

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam Bahasa Inggris yaitu *communication* berasal dari kata latin yaitu *communicatio* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Maksud dari sama adalah sama dalam pemaknaannya. Definisi komunikasi secara umum adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Berikut ini adalah beberapa definisi dari komunikasi:

Hovland, Janis dan Keley yang dikutip **Djuarsa** dalam buku **Pengantar Komunikasi**, definisi komunikasi adalah:

Suatu proses melalui seseorang (komunikator) menyampaikantimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lain. (1990:7)

Tubbs dan Moss mendefinisikan komunikasi sebagai **Proses penciptaan makna antara dua orang atau lebih. (2004:59)**

Effendy dalam buku **Ilmu Komunikasi Teori dan Filsafat Komunikasi** mengatakan:

Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia, pernyataan tersebut berupa pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalur. (2003:28)

Proses komunikasi tidak selamanya berjalan dengan baik, terkadang pesan yang disampaikan komunikator tidak sampai ke komunikan karena terjadi

gangguan di dalam proses penyampaiannya, dan bila pesan tersebut sampai ke komunikan biasanya akan terjadi *feed back*.

Komunikasi memiliki peranan penting dalam kehidupan manusia. Dengan berkomunikasi manusia dapat menyampaikan pikiran, pendapat serta perasaannya. Seperti halnya masalah yang akan peneliti angkat dalam penelitian ini, yaitu nilai-nilai sosial dalam film “Mengejar Matahari”. Film dapat digunakan sebagai media komunikasi audio visual untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat serta mengubah pola pikir dan tingkah laku masyarakat. Maka, pada saat ini, film dapat menjadi media efektif bagi para sineas film dalam menyampaikan sebuah pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak.

2.1.1 Tipe Komunikasi

Dedy Mulyana pada buku **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** terdapat beberapa tipe komunikasi yang disepakati oleh para pakar, yaitu:

1. **Komunikasi Intrapribadi**
Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik kita sadari atau tidak.
2. **Komunikasi Antarpribadi**
Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatapmuka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal atau nonverbal.
3. **Komunikasi Kelompok**
Komunikasi kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lainnya untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut.
4. **Komunikasi Publik**
Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak) yang tidak bisa dikenal satu persatu.

5. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok.

6. Komunikasi Massa (*Mass Communication*)

Komunikasi Massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak atau elektronik. (2005:72-75)

Apabila dikaitkan dengan masalah yang akan diteliti, maka dalam hal ini film “Football Factory” menggunakan tipe komunikasi massa dalam melakukan proses komunikasinya. Dimana pesan yang disampaikan dalam sebuah film tersebut ditujukan kepada khalayak yang berada di tempat-tempat berbeda, sehingga diperlukan media massa sebagai saluran untuk melakukan kegiatan komunikasinya. Maka, film adalah bagian dari komunikasi massa.

2.1.2 Komunikasi Massa

Komunikasi massa berasal dari istilah bahasa Inggris yaitu *mass communication*. Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa. Istilah *mass communication* diartikan sebagai salurannya, yaitu media massa. Massa mengandung pengertian orang banyak, mereka tidak harus berada di lokasi tertentu yang sama, mereka dapat tersebar atau terpencar di berbagai lokasi, yang dalam waktu yang sama atau hampir bersamaan dapat memperoleh pesan-pesan komunikasi yang sama.

Komunikasi Massa: Suatu Pengantar karya Ardianto dan Komala

dijelaskan definisi dari Komunikasi Massa adalah sebagai berikut:

Pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*Mass communication is messages*)

communicated through a mass medium to large number of people). (Rakhmat dkk. 1999).

Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek karangan **Effendi** menyebutkan bahwa komunikasi massa memiliki pengertian yaitu: **“Komunikasi yang menggunakan media massa.”** (1984: 20)

Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat karya **Widjaja**, Komunikasi Massa didefinisikan: **“Komunikasi yang ditujukan kepada massa”** (1993: 19).

Berbagai pengertian atau definisi mengenai komunikasi massa terlihat bahwa inti dari proses komunikasi ini adalah media massa sebagai salurannya untuk menyampaikan pesan kepada komunikan untuk mencapai tujuan tertentu secara masal.

2.1.2.1 Ciri Komunikasi Massa

Komunikasi massa mempunyai beberapa karakteristik khusus yang membedakan tipe komunikasi ini dengan tipe komunikasi yang lain. Komunikasi massa mempunyai ciri-ciri yang juga dijelaskan oleh **Ardianto dan Komala** dalam buku **Komunikasi Massa: Suatu Pengantar** yaitu:

- 1. Komunikasi massa berlangsung satu arah. Ini berarti bahwa tidak terdapat arus balik dari komunikan ke komunikatornya. Dengan kata lain komunikatornya tidak mengetahui tanggapan para pembacanya atau penontonnya tentang pesan yang ia sampaikan.**
- 2. Komunikator pada komunikasi massa terlembaga. Media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga, yakni suatu institusi atau organisasi. Oleh karena itu komunikatornya melembaga.**
- 3. Pesan bersifat umum. Pesan ini bersifat umum karena ditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum.**

4. **Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan. Ciri lain dari komunikasi massa yaitu kemampuannya untuk menimbulkan keserempakan pada pihak khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarkan.**
5. **Komunikasi komunikasi massa bersifat heterogen. Komunikasi dari komunikasi massa bersifat heterogen yakni tidak saling mengenal satu sama lain dan berasal dari seluruh status sosial, umur, jenis kelamin, agama, ras, suku, budaya dan lain-lain (1984: 35).**
6. **Umpan balik tertunda. Umpan balik sebagai respon memiliki faktor penting dalam bentuk komunikasi seringkali dapat dilihat dari feedback yang disampaikan oleh komunikasi.**

Selain itu komunikasi massa mempunyai ciri – ciri yang juga dijelaskan dalam karya **Cangara**, yaitu :

1. **Sumber dan penerima dihubungkan oleh saluran yang telah diproses secara mekanis. Sumber juga merupakan lembaga atau institusi yang terdiri dari banyak orang, misalnya reporter, penyiar, editor, teknisi dan sebagainya. Karena itu proses penyampaian pesannya lebih formal, terencana dan lebih rumit.**
2. **Pesan komunikasi massa berlangsung satu arah dan tanggapan baiknya lambat (tertunda) dan sangat terbatas. Tetapi dengan perkembangan komunikasi yang begitu cepat, khususnya media massa elektronik seperti radio dan televisi maka umpan balik dari khalayak bisa dilakukan dengan cepat kepada penyiar.**
3. **Sifat penyebaran pesan melalui media massa berlangsung begitu cepat, serempak dan luas, ia mampu mengatasi jarak dan waktu, serta tahan lama bila didokumentasikan. Dari segi ekonomi, biaya produksi komunikasi massa cukup mahal dan memerlukan dukungan tenaga kerja relatif banyak untuk mengelolanya (1998: 36).**

Pernyataan di atas menunjukkan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang berlangsung satu arah, media massa saluran komunikasi merupakan lembaga, bersifat umum dan sasarannya pun beragam.

2.1.2.2 Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi dari komunikasi massa dijelaskan **Dominic (2001)** dan dikutip oleh **Elvinaro Ardianto dan Komala** dalam buku **Komunikasi Massa: Suatu Pengantar** yaitu:

1. *Surveillance* (pengawasan)
2. *Interpretation* (penafsiran)
3. *Linkage* (Pertalian)
4. *Transmission of Value* (Penyebaran nilai-nilai)
5. *Entertainment* (Hiburan)

Manfaat yang begitu besar dari komunikasi massa harusnya patut kita syukuri dengan memanfaatkannya serta mengembangkannya komunikasi massa tersebut sebaik mungkin, agar dengan komunikasi massa ini interaksi antar masyarakat satu bangsa bisa terjalin dengan baik sesuai dengan tujuan dari komunikasi massa itu sendiri.

2.1.3 Proses Komunikasi

Proses Komunikasi adalah bagaimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikannya, sehingga dapat menciptakan suatu persamaan makna antara komunikan dengan komunikatornya. Proses komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif (sesuai dengan tujuan komunikasi pada umumnya). Proses komunikasi, banyak melalui perkembangan. Proses komunikasi dapat terjadi apabila ada interaksi antar manusia dan ada penyampaian pesan untuk mewujudkan motif komunikasi. Tahapan proses komunikasi adalah sebagai berikut:

- a. Penginterpretasian yaitu hal yang diinterpretasikan adalah motif komunikasi, terjadi dalam diri komunikator artinya proses

komunikasi tahap pertama bermula sejak motif komunikasi muncul hingga akal budi komunikator berhasil menginterpretasikan apa yang ia pikirkan dan rasakan ke dalam pesan (masih abstrak)

- b. Penyandian yaitu tahap ini masih ada dalam komunikator dari pesan yang bersifat abstrak berhasil diwujudkan oleh akal budi manusia ke dalam lambang komunikasi. Tahap ini disebut encoding, akal budi manusia berfungsi sebagai encoder, alat penyandi: merubah pesan abstrak menjadi konkret.
- c. Pengiriman yaitu, proses ketika komunikator melakukan tindakan komunikasi, mengirim lambang komunikasi dengan peralatan jasmaniah yang disebut transmitter, alat pengirim pesan.
- d. Perjalanan yaitu tahapan antara komunikator dan komunikan, sejak pesan dikirim hingga pesan diterima oleh komunikan.
- e. Penerimaan yaitu, tahapan ini ditandai dengan diterimanya lambang komunikasi melalui peralatan jasmaniah komunikan.
- f. Penyandian Balik, tahap ini terjadi pada diri komunikan sejak lambang komunikasi diterima melalui peralatan yang berfungsi sebagai receiver hingga akal budinya berhasil menguraikannya (decoding).

2.1.4 Tujuan Komunikasi

Menurut **Riant Nugroho (2004:72)** tujuan komunikasi adalah menciptakan pemahaman bersama atau mengubah persepsi, bahkan perilaku. Sedangkan menurut **Katz an Robert Kahn** yang merupakan hal utama dari komunikasi adalah pertukaran informasi dan penyampaian makna suatu system social atau organisasi. Akan tetapi komunikasi tidak hanya menyampaikan informasi atau pesan saja, tetapi komunikasi dilakukan seorang dengan pihak lainnya dalam upaya membentuk suatu makna serta mengemban harapan-harapannya (**Rosadi Ruslan, 2003:83**). Pada umumnya tujuan komunikasi antara lain, yaitu:

- a. Supaya yang kita sampaikan dapat dimengerti, sebagai komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengerti dan mengakui apa yang kita maksud.
- b. Memahami orang lain, kita sebagai komunikator harus mengerti benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkan kemauannya.
- c. Supaya gagasan dapat diterima orang lain, kita berusaha agar gagasan kita dapat diterima orang lain dengan pendekatan persuasive bukan memaksakan kehendak.
- d. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakkan sesuatu itu dapat bermacam-macam, mungkin berupa kegiatan. Kegiatan dimaksud di sini adalah kegiatan yang lebih banyak mendorong, namun yang penting harus diingat adalah bagaimana cara baik untuk melakukan (**Widjaja, 200:66-67**).

2.2 Pengertian Jurnalistik

Pengertian jurnalistik baik itu oleh pakar maupun pengertian yang diutarakan oleh praktisi. Istilah jurnalistik berasal dari bahasa Belanda “*journalistiek*” atau dalam bahasa Inggris “*journalism*” yang bersumber pada perkataan “*journal*” sebagai terjemahan dari bahasa Latin “*diurnal*” yang berarti “harian” atau “setiap hari”. Hal itu dapat diartikan suatu peristiwa yang mempunyai fakta dan kemudian dikemas menjadi sebuah laporan yang dapat diinformasikan kepada khalayak.

Pencarian, penyeleksian, dan pengolahan informasi yang mengandung nilai berita dan unsur berita dapat dibuat menjadi karya jurnalistik, dan Media yang digunakan pun sangat beragam, baik menggunakan Media massa cetak, maupun media massa elektronik, dan internet mengolah suatu fakta menjadi berita memerlukan keahlian, kejelian dan keterampilan tersendiri, yaitu keterampilan jurnalistik.

Kamus Besar Bahasa Indonesia karya **Poewodarminta**, menyebutkan bahwa “**jurnalistik**” berarti **pekerjaan mengumpulkan, menulis, mengedit dan menerbitkan berita di media cetak maupun di media elektronik (2001:482).**

Pengertian jurnalistik menurut pendapat **Romli** dalam buku **Jurnalistik Praktis**, mengemukakan:

Jurnalistik dapat dipahami sebagai proses kegiatan meliput, membuat dan menyebarkan peristiwa yang bernilai berita (*news*) dan pandangan (*views*) kepada khalayak melalui saluran media massa baik cetak maupun elektronik. Sedangkan pelakunya disebut jurnalis atau wartawan. (2001:70)

Dari berbagai literatur, dapat dikaji bahwa definisi jurnalistik adalah suatu pengelolaan laporan harian yang menarik minat khalayak mulai dari peliputan

sampai penyebarannya kepada masyarakat melalui media massa baik cetak maupun elektronik.

Kegiatan jurnalistik memiliki prinsip-prinsip hal ini juga dijelaskan dalam karya **Sudirman Tebba, Jurnalistik Baru**, yakni:

- 1. Tidak boleh memasukkan opini pribadi.**
- 2. Berita yang disajikan hanya fakta yang mengandung kebenaran.**
- 3. Unsure 5W + 1H tetap ada.**
- 4. Penulisan berita harus tepat, ringkas, jelas, sederhana dan dapat dipercaya.**
- 5. Naskah berita harus lugas dan mengandung daya gerak (2005: 3).**

Proses jurnalistik adalah setiap kegiatan mencari, mengumpulkan, menyeleksi, dan mengolah informasi yang mengandung nilai berita, serta menyajikan pada khalayak melalui media massa periodik, baik cetak maupun elektronik.

Karya jurnalistik adalah uraian fakta dan atau pendapat yang mengandung nilai berita, dan penjelasan masalah hangat yang sudah ada sajikan kepada khalayak melalui media massa periodik, baik cetak maupun elektronik.

Pencarian, pengumpulan, penyeleksian, penyebaran, dan pengolahan informasi yang mengandung nilai berita menjadi karya jurnalistik dan penyajian kepada khalayak melalui media massa periodik cetak atau elektronik, memerlukan keahlian, kejelian, dan keterampilan tersendiri, yaitu keterampilan jurnalistik. Penerapan keterampilan jurnalistik harus dilandasi oleh prinsip yang mengutamakan kecepatan, ketepatan, kebenaran, kejujuran, keadilan, keseimbangan, dan berprasangka (praduga tak bersalah).

Ilmu jurnalistik dituangkan dalam bentuk karya jurnalistik yang disajikan pada khalayak melalui media massa periodik, baik cetak, elektronik, maupun internet.

2.2.1 Bentuk Jurnalistik

Sumadiria dalam karyanya **Jurnalistik Indonesia**, dilihat dari segi bentuk dan pengolahannya, jurnalistik dibagi dalam tiga bagian besar yaitu:

1. Jurnalistik Media Cetak

Jurnalistik media cetak meliputi, jurnalistik surat kabar harian, jurnalistik surat kabar mingguan, jurnalistik tabloid mingguan, dan jurnal majalah.

2. Jurnalistik Auditif

Jurnalistik auditif yaitu jurnalistik radio siaran.

3. Jurnalistik Media Elektronik Audiovisual

Jurnalistik media elektronik audiovisual adalah jurnalistik televisi siaran dan jurnalistik media on line (*internet*) (2006: 4).

Jenis-jenis jurnalistik yang telah disebutkan di atas, dapat diketahui bahwa jurnalistik mengandung aliran-aliran sendiri yang beragam jenisnya. Hal ini terjadi karena perbedaan visi misi, tujuan dan kepentingan tersendiri dalam tubuh masing-masing media.

2.2.2 Produk Jurnalistik

Produk jurnalistik adalah surat kabar, tabloid, majalah, buletin, atau berkalaanya seperti radio, televisi, dan media on-line internet.

Produk itu dibagi menjadi tiga kelompok besar, yaitu:

1. Berita (News), meliputi:

- a. Berita langsung (straight news)
- b. Berita menyeluruh (comprehensive news)
- c. Berita mendalam (depth news)
- d. Laporan mendalam (depth reporting)
- e. Berita penyelidikan (investigative news)

- f. Berita khas (feature news)
- g. Berita gambar (photo news)

2. Opini (Views)

Meliputi: tajuk rencana, karikatur, pojok, artikel, kolom, esai, dan surat pembaca.

3. Iklan (Advertising)

Dari ketiganya, hanya news dan views yang termasuk produk jurnalistik, sementara iklan bukan produk jurnalistik meskipun teknik yang digunakan merujuk pada teknik jurnalistik.

2.3 Film Sebagai Sarana Komunikasi

2.3.1 Pengertian Film

Film adalah gambar hidup yang biasa disebut *movie*. Film, secara kolektif, sering disebut sinema. Sinema itu sendiri bersumber dari kata kinematik atau gerak. Film juga sebenarnya merupakan lapisan-lapisan cairan selulosa, biasa dikenal di dunia para sineas sebagai seluloid.

Pengertian secara harfiah film (sinema) ialah *cinemathographie* yang berasal dari cinema + tho = phytos (cahaya) + graphie (tulisan = gambar = citra), jadi pengertiannya ialah melukis gerak dengan cahaya. Agar kita dapat melukis gerak dengan cahaya, kita harus menggunakan alat khusus yang biasa disebut dengan kamera.

Istilah film pada mulanya mengacu pada suatu media sejenis plastik yang dilapisi dengan zat peka cahaya. Media peka cahaya ini sering disebut selluloid. Dalam bidang fotografi film, ini menjadi media yang dominan digunakan untuk

menyimpan pantulan cahaya yang tertangkap lensa. Pada generasi berikutnya fotografi bergeser pada penggunaan media digital elektronik sebagai penyimpanan gambar.

Bidang sinematografi perihal media penyimpanan ini telah mengalami perkembangan yang pesat. Berturut-turut dikenal media penyimpanan selluloid (film), pita analog dan yang terakhir media digital (pita, cakram, memori chip). Bertolak dari pengertian ini maka film pada awalnya adalah karya sinematografi yang memanfaatkan media selluloid sebagai penyimpanannya.

Seiring dengan perkembangan media penyimpan dalam bidang sinematografi, maka pengertian film telah bergeser. Sebuah film cerita dapat diproduksi tanpa menggunakan selluloid. Bahkan, pada saat ini sudah semakin sedikit film yang menggunakan media selluloid pada tahap pengambilan gambar. Pada tahap pasca produksi gambar yang telah diedit dari media analog ataupun digital dapat disimpan pada media yang fleksibel. Hasil akhir dari sebuah karya sinematografi dapat disimpan pada media selluloid, analog ataupun digital.

Film merupakan salah satu karya seni pandang dan dengar yang digunakan sebagai sarana komunikasi antara pembuat cerita dengan khalayak. Film dapat menjadi suatu sarana pembelajaran yang baik, maupun buruk sesuai dengan pesan yang disampaikan dan yang ditangkap oleh penonton film tersebut. Film dapat mempengaruhi khalayak, karena kemampuan dan kekuatan film menjangkau banyak segmen sosial. Dengan demikian, film menjadi salah satu media yang berpotensi untuk mempengaruhi pikiran penonton melalui sebuah cerita.

Film ialah karya cipta seni dan budaya yang merupakan bagian dari media komunikasi massa pandang-dengar (*audiovisual*) yang dibuat berdasarkan asas sinematografi dengan direkam pada pita selulloid, pita video, piringan video atau dengan bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala bentuk, jenis dan ukuran melalui proses kimiawi, elektronik dan proses lainnya.

Film dapat mempengaruhi penontonnya, baik dari segi persepsi, ekspresi, perasaan hingga tingkah laku. Dengan menonton film, maka seseorang sedang dimainkan perasaannya oleh pembuat film, entah itu rasa cemas, senang, sedih, terharu, atau bahkan perasaan marah atau kecewa. Semua perasaan tersebut dapat muncul ketika seseorang sedang menonton film.

Danesi menjelaskan film dalam bukunya yang berjudul **Semiotika Media** sebagai berikut:

Pada tingkat penanda, film merupakan sebuah teks yang membuat serangkaian citra fotografi dan mengakibatkan adanya ilusi gerak dan tindakan dalam kehidupan nyata. Sedangkan dalam tingkat petanda, film merupakan cermin kehidupan metaforis. (2010:134)

Pengertian tersebut menjelaskan bahwa topik yang diangkat dalam sebuah film dapat dijadikan pokok pembahasan semiotika media karena di dalam jenis film terdapat sistem signifikasi yang ditanggapi orang-orang masa kini dan melalui film mereka mencari hiburan, inspirasi dan wawasan pada tingkat *interpretant*.

Sobur dalam bukunya yang berjudul **Semiotika Komunikasi** menjelaskan bahwa:

Film pada umumnya dibangun dengan tanda. Tanda-tanda itu termasuk berbagai tanda yang bekerja sama dengan baik dalam upaya mencapai efek yang diharapkan. Yang paling penting

dalam film adalah gambar dan suara : kata yang diucapkan (ditambah dengan suara-suara lain yang serentak mengiringi gambar-gambar) dan musik film. (2003:128).

Komunikasi pada umumnya, dibangun oleh kumpulan tanda. Tanpa tanda kemungkinan tidak akan tercipta komunikasi. Dengan kata lain, tanda merupakan sebuah sarana dalam proses komunikasi. Sedangkan dalam sebuah film, tanda berperan besar. Seperti yang diungkapkan Sobur, film dibangun oleh tanda. Jadi, dalam konteks komunikasi, film adalah sebagai sarana komunikasi karena komunikasi dibangun melalui tanda, sedangkan film adalah media yang menghasilkan tanda.

Elvinaro dalam bukunya yang berjudul **Komunikasi Massa** menjelaskan bahwa:

Film (gambar bergerak) adalah bentuk dominan dari komunikasi massa visual di belahan dunia ini. Lebih dari ratusan juta orang menonton film di bioskop, film televisi dan film video laser setiap minggunya. (2007:143).

Film memiliki sejarah yang panjang dalam kajian para ahli komunikasi. Sebagai media massa, film digunakan sebagai media yang merefleksikan realitas atau bahkan membentuk realitas. Cerita yang ditayangkan melalui sebuah film dapat berbentuk fiksi atau nonfiksi. Melalui sebuah film, informasi dapat dikonsumsi dengan mendalam karena bentuk film adalah media audio visual. Media ini banyak digemari orang karena dapat dijadikan sebagai hiburan.

Kemampuan film dapat menjangkau banyak segmen sosial, maka kemudian para ahli berpendapat bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayak.

Sejak saat itulah, merebak berbagai penelitian yang melihat dampak dari sebuah film terhadap khalayak.

2.3.2 Kategori Film

Danesi dalam bukunya yang berjudul **Semiotika Media** menjelaskan tiga kategori film, yaitu:

Tiga kategori utama dalam film adalah film fitur, film dokumentasi, dan film animasi yang secara umum dikenal sebagai film kartun. Film fitur merupakan karya fiksi, yang strukturnya selalu berupa narasi, yang dibuat dalam tiga tahap, tahap praproduksi, tahap produksi dan tahap post produksi (*editing*). Film dokumenter merupakan film nonfiksi yang menggambarkan situasi kehidupan nyata dengan setiap individu menggambarkan perasaan dan pengalamannya dalam situasi yang apa adanya, tanpa persiapan, langsung kepada kamera atau wawancara. Film animasi merupakan film dengan pemakaian teknik ilusi gerak dan serangkaian gambaran benda dua atau tiga dimensi. (2010:134)

Adanya tiga kategori film tersebut, artinya film tidak dibuat semauanya. Melainkan memiliki kategori disetiap produksi pembuatannya. Walaupun saat ini sudah banyak dimodifikasi ke arah yang lebih kreatif lagi, namun tetap kategori utama dalam sebuah film adalah yang telah dijelaskan di atas.

Kelebihan film adalah karakternya yang audio visual menjadikan film lebih kuat dalam menyampaikan pesan kepada khalayak yang multikultur dan lintas kelas sosial. Perasaan dan pengalaman yang ada saat menonton film pun menjadikan film sebagai media yang istimewa karena dapat membuat penontonnya terbawa ke dalam film tersebut. Bagi para pembuat film, film merupakan media representatif atas ide-ide kreatif yang dimiliki. Keakraban film terhadap khalayak menjadikan ide dan pesan pembuat film lebih mudah untuk diterima khalayak.

Kekurangan dari film adalah sangat multitafsir. Dimana diperlukan analisa tersendiri untuk memahami unsur-unsur semiotik yang ditampilkan dalam film. Kemampuan film menembus batas-batas kultural di sisi lain justru membuat film yang membawa unsur tradisional susah untuk ditafsirkan bahkan menjadi salah tafsir oleh penonton yang berasal dari budaya lain. Sedangkan kekurangan lain dari film adalah film yang dibuat dalam universalitas akan turut membentuk apa yang disebut *common culture* yang dapat mengikis lokalitas masyarakat tertentu. Film juga memberikan efek pada penontonnya terutama anak-anak, sehingga untuk jenis film tertentu seperti horor, kekerasan dan pornografi akan menjadi pengaruh negatif bagi penonton anak-anak. Dari segi industri dan komersialisasi, film telah dijadikan sebagai media yang dikomodifikasi. Sehingga saat ini banyak film-film yang hanya mengejar pangsa pasar atau profit semata tanpa mementingkan kualitas dalam film tersebut. Hingga ideologi yang diusung pun tidak jelas.

2.3.3 Jenis-Jenis Film

a. Film Horor

Film jenis ini biasanya bercerita tentang hal-hal mistis, supernatural, berhubungan dengan kematian, atau hal-hal di luar nalar lainnya.

b. Film Drama

Film dengan kategori ini termasuk lebih ringan dibanding dengan film horor, umumnya bercerita tentang suatu konflik kehidupan.

c. Film Romantis

Film yang berkisah tentang kisah percintaan antar manusia, contohnya *Romeo and Juliet*.

d. Film Kolosal

Kolosal berarti luar biasa besar, film jenis ini umumnya diproduksi dengan biaya yang sangat besar dan melibatkan banyak pemain, mulai dari pemeran utama hingga pemeran figuran. Film Kolosal hampir selalu bertemakan sejarah atau zaman kuno yang menampilkan adegan peperangan. Contohnya *Gladiator* (2000).

e. Film *Thriller*

Tidak sedikit yang mengategorikan film thriller dengan film horor, karena film thriller sama seperti film horor yang membuat jantung berdebar. Film *Thriller* diartikan sebagai film yang mendebarkan karena tidak berkisah supernatural atau mistis melainkan berkisah tentang pengalaman buruk tertentu yang berkaitan dengan pembunuhan.

f. Film Fantasi

Yang membedakan film lainnya dengan film fantasi yaitu setting atau latar belakang karakter tokoh yang unik atau tidak biasanya. Contohnya *Harry Potter*.

g. Film Komedi

Sama seperti film fantasi, yang membedakannya adalah unsur komedi atau lelucon yang dimana harus membuat penontonnya tertawa.

h. Film Misteri

Film misteri adalah film yang mengandung unsur teka-teki, film ini cukup banyak peminatnya karena alur film yang tidak mudah untuk ditebak.

i. Film *Action/Laga*

Seperti namanya, film ini mengandung aksi-aksi yang menegangkan, biasanya ada banyak adegan perkelahian, saling kejar, atau aksi menggunakan senjata api.

j. Film Animasi/Kartun

Film kartun dalam sinemafotografi adalah film yang pada awalnya dibuat dari tangan dan berupa ilustrasi di mana semua gambarnya saling berkesinambungan.

k. Film Pendek

Durasi film pendek biasanya di bawah 60 menit. Jenis film ini banyak dihasilkan oleh mahasiswa jurusan film yang ingin berlatih membuat film lebih baik.

l. Film Panjang

Film ini diharuskan berdurasi lebih dari 60 menit dan biasanya berdurasi 90-100 menit.

m. Film Dokumenter

Film dokumenter menyajikan realita melalui berbagai cara dan dibuat untuk berbagai macam tujuan. Namun harus diakui, film dokumenter tidak pernah lepas dari tujuan penyebaran informasi, pendidikan, dan propaganda bagi orang atau kelompok tertentu. Contohnya *Senyap*.

2.4 Pengertian Semiotika

Secara etimologis semiotik berasal dari bahasa Yunani *semeion* yang berarti penafsir tanda atau tanda dimana sesuatu dikenal. Semiotika ialah ilmu tentang tanda atau studi tentang bagaimana sistem penandaan berfungsi. Semiotika ialah cabang ilmu dari filsafat yang mempelajari “tanda” dan bisa disebut filsafat penanda.

Semiotika adalah teori analisis berbagai tanda dan pemaknaan, secara umum, semiotika didefinisikan sebagai teori filsafat umum yang berkenaan dengan produksi tanda-tanda dan simbol-simbol sebagai bagian dari sistem kode yang digunakan untuk mengkomunikasikan informasi. Semiotik meliputi tanda-tanda visual dan verbal serta tactile dan olfactory (semua tanda atau sinyal yang bisa diakses dan diterima oleh seluruh indera yang kita miliki) ketika tanda-tanda tersebut membentuk sistem kode yang secara sistematis menyampaikan informasi atau pesan secara tertulis disetiap kegiatan dan perilaku manusia.

Secara ringkas semiotika ialah ilmu tanda. Bagaimana menafsirkan dan bagaimana meneliti bekerjanya suatu tanda dalam membentuk suatu kesatuan arti atau suatu makna baru saat ia digunakan. Semiotika merupakan suatu metode analisa isi media atau suatu teks, dimana analisa tersebut mengadaptasi model analisa linguistik dari **Ferdinand De Saussure (1960)**. Saussure memberikan pengertian semiotika sebagai : **sebuah ilmu yang mempelajari tentang bekerjanya tanda-tanda sehingga dapat dipahami dalam masyarakat**. Dengan semiotika akan dapat ditampilkan apa saja yang membentuk tanda-tanda dan bagaimana bekerjanya.

2.4.1 Semiotika Menurut Para Ahli

2.4.1.1 C.S Peirce

Peirce mengemukakan teori segitiga makna atau *triangle meaning* yang terdiri dari tiga elemen utama, yakni tanda (*sign*), *object*, dan *interpretant*. Tanda adalah sesuatu yang berbentuk fisik yang dapat ditangkap oleh panca indera manusia dan merupakan sesuatu yang merujuk (merepresentasikan) hal lain di luar tanda itu sendiri. Tanda menurut Peirce terdiri dari Simbol (tanda yang muncul dari kesepakatan), Ikon (tanda yang muncul dari perwakilan fisik) dan Indeks (tanda yang muncul dari hubungan sebab-akibat). Sedangkan acuan tanda ini disebut objek. Objek atau acuan tanda adalah konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda atau sesuatu yang dirujuk tanda.

Interpretant atau pengguna tanda adalah konsep pemikiran dari orang yang menggunakan tanda dan menurunkannya ke suatu makna tertentu atau makna yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda. Hal yang terpenting dalam proses semiosis adalah bagaimana makna muncul dari sebuah tanda ketika tanda itu digunakan orang saat berkomunikasi.

Contoh: Saat seorang wanita mengenakan jilbab, maka wanita itu sedang mengomunikasikan mengenai dirinya kepada orang lain yang bisa jadi memaknainya sebagai simbol kemuslimahan.

2.4.1.2 Ferdinand De Saussure

Teori Semiotik ini dikemukakan oleh Ferdinand De Saussure (1857-1913). Dalam teori ini semiotik dibagi menjadi dua bagian (dikotomi) yaitu penanda (*signifier*) dan pertanda (*signified*). Penanda dilihat sebagai bentuk/wujud fisik dapat dikenal melalui wujud karya arsitektur, sedang pertanda dilihat sebagai makna yang terungkap melalui konsep, fungsi dan/atau nilai-nilai yang terkandung didalam karya arsitektur. Eksistensi semiotika Saussure adalah relasi antara penanda dan petanda berdasarkan konvensi, biasa disebut dengan signifikasi. Semiotika signifikasi adalah sistem tanda yang mempelajari relasi elemen tanda dalam sebuah sistem berdasarkan aturan atau konvensi tertentu. Kesepakatan sosial diperlukan untuk dapat memaknai tanda tersebut.

Dalam berkomunikasi, seseorang menggunakan tanda untuk mengirim makna tentang objek dan orang lain akan menginterpretasikan tanda tersebut. Objek bagi Saussure disebut "*referent*". Hampir serupa dengan Peirce yang mengistilahkan *interpretant* untuk *signified* dan *object* untuk *signifier*, bedanya Saussure memaknai "objek" sebagai referent dan menyebutkannya sebagai unsur tambahan dalam proses penandaan. Contoh: ketika orang menyebut kata "anjing" (*signifier*) dengan nada mengumpat maka hal tersebut merupakan tanda kesialan (*signified*). Begitulah, menurut Saussure, "*Signifier* dan *signified* merupakan kesatuan, tak dapat dipisahkan, seperti dua sisi dari sehelai kertas".

2.4.1.3 Roland Barthes

Teori ini dikemukakan oleh Roland Barthes (1915-1980), dalam teorinya tersebut Barthes mengembangkan semiotika menjadi 2 tingkatan pertandaan, yaitu tingkat denotasi dan konotasi.

Denotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda pada realitas, menghasilkan makna eksplisit, langsung, dan pasti.

Konotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda yang di dalamnya beroperasi makna yang tidak eksplisit, tidak langsung, dan tidak pasti (Yusita Kusumarini,2006).

Roland Barthes adalah penerus pemikiran Saussure. Saussure tertarik pada cara kompleks pembentukan kalimat dan cara bentuk-bentuk kalimat menentukan makna, tetapi kurang tertarik pada kenyataan bahwa kalimat yang sama bisa saja menyampaikan makna yang berbeda pada orang yang berbeda situasinya.

Roland Barthes meneruskan pemikiran tersebut dengan menekankan interaksi antara teks dengan pengalaman personal dan kultural penggunanya, interaksi antara konvensi dalam teks dengan konvensi yang dialami dan diharapkan oleh penggunanya. Gagasan Barthes ini dikenal dengan "*order of signification*", mencakup denotasi (makna sebenarnya sesuai kamus) dan konotasi (makna ganda yang lahir dari pengalaman kultural dan personal). i sinilah titik perbedaan Saussure dan Barthes meskipun Barthes tetap mempergunakan istilah *signifier-signified* yang diusung Saussure.

Barthes juga melihat aspek lain dari penandaan yaitu “mitos” yang menandai suatu masyarakat. “Mitos” menurut Barthes terletak pada tingkat kedua penandaan, jadi setelah terbentuk sistem *sign-signifier-signified*, tanda tersebut akan menjadi penanda baru yang kemudian memiliki petanda kedua dan membentuk tanda baru. Jadi, ketika suatu tanda yang memiliki makna konotasi kemudian berkembang menjadi makna denotasi, maka makna denotasi tersebut akan menjadi mitos.

2.5 Semiotika Roland Barthes

Menurut Barthes dalam Sobur (2004:63), “Sosok Roland Barthes dikenal sebagai salah seorang pemikir strukturalis yang giat mempraktikkan model linguistik dan semiologi Saussure”. Barthes berpendapat bahwa bahasa adalah sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu. Barthes kemudian menciptakan lima kode yang ditinjaunya yakni:

- a. Kode *hermeneutik*, yakni kode teka-teki berkisar pada harapan pembaca untuk mendapatkan “kebenaran” bagi pertanyaan yang muncul dalam teks.
- b. Kode *semik*, yakni kode konotatif banyak menawarkan banyak sisi.
- c. Kode *simbolik*, yakni didasarkan pada gagasan bahwa makna berasal dari beberapa oposisi biner atau perbedaan, baik dalam taraf bunyi menjadi fonem dalam proses produksi wicara, maupun pada taraf oposisi psikoseksual yang melalui proses.

- d. Kode *proaretik*, yakni kode tindakan atau lakuan dianggapnya sebagai perlengkapan utama teks yang dibaca orang.
- e. Kode *gnomik*, yakni banyaknya jumlah kode kultural (Lecthe dalam Sobur, 2001: 196).

Barthes mengemukakan bahwa bahasa merupakan sistem yang pertama, kemudian membangun sistem kedua yang disebut dengan konotatif, yang didalam *Mytologies*-nya secara tegas ia bedakan dari denotatif atau sistem tataran pertama. Kemudian barthes menciptakan peta tentang bagaimana tanda bekerja (Cobley & Janzs, 1999).

Awal mulanya konsep semiotik diperkenalkan oleh Ferdinand de Saussure melalui dikotomi sistem tanda yakni yang ditandai (*signified*) dan yang menandai (*signifier*). Barthes lebih menyederhanakannya konsep dari Saussure ini, sebagaimana yang telah disebutkan di atas, maka dalam konsep Barthes menyebutnya dengan denotasi dan konotasi. Denotasi merupakan makna yang objektif dan tetap, sedangkan konotasi sebagai makna yang subjektif dan bervariasi. Meskipun berbeda, kedua makna tersebut ditentukan oleh konteks.

Denotasi dimengerti sebagai makna harfiah, atau makna yang sesungguhnya. Di dalam semiologi Roland Barthes, denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua. Denotasi merupakan makna paling nyata dari tanda dan merupakan hubungan antara *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda). Denotasi juga merupakan hal dengan esensi objek yang apa adanya.

Salah satu area penting yang dirambah Barthes dalam studinya tentang tanda adalah peran pembaca (*the reader*). Konotasi, walaupun merupakan sifat asli tanda, membutuhkan keaktifan pembaca agar dapat berfungsi. Barthes secara panjang lebar mengulas apa yang sering disebut sebagai sistem pemaknaan tataran kedua, yang dibangun di atas sistem lain yang telah ada sebelumnya (Sobur, 2004: 68). Barthes menyatakan, faktor penting dalam konotasi adalah penanda dalam tataran pertama. Penanda tataran pertama merupakan tanda konotasi (Fiske, 2007: 119).

Tabel: 2

Peta tanda Roland Barthes

1. <i>Signifier</i> (penanda)	2. <i>Signified</i> (petanda)
3. <i>Denotative sign</i> (tanda denotatif)	
4. CONNOTATIVE SIGNIFIER (PENANDA KONOTATIF)	5. CONNOTATIVE SIGNIFIED (PETANDA KONOTATIF)
6. CONNOTATIVE SIGN (TANDA KONOTATIF)	

Sumber : Paul Cobley & Litza Jansz. 1999. Introducing Semiotic. NY : Totembook, page 51.

Tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat yang bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Dengan kata lain, hal tersebut merupakan unsur material, hanya jika mengenal tanda “Singa”, barulah konotasi seperti harga diri, kegarangan, dan keberanian menjadi mungkin (Alex Sobur :2004. h.69).

Konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Denotasi merupakan reproduksi mekanis di atas film tentang objek yang ditangkap kamera. Konotasi adalah bagian manusiawi dari proses ini, mencakup atas seleksi apa yang masuk dalam bingkai (*frame*), fokus, rana, sudut pandang kamera, mutu film dan seterusnya. Denotasi adalah apa yang difoto, sedangkan konotasi adalah apa yang difotonya (Alex Sobur, 2004: 69,118).

Tahun 1954-1956, sebuah rangkaian tulisan muncul dalam majalah Prancis, *Les Letters Nouvelles*. Setiap terbitannya, Roland Barthes membahas “*Mythology of the Month*” (Mitologi Bulan Ini), sebagian besar dengan menunjukkan bagaimana aspek *denotative* tanda-tanda menyingkapkan konotasi yang pada dasarnya adalah “mitos-mitos” (*myths*) yang dibangkitkan oleh sistem tanda yang lebih luas dan membentuk masyarakat (Cobley dan Jansz, 1999: 43, dalam Sobur, 2004: 68).

Konotasi identik dengan operasi *ideology*, yang sebutannya sebagai ‘mitos’, dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. Di dalam mitos, terdapat tiga dimensi yaitu, penanda, petanda dan tanda (Sobur, 2004: 71). Bagi Barthes, mitos

merupakan cara berfikir dari suatu kebudayaan tentang sesuatu, cara untuk mengkonseptualisasikan atau memahami sesuatu (Fiske, 2007: 121).

Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami berbagai aspek realitas dan gejala alam. Mitos merupakan produk kelas sosial yang sudah mempunyai suatu denotasi (Sobur, 2004: 128). Mitos adalah sebuah sistem komunikasi yang dengan demikian ia adalah pesan. Mitos kemudian tidak mungkin menjadi objek, suatu konsep atau sebuah ide, karena mitos adalah mode penandaan yakni sebuah bentuk (Kurniawan, 2001: 84).

Mitos adalah pemaknaan tatanan kedua dari petanda. Bila konotasi merupakan pemaknaan tatanan kedua dari penanda, maka mitos merupakan pemaknaan tatanan kedua dari petanda, dengan kata lain mitos adalah makna dari makna konotasi (Fiske, 2007: 121). Barthes menguraikan dan menunjukkan bahwa konotasi yang terkandung dalam mitologi biasanya merupakan hasil konstruksi yang cermat.

2.6 Pengertian Hooligan

Sepakbola tak hanya hidup 90 menit saja, tetapi dia bisa merasuki kehidupan penggemarnya diluar waktu tersebut. Selalu ada bahasan setelah dan sebelum pertandingan. Dalam seminggu, beberapa media cetak dan elektronik dapat menyajikan artikel-artikel dan berita seputar sepakbola mulai dari pertandingan hingga kejadian diluar pertandingan yang masih bersangkutan-paut dengan sepakbola. Obrolan di bar-bar yang menyediakan minuman keras hingga warung kopi pinggir jalan terjadi dari beberapa pengunjung yang menyukai sepakbola. Lebih dari itu, sepakbola menjadi *parts of life* bagi orang-orang yang

sangat mencintainya. Olah raga yang secara modern lahir di Inggris tersebut menjadi populer dan telah membudaya, diwariskan dari generasi ke generasi, bahkan budaya-budaya atau kultur baru yang berkaitan dengannya pun bermunculan. Mulai dari atas lapangan hingga di tribun penonton.

Hooligan adalah suporter sepak bola yang brutal ketika klub kesayangannya kalah bertanding. Hooligan merupakan suporter sepak bola dari Inggris, namun akhir-akhir ini menjadi fenomena dunia. Sebagian besar dari hooligan adalah para backpacker yang berpengalaman dalam melakukan sebuah perjalanan. Tidak sedikit dari mereka yang keluar masuk penjara karena sering terlibat dalam sebuah perkelahian. Hooligan ini jarang menggunakan pakaian yang sama dengan klub kesayangan mereka agar tidak terdeteksi kehadirannya oleh aparat. Meski demikian, keunggulan dari hooligan ini mereka paling anti menggunakan senjata dalam sebuah perkelahian, karena menurut mereka itu hanyalah sebuah cara yang dilakukan oleh sekelompok pengecut.

Menurut **Eric Dunning** dalam tulisannya yang **Towards Sociological Understanding of Football Hooliganism as A Word Phenomenon (2000)** menyebutkan bahwa hooliganisme adalah fenomena perilaku kekerasan yang sedikit banyak berkaitan dengan ranah sepak bola. Ini bisa meliputi konflik fisik antar kelompok suporter, menyerang pemain lawan, vandalisme terhadap klub lawan dan sejenisnya. Hooliganisme dilekatkan pada perilaku suporter sepak bola yang berasal dari Inggris yang terkenal dengan aksi kekerasannya (Dunning dalam Junaedi, 2012:4).

Sisi suporter tercipta berbagai kebiasaan bagaimana cara mendukung, bagaimana cara merayakan kemenangan, bagaimana cara berpakaian, yang kesemuanya itu, beberapa telah mendunia, menjadi suatu budaya global.

Casual adalah salah satu subkultur yang hadir dari atas tribun stadion sepakbola. Sebuah budaya berpakaian menggunakan merk-merk ternama dunia yang sering disebut *cllobber*. Kemunculannya di akhir dekade 70an setelah suporter Liverpool kembali dari Italia dan Prancis, dalam rangkaian pertandingan Liga Champion saat itu, mengenakan pakaian dengan merk yang tak dikenal di Inggris seperti Sergio Tachini, Fila Vintage, Kappa dan Adidas. Dengan mengenakan pakaian dengan label-label terkenal tersebut, ternyata berhasil mengelabui para polisi yang hanya mengetahui bahwa pelaku hooliganisme adalah para suporter yang mengenakan sepatu boot Dr. Marten, celana jeans, dan jaket bomber.

Dari Inggris tak hanya *casual*, tetapi tindakan kekerasan sekelompok suporter sepakbola yang dipopulerkan oleh media di sana sebagai hooliganisme juga muncul. Sayangnya di Indonesia ada pergeseran makna dari hooligan ini. Istilah hooligan sebenarnya memiliki konotasi negatif, sebuah istilah yang menggambarkan tindakan agresif, ricuh, rusuhnya para suporter dan paling sering digunakan sebagai penggambaran perilaku kekerasan di dunia persuporteran. Sebuah fenomena yang dianggap penyakit di Inggris sendiri.

Phil Thorton, penulis buku *Casual*, dalam sebuah wawancara mengatakan bahwa tidak semua *casual* itu hooligan, dengan kata lain perilaku-perilaku buruk hooliganisme tidak selalu ada pada para suporter yang bergaya *casual* di atas tribun.

Selain dari gaya berpakaian dan berperilaku, muncul pula budaya menyanyikan lagu *anthem* atau lagu penyemangat, yang kerap kali disebut *football chant*. Maksud dari menyanyikan lagu-lagu tersebut adalah untuk merayakan pertandingan, memberi dukungan, mengintimidasi pihak lawan atau hanya untuk membuat stadion bergemuruh.

2.7 Hooliganisme Dalam Sepakbola

Bagi masyarakat Eropa, khususnya Inggris, olahraga sepakbola telah menjadi sebuah kehidupan. Tak jarang beberapa fans fanatik klub sepakbola di Inggris telah menjadikan klub kebanggaan mereka seperti dewa kehidupan yang akan mereka bela hingga mati. Hal itu menimbulkan paham rasis bagi pendukung fanatik tersebut. Di tangan orang-orang seperti mereka, konsep hooligan dan rebellion menjadi landasan utama untuk menghalau infiltrasi tekanan dari rival seterunya. Alhasil, karena fanatisme itu sering terjadi perkelahian hingga kerusuhan dan berujung pada tindakan kriminal.

Kata hooliganisme dan *hooligan* mulai dikaitkan dengan kekerasan dalam olahraga, khususnya dari tahun 1970-an di Inggris dengan hooliganisme sepak bola. Hooliganisme sepak bola merujuk pada apa yang secara luas dianggap sebagai perilaku nakal dan merusak oleh penggemar sepak bola yang terlalu bersemangat. Tindakan seperti berkelahi, vandalisme dan intimidasi yang ditetapkan oleh asosiasi suporter sepak bola yang berpartisipasi dalam hooliganisme sepak bola.

Perilaku ini sering didasarkan pada persaingan antara tim yang berbeda dan konflik dapat terjadi sebelum atau setelah pertandingan sepak bola. *Hooligan* sering

memilih lokasi jauh dari stadion untuk menghindari penangkapan oleh polisi, tetapi konflik juga bisa meletus secara spontan di dalam stadion atau di jalan-jalan sekitarnya.

Hooliganism sendiri juga memiliki berbagai macam penjelasan yang juga berbeda-beda antara satu definisi dengan definisi yang lainnya. Salah satunya adalah Report on Football Hooliganism in the Member State of the European Union yang diterbitkan pada tahun 2002 mendefinisikan hooliganism sebagai sekelompok tindakan yang bersifat menyerang termasuk di dalamnya kekerasan terhadap orang, pengerusakan properti dan fasilitas, penggunaan alkohol dan narkoba, merusak pelanggaran terhadap kedamaian yang tercipta, serta pencurian dan pemalsuan tiket pertandingan.

Pandangan berbeda dinyatakan oleh Frosdick dan Marsh (2005) yang menyatakan bahwa kerancuan tentang pendefinisian hooliganism disebabkan adanya konstruksi yang dilakukan oleh media dan politikus dan sebenarnya bukan merupakan konsep sosial yang ilmiah. Dalam konteks ini, konsep tentang hooliganism dibangkai sedemikian cantik dengan menggunakan kekuasaan yang ada dan didefinisikan untuk tujuan dari sebuah peraturan yang ditujukan kepada publik.

Definisi lain menyebutkan bahwa secara prinsipil, hooliganism merupakan kekerasan kompetitif dari sebuah kelompok supporter sepakbola, yang sederhanya bertujuan untuk melawan kelompok supporter lawan. Secara umum, hooliganism

ini merupakan istilah yang sering digunakan di Inggris dalam menanggapi gerakan dari pemuda yang melakukan kekerasan terhadap kelompok supporter lainnya.

Dari definisi yang ada tersebut, hooliganism dapat diartikan sebagai sebuah tindakan kekerasan yang dilakukan oleh sekelompok supporter sepakbola yang bentuk utamanya adalah untuk melawan kelompok musuh. Selain itu, konsep ini menjadi semakin besar karena adanya konstruksi yang dilakukan oleh media dan pemerintah terhadapnya. Hooliganism merupakan sebuah formula yang tersendiri dari konsep sosial yang membicarakan mengenai subkultur dari kelompok supporter dan keterlibatan mereka dalam melakukan kekerasan.

Studi pertama kali yang membahas tentang *hooliganism* dilakukan di Inggris. Oleh karena itu, istilah yang digunakan untuk menyebut supporter adalah *hooligan*, padahal, di setiap daerah nama yang digunakan berbeda-beda. Kemunculan pertama *hooliganism*, menurut Marxis, diakibatkan oleh adanya siaran sepakbola di televisi yang dimulai pada tahun 1961, yang menyebabkan kehadiran sub-kultur yang baru yaitu kelas pekerja yang terdiri dari para remaja. Hal ini dijadikan oleh kelompok tersebut juga sebagai alat perjuangan politik.

Sepakbola yang dijadikan sebagai alat perjuangan politik di Inggris terdiri dari tiga tahapan yang membentuk siklus. Pertama adalah munculnya kebijakan yang tidak merata. Kedua, dilakukannya investigasi dan penelitian terhadap efek dari kebijakan tersebut yang berbentuk fenomena sosial. Dan ketiga, investigasi berhenti sehingga fokus menjadi berubah. Adanya perubahan fokus tersebut

membuat para kelompok pekerja di Inggris melakukan protes dengan menggunakan aksi *hooliganism*.

Selanjutnya hooligan identik dengan suporter Inggris, yang memiliki reputasi buruk, hingga muncul korban jiwa. Beberapa ulah hooligan Inggris di antaranya:

- a. 1974 – Hooligan Tottenham membuat rusuh di Rotterdam.
- b. 1985 – Tragedi Heysel. Kerusuhan yang dilakukan pendukung Liverpool mengakibatkan 39 suporter Juventus meninggal. Klub-klub Inggris kemudian dihukum hingga 1990.
- c. 1989 – Tragedi Hillsborough. Kerusuhan saat semifinal Piala FA antara Liverpool vs Nottingham Forest. 96 orang meninggal (semua fan Liverpool).
- d. 1998 – Pendukung Inggris terlibat kerusuhan dengan penduduk Marseille pada Piala Dunia yang mengakibatkan 100 suporter ditangkap.
- e. 2006 – Di Piala Dunia, 200 suporter Inggris ditangkap di Stuttgart akibat insiden yang mengarah ke kerusuhan, tapi hanya tiga orang didakwa melakukan tindakan kriminal.
- f. 2006 – Wasit asal Swedia, Andres Frisk, menyatakan mundur karena mendapat ancaman pembunuhan dari pendukung Chelsea.
- g. 2006 – Pemain Reading, Ibrahima Sonko dan Stephen Hunt, juga mendapat ancaman pembunuhan dari pendukung Chelsea.
- h. 2006 – Tiga pendukung Middlesbrough ditangkap dan 10 orang lain cedera akibat perkelahian dengan fan Roma pada perempatfinal Piala UEFA.

- i. 2007 – Pendukung United membuat rusuh di Lille. UEFA menjatuhkan hukuman denda untuk United.

2.7 Konstruksi Realitas Sosial

Teori ini berakar pada paradigma konstruktivis yang melihat realitas sosial sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu yang merupakan manusia bebas. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya. Manusia dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak di luar batas kontrol struktur dan pranata sosialnya, dimana individu melalui respon terhadap stimulus dalam dunia kognitifnya. Dalam proses sosial, individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya.

Istilah konstruksi sosial atas realitas menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman melalui bukunya yang berjudul "*The Social Construction of Reality, A Treatise in the Sociological of Knowledge*" (1996). Ia menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, yang mana individu menciptakan secara terus menerus-suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif.

Paradigma konstruksi sosial tumbuh berkat dorongan kaum interaksi simbolik. Paradigma ini memandang bahwa kehidupan sehari-hari terutama adalah kehidupan melalui dan dengan bahasa. Bahasa tidak hanya mampu membangun simbol-simbol yang diabstraksikan dan pengalaman sehari-hari, melainkan juga mengembalikan simbol-simbol itu dan menghadirkannya sebagai unsur yang objektif dalam kehidupan sehari-hari.

Deddy mengemukakan dalam bukunya yang berjudul **Paradigma dan Perkembangan Penelitian Komunikasi:**

Ontologi paradigma konstruktivis memandang realitas sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Namun demikian, kebenaran suatu realitas sosial bersifat nisbi, yang berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku sosial. (1999:39).

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan dalam melihat berbagai karakteristik dan substansi inti pemikiran dari teori konstruksi sosial nampak jelas, bahwa teori ini berparadigma konstruktivis.

Peter L. Berger dan Thomas Luckman juga mengatakan setiap realitas sosial dibentuk dan dikonstruksi oleh manusia. Mereka menyebutkan proses terciptanya konstruksi realitas sosial melalui adanya tiga tahap, yakni eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi.

Eksternalisasi ialah proses penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia. Dimulai dari interaksi antara pesan iklan dengan individu pemirsa melalui tayangan televisi. Tahap pertama ini merupakan bagian yang penting dan mendasar dalam satu pola interaksi antara individu dengan produk-produk sosial masyarakatnya. Yang dimaksud dengan dalam proses ini ialah ketika suatu produk sosial telah menjadi sebuah bagian penting dalam masyarakat yang setiap saat dibutuhkan oleh individu, maka produk sosial itu menjadi bagian penting dalam kehidupan seseorang untuk melihat dunia luar.

Objektivasi ialah tahap dimana interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan, atau mengalami proses institusionalisasi. Objektivasi ini bertahan lama sampai melampaui batas tatap muka dimana mereka bisa dipahami secara langsung. Dengan demikian, individu melakukan objektivasi terhadap produk sosial baik dengan penciptanya maupun dengan individu lainnya, kondisi ini berlangsung tanpa harus saling bertemu. Artinya, proses ini bisa terjadi melalui penyebaran opini sebuah produk sosial yang berkembang di masyarakat melalui diskursus opini masyarakat tentang produk sosial dan tanpa harus terjadi tatap muka antarindividu dan pencipta produk sosial.

Yang terakhir, ialah internalisasi, yaitu proses dimana individu mengidentifikasikan dirinya dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya. Terdapat dua pemahaman dasar dari proses ini secara umum, yaitu pemahaman mengenai 'sesama saya' yaitu pemahaman mengenai individu dan orang lain dan pemahaman mengenai dunia sebagai sesuatu yang maknawi dari kehidupan sosial.

Terdapat beberapa asumsi dasar Teori Konstruksi Sosial Berger dan Luckmann, yaitu:

- a. Realitas merupakan hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial terhadap dunia sosial di sekelilingnya.
- b. Hubungan antara pemikiran manusia dan konteks sosial tempat pemikiran itu timbul bersifat berkembang dan dilembagakan.
- c. Kehidupan masyarakat itu dikonstruksi secara terus menerus.

d. Membedakan antara realitas dengan pengetahuan. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam kenyataan yang diakui sebagai memiliki keberadaan (*being*) yang tidak bergantung kepada kehendak kita sendiri. Sementara pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik.

Substansi teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Berger dan Luckmann adalah pada proses simultan yang terjadi secara alamiah melalui bahasa dalam kehidupan sehari-hari pada sebuah komunitas primer dan semi-sekunder.

Melalui Teori Konstruksi Sosial Media Massa, Realitas Iklan Televisi dalam Masyarakat Kapitalistik, teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Berger dan Luckmann telah direvisi dengan melihat variabel atau fenomena media massa menjadi sangat substansi dalam proses eksternalisasi, subjektivasi dan internalisasi. Dengan demikian sifat-sifat dan kelebihan media massa telah memperbaiki kelemahan proses konstruksi sosial atas realitas yang berjalan lambat. Substansi teori konstruksi realitas sosial adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan penyebarannya merata. Realitas yang terkonstruksi juga dapat membentuk opini massa. Massa cenderung apriori dan opini massa cenderung sinis.

Film merupakan bidang kajian yang sangat relevan untuk analisis semiotika, karena film dibangun dengan berbagai macam tanda. Tanda-tanda tersebut termasuk berbagai sistem tanda yang bekerja sama dengan baik untuk mencapai efek yang diharapkan. Film mempunyai makna sebenarnya, makna kiasan dan makna yang

kebenarannya belum dapat dibuktikan. Penonton biasanya hanya mengetahui makna film secara menyeluruh, namun ketika film tersebut dianalisis, banyak sekali makna yang bisa dipahami oleh penonton film tersebut.