

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam kehidupan berbangsa dan bernegara hal yang fundamental dan harus ada dalam diri masyarakat adalah rasa Nasionalisme, dalam hal ini adalah rasa Nasionalisme masyarakat terhadap negara Indonesia. Menurut Kohn dalam (Lawrence, 2005), Nasionalisme merupakan hasil dari perkembangan sejarah dan sosial yang pasti. Dalam konteks Indonesia, makna Nasionalisme merupakan kebanggaan terhadap suatu bangsa dan kesetiaan individu yang utama kepada bangsa, selain itu dampak kolonialisme atau penjajahan dan kesamaan budaya juga menjadi sumber pembuatan makna Nasionalisme.

Dampak khusus globalisasi kepada Nasionalisme menurut (Azima dkk., 2021), bahwa masuknya budaya asing bukanlah sebuah hal yang harus dilarang, namun di negeri kita, tidak sedikit masyarakat yang belum mampu menyaring dan memilah terlebih dahulu budaya asing yang datang hingga akhirnya mempengaruhi jiwa dan semangat Nasionalisme masyarakat hingga pada akhirnya membuat semangat Nasionalisme menjadi luntur sedikit demi sedikit. Selain itu secara perlahan masyarakat Indonesia mulai menggunakan dan membanggakan budaya-budaya asing yang masuk kedalam Indonesia.

Sedangkan menurut (Kusumawardani & Faturochman, 2004), berdasarkan sejarah Indonesia, Nasionalisme diyakini lahir sejak 1908 saat lahirnya organisasi Budi Utomo pada tanggal 20 Mei 1908, yang pada saat itu merupakan organisasi kepemudaan pertama di Indonesia, yang kemudian tanggal lahir organisasi Budi Utomo ini dijadikan sebagai hari Kebangkitan Nasional oleh pemerintah Indonesia.

Sikap Nasionalisme dirumuskan sebagai penilaian terhadap perasaan cinta tanah air dan bangsa dalam kaitannya dengan kesadaran serta tanggung jawab nasional. Pengamalan sikap Nasionalisme diwujudkan melalui unsur-unsur Nasionalisme yaitu seperti, cinta tanah air dan bangsa, berpartisipasi dalam pembangunan, taat pada hukum dan pembelaan keadilan sosial, pendayagunaan sumber daya, dan pendayagunaan sumber daya sosial, berfokus pada masa depan,

mandiri juga bertanggung jawab dengan menghormati diri sendiri dan orang lain, serta termotivasi untuk bersaing dengan negara lainnya dan berpartisipasi dalam kerja sama Internasional.

Berdasarkan penjelasan yang disampaikan oleh (Kusumawardani & Faturochman, 2004) sebelumnya, bahwa Nasionalisme berawal dari perlawanan masyarakat terhadap penjajahan dimasa pendudukan bangsa Belanda dan Jepang, sehingga lahirlah organisasi Budi Utomo yang mengawali berdirinya organisasi kepemudaan di Indonesia dan perjuangan bangsa Indonesia secara terorganisir melawan penjajahan. Dan seiring dengan berjalannya waktu sikap Nasionalisme mulai mengalami perubahan, yang awalnya berasal dari perjuangan dan perlawanan masyarakat terhadap penjajahan, sekarang sikap Nasionalisme ditunjukkan melalui berpartisipasi dalam pembangunan, menaati hukum, membela keadilan sosial, dan berpartisipasi dalam kerjasama internasional.

Dalam berbagai aspek Nasionalisme cenderung digunakan dalam merepresentasikan kecintaan masyarakat terhadap negara, nilai, dan budaya. Salah satu upaya untuk memfasifikasi rasa Nasionalisme dapat dilakukan dengan beberapa kegiatan seperti, kegiatan Upacara Bendera rutin yang dilaksanakan oleh sekolah setiap hari Senin, upacara untuk memperingati Hari Pahlawan, upacara Hari Kemerdekaan Republik Indonesia, lomba tujuh belasan, dll. Selain kegiatan yang sudah disebutkan tadi, terdapat juga pendekatan lain untuk memfasifikasi rasa Nasionalisme yaitu melalui media film.

Perkembangan komunikasi di zaman sekarang dengan adanya teknologi yang semakin canggih, memiliki pengaruh yang besar pada penggunaan media komunikasi. Film merupakan salah satu media komunikasi yang digemari oleh masyarakat dunia sejak zaman dahulu, mulai dari film yang hanya menampilkan gambar atau film bisu, hingga film *modern* seperti saat ini, dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih seperti saat ini, membuat film semakin digemari oleh masyarakat karena kemudahan akses, film saat ini bisa dinikmati secara *streaming* melalui laptop atau *handphone*, akan tetapi banyak film yang beredar di negara Indonesia tidak sesuai dengan kebudayaan bangsa. Hal ini dapat menjadi penyebab berkurangnya rasa Nasionalisme masyarakat Indonesia.

Berdasarkan fenomena tentang peran film dalam mensosialisasikan berbagai informasi dan juga berbagai nilai-nilai maka peneliti juga tertarik untuk melihat bagaimana nilai-nilai dalam film disebarluaskan, antara lain dalam penelitian ini peneliti mencoba melihat dari nilai Nasionalisme disebarluaskan menggunakan media film. Globalisasi telah membawa berbagai dampak bagi kehidupan bermasyarakat di Indonesia. Secara umum, dampak positif bagi masyarakat antara lain, semakin berkembangnya ilmu pengetahuan juga teknologi, keterbukaan informasi, semakin cepat dan mudahnya dalam berkomunikasi. Selain dampak positif yang diberikan oleh globalisasi, ada juga dampak negatif yang harus diperhatikan, diantaranya adalah masuknya budaya asing baru yang menggerogoti kebudayaan bangsa, seperti contohnya, budaya korea atau K-POP yang masuk ke negara kita dalam beberapa tahun kebelakang ini terus-menerus menjadi perbincangan dan budaya di kalangan generasi muda. Hal ini merupakan dampak nyata globalisasi dimana budaya baru dari luar negeri dapat dengan mudahnya masuk dan menjadi budaya di masyarakat Indonesia, dikarenakan kemajuan teknologi yang memudahkan pertukaran informasi dari luar ke Indonesia (Azima dkk., 2021).

Dilansir dari (Kumparan.com, 2022), masuknya budaya asing menimbulkan sejumlah dampak negatif seperti, Erosi Nilai Budaya Lokal, Westernisasi dan Homogenisasi Budaya, Pergeseran Nilai Tradisional, Degradasi Moral dan Perilaku, Kesenjangan Sosial di Kalangan Remaja, dan Penurunan Rasa Nasionalisme dimana Ketergantungan terhadap produk dan budaya luar negeri mengurangi kebanggaan terhadap budaya dan produk dalam negeri, sehingga melemahkan rasa Nasionalisme. Sedangkan menurut (Seputar iNews RCTI, 2021), budaya K-POP semakin menancapkan dominasi budayanya hingga ke mancanegara termasuk ke Indonesia, hal ini berdampak bagi pasar selera musik indonesia, dimana hal-hal yang berbau dengan K-POP atau Korea Selatan selalu mendapatkan atensi yang lebih tinggi khususnya pada generasi muda.

Film berkomunikasi dengan menggunakan ide dan informasi, selain itu film menunjukkan tentang tempat dan cara hidup yang belum pernah diketahui sebelumnya. Film menawarkan cara untuk merasakan dan melihat hal yang memuaskan, film membawa dan memberikan pengalaman, dimana pengalaman ini disampaikan melalui cerita dengan karakter yang kita idolakan. Namun film dapat

mengembangkan dan mengeksplorasi ide, kualitas *visual* atau tekstur suara. Film membawa penontonnya dalam sebuah perjalanan, dan menawarkan pengalaman yang melibatkan pikiran dan emosi (Bordwell & Thompson, 2008). Melihat tentang bagaimana Nasionalisme digambarkan dalam beberapa Film Komedi Indonesia, peneliti tertarik untuk mengembangkan dan menganalisis tentang bagaimana Nasionalisme digambarkan dalam Film Komedi Indonesia. Dengan kata lain, peneliti mencari jawaban pada film-film yang peneliti analisis tentang apa yang dimaksud dengan Nasionalisme.

Film merupakan salah satu media komunikasi yang paling digemari oleh masyarakat segala usia, mulai dari anak-anak, remaja, dan dewasa, dengan banyaknya penonton yang didapatkan oleh suatu film, tidak jarang para pembuat film menyisipkan dan mensosialisasikan nilai-nilai sosial yang sering terjadi atau kurang diperhatikan oleh masyarakat dalam film-film yang mereka buat. Contoh film-film yang mensosialisasikan nilai-nilai moral dapat dilihat dalam beberapa film yang sudah pernah tayang di Indonesia seperti pada film 5cm yang menceritakan tentang “Lima sahabat mencoba mencari tahu apa itu persahabatan sejati dengan mendaki Gunung Semeru, puncak tertinggi di Jawa.”, yang dirilis pada 12 Desember 2012, disutradarai oleh Rizal Mantovani dan ditulis oleh Donny Dhirgantoro. Film 5cm mensosialisasikan nilai-nilai yang dapat kita semua petik setelah menontonnya diantaranya adalah, persahabatan yang erat menjadi bukti nyata atas keberhasilan yang akan mereka raih, selalu percaya bahwa usaha yang kita lakukan tidak akan mengkhianati hasil yang akan kita dapat, dan selalu percaya tidak ada hal yang sia-sia, dan yang terakhir adalah selalu menghargai keputusan orang lain dan jangan egois. Dan berkat tayangnya film 5cm ini pun jumlah pendaki di Gunung Semeru mengalami peningkatan pengunjung yang sangat signifikan, dilansir dari situs tempo.co (Purmono, 2013), Menurut Kepala Balai Besar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS), Ayu Dewi Utari, terdapat lonjakan drastis jumlah pendakian ke Gunung Semeru setelah tayangnya film 5cm, menurut Ayu TNBTS tidak pernah menerima lebih dari 5.000 pengunjung dalam setahun, namun setelah ditayangkannya film 5cm, dalam sepekan dari 25 Desember 2012 Hingga 1 Januari 2013 diperkirakan ada 10 ribu pengunjung.

Film selanjutnya adalah *Laskar Pelangi* yang menceritakan tentang “Pada tahun 1970-an, 10 siswa berjuang melawan kemiskinan dan mengembangkan harapan untuk masa depan di Desa Gantong di pulau Belitung yang terkenal dengan pertanian dan penambangan timah, yang terletak di lepas pantai timur Sumatra.”, yang dirilis pada 25 September 2008, disutradarai oleh Riri Riza, dan ditulis oleh Salman Aristo, Andrea Hirata, dan Mira Lesmana, film *Laskar Pelangi* mensosialisasikan nilai-nilai yang sebenarnya sudah umum namun terkadang masih sering dilupakan oleh banyak orang seperti, menghargai orang tua dan guru, selalu melibatkan Tuhan dalam setiap kegiatan yang kita jalani, selalu bersyukur dengan apa yang kita miliki, kesederhanaan juga dapat membuat orang bahagia, dan selalu berusaha menjadi yang terbaik dan tetap semangat walau banyak yang merendahkan kita.

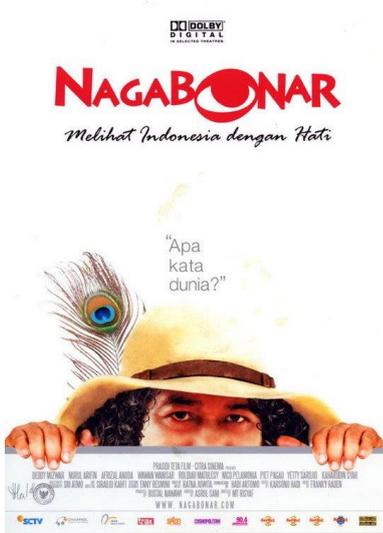
Globalisasi dalam film banyak mempengaruhi negara-negara berkembang seperti Indonesia, terutama dalam aspek budaya, globalisasi memungkinkan terjadinya pertukaran informasi dan budaya yang melampaui batas-batas negara. Namun fenomena yang lebih terlihat dari globalisasi adalah terjadinya pertukaran budaya dan informasi yang lebih dominan berasal dari negara-negara barat terhadap negara-negara berkembang. Contohnya dalam bidang perfilman, banyak juga masyarakat di negara-negara berkembang salah satunya Indonesia yang lebih berminat terhadap film-film produksi *Hollywood* dibandingkan dengan film buatan negeri sendiri, karena film buatan negeri sendiri sering dianggap kurang *modern* dan kurang menarik, globalisasi yang diperlihatkan dalam film-film produksi *Hollywood* banyak memperlihatkan budaya-budaya dari negara barat yang banyak ditiru oleh negara-negara berkembang salah satunya Indonesia. (Puspasari dkk., 2017) .

Namun tidak sedikit juga film-film buatan Indonesia yang menarik dan banyak digemari oleh masyarakat, beberapa diantaranya adalah film *Agak Laen* yang sedang populer di awal tahun 2024 ini, dilansir dari situs IMDB (IMDb, 2024), film *Agak Laen* memiliki sinopsis seperti berikut, “Seorang pria tua meninggal di wahana rumah berhantu yang sudah hampir tidak berfungsi. Para operator mengubur tubuhnya di tempat tersebut, menjadikannya atraksi populer”, film *Agak Laen* ini disutradarai dan ditulis oleh Muhadkly Acho, dengan genre komedi dan diproduksi oleh Imajinari, film *Agak Laen* ini rilis pada tanggal 1 Februari 2024,

dan hingga tanggal 17 Maret 2024 jumlah penonton film Agak Laen sudah hampir menembus angka 9 juta penonton, dan akan terus bertambah karena film Agak Laen ini akan ditayangkan juga di bioskop-bioskop Amerika Serikat.

Selain film Agak Laen, ada juga film berjudul KKN Di Desa Penari, film yang dirilis pada 30 April 2022 ini memiliki sinopsis seperti berikut, “Enam mahasiswa yang harus melaksanakan KKN di desa terpencil diberi peringatan untuk tidak melintasi batas gerbang terlarang yang mengarah ke tempat misterius yang mungkin terkait dengan sosok penari cantik yang mulai mengganggu mereka.”, film KKN Di Desa Penari disutradarai oleh Awi Suryadi, ditulis oleh Gerald Mamahit, Lele Laila, dan Simpleman, dengan genre horror dan diproduksi oleh MD Pictures. Pada bulan Mei 2022 Film KKN Di Desa Penari memecahkan Rekor Film Horror Indonesia terlaris sepanjang masa, dan hingga tahun 2024 film KKN Di Desa Penari mendapatkan lebih dari 10 juta penonton, dan Film Indonesia terlaris sepanjang masa setelah KKN Di Desa Penari adalah film Agak Laen.

Selain film-film bergenre komedi dan horror, terdapat juga film-film yang menginspirasi dan membangkitkan semangat Nasionalisme bagi masyarakat yang menonton, terdapat beberapa film yang didalamnya banyak tersirat makna Nasionalisme, selain menyebarkan kebahagiaan, canda, dan tawa, film juga dapat menyebarkan nilai-nilai dan makna Nasionalisme, diantaranya adalah, Film Nagabonar yang dirilis pada 18 Juni 1987, disutradarai oleh M.T Risyaf, dan ditulis oleh Asrul Sani. Selanjutnya ada Film Nagabonar Jadi 2 yang dirilis pada 29 Maret 2007, disutradarai oleh Deddy Mizwar dan ditulis oleh Musfar Yasin, lalu ada Film Naga Naga Naga yang dirilis pada 16 Juni 2022, disutradarai oleh Deddy Mizwar dan ditulis oleh Wira Putra Basri Dan Deddy Mizwar.



Gambar 1. 1 Poster Film Yang Memiliki Nilai-Nilai Nasionalisme

Sumber : IMDB

(IMDB, 2024)

(Diakses Pada Tanggal 29 Mei 2024, Pukul 20.50 WIB)

Dalam perkembangan era digital yang semakin *modern* dan teknologi yang semakin berkembang pesat setiap tahunnya, Di era digital ini, membuat film menjadi semakin mudah dan efektif. Proses produksi film dapat dilakukan lebih cepat dengan teknologi *modern* seperti penggunaan kamera *digital*, alat penyuntingan film *digital*, animasi komputer, dan lainnya, tanpa memerlukan keahlian khusus dalam teknik sinematografi. Hal ini menjadi salah satu faktor yang mendorong munculnya banyak sineas muda di Indonesia. Genre film juga semakin beragam dalam kreativitas dan eksplorasi. Dengan teknologi dan seni yang canggih, bahkan film yang berbicara tentang Nasionalisme dengan latar belakang kehidupan sesudah kemerdekaan dapat memberikan penonton sentuhan nyata.

Film adalah salah satu media massa *audio* dan *visual* yang memiliki konsep cerita dan dapat digunakan sebagai media untuk menyampaikan pesan melalui plot cerita yang disampaikan oleh penulis skenario kepada penonton dan *audiens*. Selain itu, sebagai media massa, film memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan dalam berbagai cara, seperti hiburan, informasi, dan edukasi. Film, sebagai media komunikasi, memiliki dampak yang signifikan terhadap cara masyarakat berpikir dengan berbagi konten film. Film tidak hanya dapat digunakan sebagai media komunikasi, tetapi mereka juga dapat digunakan sebagai media sosialisasi dan publikasi budaya yang *persuasive* dengan mengadakan festival film Nasional dan Internasional. (Wibowo, 2007).

Film merupakan salah satu dari media massa yang paling populer setelah televisi, selain sering dijumpai dimanapun film juga mudah diakses oleh masyarakat, film juga dapat dikatakan sebagai media komunikasi massa *visual* (Effendy & Halim, 1981). Melalui *audio* dan *visual* yang disajikan dalam film, film mampu bercerita dan memainkan emosi penonton melalui waktu yang relatif singkat, film dapat ditayangkan dengan berbagai variasi waktu mulai dari 2-15 menit yang termasuk kedalam kategori film pendek, hingga 90 menit dan seterusnya. Sebelum abad ke-20, orang menikmati hiburan dengan menonton pertunjukan panggung seperti opera yang menceritakan kisah-kisah tentang raja-raja dan juga pertunjukan musikal. Namun, seiring perkembangan zaman, film mulai muncul dan tempat untuk menonton film disebut bioskop. Pada tanggal 5 Desember 1900, bioskop pertama kali masuk ke Batavia, dan yang pertama kali berdiri berada di Tanah Abang, yang setiap malam menayangkan gambar-gambar

bergerak di rumah Tuan Scharwz. Orang pribumi menyebutnya "Gambar Ideop". Tempat itu kemudian berganti nama menjadi *The Rojal Bioscope*. Di samping itu, Tuan Talbot juga memperlihatkan film-film di Pasar Gambir, yang diadakan di lapangan terbuka dan sering berpindah-pindah tempat. Karena didirikan di lapangan terbuka, orang menyebutnya Misbar atau layar tancap. Mayoritas pemilik bisnis bioskop pada saat itu adalah orang Tionghoa. Dari sini, dapat disimpulkan bahwa pada masa kolonial Belanda, hiburan seperti film dan bioskop mulai memasuki Indonesia dan terus berkembang hingga saat ini. (Agustin dkk., 2023).

Film memiliki berbagai jenis genre atau kategori seperti *horror*, drama, romantis, sejarah, aksi, fiksi ilmiah, fantasi, *thriller*, dan juga komedi. Menurut (Morreall, 2009), komedi adalah jenis humor yang bisa mengurangi stres dan meningkatkan kesehatan mental. Ia juga berpendapat bahwa tawa dan humor dapat berdampak positif pada kesejahteraan individu. Sedangkan menurut (Briandana & Aisyah Dwityas, 2015), Film komedi merupakan film yang dibuat untuk membuat penontonnya tertawa, Komedi diciptakan untuk menghibur dan membangkitkan kegembiraan melalui lelucon. Genre komedi ini sering kali membesar-besarkan situasi, bahasa, akting, dan karakter. Komedi juga dapat meringankan segala kelemahan dan perasaan frustrasi dalam diri dan melarikan diri sejenak dari kehidupan sehari-hari. Biasanya dalam komedi selalu ada akhir yang bahagia, meskipun ada unsur humornya yang serius atau pesimistis.

Dalam sebuah diskusi tentang Film komedi Indonesia, pertanyaan mengenai definisi Nasionalisme, yaitu "apa itu Nasionalisme?" dan "bagaimana Nasionalisme direpresentasikan?" harus dibahas. Selain itu terdapat aspek-aspek tentang Nasionalisme yang dapat memicu proses semiologi, sebagai contoh, Gerakan tubuh yang ditunjukkan melalui pemberian hormat, komunikasi yang ditunjukkan melalui perbincangan tentang bangsa atau pidato kebangsaan, tanda yang ditunjukkan melalui lambang negara atau bendera negara, dan kostum yang ditunjukkan melalui pakaian yang digunakan. Aspek tersebut memberikan banyak kesempatan bagi pembuat film untuk melekatkan makna tentang Nasionalisme, sehingga mengundang peneliti untuk menganalisis dan menginterpretasikan bagaimana Nasionalisme dapat digunakan dalam sebuah produksi film.

Representasi Nasionalisme dalam Film komedi Indonesia kemungkinan besar dapat dipahami dengan mengacu pada film pasca kemerdekaan, meskipun bioskop masuk ke Indonesia sejak zaman penjajahan Belanda pada 5 Desember tahun 1900 dimana saat itu film lebih dikenal oleh masyarakat pribumi dengan sebutan “gambar idoep”, biskop pertama kali berada di Batavia yang lebih tepatnya berada di Tanah Abang, dengan sebutan *The Royal Bioscope*. (Agustin dkk., 2023). Meskipun bioskop dan film sudah muncul sejak zaman penjajahan Belanda, namun film yang menggambarkan tentang Nasionalisme baru muncul sejak zaman kemerdekaan Indonesia walau tidak sebanyak saat ini.

Media Film memberikan kesempatan kepada para pembuat film untuk menyampaikan makna dari Nasionalisme, sekaligus mendorong peneliti untuk melakukan interpretasi, mengenai bagaimana Nasionalisme di representasikan dalam film tersebut. Secara ilmiah, interpretasi suatu konsep dan representasi dalam film umumnya dilakukan dengan metode analisis semiotik.

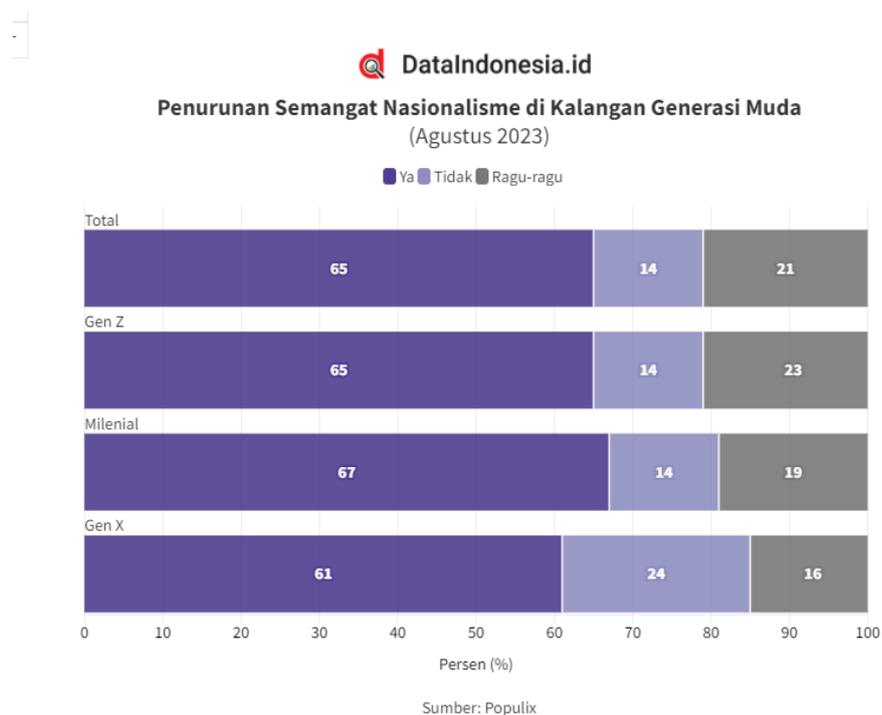
Semiotik adalah cabang ilmu yang mempelajari tanda-tanda (*sign*) yang dikenal sebagai semiotika, sering juga disebut sebagai semiologi oleh sebagian orang. Kemampuan manusia untuk memahami dan menciptakan berbagai tanda, simbol, isyarat, dan lambang menunjukkan tingkat kebudayaan komunikasi manusia yang tinggi. Mulai dari simbol-simbol sederhana seperti bunyi dan isyarat hingga simbol-simbol yang dimodifikasi dalam bentuk sinyal melalui gelombang udara dan cahaya, seperti radio, TV, internet, dan lainnya (Darma dkk., 2022).

Berdasarkan penjelasan dari (Devlieger & De Coster, 2009) mengenai film yang disebut sebagai Film Afrika, Film Afrika adalah film yang dibuat oleh pembuat film dan kru yang semuanya berasal dari Afrika, karena Film Afrika yang dibuat oleh sutradara dari Barat membawa lebih banyak permasalahan dalam analisis dan dapat merubah pemahaman representasi dalam Film Afrika, sehingga menurut penjelasan diatas dapat dipahami bahwa Film Indonesia adalah film yang dimana sutradara, produser, penulis, *director of photography*, dan pemeran adalah orang Indonesia, dalam hal ini film Indonesia yang peneliti analisis adalah film Indonesia bergenre komedi.

Seperti yang peneliti sudah jelaskan sebelumnya mengenai Film Indonesia yang mengangkat genre komedi dan Nasionalisme, beberapa Film Indonesia yang

mengangkat genre komedi dan Nasionalisme adalah Nagabonar, Nagabonar Jadi 2, dan Naga Naga Naga dan melalui film-film tersebut peneliti akan menganalisis adegan-adegan dalam film-film tersebut menggunakan teori semiotika dari Roland Barthes dengan mengkaji makna secara denotatif, konotatif, dan Mitos yang terdapat dalam film-film tersebut.

Dari film-film tersebut, diharapkan masyarakat Indonesia dapat memiliki rasa Nasionalisme yang lebih mendalam terhadap bangsa ini, karena dalam film-film tersebut menceritakan bagaimana para tokoh atau karakter berjuang untuk bangsa dan negara dengan semangat Nasionalisme yang tinggi, dan berdasarkan pengamatan peneliti dengan dirilisnya film-film bergenre Nasionalisme tersebut, belum cukup untuk menumbuhkan rasa Nasionalisme yang belakangan ini terjadi penurunan pada masyarakat Indonesia terutama generasi muda Indonesia, dan peneliti mengharapkan dengan ditulisnya penelitian ini dapat menumbuhkan rasa Nasionalisme pada masyarakat Indonesia sedikit demi sedikit.



Gambar 1. 2 Survei Penurunan Semangat Nasionalisme

Sumber : DataIndonesia.Id

(DataIndonesia.Id, 2023)

(Diakses Pada Tanggal 7 Desember 2023)

Menurut hasil survei dari DataIndonesia.id yang dilakukan oleh Populix (DataIndonesia.id, 2023), pada bulan Agustus 2023, sebanyak 65% masyarakat Indonesia merasakan adanya penurunan semangat Nasionalisme di kalangan generasi muda, dimana hal tersebut juga diakui oleh mayoritas generasi Z di tanah air. Sebanyak 64% responden yang terdiri dari generasi Z tersebut menyatakan adanya penurunan semangat Nasionalisme, dan sebanyak 14% responden menyatakan tidak adanya penurunan semangat Nasionalisme. Sedangkan survei yang dilakukan kepada responden yang terdiri dari generasi *millennial*, sebanyak 67% responden menyatakan adanya penurunan semangat Nasionalisme dan sebanyak 14% responden menyatakan tidak ada penurunan semangat Nasionalisme. Sementara itu responden dari generasi X, sebanyak 61% menyatakan ada penurunan terhadap semangat Nasionalisme, dan 24% responden lainnya menyatakan tidak ada penurunan yang dirasakan.

Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan penurunan semangat Nasionalisme, sebagaimana hasil survei yang dilakukan oleh Populix, sebanyak 60% responden menyatakan bahwa pengaruh globalisasi berperan dalam penurunan semangat Nasionalisme, sedangkan sebanyak 56% responden menyatakan perubahan nilai budaya menjadi penyebab penurunan semangat Nasionalisme.

Sedangkan menurut artikel yang dilansir dari Suara Radio Banjar (Radio Suara Banjar, 2024), berdasarkan data terbaru dari Direktorat Jenderal Politik dan Pemerintahan Umum Kementerian Dalam Negeri, terdapat sebanyak 24% generasi muda Indonesia yang tidak hafal dengan Pancasila, 53% generasi muda yang tidak hafal dengan lagu kebangsaan Indonesia yaitu Indonesia Raya, dan sebanyak 61% generasi muda yang tidak peduli dengan kondisi bangsa Indonesia.

Selain itu dapat dilihat pada gambar dibawah, dilansir dari situs FilmIndonesia (Film Indonesia, 2025), terdapat daftar film dengan perolehan penonton terbanyak, dimana dalam kurun waktu tahun 2007-2025 film yang mengangkat tema tentang Nasionalisme yang peneliti sudah sebutkan sebelumnya, tidak termasuk kedalam daftar film dengan perolehan penonton terbanyak tersebut, hal ini menunjukkan bahwa film yang mengangkat tema tentang Nasionalisme masih kurang diminati dibandingkan dengan film yang begenre komedi, *horror*, dan romantis. Dan jika

film yang mengangkat tema tentang Nasionalisme dibandingkan dengan film-film produksi *Hollywood*, kemungkinan film tentang Nasionalisme ini akan lebih sedikit penontonnya. Namun walau film yang mengangkat tema tentang Nasionalisme kurang diminati dibandingkan dengan film bertema lain, terdapat satu film dengan tema Nasionalisme yang masuk kedalam salah satu film dengan perolehan jumlah penonton terbanyak yaitu film *Habibie & Ainun* yang dirilis pada 20 Desember 2012, yang disutradarai oleh Faozan Rizal, ditulis oleh B.J Habibie, Ifan Ismail, Dan Gina S. Noer, dan diproduksi oleh MD Pictures, film ini menduduki peringkat 13 dalam film dengan jumlah penonton terbanyak, dengan perolehan penonton sebanyak 4.601.249. Berdasarkan data dari situs FilmIndonesia, film Indonesia yang dirilis dalam kurun waktu tahun 2007-2025 menunjukkan bahwa film yang mengangkat tema Nasionalisme kurang diminati, terlebih lagi film yang mengangkat tema nasionalisme lebih jarang diproduksi ketimbang film yang mengangkat tema horror, komedi, dan drama, hal ini diperkuat dengan data film dengan perolehan penonton terbanyak, dimana data tersebut di dominasi oleh film dengan genre horror. Hal ini merupakan salah satu penyebab penurunan Nasionalisme pada generasi muda yang dikarenakan berkurangnya konten atau film tentang Nasionalisme yang diproduksi di Indonesia, Film bertema Nasionalisme bukan hanya hiburan, tetapi juga alat penting dalam membangun kesadaran dan kebanggaan terhadap bangsa, menjadikannya sebagai tanggung jawab moral bagi para pembuat film di Indonesia.

#Penonton

Daftar film peringkat teratas dalam perolehan jumlah penonton pada tahun 2007 - 2025 berdasarkan tahun edar film.



@	Judul	Penonton
1	KKN di Desa Penari	10.061.033
2	Agak Laen	9.125.188
3	Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss! part 1	6.858.616
4	Pengabdi Setan 2: Communion	6.390.970
5	Dilan 1990	6.315.664
6	Miracle in Cell No 7	5.861.067
7	Vina: Sebelum 7 Hari	5.815.945
8	Dilan 1991	5.253.411
9	Sewu Dino	4.891.469
10	Kang Mak: from Pee Mak	4.860.565
11	Ipar Adalah Maut	4.776.565
12	Laskar Pelangi	4.719.453
13	Habibie & Ainun	4.601.249
14	Pengabdi Setan	4.206.103
15	Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss Part 2	4.083.190

Gambar 1. 3 Daftar Film Dengan Perolehan Jumlah Penonton Terbanyak

Sumber : FilmIndonesia

(FilmIndonesia, 2025)

(Diakses Pada Tanggal 7 April 2024, Pukul 21.35 Wib)

Dalam penelitian ini materi penelitian berupa film-film buatan Indonesia atau Film Indonesia yang Dimana Protagonis membawa pesan Nasionalisme yang kuat. Sosok karakter yang diceritakan dan dikemas melalui film sebagai sarana untuk mengedukasi tentang pentingnya mempelajari sejarah. Di Indonesia, film dianggap sebagai alternatif yang efektif untuk menyampaikan pesan atau memperkenalkan ideologi dan hegemoni kepada penonton. Melalui film, ideologi dan hegemoni dapat dengan mudah disampaikan dan ditanamkan kepada masyarakat umum. Hal ini memungkinkan masyarakat untuk memahami konsep Nasionalisme yang diusung oleh sutradara melalui film yang mereka hasilkan, yang didasarkan pada peristiwa nyata di masa lalu dan peristiwa fiksi yang terjadi di dalam film. (Putra Utama dkk., 2017).

Satu pertanyaan yang dapat peneliti ajukan adalah bagaimana gambaran Nasionalisme dalam Film Komedi Indonesia dapat memperbesar visi penonton melalui apa yang diangkat oleh pembuat film dari latar belakang film tersebut, dengan kata lain bagaimana Film Komedi Indonesia membentuk pemahaman tertentu tentang Nasionalisme.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang penelitian, maka peneliti menetapkan pada suatu fokus penelitian yaitu, bagaimana media massa seperti film yang dalam hal ini adalah Film Komedi Indonesia yaitu Trilogi Film Nagabonar dalam merepresentasikan Nasionalisme. Dan dalam penelitian ini, fokus penelitian tersebut juga akan di analisis menggunakan teori semiotika dari Roland Barthes dengan mengkaji makna secara Denotatif, Konotatif, dan Mitos.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian yang sudah peneliti sebutkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana makna Denotasi Nasionalisme direpresentasikan dalam Film Trilogi Nagabonar?
2. Bagaimana makna Konotasi Nasionalisme direpresentasikan dalam Film Trilogi Nagabonar?
3. Bagaimana makna Mitos Nasionalisme direpresentasikan dalam Film Trilogi Nagabonar?

4. Bagaimana nilai-nilai Nasionalisme yang direpresentasikan dalam Film Trilogi Nagabonar?
5. Bagaimana dimensi Nasionalisme yang direpresentasikan dalam Film Trilogi Nagabonar?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah disebutkan sebelumnya, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui makna Denotasi Nasionalisme direpresentasikan dalam Film Trilogi Nagabonar.
2. Untuk mengetahui makna Konotasi Nasionalisme direpresentasikan dalam Film Trilogi Nagabonar.
3. Untuk mengetahui makna Mitos Nasionalisme direpresentasikan dalam Film Trilogi Nagabonar.
4. Untuk mengetahui perbandingan nilai-nilai Nasionalisme yang direpresentasikan dalam Film Trilogi Nagabonar.
5. Untuk mengetahui dimensi Nasionalisme yang direpresentasikan dalam Film Trilogi Nagabonar.

1.5 Manfaat dan Kegunaan Penelitian

Terdapat dua jenis manfaat dan kegunaan dalam penelitian ini, yaitu :

1.5.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan mampu untuk dapat bermanfaat bagi kajian Ilmu Komunikasi dan dapat dijadikan sebagai informasi dan referensi ilmiah bagi penelitian selanjutnya pada bidang Ilmu Komunikasi, yang secara khusus melakukan penelitian analisis semiotika yang terkandung dalam film dengan menggunakan analisis dari Roland Barthes dan memberikan wawasan tentang representasi Nasionalisme yang terkandung dalam film.

1.5.2 Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dan menambah wawasan juga pengetahuan dalam berpikir melalui analisis semiotika, selain itu hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan juga referensi kepada mahasiswa juga masyarakat mengenai

bagaimana Nasionalisme direpresentasikan dalam Film Komedi Indonesia dengan menerapkan pendekatan semiotika Roland Barthes, memberikan komparasi bagaimana Nasionalisme direpresentasikan dalam beberapa film, dan bagaimana pembuat Film Indonesia merepresentasikan Nasionalisme dalam film mereka.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Peneliti akan melakukan penelitian Representasi Nasionalisme Dalam Film Komedi Indonesia Pada Film Trilogi Nagabonar di Universitas Telkom, Bandung, Jawa Barat. Tepatnya di Jl. Telekomunikasi No.1, Terusan Buah Batu. Sebagai sumber utama dalam menyusun penelitian ini, peneliti menerapkan berbagai sumber seperti Buku, Jurnal Online, Artikel Online, Skripsi terdahulu, dan Jurnal Ilmiah.

1.6.2 Waktu Penelitian

Dalam menentukan waktu dan periode penelitian, peneliti mulai melakukan penelitian ini sejak bulan Desember 2023.

No.	Kegiatan	Periode Desember 2023 – Januari 2025													
		Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agus	Sept	Okt	Nov	Des	Jan
1.	Diskusi Tema	■													
2.	Pengerjaan Bab 1	■	■	■	■	■	■	■							
3.	Pengerjaan Bab 2						■	■	■	■					
4.	Pengerjaan Bab 3									■	■	■	■	■	

No.	Kegiatan	Periode Desember 2023 – Januari 2025													
		Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agus	Sept	Okt	Nov	Des	Jan
5.	Seminar Proposal Skripsi														
6.	Revisi Seminar Proposal														
7.	Pengerjaan Bab 4														
8.	Pengerjaan Bab 5														
9	Sidang Skripsi														

Tabel 1. 1 Waktu Dan Periode Penelitian

(Sumber : Olahan Peneliti, 2023)