaga-lembaga

komunikasi untuk menyebarkan fakta dalam semangat objektivitas dan kejujuran.¹

Dalam kegiatan ini, ada banyak tujuan yang ingin dicapai dalam praktik propaganda. Tujuan dan sasaran itu tentu berbeda antara satu sama lainnya. Namun, sebagaimana dituliskan Alo Liliweri (dalam Kunandar, 2012), propaganda paling tidak memiliki tiga tujuan, yakni:²

- a. Mempengaruhi Opini Publik. Propaganda tidak saja mengkomunikasikan fakta-fakta yang dapat mempengaruhi opini publik terhadap suatu isi tertentu. Jadi salah satu tujuan propaganda adalah merubah pandangan umum tentang sesuatu yang akan diikuti tindakan yang sesuai dengan pendapat tersebut. Perubahan pendapat itu bisa positif juga bisa negatif.
- b. Memanipulasi Emosi. Propaganda dapat dilakukan dalam beberapa teknik manipulasi emosi bahkan sering dilakukan dengan cara yang membahayakan bagi para propagandis, tujuan propaganda adalah “memanipulasi” emosi target audiens dari perasaan suka ke perasaan tidak suka, dari perasaan cinta menjadi benci, dan lain sebagainya. Melalui berbagai macam teknik ini, propagandis

¹ M. Fakhriansyah, *Propaganda Dalam Film, Analisis Wacana Kritis Teknik Propaganda Anti-Jerman Dalam Film Stalingrad*, (2015), h. 21.

² *Ibid.*

memanipulasi kata, suara, simbol pesan non verbal, agar dapat membangkitkan emosi audiens.

- c. Menggalang Dukungan atau Penolakan. Sasaran utama propaganda adalah mengubah sikap dan perilaku target untuk mendukung atau menolak suatu isu tertentu. Tujuan propaganda ini adalah mengubah suatu posisi sikap dan perilaku seseorang terhadap perilaku lain.

2. Teori Propaganda

Secara teoritis pesan propaganda harus diulang-ulang. Teknik pengulangan sangat penting dan merupakan dasar dalam kegiatan propaganda. Ditilik dari sejarahnya, teori propaganda mengalami perubahan secara evolusioner selaras dengan dinamika perkembangan masyarakat. Berikut ini teori-teori tersebut:³

a. *Early Propaganda Theory*

Teori ini menganut asumsi bahwa setiap orang menyukai kesenangan. Di sini, propagandis menggunakan kata-kata yang menghibur, gambar-gambar yang memukau atau pertunjukan- pertunjukan atraktif dihadapan orang banyak sehingga mereka merasa senang dan selamanya menerima pesan-pesan propaganda yang ditawarkan atau memberikan sumbangan

³ Nurudin, Komunikasi Propaganda (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), h. 38-40.

atau bantuan. Propaganda dilakukan secara satu arah (one way) dengan efek langsung dan segera pada target.

b. Reaction Against Early Propaganda Theory

Sebagai reaksi terhadap Early Propaganda Theory (teori propaganda awal), muncul sebuah pemikiran bahwa tidak selamanya propaganda hanya bersifat searah. Ketika seorang propagandis sedang melancarkan propaganda kepada targetnya, bukan mustahil sang target pun melancarkan propaganda balik, baik disadari maupun tanpa disadari. Di sini, propagandis memperhatikan reaksi-reaksi yang diberikan oleh targetnya dan berupaya mengefektifkan propaganda yang dilancarkannya.

c. Libertarianism Theory

Teori ini beranjak dari sumsi bahwa propaganda merupakan upaya untuk memperluas pengaruh atau memperoleh kekuasaan, bukan merupakan monopoli kaum borjuis seperti penguasa atau elite masyarakat. Siapapun berhak dan tidak boleh dilarang menyusun kekuasaan atau memiliki pengaruh melalui propaganda selama bisa dipertanggungjawabkan.

d. Libertarianism Reborn Theory

Teori mutakhir mengenai propaganda yang didasari oleh asumsi bahwa setiap manusia memiliki kebebasan berkehendak untuk melakukan apa saja, termasuk untuk memperoleh keuntungan ekonomi atau kekuasaan

politik. Acuan teori ini adalah sejarah peradaban yang menginginkan kemajuan perkembangan tiada henti dalam kehidupan masyarakat.

e. Freudianism Theory

Teori ini lahir dari konsep pembagian kepribadian manusia ke dalam tiga elemen yang bisa direkayasa melalui propaganda. Tiga elemen tersebut adalah ego (rasio), internal desire (ID-kesenangan pribadi), dan superego (perasaan terdalam-hati nurani). Mekanisme propaganda yang dilancarkan adalah ‘meyakinkan’ ego, kemudian ‘mempersuasi’ ID, untuk ‘melemahkan’ superego.

f. Behaviorism Theory

Teori ini berasumsi bahwa masyarakat sosial memiliki respon terhadap stimulus tertentu sehingga propaganda dapat mempengaruhi aspek kognitif dalam perilaku kehidupannya.

g. Propaganda Theory versi Harold D Lasswell

Teori ini mengadaptasi teori freudianisme dan teori behaviorisme, puncak implementasinya untuk mencapai efek dukungan massa. Teori ini tersublimasi dalam rumusan paradigma komunikasi yang terkenal (*‘Who’ says ‘What’ to ‘Whom’ in which ‘Channel’ with what ‘Effect’*).

h. Public Opinion Theory versi Walter Lipmann

Teori ini menunjukkan proses rangkaian kegiatan propaganda dari bawah yang berkembang mulai dari kaum proleter (buruh, petani, nelayan, dan

mereka dari kelas kurang pendidikan) maupun pada golongan masyarakat paling bawah lain, hingga kemudian pengaruhnya merambat naik mencapai golongan tertinggi, seperti kaum borjuis atau kelompok elit maupun golongan masyarakat lainnya.

i. IPA Theory (Institute for Propaganda Analysis)

Menurut teori IPA, propaganda adalah komunikasi yang dilancarkan secara halus atau kasar dengan landasan pemikiran berdasarkan fungsi propaganda yang seharusnya relevan dengan kebutuhan masyarakat.

j. Modern Propaganda Theory

Teori ini dipopulerkan oleh sebuah kalimat, ‘Dunia adalah panggung propaganda’. Teori propaganda modern berasumsi bahwa propaganda harus dilakukan dengan teknik-teknik propaganda yang jitu tanpa diketahui orang banyak atau kelompok yang dijadikan sasaran.

3. Media Propaganda

Dalam komunikasi, faktor media menduduki peran yang sangat penting dalam proses penyebaran pesan. Berikut ini beberapa contoh media yang biasanya digunakan dalam kegiatan propaganda:⁴

⁴ Nurudin, *Ibid*, h. 35-37

a. Media massa

Media massa yang dimaksud dalam hal ini adalah media elektronik dan media cetak. Salah satu keunggulan ini adalah jangkauannya yang luas. Peran media massa dalam propaganda sangat efektif.

b. Buku

Buku menjadi sangat efektif karena sangat mempengaruhi pemikiran orang dan pemikiran dapat mempengaruhi perilaku.

c. Film

Film juga bisa dijadikan media propaganda.

d. Selebaran

Selebaran ini biasanya digunakan oleh sekelompok tertentu yang ada dalam masyarakat dalam mempengaruhi kebijakan publik pemerintahnya. ini sangat dimungkinkan

4. Teknik Propaganda

Praktik propaganda, sejujurnya menjadi sangat halus, propagandis, mengusahakan sedapat mungkin khalayak menyetujui gagasan-gagasan yang disampaikan oleh propagandis seakan akan itu adalah sebuah atas rasionalitas yang wajar. Propagandis dapat menyalurkan pesannya lewat berita, simbol-simbol, jargon, orasi, pamflet, film dan segala bentuk media massa lainnya.

Secara gamblang, proses ini nampak sulit dijelaskan karena bentuknya yang selalu “menumpang” pada hal lain. Untuk menjelaskan bagaimana propaganda dilakuka, ada tujuh teknik propaganda yang dikategorisasikan oleh Filene untuk memetakan bagaimana propaganda tersebut berlangsung. Tujuh teknik propaganda yang dikemukakan Filence adalah :⁵

- a. *Name Calling*. Teknik ini digunakan dengan tujuan untuk menciptakan rasa takut dan membangkitkan prasangka dengan kata-kata negatif, untuk membuat pendapat yang tidak menguntungkan atau kebencian terhadap sesuatu kelompok, keyakinan, ideologi, atau lembaga yang berseberangan faham (sasaran propaganda). Teknik ini biasanya juga digunakan dengan cara membuat kesimpulan tanpa menyodorkan bukti.
- b. *Glittering Generalities*. Teknik propaganda ini biasa digunakan dengan pembuatan kata, kalimat, slogan, atau pernyataan yang dikaitkan dengan nilai-nilai dan keyakinan yang dipegang teguh oleh khalayak tanpa memberikan informasi pendukung atau alasannya. Pendekatan dengan penggunaan gagasan yang berkaitan dengan kehormatan, kemuliaan, cinta negara, perdamaian, kebebasan, dan nilai-nilai keluarga. Kata-kata atau frase yang digunakannya seringkali ditangkap dengan berbeda oleh

⁵ *Ibid*, h. 24-27.

masing-masing orang tetapi selalu berimplikasi sama yang menguntungkan bagi propagandis.

- c. *Transfer*. Teknik propaganda ini digunakan untuk melakukan alih kewenangan dan persetujuan dari suatu yang kita hormati dan menghormati apa yang ditawarkan sang propagandis. Karena itu dalam teknik ini propagandis sering menggunakan simbol-simbol untuk membangkitkan emosi dan mendapatkan persetujuan khalayak.
- d. *Testimonial*. Teknik propaganda ini mengaitkan seseorang yang dihormati atau yang berpengalaman untuk mendukung produk atau memberikan stempel persetujuan mereka dengan tujuan agar khalayak mengikuti apa yang mereka contohkan.
- e. *Card-stacking*. Teknik propaganda ini digunakan dengan cara propagandis memilih kasus yang terbaik bagi pihaknya dan yang terburuk bagi pihak lawannya. Ini digunakan untuk mendukung argument pihaknya, agar khalayak menerima fakta yang disajikannya itu sebagai sebuah kesimpulan. Teknik ini disebut sebagai teknik yang paling sulit terdeteksi karena tidak semua informasi disajikan sebagai disembunyikan karena tujuan tertentu dan khalayak sendiri yang harus mencari informasi yang hilang.
- f. *Plain-folks*. Teknik propaganda semacam ini adalah dilakukan dengan mendekati juru bicara propagandis sebagai sosok yang sederhana,

seorang yang bisa dipercaya oleh khalayak, dan memiliki kesamaan kepentingan dengan khalayaknya, dan juga menyampaikan pandangannya dengan menggunakan sudut pandang khalayak, supaya khalayak terlihat secara emosional.

- g. *Band Wagon Technique*. Teknik propaganda ini digunakan untuk membujuk khalayak mengikuti orang banyak. Hal ini adalah upaya untuk menunjukkan adanya dukungan khalayak kepada pihak propagandis, dan oleh karena itu akan semakin banyak orang yang akan bergabung, teknik ini menggunakan psikologi khalayak, bahwa mereka selalu ingin berada di pihak yang menang.

Dari tujuh teknik ini peneliti akan memfokuskan pada salah satu teknik propaganda *Glittering Generalities*.

Secara umum propaganda didefinisikan sebagai skema untuk mempropagandakan suatu doktrin atau tindakan kepada seseorang atau sekelompok orang yang disebarkan melalui kata-kata, suara, iklan komersil, musik, gambar dan simbol-simbol lainnya. Pengertian lainnya di sempurnakan lebih jauh lagi oleh James E. Combs dan Nimmo (1994:23) sebagai berikut:

- a. Usaha yang disengaja dan sistematis untuk mencapai respon yang lebih jauh lagi merupakan tujuan yang diinginkan oleh ahli propaganda.

- b. Usaha untuk mempengaruhi personalitas dan mengontrol tingkah laku individual menuju tujuan akhir yang dianggap tidak ilmiah atau nilainya meragukan dalam masyarakat pada waktu yang ditentukan.

Berikut ini beberapa definisi yang dikemukakan oleh Drs R. A. Santoso Sastropoerto, yakni, Propaganda ada beberapa unsur-unsur terbentuknya sebuah komunikasi, diantaranya, komunikator, komunikan, kebijaksanaan, pesan, sarana, tehnik, kondisi dan tujuan. Namun penulis tertarik dengan unsur “pesan” dan “sarana” yang dikemukakan oleh Drs. R. A. Santoso Sastropetro yakni:

- 1) Pesan

Pesan tertentu yang telah di-“*encode*” atau dirumuskan sedemikian rupa agar mencapai tujuan yang efektif, yaitu: Pesan itu dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menumbuhkan perhatian komunikan dan mencapai tujuannya. Pesan disampaikan dengan menggunakan lambang- lambang yang dimengerti oleh komunikan.

- 2) Sarana

Sarana atau medium (media), yang tepat dan sesuai atau serasi dengan situasi komunikan. Diperlukan pengetahuan komunikator terhadap “*comunication habit*” dari komunikannya. Apa yang dimaksud dengan *comunication habit* adalah kebiasaan komunikan mengenai medium yang

paling disenangi dan dipergunakan untuk menangkap pesan atau informasi melalui media massa.

Jika pernyataan dikaji maka berarti keberhasilan propaganda terletak pada teknik yang digunakan yaitu bagaimana menemukan tanah yang subur sebagai ladang persemaian propaganda dan bagaimana memilih pupuk dan teknik persemaiannya serta perawatan yang baik agar benih-benih yang disebarkan dapat tumbuh sempurna bahkan akan menghasilkan benih baru dengan kualitas lebih baik lagi. Tanah, sebagai ladang persemaian propaganda dapat dilihat sebagai tempat yang tepat di mana propaganda dapat menyebarluaskan ide-idenya secara efektif sesuai dengan tujuannya.

Teknik persemaian dan perawatan dapat dilihat sebagai teknik propaganda baru dalam penyebarluasan ide-ide dengan menggunakan beragam cara dan menggunakan beragam alat penyebarluasan ide seperti buku, film, musik, internet dan sumber-sumber informasi lainnya seperti yang kita kenal saat ini. Sedangkan pupuk dapat dilihat sebagai strategi agar propaganda dapat tumbuh subur dilahan yang subur dan alat propaganda dapat efektif digunakan sebagai media penyebarluasan ide. Dengan demikian propaganda merupakan suatu senjata yang potensial bila dipergunakan tanpa memikirkan atau mempertimbangkan kebenaran terhadap pesan yang disampaikan oleh

komunikator. Propaganda dapat dilakukan dengan berbagai cara, film merupakan salah satunya.⁶

5. Propaganda Dalam Bingkai Film

Jowett dan O'Donnel (dalam McQuail, 1999) Mendefinisikan propaganda ini sebagai upaya yang sengaja dan sistematis untuk membentuk persepsi, memanipulasi kognisi, dan mengarahkan perilaku untuk mendapatkan respon yang membantu tujuan yang diinginkan dari sang propagandis (penyebarkan propaganda).⁷

Argo, film yang disutradarai Ben Afflek dan dirilis di Amerika Utara pada 12 Oktober 2012 menuai kontroversi, pasalnya film yang disebut-sebut sebagai adopsi dari peristiwa nyata pembebasan enam pegawai Kedubes Amerika dari Iran (*Canadian Coper Operation*) dianggap tidak obyektif bahkan menyudutkan posisi Iran.

Film yang telah menyabet piala Oscar 2013 ini pun mendapat kecaman dari banyak pihak, terutama pemerintah Iran. Pemerintah Iran mengklaim bahwa apa yang ada dalam film ini merupakan distorsi sejarah. Bahkan, Pemerintah Iran 12 Maret 2013 telah menghubungi seorang pengacara terkenal Perancis Isabelle Countant terkait keberatannya atas film tersebut.⁸

⁶ Nurdiana, *Pengajaran Bahasa Jepang Sebagai Bentuk Propaganda Jepang Pada Masa Pendudukan Jepang di Indonesia 1942-1945*. 2009, h. 16.

⁷ M. Alif Mahmudi, *Propaganda Dalam Film, Analisis Teknik Propaganda Anti-Iran Dalam Film Argo*, (Yogyakarta: Pustaka UIN Sunan Kalijaga), h. 85.

⁸ *Ibid*, h. 84.

Adolf Hitler dan menteri propagandanya, Joseph Goebbels, meyakini bahwa film adalah alat yang sangat potensial untuk menggiring opini publik. Hitler mulai menjabat sebagai Kanselir Jerman pada 1933. Mulai sejak itu, Nazi, melalui Goebbels, mengambil alih industri film di Jerman. Pada tahun yang sama Goebbels mendirikan *Reichsfilmkammer* (Kamar Film Reich) sebagai lembaga yang melakukan pembersihan film yang "tidak diinginkan" dan membimbing produksi film yang dinilai "berguna".⁹

Film *Jud Süß* (1940) yang disutradarai Viet Harlan dibawah kendali Goebbels menceritakan Duke Karl Alexander dari Württemberg memulai pemerintahannya yang berjanji untuk memerintah dengan kesetiaan dan kejujuran. Namun bendaharannya, seorang Yahudi bernama Süß Oppenheimer, membuatnya korup. Warga mengeluh dan mendorong Württemberg ke ambang perang sipil. Dalam film ini Harlan membingkai Süß sebagai orang yang licik dan jahat.

Menurut *Propaganda and Mass Persuasion: A Historical Encyclopedia, 1500 to the Present*, *Jud Süß* dinilai sebagai salah satu film propaganda anti-Semit yang paling terkenal dan sukses di Nazi Jerman.

Film mengandung unsur propaganda yang ada di Indonesia dan masuk dalam daftar film propaganda terbaik adalah “Pemberontakan G30/S/PKI”. Film ini dinilai mampu men-doktrin masyarakat di seluruh Indonesia tentang

⁹ <https://tirto.id/film-sebagai-alat-propaganda-rezim-penguasa-cxgY> Diakses 1 September 2019

bagaimana kejamnya paham komunis, dan membentuk dukungan yang memaksa paham komunis tidak bisa tumbuh dan berkembang di Indonesia.

B. Perfilman

1. Pengertian Film

Film adalah gambar hidup, cerita hidup, sedangkan menurut beberapa pendapat, film adalah susunan gambar hidup, cerita hidup, sedangkan menurut beberapa pendapat, film adalah susunan gambar yang ada di selliloid, kemudian diputar dengan mempergunakan teknologi proyektor yang sebetulnya telah menawarkan nafas demokrasi, dan bisa ditafsirkan dalam berbagai makna.¹⁰

Film dibangun atas serangkaian tanda-tanda. Tanda-tanda yang berbentuk audio-visual tersebut mengandung pesan (message) yang ingin disampaikan oleh pembuatnya. Dalam film, tanda-tanda bisa berbentuk simbol-simbol yang menggambarkan sesuatu. Erwin Goodenough dalam *The Power of Symbols*, mendefinisikan sebagai berikut :¹¹

“Simbol adalah barang atau pola yang, apa pun sebabnya, bekerja pada manusia, dan berpengaruh pada manusia, melampaui pengakuan semata-mata tentang apa yang disajikan secara harfiah dalam bentuk yang

¹⁰ Gatot Prakoso, *Film Pinggiran-Antalogi Film Pendek, Eksperimental & Documenter*. FFTV – IKJ dengan YLP (Jakarta: Fatma Press, 1997), h. 22.

¹¹ Jurnal Internasional “SEMIOTICS”, <http://www.scribd.com/doc/937668/Semiotics-and-Semiotic-Analysis> diakses pada 20 Agustus 2019

diberikan itu. Selanjutnya memberdakan antara bahasa yang bersifat konotatif, yaitu berasosiasi, tidak persis tepat, memungkinkan beragam penafsiran, dan simbol termasuk kategori kedua.”

Film mempunyai karakteristik tersendiri yakni menggunakan layar lebar, pengambilan gambar karena menggunakan layar lebar maka memungkinkan pengambilan gambar jarak jauh atau long shot bahkan extreme long shot, konsentrasi penuh dan identifikasi psikologi yang mana saat kita menonton pikiran dan perasaan kita larut dalam alur cerita yang disuguhkan.¹²

Pemaparan di atas menjelaskan bahwa film mempunyai karakteristik tersendiri yang tidak dimiliki oleh media lain seperti televisi, majalan, koran dan lain-lain. Film atau Movie merupakan media atau sarana yang ampuh untuk memudahkan penyampaian atau mengkomunikasikan makna pesan dalam sebuah alur cerita, dan tidak hanya menjadi hiburan semata.

Media film juga merupakan salah satu hasil produk teknologi modern yang bisa dijadikan sebagai salah satu saluran dalam proses komunikasi massa. Dalam film, biasanya terdapat pesan-pesan atau informasi yang ingin disampaikan kepada para penontonnya.

2. Klasifikasi Film

¹² Elvinaro Ardianto, dkk, *Komunikasi Massa*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), h. 145-147.

Klasifikasi film atau genre (jenis/ragam) dalam film berawal dari klasifikasi drama yang lahir pada abad XVIII. Klasifikasi drama tersebut muncul berdasarkan atas jenis stereotip manusia dan tanggapan manusia terhadap hidup dan kehidupan. Ada beberapa jenis naskah drama yang dikenal saat itu, diantaranya; lelucon, banyol, opera balada, komedi sentimental, komedi tinggi, tragedi borjois dan tragedi neoklasik. Selanjutnya berbagai macam jenis drama itu diklasifikasikan menjadi 4 jenis, yaitu: tragedi (duka cita), komedi (drama ria), melodrama, dagelan (*farce*).¹³

Tapi seiring berkembangnya zaman dan dunia perfilman, genre dalam film pun mengalami sedikit perubahan, namun, tetap tidak menghilangkan keaslian dari awal pembentukannya. Sejauh ini diklasifikasikan menjadi 5 jenis, yaitu;¹⁴

a. Komedi

Film yang mendeskripsikan kelucuan, kekonyolan, kebanyolan pemain (aktor/aktris). Sehingga alur cerita dalam film tidak kaku, hambar, hampa, ada bumbu kejenuhan yang dapat membuat penonton tidak bosan.

b. Drama

¹³ Hermawan J. Waluyo, *Drama: Teori dan Pengajaran*, (Yogyakarta: PT. Hanindita, 2003), cet. Ke-2, h. 38.

¹⁴ Ekky Imanjaya, *Who Not: Remaja Doyan Nonton*, (Bandung: PT Mizan Buaya Kreativa, 2004), cet-1, h. 104.

Film yang menggambarkan cerita (kenyataan) di sekeliling hidup manusia. Dalam film drama, alur ceritanya terkadang dapat membuat penonton tersenyum, sedih dan meneteskan air mata.

c. Horror

Film beraroma mistis, alam gaib, dan supranatural. Alur ceritanya bisa membuat jantung penonton berdegup kencang, menegangkan, dan berteriak histeris.

d. Musical

Film yang penuh dengan muatan musik. Alur ceritanya sama seperti drama, hanya saja di beberapa bagian adegan dalam film para pemain (aktor/aktris) bernyanyi, berdansa, bahkan beberapa dialog menggunakan musik (seperti bernyanyi).

e. Laga (*action*)

Film yang dipenuhi aksi, perkelahian, tembak-menembak, kejar-kejaran, dan adegan-adegan berbahaya yang mendebarkan. Alur ceritanya sederhana, hanya saja dapat menjadi luar biasa setelah dibumbui aksi-aksi yang membuat penonton tidak beranjak dari kursi.

Terdapat genre-genre besar yang diproduksi semenjak perkembangan film dan yang menjadi titik tolak dari semua perkembangan genre-genre besar tersebut adalah Hollywood, untuk mempermudah pembahasan dan

mengklasifikasikan film, maka berikut ini adalah skema dari genre-genre besar yang dibagi menjadi dua genre induk, primer dan sekunder.

Tabel 2.1.¹⁵

Skema Genre Induk Primer & Sekunder

Genre Induk Premier	Genre Induk Sekunder
Aksi	Bencana
Drama	Biografi
Epik Sejarah	Detektif
Fantasi	<i>Film noir</i>
Fiksi-ilmiah	Melodrama
<i>Horror</i>	Olahraga
Komedi	Perjalanan
Kriminal	Roman
Petualangan	Superhero
Perang	Sepionase
<i>Western</i>	<i>Thriller</i>

¹⁵ Himawan Pratista, Memahami Film, (Yogyakarta: Homerian Pustaka, 2008), h. 13

a. Genre Induk Primer

Genre ini merupakan genre-genre pokok yang sudah ada dan populer sejak awal berkembangnya sinema di era 1900-an sampai 1930-an. Tetapi tidak semua genre induk primer ini populer dan sukses, hanya genre-genre seperti aksi, drama, komedi, horor serta fiksi ilmiah yang populer hingga kini. Namun ada yang jauh lebih populer dan sukses di masa lalu yakni

b. genre induk sekunder

Genre yang merupakan turunan atau pengembangan dari genre induk primer, genre ini tetapi mempunyai ciri-ciri karakter yang khusus bila dibandingkan dengan genre induk primer.

3. Sinematografi

Sinematografi secara umum dapat dibagi menjadi tiga aspek, yakni kamera dan film, framing, serta durasi gambar. Kamera dan film mencakup teknik- teknik yang dapat dilakukan melalui kamera dan stok filmnya, seperti warna, penggunaan lensa, kecepatan gerak gambar, dan sebagainya.¹⁶

Berikut ini adalah salah satu aspek framing yang terdapat dalam sinematografi, yakni jarak kamera terhadap objek (type of shot), yaitu:¹⁷

¹⁶ M. Fikri Ghazali, Analisis Semiotik Film 3 Doa 3 Cinta, Skripsi S1 UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010.

¹⁷ Himawan Pratista. *Op. Cit*, h. 89.

a. *Extreme Long Shot*

Extreme long shot merupakan jarak kamera yang paling jauh dari objeknya. Wujud fisik manusia nyaris tidak tampak. Teknik ini umumnya untuk menggambarkan sebuah objek yang sangat jauh atau panorama yang luas.

b. *Long Shot*

Pada *long shot* tubuh fisik manusia telah tampak jelas, namun latar belakang masih dominan. Long shot sering digunakan sebagai establishing shot, yakni shot pembuka sebelum digunakan shot-shot yang berjarak lebih dekat.

c. *Medium long shot*

pada jarak ini tubuh manusia terlihat dari bawah lutut sampai keatas. Tubuh fisik manusia dan lingkungan sekitar relatif seimbang.

d. *Medium shot*

e. Pada jarak ini memperlihatkan tubuh manusia dari dada ke atas. Sosok tubuh manusia mendominasi frame dan latar belakang tidak lagi dominan. Adegan percakapan normal biasanya menggunakan *medium close-up*.

f. *Close-up*

Umumnya memperlihatkan wajah, tangan, kaki, atau sebuah objek kecil lainnya. Teknik ini mampu memperlihatkan ekspresi wajah dengan jelas serta gestur yang mendetil. *Close-up* biasanya digunakan untuk adegan dialog yang lebih intim. *Close-up* juga memperlihatkan detail sebuah benda atau objek.

g. *Extreme Close Up*

Pada jarak ini memperlihatkan gambar dari jarak yang sangat dekat.

h. *Very Extreme Close Up*

Pada jarak ini umumnya memperlihatkan detail wajah dengan sangat dekat.

4. Editing

Proses dimana sebuah video, audio, teks dan lain - lain untuk di satukan melalui proses pemilihan yang tepat, sehingga menghasilkan sebuah rangkaian atau gabungan audiovisual yang mempunyai alur cerita yang jelas.

5. Sejarah Perkembangan Film

Sejarah perkembangan film tidak bisa lepas dari sejarah dalam fotografi. dan fotografi tidak lepas dari yang namanya peralatan pendukung seperti, sebuah kamera. Menurut sejarah kamera pertama kali di temukan oleh Ibnu Haitham. Ibnu Haitham adalah seorang ilmuan Muslim pada masa itu. Dan

kamera yang ia temukan dikenal dengan kamera obscura. Kamera ini dalam sistem kerjanya menggunakan bantuan dari energi cahaya matahari.¹⁸

Berbicara perkembangan tidak lepas dari yang namanya mengembangkan sesuatu agar bisa digunakan lebih mudah dan praktis dan sampai pada tahap kamera seperti yang sekarang kita kenal saat ini. Ide terbentuknya atau terciptanya sebuah film yang kita kenal saat ini teretus oleh Eadweard Muybridge. Ia membuat sekitar 16 frame gambar seekor kuda yang sedang berlari, dan dibuatlah sebuah rangkaian atau urutan sehingga dari setiap gambarnya terlihat seperti sedang berlari. Dan dari sinilah mulai terlihat perkembangan film.¹⁹

Pada tahun 1978 Eadweard Muybridge menciptakan atau membuat gambar seekor kuda yang seolah bergerak, dari kamera yang biasa. Setelah itu sekitar sepuluh tahun berikutnya seorang Ilmuan yang bernama Thomas Alfa Edison yang kita kenal sebagai penemu bola lampu. Ia ternyata mengembangkan fungsi kamera yang pada saat itu yang hanya mampu memotret gambar biasa ditangan Thomas Alfa Edison merubahnya menjadi sebuah kamera yang mampu merekam objek yang bergerak secara dinamis.²⁰

¹⁸ https://id.wikipedia.org/wiki/Perkembangan_Film Diakses pada 24 Agustus 2019.

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ *Ibid.*

Film karya Lumiere Bersaudara yang *Workers Leaving the Lumiere's Factory*. Mungkin hanya sebuah film yang hanya menonjolkan gerakan dinamis dalam sebuah gambar bergerak dari sebuah alat, dan belum mempunyai alur cerita yang jelas, bahkan sebuah pesan moralpun belum tersentuh. Sampai akhirnya film mulai memasuki ranah industri dan dibuatlah film lebih terkonsep dari segi alur cerita, maupun pesan moral. Meskipun pada waktu masa itu film terlahir tanpa audio dan hanya menampilkan warna hitam dan putih. Dan sampai pada masa dimana sebuah film yang komplit dengan film berwarna dan menggunakan audio seperti saat ini.

C. Implementasi Teori Semiotika Pada Propaganda

1. Konsep Dasar Semiotika

Semiotika adalah sebuah cabang keilmuan yang memperlihatkan pengaruh semakin penting sejak empat dekade yang lalu tidak saja sebagai metoda kajian (*decoding*), akan tetapi juga sebagai metoda penciptaan (*encoding*). Semiotika telah berkembang menjadi sebuah model atau paradigma bagi berbagai bidang keilmuan yang sangat luas, yang menciptakan cabang-cabang semiotika khusus, diantaranya adalah semiotika binatang (*zoo semiotics*), semiotika kedokteran (*medical semiotics*), semiotika

arsitektur, semiotika seni, semiotika fashion, semiotika film, semiotika sastra, semiotika televisi, dan semiotika desain.²¹

Secara etimologis semiotik berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti penafsir tanda atau tanda dimana suatu dikenal. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain. Istilah *semeion* tampaknya diturunkan dari kedokteran hipokratik atau asklepiadik dengan perhatiannya pada *simptomatologi* dan *diagnostic inferensial*. Sedangkan secara terminologis semiotik dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda.²²

1. Semiotik Roland Barthes

1. Konsep Semiotika Roland Barthes

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang dipakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika atau istilah Barthes, pada dasarnya mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal.

²¹ Yasraf A. Piliang, *Hipersemiotika, Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*, (Bandung: Jalasutra, 1999), h. 255.

²² Alex Sobur, *"analisis teks media" Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006), h. 95.

Roland Barthes dikenal sebagai salah seorang pemikir strukturalis yang mempraktikkan model linguistik dan semiologi saussurean. Ia juga intelektual dan kritikus sastra Prancis yang ternama, eksponen penerapan strukturalisme dan semiotika pada studi sastra. Ia berpendapat bahwa bahasa adalah sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu.

Barthes lahir tahun 1915 dari keluarga kelas menengah Protestan di Cherbourg dan dibesarkan di Bayonne, kota kecil dekat pantai Atlantik di sebelah barat daya Prancis. Barthes telah banyak menulis buku, beberapa diantaranya telah menjadi bahan rujukan penelitian untuk studi semiotika di Indonesia. Misalnya dalam buku *The Empire Of Sign* (kekaisaran tanda-tanda) (1970), dalam buku ini Barthes menerapkan semiotika pada kebudayaan Jepang, sebuah negara yang banyak dikagumi Barthes seperti sebaliknya juga di sana terdapat minat khusus untuk barthes dan strukturalisme pada umumnya. Dalam kerangka barthes, denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama, sementara konotasi merupakan sistem tingkat kedua. Selain itu barthes juga melihat aspek lain yaitu “mitos” yang menandai masyarakat.²³

1. <i>Signifier</i> (penanda)	2. <i>Signified</i> (petanda)
-------------------------------	-------------------------------

²³Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), h.63-70.

<p>3. <i>Denotative Sign</i> (tanda denotative) (<i>first system</i>)</p>	
<p>4. <i>Connotative Signifier</i> (penanda konotasi)</p>	<p>1. <i>Connotative Signified</i> (petanda Konotasi)</p>
<p>6. <i>Connotative Sign</i> (tanda konotasi) (<i>Second System</i>)</p>	

Peta gambar hubungan antara denotasi dan konotasi berdasarkan peta tanda Roland Barthes

Peta tanda Roland Barthes tersebut diuraikan lebih sederhana bahwa munculnya sebuah makna denotasi tidak terlepas dari adanya sebuah penanda dan juga petanda. Namun, tanda denotasi juga dapat membuat persepsi kepada sebuah penanda konotasi. Tetapi jika dapat mengenal adanya bentuk seperti “bunga mawar”, maka persepsi petanda konotasi yang akan muncul dari bunga mawar adalah cinta, romantis dan kelembutan. Itu karena sudah adanya kesepakatan pada sebuah sebagian masyarakat tertentu.

2. Aplikasi semiotika dalam film

Hubungan antara film dan masyarakat memiliki sejarah yang panjang dalam kajian para ahli komunikasi, misalnya disebutkan bahwa film merupakan komunikasi massa yang kedua muncul di dunia. Kekuatan dan

kemampuan film menjangkau banyak segmen sosial, membuat film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayaknya. Sehingga film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat melalui muatan pesan yang dikandungnya. Komunikasi dalam film umumnya dibangun dengan banyak tanda. Tanda-tanda itu kemudian diciptakan saling berhubungan membentuk menjadi satu kesatuan yang utuh supaya menghasilkan pesan dan menapai efek yang diharapkan.

Tanda dalam film disalurkan melalui gambar dan suara. Gambar, termasuk tanda-tanda ikonik. Sedangkan suara terdiri dari kata-kata yang diucapkan beserta suara-suara lain yang mengiringi sebagai pendukung dari kata yang diucapkan. Suara, sama dengan gambar, merupakan unsur dalam cerita film yang dituturkan dan dapat disebutkan, dikategorisasikan, dan dianalisis, dengan cara yang juga sebanding. Artinya, suara dan gambar memiliki hubungan yang erat dan saling mendukung.²⁴

²⁴Kurnia, *Propaganda Barat Dalam Film*, Perpustakaan fakultas Dakwah UIN Raden Fatah Palembang, (diakses, 19 Maret 2019).