

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Film sebagai media komunikasi massa hingga kini masih bertahan menjadi sebuah media yang mampu menarik perhatian banyak pihak, karena film dinilai tidak hanya sekedar memberikan kenikmatan hiburan serta memberikan rasa emosional semata kepada audiens, namun film juga telah menjadi sebuah media yang dapat memberikan berbagai perspektif yang berbeda. Dikatakan demikian karena dalam sebuah film, media ini terdiri dari unsur naratif dan sinematik yang menjadi cara berkomunikasi yang efektif pada era teknologi yang semakin berkembang, karena sifatnya pun digambarkan dalam bentuk *audio visual* yang bergerak. Sehingga hanya dengan melalui tayangannya tersebut, audiens akan dapat jauh lebih mudah menangkap, memahami, bahkan memaknai maksud dari pesan-pesan yang disampaikan dalam media film (Komalawati, 2017; Suryanto & Amri, 2018).

Seiring perkembangan zaman, film juga diyakini mampu hadir sebagai salah satu sarana media dalam berbagi informasi mengenai budaya bangsa lain yang dapat mempengaruhi persepsi publik negara lainnya. Karena secara tidak langsung tayangan medianya juga telah menciptakan pertukaran nilai budaya untuk bisa saling memahami, bahkan dapat menjadi perantara dalam membangun pemahaman citra negara yang positif, yang mana cara ini secara tidak langsung merupakan bentuk dari proses kegiatan diplomasi. Dikatakan demikian karena film walaupun sifatnya menghibur, media ini juga telah dikategorikan sebagai sebuah industri kreatif yang memiliki potensi yang besar terhadap perekonomian suatu negara. Karena dalam pembuatannya, film tak luput memasukkan faktor-faktor lain seperti memasukkan unsur budaya yang mengarah pada bentuk *fashion*, *life-style*, maupun tempat yang digunakan sebagai latar dalam sebuah film akhirnya dapat dijadikan sebagai sasaran kunjungan wisatawan. Sehingga secara tidak langsung industri

kreatif melalui media film dinilai memiliki potensi yang besar karena dapat mengembangkan serta memicu tumbuhnya sektor lain yang kemudian dapat memperkenalkan serta memajukan nama negara untuk semakin dikenal di kancah global (Akmalia, 2017; Rizeki, 2021). Terlebih lagi dengan semakin meluasnya peran dari aktor non-negara yang juga dapat berperan dalam membantu penyebaran nilai budaya melalui sarana media, hal ini telah memberikan peluang bagi setiap individu untuk menyampaikan suatu pesan ataupun opini yang secara tidak langsung membuktikan bahwa kegiatan diplomasi dapat dilangsungkan oleh siapa saja dan dengan melalui cara komunikasi yang seperti apa untuk menyampaikan pesan tersebut (Rachmawati, 2019).

Salah satu negara yang terlihat sangat memanfaatkan peran media dalam hal memperkenalkan negaranya kepada seluruh dunia ialah Amerika Serikat melalui sektor *Art and Entertainment* dari produksi film-filmnya yang dikenal dengan sebutan Hollywood. Dengan produk Hollywood nya yang telah tersebar secara luas, hal ini yang akhirnya dikatakan bahwasannya media film Hollywood dinilai bukan lagi hanya sebagai media hiburan yang semata-mata sifatnya dapat menghibur, namun dibalik itu Hollywood dapat dikatakan pula sebagai *soft power* dari kegiatan diplomasi Amerika Serikat dalam menyebarkan bentuk pengaruh-pengaruhnya. Dikatakan demikian karena film Hollywood dalam pembuatannya pun juga terlihat banyak menyempilkan pesan yang mengandung unsur seperti nilai-nilai patriotisme yang misal saja sajiannya tersebut dikemas dalam balutan film biopic, sejarah, dokumenter, bahkan fiksi sekalipun, yang mana film-filmnya banyak yang menunjukkan posisi negara Amerika sebagai negara *superpower*, maupun di dalamnya terdapat pula unsur nilai-nilai budaya barat Amerika yang menggambarkan bagaimana kehidupan orang disana. Hal ini lah yang akhirnya menunjukkan bahwa film merupakan artefak budaya yang dapat menyajikan tontonan sejarah budaya dan sosial Amerika Serikat yang telah tercampur pada urusan seni, bisnis,

dan hiburan populer di mana film dapat menyajikan berbagai wawasan dan nilai yang dianut oleh suatu peradaban tertentu (Putra, 2013). Richard Pells (1997) juga mengatakan, Hollywood telah menjadi alat propaganda yang efektif yang tidak hanya menjual produk saja, tetapi juga budaya dan nilai-nilai Amerika yang menandai ini sebagai rahasia kesuksesan negaranya kepada seluruh dunia (Nye, 2008).

Berbicara mengenai perfilman Amerika, Hollywood sendiri memiliki sebuah asosiasi yang bernama *The Motion Picture Association* (MPA), di mana MPA telah menjadi sebuah asosiasi pendukung utama bagi lancarnya pasar industri film Hollywood dalam memajukan bisnis dan seni bercerita yang menghadirkan berbagai layanan hiburan bagi penonton di seluruh dunia. MPA di dalamnya juga memiliki anggota dari 6 perusahaan studio film di Amerika yakni, *Universal Pictures*, *Sony Pictures*, *Paramount Pictures*, *Warner Bros*, *Disney*, dan juga *Netflix* yang juga ikut tergabung sebagai bentuk produk baru dari layanan *streaming online* di era *new digital*. Sebagai sebuah asosiasi perfilman Hollywood, MPA berperan dalam mendukung jalannya pasar produksinya untuk mengembangkan seni, budaya, dan bisnis ekonomi kreatif Amerika yang diikuti pula dengan menetapkan sistem rating film, serta adanya hubungan dengan beberapa pihak dalam mendukung pertumbuhan kemajuan industri perfilmanya melalui penyebaran konten media (*What We Do*, n.d.). Dan produksi-produksi film Hollywood yang berada dibawah naungan MPA sejauh ini pun telah terlihat berhasil dalam menarik banyak perhatian publik melalui tayangan-tayangan yang diedarkan, salah satunya masyarakat di Indonesia.

Amerika Serikat dengan membawa beberapa produksi film Hollywood nya ke Indonesia dalam perjalanannya sudah berlangsung sejak lama sekali, yaitu sudah dari sejak zaman penjajahan Belanda pada awal abad 20 yang ditandai dengan berdirinya bioskop pertama di Indonesia pada 5 Desember 1900 di daerah Tanah Abang 1, Kebon Jahe, Jakarta

Pusat (*Bioskop Pertama Di Indonesia*, 2020). Film-film pada masa itu dikenal dengan sebutan *Gambar Idoep* yang menayangkan berbagai film bisu yang mana judul film-film yang berangkatnya dari produksi luar pada masa itu kebanyakan diubah ke dalam bahasa Melayu guna menarik atensi banyak penonton (Ahazrina, 2017; Sutadi, 2010).

Adanya atensi atau ketertarikan masyarakat Indonesia terhadap film impor, salah satunya yang berangkat dari produksi film Hollywood Amerika Serikat yang pada dasarnya telah menciptakan sebuah gambaran yang tak hanya menunjukkan bagaimana Amerika menjadikan Indonesia sebagai sasaran empuk untuk ditanamkan nilai-nilai yang berdampak kepada tingkat selera, gaya hidup, produktivitas, namun juga kebutuhan masyarakat Indonesia terhadap produksi barat itu sendiri yang pada akhirnya menunjukkan media telah menjadi sebuah ladang tempat di mana budaya pop semakin terbentuk di era modern karena terlahir dari cara orang-orang yang mengkonsumsi produk tersebut (*mode of consumption*) (Octaviana, 2020). Sehingga tidak heran jika pada akhirnya hal ini memunculkan istilah *Amerikanisasi*, sebagaimana Amerika Serikat telah berhasil memperkenalkan bentuk produksinya yang hasilnya tersebut bisa dengan mudah disukai dan diterima oleh banyak pihak.

Dengan tersebarnya berbagai produksi film Hollywood dari beberapa studio dibawah naungan MPA sejauh ini telah menciptakan koneksi yang kuat pada masyarakat Indonesia untuk terus mengikuti arus perkembangan produksi film-filmnya. Dapat dikatakan demikian, karena produksinya pun sejauh ini tidak hanya memberikan satu jenis genre film saja, namun produksi Hollywood juga telah menghadirkan beberapa jenis genre film yang beragam, di mana kualitas konten medianya pun disesuaikan dengan target pasar sesuai usia penonton. Belum lagi hadirnya layanan *streaming online* seperti *Netflix* di era *new media* kini juga telah menggantikan posisi DVD ataupun CD yang dinilai telah memperlihatkan perkembangan digital Amerika sejauh ini telah berkembang dalam bentuk

layanan *streaming online* yang jangkauannya pun kini terkesan dapat memudahkan banyak pihak yang ingin mengakses layanan tersebut untuk menonton film, tanpa harus pergi ke bioskop ataupun membeli kaset DVD secara fisik (Yayaya, 2018).

Masuknya berbagai film impor di Indonesia dari sejak masa kolonial terutama film-film yang asalnya dari Amerika, dinilai telah menjadi penguasa pasar pada aspek produksi, distribusi sampai eksibisi di Indonesia. Hal ini lah yang akhirnya mengundang perhatian banyak pihak sebagaimana merupakan bentuk dari adanya dampak yang timbul atas masuk dan tersebarnya produksi Hollywood di Indonesia. Salah satunya ialah melahirkan berbagai kebijakan protektif di Indonesia tentang perfilman yang ditandai dengan adanya respon dari pihak pemerintah melalui Lembaga Sensor Film (LSF), mengingat media film di dalamnya juga turut serta memberikan ragam bentuk nilai-nilai yang disampaikan baik dalam bentuk adegan tindakan, bahasa yang diucapkan, tempat-tempat yang disorot dan lain sebagainya yang dikhawatirkan dapat mengikis nilai-nilai luhur ketimuran yang dianut oleh bangsa Indonesia. Apalagi film dalam era globalisasi juga dapat menjadi alat penetrasi kebudayaan, sehingga perlu dijaga dari pengaruh negatif yang tidak sesuai dengan ideologi Pancasila dan jati diri bangsa Indonesia (Herlinawati et al., 2020). Dan dalam hal ini maka perlu adanya pengawasan terhadap masuknya film-film impor yang kemudian diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 18 Tahun 2014 mengenai peraturan Lembaga Sensor Film, di mana setiap film yang akan diedarkan dan/atau dipertunjukkan wajib memperoleh surat tanda lulus sensor (*Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2014 Tentang Lembaga Sensor Film*, n.d.; *Sejarah – Lembaga Sensor Film Republik Indonesia*, n.d.). Adanya kebijakan protektif ini dikarenakan masuknya film-film Hollywood dinilai selalu berhasil dalam menarik perhatian masyarakat Indonesia lewat beberapa adegan dan suguhan gambarnya mengingat produksi medianya pun ternilai sudah memberikan

tayangan film beragam yang akhirnya perlu adanya pengawasan khusus dari lembaga sensor film (Ikhsano, 2020).

Respon lainnya ialah datang dari kelompok masyarakat Indonesia yang menyambut baik kehadiran produksi film-film Hollywood, di mana dalam hal ini ditunjukkan dengan adanya *track record* yang tercatat dalam aplikasi *Cinepoint* dari *Bicara Box Office* yang menunjukkan data mengenai jumlah perolehan penonton Indonesia terhadap film-film Hollywood dalam kurun 4 tahun terakhir yang terhitung dari 2018-2021 setidaknya ada beberapa film Hollywood yang berhasil menembus angka satu juta penonton, bahkan melebihi jumlah tersebut (*Box Office History – Kumpulan Riset Dan Analisis*, n.d.; *Indonesian Box Office by Year*, n.d.). Selain dari hal itu, penunjukkan sikap lainnya ialah dari munculnya akun-akun *fanbase* di sosial media seperti, @SiPalingMarvel @SiPalingStrWars @SiPalingDC @Marvfess @hollywood.ngehe dan segala jenis bentuk akun sosial media lainnya yang mengidentikkan adanya golongan masyarakat yang menyukai pada jenis produksi Hollywood tersebut. Hal ini lah yang akhirnya menunjukkan bagaimana perluasan sifat fanatisme masyarakat Indonesia terhadap film impor dari Amerika semakin terbentuk. Di mana masyarakat Indonesia terlihat akan jauh lebih menaruh rasa antusiasme terhadap produksi yang dihasilkan oleh perfilman Amerika.

Keberhasilan diplomasi Amerika Serikat lainnya tidak hanya ditandai dengan beredar dan berkembangnya produksi yang asalnya dari perfilman Hollywood ataupun dengan hadirnya bentuk layanan media baru dari *streaming online* saja, namun juga dapat dilihat dari tersebarnya nilai-nilai yang disampaikan melalui tayangan medianya yang juga membuktikan keberhasilan Amerika lainnya. Karena pengertian dari film Hollywood sendiri pun sebetulnya tak hanya mencakup film-filmnya saja, namun juga mencakup pada bentuk aksesoris, *merchandise*, *life-style* yang berkaitan dengan satu atau beberapa film yang berangkatnya dari tokoh-tokohnya, busananya, gaya hidupnya, dan lain sebagainya.

Dengan masuknya nilai-nilai Amerika yang dibawa dari penayangan bentuk film-filmnya, yang kemudian pengaruh tersebut beberapanya juga terlihat mulai diadopsi oleh masyarakat Indonesia, hal ini yang memperlihatkan bagaimana Amerika Serikat memiliki ketertarikan tersendiri bagi masyarakat Indonesia. Perwujudan angan '*American Dream*' yang beranggapan negara Amerika adalah sebuah penggambaran negeri yang ideal, merupakan salah satu bentuk di mana Amerika telah begitu banyak mengundang perhatian publik atas kesuksesan negaranya. Sehingga tidak heran jika ini yang pada akhirnya membuat banyak para pendatang yang mulai mencoba untuk mengadu nasib di Amerika, sebagaimana penggambaran *American Dream* ini pun juga banyak tercipta dalam film-film Hollywood (*Apa Itu American Dream?*, n.d.). Dan dari adanya penerapan yang seperti ini tanpa disadari memperlihatkan bagaimana masyarakat Indonesia memiliki cara pandangnya tersendiri terhadap negara Amerika yang berangkatnya pun dari adanya penyebaran nilai-nilai Amerika melalui tayangan film Hollywood.

Dengan adanya bentuk penunjukkan ekspresi sikap antusias, fanatik, bahkan bentuk pengadopsian nilai lainnya, secara tidak langsung ini telah memperlihatkan adanya bentuk *soft diplomacy* yang dilakukan oleh Amerika Serikat melalui Hollywood sebagai *brand* dapat membawa keuntungan pada peningkatan *Nation Branding* Amerika Serikat itu sendiri sebagai negara yang akhirnya terpandang unggul dalam berbagai sektor, salah satunya sektor industri seni dan hiburan bidang perfilman. Karena selain produksi Hollywood telah dinilai mampu menunjukkan bagaimana pasar produksinya selalu berhasil menarik antusiasme masyarakat banyak salah satunya Indonesia, di dalamnya pun film-film Hollywood juga turut serta menampilkan nilai-nilai kehidupan orang Amerika seperti cara berpakaian, komunikasi, lingkungan hidup, tempat-tempat yang akhirnya menjadi populer, penggunaan bahasa sehari-hari, dan sebagainya. Di mana nilai-nilai tersebut pada akhirnya sudah menjadi bahan konsumsi umum yang mudah diterima,

disukai, bahkan beberapa pengaruhnya pun juga terlihat mulai banyak diadopsi oleh masyarakat di Indonesia seperti yang sudah penulis paparkan sebelumnya. Sehingga dalam hal ini penulis mengangkat topik penelitian yang berjudul ***“Peran Motion Picture Association (MPA) dalam Penyebaran Produksi Film Amerika Serikat di Indonesia”***

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis mengidentifikasi masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana eksistensi MPA sebagai asosiasi perfilman Hollywood di Amerika Serikat?
2. Bagaimana perkembangan penyebaran produksi MPA di Indonesia?
3. Bagaimana dampak dari adanya penyebaran produksi perfilman Hollywood melalui MPA di Indonesia?

### **1.2.1 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dan beberapa identifikasi masalah yang telah penulis paparkan di atas, agar pembahasan dalam penelitian skripsi ini dapat lebih terfokuskan dan tidak meluas, maka penulis merasa perlu untuk membatasinya. Dalam hal ini maka penulis membatasinya hanya pada persoalan penyebaran produksi film Hollywood di bawah naungan MPA dapat meningkatkan sikap fanatisme masyarakat Indonesia terhadap produksi perfilman Amerika. Adapun untuk periodenya penulis membatasinya pada tahun 2018-2021, di mana di tahun tersebut penulis melihat bahwasannya produksi film Hollywood dari kelompok anggota MPA masih menjadi ketertarikan masyarakat Indonesia yang ditunjukkan dengan adanya *track record* mengenai jumlah raihan penonton di Indonesia (*Indonesian Box Office*) yang menyentuh angka 1 juta penonton bahkan lebih. Selain dari hal itu, ditandai pula dengan munculnya akun-akun *fanbase* di sosial media yang

mengidentikkan adanya golongan masyarakat yang menyukai pada jenis suatu produksi Hollywood.

### **1.2.2 Perumusan Masalah**

Mengacu pada latar belakang dan identifikasi masalah yang sudah dipaparkan, maka rumusan masalah yang diangkat penulis ialah **“Bagaimana peran *Motion Picture Association* (MPA) sebagai asosiasi perfilman Hollywood Amerika Serikat dalam menyebarkan pasar produksinya dapat meningkatkan sikap fanatisme masyarakat di Indonesia?”**

## **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, maka untuk tujuan serta kegunaan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana eksistensi MPA sebagai asosiasi perfilman Hollywood di Amerika Serikat
2. Untuk mengetahui bagaimana perkembangan penyebaran produksi film Hollywood dari kelompok anggota MPA di Indonesia
3. Untuk mengetahui bagaimana dampak dari adanya penyebaran produksi perfilman Hollywood melalui MPA di Indonesia

### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

1. Secara akademis kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi, sekurang-kurangnya menambah wawasan pembaca bagaimana Amerika Serikat melalui sarana konten media filmnya dapat memberikan, menunjukkan, serta menyebarkan bentuk pengaruh kebudayaannya di Indonesia sebagaimana hal ini merupakan bentuk dari kegiatan Diplomasi yang dilakukan

Amerika untuk meningkatkan citra positif negaranya. Serta diharapkan pula dapat menjadi bahan kajian referensi sebagai pengembangan penelitian sejenis berikutnya.

2. Untuk penulis, hasil penelitian ini berguna sebagai salah satu bentuk karya tulis dalam mengembangkan ilmu yang diperoleh selama kuliah, serta memenuhi tanggung jawab dalam menempuh Program Strata-1 (S-1) Ilmu Hubungan Internasional di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), Universitas Pasundan, Bandung.