

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital seperti sekarang media massa memiliki peranan penting dalam masyarakat. Arus informasi yang sangat cepat membuat kita tidak bisa mengontrol informasi yang kita terima sehingga tanpa kita sadari informasi-informasi tersebut perlahan mempengaruhi pola tingkah laku dan budaya masyarakat. Media massa berperan sebagai jembatan komunikasi yang berfungsi membentuk keragaman masyarakat yang dihasilkan sebagai salah satu akibat pengaruh media terhadap sistem nilai, pikir, tindakan manusia, dan keseharian masyarakat. Dampak media massa dalam sebuah masyarakat membuat persepsi bahwa media massa, masyarakat, dan budaya menjadi tinggi secara beriringan dan terhubung satu dengan lainnya. Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk terbanyak nomor empat di dunia dan luas daerah sebesar 1.905.000 km² tentunya bergantung dengan media massa untuk menyampaikan informasi kepada begitu banyak orang secara bersamaan.

Pengaruh dari perkembangan media massa saat ini bisa kita lihat dari bagaimana masyarakat memerlukan informasi dari media massa, pesan-pesan dan media massa dijadikan sebagai sumber informasi mereka sehari-hari. Contohnya adalah saat pagi hal yang pertama dicari adalah *gadget* untuk mencari informasi apa saja yang baru hari itu atau dengan menonton televisi. Hal ini memperlihatkan sebuah ketergantungan media karena dari masyarakat membutuhkan informasi dan perlu memperbarui informasi mereka, kemudian media massa menyajikannya setiap saat dan selalu memberitakan yang terbaru dan begitulah media massa memenuhi kebutuhan masyarakat dan sekaligus secara tidak langsung mempengaruhi masyarakat.

Dari segala kemudahan yang diberikan media terhadap masyarakat tidak bisa dipungkiri banyak juga dampak negatif yang bisa kita dapatkan dari keberadaan media yang mempunyai peranan signifikan dalam kehidupan masyarakat. Salah satu dampak negatif dari media adalah karena penyebaran informasi yang diluar kendali tak jarang beberapa kabar palsu (*Hoax*) ikut tersebar menurut data yang dikeluarkan Kementerian Komunikasi dan Informatika mencatat ada kenaikan jumlah peredaran kabar palsu selama 2019. Menteri Komunikasi dan Informatika, Rudiantara mengatakan selama Januari saja

Kominfo mendeteksi lebih dari 70 *hoax*. Jumlah tersebut mengalahkan angka total *hoax* yang terjadi selama 2018. Jumlah berita bohong (*hoax*) selama 2018 hanya sekitar 60 isu (news.detik.com/berita/d-4423056).

Berdasarkan data yang dikeluarkan tahun 2018 oleh *website* We Are Social tentang pemakaian media di Indonesia, internet adalah media yang paling banyak di gunakan dengan rata-rata waktu pemakaian 8 jam 51 menit, kemudian media sosial dengan rata-rata waktu pemakaian 3 jam 23 menit, disusul oleh televisi dengan rata-rata waktu pemakaian 2 jam 45 menit, dan terakhir adalah musik dengan rata-rata waktu pemakaian 1 jam 19 menit. Berdasarkan data tersebut jika kita menyisihkan waktu delapan jam untuk tidur itu berarti bahwa masyarakat Indonesia menghabiskan kurang-lebih 50% waktunya dalam sehari menggunakan media untuk berbagai urusan.



Gambar 1.1 Data Waktu yang Dihabiskan dengan Media di Indonesia

(Sumber: <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-in-southeast-asia-part-2-southeast-86866464> diakses pada tanggal 15 Februari 2019 pukul 17.25 WIB)

Berdasarkan data di atas tiga dari empat media yang paling banyak dikonsumsi masyarakat Indonesia adalah media audio visual, yang lebih menarik untuk dikonsumsi karena melibatkan dua indera sekaligus. Film merupakan salah satu bentuk dari media audio visual yang paling populer. Film adalah salah satu media komunikasi yang efektif untuk menyampaikan informasi kepada massa yang menjadi sasarannya karena sifatnya yang audio visual. Dengan gambar dan suara, film mampu bercerita banyak dalam waktu singkat ketika menonton film penonton seakan-akan dapat menembus ruang dan waktu yang dapat menceritakan kehidupan dan bahkan dapat mempengaruhi audiens (Sumarno,1996 :10). Menurut Motion Picture Association of America (MPAA)

pendapatan *box office* seluruh dunia diprediksi akan meningkat dari 38 juta USD di tahun 2016 menjadi 50 juta USD pada tahun 2020.

Dari beberapa fenomena di atas bisa dilihat bahwa kedepannya tingkat ketergantungan media masyarakat akan terus meningkat. Ketergantungan media sendiri sudah dibahas sejak tahun 1975 oleh Sandra Ball-Rokeach dan Melvin Lawrence DeFleur dalam penelitiannya, bahwa semakin tergantungnya seseorang terhadap suatu media untuk memenuhi kebutuhannya, maka semakin penting pula media tersebut bagi orang yang bersangkutan. Berangkat dari fenomena ketergantungan media inilah penulis melihat adanya unsur ketergantungan media pada beberapa film berikut:

TABEL 1.1
FILM-FILM DENGAN UNSUR KETERGANTUNGAN MEDIA

No	Tahun	Film	Deskripsi
1	2010	Catfish	Menceritakan tentang Nev, seorang fotografer muda yang sedang membangun hubungan asmara dengan seorang perempuan melalui media sosial Facebook tanpa pernah bertemu secara langsung dan semuanya direkam oleh adik Nev dan temannya. Masalah mulai terjadi saat Nev ingin bertemu dengan sang perempuan secara langsung.
2	2012	Disconnect	Menceritakan tentang sisi buruk teknologi komunikasi modern melalui tiga cerita yang saling menyambung pada akhirnya.
3	2013	Her	Theodore Twombly seorang <i>introvert</i> yang sedang dalam masa perceraian dengan istrinya, merasa kesepian akhirnya dia membeli AI (<i>artificial intelligent</i>) atau asisten virtual yang bisa berkembang secara psikologis dan beradaptasi, tak disangka kekaguman Theodore akan Samantha (AI) berubah menjadi rasa cinta.
4	2018	Searching	David Kim adalah seorang <i>single father</i> yang hidup bersama anaknya Margot Kim, hubungan David dengan anaknya mulai renggang saat san

			istri meninggal. Suatu hari Margot menghilang dan David dibantu detektif melakukan investigasi untuk menemukan anaknya, tak disangka David tidak mengenal anaknya sendiri sebaik yang dia kira selama ini.
5	2018	Incredibles 2	Menceritakan keluarga Incredible yang berjuang untuk mengembalikan kepercayaan public pada pahlawan super sambil menyeimbangkan kehidupan keluarga mereka, selagi memerangi musuh baru yang berusaha mengubah persepsi masyarakat untuk melawan mereka.

(Sumber: Olahan Penulis, 2019)

Dari beberapa film pada tabel di atas peneliti memilih Incredibles 2 sebagai film yang akan diteliti dikarenakan beberapa hal seperti cara penyampaian Incredibles 2 tentang ketergantungan media khususnya dampak ketergantungan media yang langsung, sedangkan film-film lain pada tabel menampilkan ketergantungan media secara tidak langsung, alasan berikutnya adalah dari 100 film animasi dengan pendapatan terbanyak Incredibles 2 adalah satu-satunya film animasi yang membahas mengenai ketergantungan media. Animasi memang tidak merepresentasikan keadaan realitas sosial yang sebenarnya namun animasi/kartun sering digunakan sebagai bentuk kritik sosial, kartun tidak hanya hiburan semata karena kartun dapat diartikan sebagai sebuah gambar yang bersifat representasi simbolik yang mengandung unsur humor, lelucon atau sindiran yang menyoroti masalah politik dan isu sosial (Cahyadi 2010:45). Alasan terakhir dan paling penting kenapa peneliti memilih film Incredibles 2 adalah diantara film pada tabel di atas Incredibles 2 adalah film dengan pendapatan terbanyak yang berarti total penonton yang paling banyak pula, yang membuat pesan yang ingin disampaikan oleh film diterima oleh lebih banyak orang dibanding film lain.



Gambar 1.2 Poster Film Incredibles 2

(Sumber: <https://twitter.com/DisneyPixar/status/984461167765671936/photo/>
Diakses pada tanggal 17 februari 2019 pukul 15.15 WIB)

Film dengan genre animasi *action* ini disutradai oleh Brad Bird seorang sutradara, animator, dan pengisi suara. Brad Bird bisa dibilang ahli dalam produksi film animasi, dia merupakan sutradara film animasi seperti *The Iron Giant* (1999) dan *Ratatouille* (2007). Film berdurasi 115 menit ini dibuat dengan *Budget* 200 juta US Dollar ini meraup keuntungan yang sangat besar yaitu 1,2 milyar US Dollar, membuat *Incredibles 2* sebagai film animasi dengan keuntungan kedua terbesar.

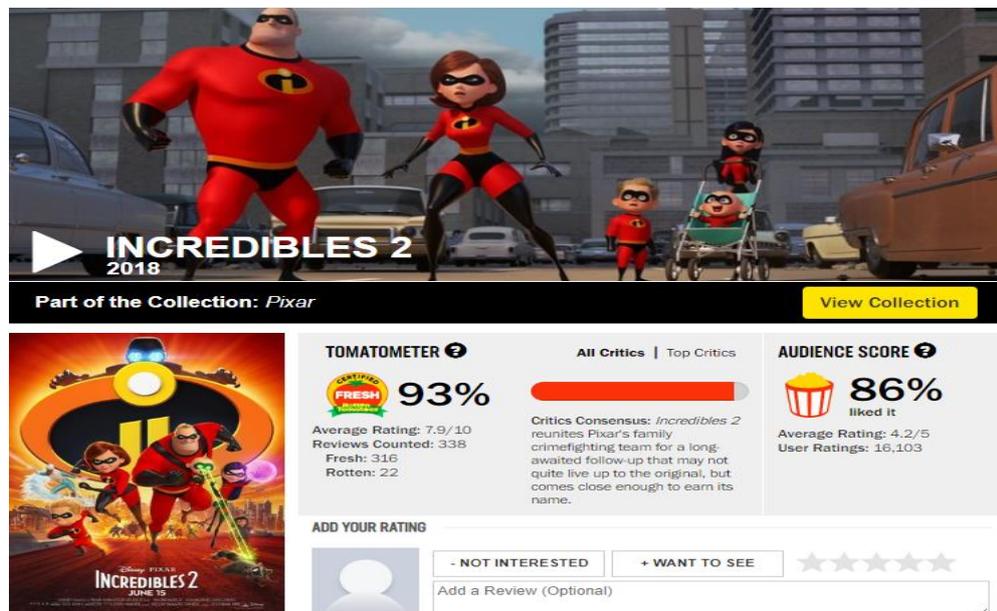
Film ini diproduksi oleh John Walker dan Nicole Paradis Grindle dan didistribusikan oleh Walt Disney Studios Motion Picture. Film ini diisi oleh Craig T. Nelson (Mr. Incredible), Holly Hunter (Elastigirl), Samuel L. Jackson (Frozone), Catherine Keener (Evelyn Deavor) dan lainnya. *Incredibles 2* mendapatkan rating yang bagus dari beberapa *website* seperti:



Gambar 1.3 Review IMDb

(Sumber: <https://www.imdb.com/title/tt3606756/> diakses pada tanggal 17 februari pukul 16.28 WIB)

The Incredible mendapatkan rating 7.8/10 pada dari IMDb. *Rating* sebesar 7.8 tersebut didapatkan dari penilaian kritikus film professional dan juga para penonton awam yang jika digabung jumlahnya sebanyak 176.934 orang.



Gambar 1.4 Review Rotten Tomatoes

(Sumber: https://www.rottentomatoes.com/m/incredibles_2 diakses pada tanggal 17 februari 2019 pukul 17.05 WIB)

Dalam *website* Rotten Tomatoes *Incredibles 2* mendapat *rating* yang baik dari kritikus professional maupun penonton awam. Pada bagian kritikus yang berjumlah 338 orang *Incredibles 2* mendapatkan *rating* 93% , sedangkan pada bagian penonton awam yang berjumlah 16.103 orang *Incredibles 2* mendapat *rating* sebesar 86%. *Incredibles 2* menduduki peringkat nomor empat pada kategori film animasi terbaik di *website* ini.

Ketergantungan media direpresentasikan sebagai sebuah entitas yang mengendalikan masyarakat, membuat orang menjadi partisipan pasif dalam kehidupan bermasyarakat. Ada beberapa *scene* yang merepresentasikan ketergantungan media pada film *Incredibles 2* yang akan dianalisis dengan menggunakan kajian semiotika.

Kajian Semiotika yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah kajian semiotika Roland Barthes. Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda, Barthes (dalam Sobur, 2009:15). Barthes menjelaskan bahwa mitos yang artinya menandai suatu masyarakat dan mitos tersebut terletak pada tingkat kedua dari penandaan. Setelah terbentuk sistem tanda (*sign*) – penanda (*signifier*) – petanda (*signified*), tanda tersebut akan menjadi penanda baru yang kemudian memiliki petanda kedua dan membentuk tanda baru. Maka ketika suatu tanda memiliki makna konotasi, kemudian berkembang menjadi makna denotasi, maka makna denotasi tersebut akan menjadi sebuah mitos. Penulis memilih semiotika Roland Barthes dikarenakan dengan menggunakan semiotika ini penulis bisa memaknai adegan-adegan yang berkaitan dengan representasi ketergantungan media dalam film *Incredibles 2*, yang dilihat dari penanda dan petanda kemudian dari penanda dan petanda itu akan dilihat makna denotasi dan konotasinya dan akhirnya menjadi mitos mengenai ketergantungan media tersebut.

Berdasarkan apa yang telah dijelaskan diatas maka penulis mengambil judul penelitian “**Representasi Ketergantungan Media Dalam Film *Incredibles 2***”.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah dibahas, adapun yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini adalah: bagaimana ciri-ciri ketergantungan terhadap media direpresentasikan dalam film *Incredibles 2*.

1.3 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana ciri-ciri ketergantungan media direpresentasikan dalam film “*Incredibles 2*”?

1.4 Tujuan Penelitian

Berangkat dari fokus penelitian diatas tujuan yang ingin penulis capai dalam penelitan ini adalah: Untuk mengetahui bagaimana ciri-ciri ketergantungan media direpresentasikan dalam film “Incredibles 2”?

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan bermanfaat dalam segi teoritis maupun dalam segi praktis.

1.5.1. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif dalam perkembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu komunikasi.
2. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi dan membantu penelitian lainnya yang berkaitan dengan semiotika Roland Barthes dan ketergantungan media.

1.5.2. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam dunia perfilman dalam membuat film dengan unsur ketergantungan media.
2. Penelitian ini diharapkan mampu membantu para sutradara dalam membahas sebuah topik yang kurang menarik dan membosannya jika diperlihatkan secara langsung.

1.6 Periode dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dimulai pada bulan Februari 2019. Penelitian dimulai dengan mengamati fenomena yang terjadi kemudian dilanjutkan dengan pengumpulan data dan disusul penyusunan data hingga mendapat kesimpulan penelitian.

TABEL 1.2
PERIODE DAN WAKTU PENELITIAN

No	Tahapan Penelitian	Waktu (2019)																				
		Mar			Apr			Mei			Jun			Jul		Agu		Sep		Okt		
1	Mencari dan menetapkan tema/fenomena	■	■																			
2	Mencari dan menentukan referensi kepustakaan dan mengumpulkan data-data yang sesuai dengan penelitian		■	■																		
3	Penyusunan bab 1,2 dan 3				■	■	■	■	■													
4	Pengajuan <i>desk evaluation</i>							■	■													
5	Penyusunan bab 4 dan 5									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
6	Pendaftaran sidang skripsi																		■	■		
7	Sidang skripsi																				■	■

(Sumber: olahan penulis, 2019)