

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Film sebagai media komunikasi massa memiliki fungsi untuk dapat menyampaikan pesan informasi, edukasi, dan *entertaint* (hiburan) melalui cerita dan gambaran yang disajikan kepada khalayak (penonton). Film memiliki daya tarik yang berbeda dari media komunikasi massa lain, karena film sebagai media massa tak hanya memiliki esensi hiburan semata, tetapi film juga dapat mempengaruhi imajinasi khalayak/ masyarakat. Tidak jauh berbeda dengan berita, novel, program televisi dan jenis media komunikasi massa lainnya, film juga memiliki kepentingan ekonomi-politik yang mana, pemilik media memiliki kepentingan dan kekuasaan dalam menentukan arah cerita film tersebut.

Film merupakan gambar yang bergerak atau sering disebut *Movie* yang mempunyai sisi alur cerita yang kuat. Film juga memiliki kaedah sinematografi dan dibantu dengan pencahayaan sehingga bisa dijadikan objek menjadi bernyawa. Menurut Wibowo, dkk, film adalah :

Menurut Wibowo dkk (dalam Rizal, 2014: 1), film adalah alat untuk menyampaikan berbagai pesan kepada khalayak melalui sebuah media cerita. Film juga merupakan medium ekspresi artistic sebagai sesuatu alat bagi para seniman dan insan perfilman dalam rangka mengutarakan gagasan-gagasan dalam ide cerita.

secara esensial dan substansial film memiliki power yang akan berimplikasi terhadap komunikasi masyarakat.

Dalam perkembangannya, film pun memiliki berbagai *genre* seperti: drama, *action*, komedi, *thriller*, *horor*, misteri, *sci-fi*, dan sebagainya. Di industri perfilman dunia (global) *Hollywood* masih menjadi pasar tertinggi dalam dunia perfilman. Maraknya distribusi film *Hollywood*, membuat seluruh masyarakat global menunggu kedatangan film-film terbaru setiap tahunnya. Berbagai film *Hollywood* yang sukses dan membanjiri pasar global, juga mampu membuat film yang bukan hanya dapat menghibur khalayak secara efektif tapi juga dapat mempengaruhi kognisi penonton.

Dalam film realitas yang sering muncul belum tentu realitas yang sesungguhnya, karena kejadian yang digambarkan dalam film belum tentu nyata atau sering disebut fiksi. Film sering mengangkat masalah perbedaan gender, ataupun diskriminasi gender. Seperti halnya kehidupan perempuan pada umumnya dikonstruksikan dalam film sebagai pendamping laki-laki yang selalu menuruti kehendak laki-laki dan selalu menjadi pemanis atau pemeran tambahan. Perempuan sedemikian rupa untuk menarik perhatian penonton entah dari segi seksualitasnya maupun kelemahannya (Prabosmoro, 2006:36). Dalam film citra perempuan masuk sebagai pelengkap saja, karena perempuan digambarkan sebagai sosok lemah lembut, penyayang, cengeng dan sebagainya.

Dengan berkembangnya zaman, peran perempuan dalam film telah berubah, maraknya industri perfilman dunia telah menciptakan sosok *hero* yang di konstruksikan oleh perempuan, pada umumnya perempuan sering digambarkan sebagai sosok lemah lembut, cengeng, penyayang dan sebagainya.

Di industri perfilman *Hollywood*, tokoh *hero* perempuan sudah ada dalam film laga sejak awal tahun 1970-an. *Hero* perempuan pada masa itu masih tampil dengan stereotype-stereotype atribut seksualitas (Adi, 2008: 120). Namun, dengan pesatnya pergeseran zaman, sosok *hero* perempuan telah berubah. Pada tahun 1990-an *hero* perempuan digambarkan sebagai pribadi yang lebih aktif dan tidak lagi dianggap sebagai objek seks lagi, perempuan dipandang memiliki kemampuan sama dengan laki-laki. *Hero* perempuan digambarkan sebagai sosok kuat, berani, tangguh, setara dengan laki-laki dan bisa mengalahkan laki-laki.

*Hero* perempuan dalam film dikisahkan dengan pribadi yang berani, menolong yang lemah dan rela berkorban untuk kepentingan orang lain. Tidak hanya itu, *hero* perempuan ditampilkan dengan wajah cantik juga rupawan. Namun *hero* perempuan didalam film dikonstruksikan sebagai sosok pribadi yang maskulin, dengan karakter kuat, gagah, berani, dan jauh dari sifat-sifat feminin. Film *hero* perempuan tahun 1990an lebih memperlihatkan perempuan dengan simbol kekuatan dan menggunakan atribut-atribut yang pada umumnya digunakan oleh laki-laki. Hal ini dapat dilihat, bahwa media

mengeksploitasi perempuan dan masih menganggap bahwa perempuan masih berada dibawah laki-laki, karena untuk menjadi seorang *hero*, perempuan harus menggunakan atribut-atribut laki-laki dengan karakter maskulin.

Seperti halnya film *The Hunger Games* adalah film *hero* perempuan yang tidak mengedepankan perempuan sebagai obyek seks. Film yang di rilis pada tahun 2012 ini, mengisahkan tentang tokoh perempuan yang berjuang dan mengorbankan dirinya demi masyarakat. Film ini merupakan film *Hollywood* dengan jenis *science-fiction/Fantasi* yang disutradarai oleh Gary Ross. Film ini pun berawal dari novel yang juga berjudul (*The Hunger Games*) karangan Suzanne Collin. Film ini menceritakan sosok perempuan bernama Katniss Everdeen yang digambarkan sebagai *hero* petualang yang atletis, kuat, pintar dan berani. Disuatu adegannya, Katniss memiliki kemampuan seperti laki-laki dan ia pun bisa mengalahkan laki-laki. *Hero* perempuan dalam film ini digambarkan layaknya seperti laki-laki baik dari penampilannya, fisik maupun atribut-atribut yang dikenakan. Tidak hanya film *The Hunger Games* yang menggambarkan *hero* perempuan kuat, berani dan pintar, kita bisa menemukannya di film-film *Hollywood* lainnya seperti film *Divergent*, *Insurgent*, *Messenger Of Joan Of Arce Of*, *Mad Max Fury* dan sebagainya. Beberapa film itupun telah sukses membanjiri pasar global pada masanya.

Dengan berkembangnya waktu, Maraknya *hero* Perempuan bermunculan di industri perfilman dunia (*global*), seperti yang diungkapkan oleh Adi bahwa *hero* perempuan sudah ada pada tahun 1970an, dan beberapa *Production House Hollywood* terus menciptakan *hero-hero* yang terbaru hingga saat ini. Berdasarkan data yang peneliti olah, bahwa pada tahun 1970 – 1990 *hero* perempuan dalam perfilman *Hollywood* telah memasuki pasar dunia (*global*). Pada masa itu baru beberapa film yang telah diproduksi oleh *Hollywood* seperti film *Bat women*, *Wonder Women*, *Star Wars*, *Coffy* dan sebagainya. Sehingga film-film *hero* perempuan pada masa itu, masih direpresentasikan sebagai obyek seks dengan gambaran seksualitas.

Dengan berkembangnya waktu bahwa film *hero* perempuan pada tahun 1990 – 2000 telah berubah, karena *hero* perempuan pada masa itu cenderung memperlihatkan simbol-simbol kekuatan yang dimiliki oleh sang *hero* perempuan dan hanya sedikit bahwa perempuan digambarkan sebagai obyek seks. Bisa kita lihat pada beberapa film *hero* perempuan ini yakni film *The Matrix*, *G.I Jane*, *Blue Steel*, dan beberapa film sebagainya.

Pada tahun 2000 – 2010 *Hollywood* telah banyak memproduksi film-film tentang *hero* perempuan dengan berbeda-beda karakter seperti halnya film *Tomb Rider*, *Underworld*, *Charlie's Angels*, *Cat Women*, *X-Man* dan sebagainya. Hingga pada tahun 2010 – 2016 bahwa *hero* perempuan dalam film *Hollywood* terus bermunculan sehingga mendunia (*global*), seperti film *The Avengers*, *Iron Man*, *Divergent*, *Lucy* dan sebagainya. Dengan

berkembangnya waktu, bahwa pada tahun 1970 – 2016 *Hollywood* telah memproduksi berbagai karakter *hero* perempuan dan *Hollywood* pun sebagai pendorong pencipta *hero-hero* laki-laki mau pun perempuan di dunia (global),

Tokoh *hero* dalam film memiliki karakter yang jauh berbeda dari manusia pada umumnya. Karakter yang dimiliki tokoh *hero* dalam film diantaranya kuat, berani, bertanggung jawab, membela kebenaran, menolong orang yang lemah dan mengorbankan dirinya demi kepentingan orang lain. *Hero* perempuan pun selalu digambarkan sebagai seorang petualang yang melewati segala permasalahan di setiap adengannya, dan pada akhirnya menjadi sang penyelamat. Menurut Campbell bahwa :

Seorang *hero* melangkah dari dunia kehidupan sehari-harinya menuju suatu wilayah keajaiban supranatural, yaitu kekuatan-kekuatan yang luar biasa yang harus dihadapi dan harus dimenangkan. Kemudian sang *hero* kembali dari petualangan misterius ini dengan kekuatan barunya untuk memberkahi orang-orang di sekelilingnya (Adi, 2008 : 156).

Film *The Hunger Games* menggambarkan perempuan seolah-olah kuat dan bisa menjadi pemimpin. Film *The Hunger Games* bisa menghipnotis khalayak dengan alur cerita, pengadegan maupun melalui gambar sinematografi. Film ini telah mendapatkan berbagai penghargaan dan nominasi di ajang bergengsi Amerika seperti *MTV Movie Awards* (2012) film ini mendapatkan beberapa penghargaan *Best Movie OF The Year, Best Male Performance, Best Fight, Best On Screen Transformations, Best Cast, Breakthrough Performance dan Best Hero*. Masih banyak lagi penghargaan

untuk film ini seperti *Kerrang Awards* (2012) sebagai *Best Film*, *Cinemacon Awards* (2012) *Breakthrough Performer Of The Year*, *NewNowNext Awards* (2012) *Next Mega Star*, *Teen Choice Awards* (2012) *Choice Movie Sci-Fi/Fantasy*, *Choice Movie Actor : Sci-Fi/Fantasy*, *Choice Movie Actrees : Sci-Fi/Fantasi*. Tidak hanya penghargaan yang diraih, film *The Hunger Games* pun berhasil meraup pendapatan sebesar \$152,5 juta di *Hollywood*, dan juga telah memecahkan rekor sebagai film nonsekuel terlaris di pekan perdana pemutarannya.

Film *The Hunger Games* pada tahun ini (2016) terdapat empat film dengan judul berbeda-beda yakni, *The Hunger Games Catching Fire* (2013), *The Hunger Games Mockingjay Part1* (2014) dan *The Hunger Games Mockingjay Part2* (2015). Film-film ini pun telah mendapatkan berbagai penghargaan dan nominasi di ajang bergengsi *Hollywood*, film-film ini berbeda dengan film sebelumnya *The Hunger Games* (2012), karena film-film ini lebih menceritakan Katniss dan Peeta, sehingga lebih menonjolkan adegan drama dari pada karakter Pahlawannya. Hal ini tentunya berbeda dengan film *The Hunger Games* (2012), karena film ini lebih mengedepankan sosok *hero* yang dikarakterkan kepada Katniss Everdeen.

Namun dalam film *The Hunger Games*, sosok *hero* perempuan sebagai pemeran utama ditampilkan berdampingan dengan tokoh laki-laki, sehingga masih membutuhkan bantuan laki-laki atas menjalankan misinya. Terlihat bahwa peran perempuan masih ditampilkan media sebagai sosok yang lemah,

sehingga media masih memandang bahwa laki-laki adalah sebagai sumber kekuatan dibandingkan perempuan. Feminin dan maskulin yang terbentuk secara budaya, didebatkan, dipetakan dalam perbedaan biologis antar perempuan dan laki-laki yang membuat perbedaan peran gender ini tampak sebagai bagian dari sifat biologis 'alamiah' laki-laki dan perempuan dan bukan sebagai konstruksi budaya. (Millet, Rowbotham dlm Hollows 2010: 14) Hal itu terlihat bahwa perempuan masih ditampilkan sebagai makhluk yang lemah, lembut, meskipun dirinya telah di-konstruksikan sebagai pahlawan. Menurut Mulvey, perempuan perempuan hanya berfungsi sebagai obyek narasi dan menandakan kepasifan, sedangkan laki-laki adalah subyek aktif narasi (2010: 64).

Alasan Peneliti meneliti film *The Hunger Games, Pertama*, peneliti ingin melanjutkan penelitian yang sebelumnya, yang meneliti film tersebut dengan analisis semiotika. *Kedua*, film tersebut telah mendapatkan berbagai macam nominasi maupun penghargaan, khususnya dan film ini dikategorikan sebagai nominasi *Best Hero MTV Movie Awards* pada tahun 2012. *Ketiga*, Peneliti melihat bahwa media masih mengeksploitasi perempuan sebagai sosok yang lemah, tidak berpendirian, sehingga perempuan digambarkan seperti laki-laki dan harus memakai atribut laki-laki bila memerankan tokoh *hero*. *Kempat*, bahwa film bertajuk superhero masih menjadi pilihan favorit di mata penonton sehingga penelitian mengenai *hero* perempuan masih layak untuk diteliti.

Penelitian ini menggunakan analisis penerimaan penonton karena, Peneliti ingin melihat bagaimana interpretasi khalayak yang berbeda-beda memaknai sebuah teks terhadap film *The Hunger Games*, dalam penelitian ini khalayak berperan aktif dalam penyampaian pesan oleh media. Berdasarkan pentingnya pemaknaan sebuah pesan media, maka peneliti berfokus kepada khalayak, studi khalayak menepatkan pengalaman khalayak sebagai pusat penelitian (Stokes, 2006: 148). Hal ini bisa dilihat bagaimana pesan media diterima oleh khalayak dan bagaimana hal ini bisa dipahami terkait pengaruh media, efek media serta dampak media. Dan bila khalayak memaknai serta menerima suatu pesan media, khalayak akan dipengaruhi oleh bermacam-macam faktor baik itu lingkungan, pendidikan, pekerjaan maupun sosial budayanya. Sesuai dengan latar belakang sosial serta pengalaman mereka masing-masing.

Peneliti menggunakan *analisis resepsi* model Stuart Hall. karena analisis resepsi suatu metode yang menyampaikan bahwa teks dan penerima merupakan hal yang tidak pernah terpisahkan. Menurut Stuart Hall penelitian resepsi analisis memfokuskan perhatian individu dalam proses komunikasi massa dalam *decoding* yaitu pada proses pemaknaan dan pemahaman dalam atas teks media, dan bagaimana individu untuk menginterpretasikan isi media (Baran, 2003: 269-270).

Dalam analisis resepsi menjelaskan bahwa *encoding* dan *decoding* melekat dengan pembaca, karena pembaca sebagai korban dan pemilik hak

dalam media. Media memiliki pesan yang dikodekan ulang, khalayak pun akan menerimanya dan pesan yang diterima mempunyai bermacam efek terhadap khalayak. Menurut Stuart Hall ada tiga kategori yang telah melalui *encode* dan *decode* dalam sebuah pesan, yakni *Dominan - Hegemonic Position, Negotiated Position, dan Optional Position* (Hall, 2003: 15).

Dalam penelitian mengenai *reception analysis*, penonton mampu memaknai dan menerima setiap adegan, gambar, dan teks dari film *The Hunger Games*. Dalam penelitian ini, peneliti memilih gerakan perempuan Nasyyiatul Aisyiyah (NA) Kota Yogyakarta dan Komunitas Nonton Yk untuk mengetahui bagaimana penerimaan khalayak terhadap sosok *hero* perempuan dalam film *The Hunger Games*.

Peneliti memilih Nasyyiatul Aisyiyah (NA) Kota Yogyakarta dikarenakan, *Pertama*, NA merupakan gerakan perempuan, *Kedua*, NA sudah berdiri sejak tahun 1931 dan masih aktif hingga kini. *Ketiga*, sesuai dengan misi NA nomor dua bahwa gerakan perempuan NA bertujuan untuk melaksanakan pencerahan dan pemberdayaan perempuan menuju masyarakat yang menjunjung tinggi harkat, martabat dan nilai-nilai kemanusiaan sesuai ajaran islam. Nasyyiatul Aisyiyah pun tidak hanya bergerak dibidang keperempuanan juga dibidang kemasyarakatan dan keagamaan. NA pun memiliki strategi untuk meningkatkan efektivitas peran NA dalam mengambil kebijakan publik yang sensitive gender, dan juga meningkatkan sensitivitas gender di Nasyyiatul Aisyiyah .(diakses

<http://www.muhammadiyah.or.id/content-89-det-na.html> pada tanggal 19 Desember 2016 pukul 21.00 WIB). Dengan hal tersebut, NA memiliki ketertarikan untuk peneliti jadikan sebagai informan dalam penelitian ini, sehingga peneliti ingin mengetahui bagaimana NA memaknai pesan yang di produksi oleh film *The Hunger Games*.

Alasan peneliti memilih Komunitas Nonton YK dikarenakan Nonton Yk merupakan komunitas kaula muda yang mengemari film lokal maupun internasional. Komunitas ini berdiri pada tahun 2015, dalam dua tahun kebelakang Nonton Yk telah melakukan 24 kali menonton bareng dan membooking satu studio bioskop 4 kali untuk nonton bareng.

Komunitas ini telah berkerja sama dengan beberapa media dan *Production House*, dengan prestasinya komunitas ini telah diliput diberbagai media lokal dan nasional. Nonton YK telah menjadi inisiator komunitas nonton yang lainnya seperti Nonton CRB, Nonton JKT, Nonton SUB. Dengan berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas peneliti tertarik untuk meneliti **“ANALISIS PENERIMAAN PENONTON TERHADAP SOSOK HERO PEREMPUAN DALAM FILM THE HUNGER GAMES”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka perumusan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana penerimaan penonton terhadap sosok *hero*

perempuan dalam Film *The Hunger Games* yang dilihat dari anggota Nasyiatul Aisyiyah Kota Yogyakarta dan Komunitas Nonton YK?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan meneliti penerimaan penonton terhadap sosok *hero* perempuan dalam Film *The Hunger Games*.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### **1. Secara teoritis,**

Penelitian ini diharapkan hasil dari penelitian ini memberikan bantuan pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang penerimaan penonton dan *hero* perempuan di industri perfilman *Hollywood*.

#### **2. Secara praktis,**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi para *filmmaker* dan industri perfilman agar membuat film-film bertema *hero* perempuan yang lebih berkualitas dengan berkembangnya zaman dan membentuk suatu pemahaman bagi khalayak mengenai bagaimana memaknai sebuah teks dalam film mengenai *hero* perempuan dalam film.

### **E. Kerangka Teori**

#### **1. Khalayak dalam Media**

Menurut Stokes (2006: 146) dalam kajian media *Cultural Studies*, istilah khalayak digunakan sebagaimana dalam pengertian sehari-hari, yakni

merujuk pada orang-orang yang menghadiri pertunjukan tertentu, atau menonton sebuah film atau program televisi.

Dalam perkembangannya, khalayak juga dapat diartikan sebagai pendengar, pembaca, bahkan penonton. Khalayak pun bisa diartikan sebagai *audiens* yang berperan aktif terhadap media dalam memaknai pesan-pesan yang diterima / ditangkap oleh *audiens* tersebut.

“Audiens merupakan pencipta aktif makna dalam kaitannya dengan teks. Dalam menafsirkan sebuah teks pembaca membawa kompetensi kultural yang mereka memiliki untuk memaknai teks tersebut. Sehingga audiens yang memiliki kompetensi kultural yang berbeda-beda mereka akan menghasilkan makna yang berbeda pula” (Barker 2009 : 34).

Pesan yang disampaikan media tidak hanya memiliki unsur esensi hiburan semata, karena media mempunyai dampak dalam mempengaruhi *audiens*. Umumnya, media memiliki fungsi untuk dapat menyampaikan pesan informasi, edukasi, dan entertain (hiburan) kepada khalayak, oleh karena itu media dan khalayak tidak bisa tepisahkan. Setiap *audiens*/khalayak memiliki peran aktif dalam memaknai pesan-pesan yang disampaikan melalui media massa. Baik media elektronik (televisi dan radio), media cetak (majalah, koran, buku, dan bulletin), bahkan media *audio-visual* seperti film. Proses penerimaan pesan yang diterima oleh khalayakpun berbeda-beda sesuai dengan perbedaan latar belakang budaya, kelas sosial, pekerjaan, pendidikan, bahkan jender.

Dalam analisis resepsi (penerimaan), khalayak merupakan pencipta aktif makna dalam kaitannya dengan teks. Peran aktif khalayak dalam media dapat dilihat dari proses persepsi yang diinterpretasikan oleh khalayak, dengan bagaimana penggunaan suatu media oleh khalayak, dan peranan persepsi khalayak pada isi pesan yang dikandung media. Menurut Barker, (2000: 34) para perintis studi resepsi atau studi konsumsi menyatakan bahwa apapun yang dilakukan analisis makna tekstual sebagai kritik masih jauh dari kepastian tentang makna yang teridentifikasi yang akan diaktifkan oleh pembaca/audien/konsumen. Seperti perbedaan antara studi khalayak (*cultural studies*) dengan kajian tekstual (*studi film*) dalam table sebagai berikut :

No	Studi Film	Cultural Studies
1	Pemosisian kepenontonan	Membaca khalayak
2	Analisis Tekstual	Metode etnografis
3	Makna sebagai ditentukan oleh produksi	Makna sebagai ditentukan konsumsi
4	Pemirsa pasif	Pemirsa aktif
5	Ketidaksadaran	Kesadaran
6	Pesimistis	Optimistis

**Table 1.1 (Dalam Storey, 1996: 86)**

Dalam kajian *resepsi*, khalayak menginterpretasikan sebuah pesan media melalui tiga posisi yang berbeda-beda, seperti halnya dalam jurnal

Nuraeni (2012: 114), Hall mengungkapkan bahwa khalayak melakukan decoding terhadap pesan media, yang dikelompokkan tiga ranah yakni :

1. Pembaca Hegemoni Dominan adalah yang menerima teks sepenuhnya seperti yang dilakukan oleh pengirim pesan.
2. Pembaca Negosiasi, adalah pembaca yang mengerti akan kode-kode dominan, namun mengadaptasi pembaca dengan kondisi sosial tertentu yang dialami pembaca.
3. Pembaca Oppositional, adalah pembaca yang menghasilkan pengawasannya yang sangat berbeda secara radikal dengan apa yang diinginkan oleh pengirim (Dalam Nuraeni, 2012: 114).

Dalam pengertian diatas, bahwa pembaca bisa diartikan sebagai khalayak/*audiens*. Yang dimaksud tiga posisi yang dijelaskan oleh Stuart Hall adalah setiap khalayak mudah memaknai/menanggapi suatu pesan media, mau itu menerima pesan disampaikan oleh media, menegosiasikan dalam implementasi kehidupan sosial dan menolak pesan yang diproduksi oleh media.

Dalam analisis resepsi khalayak dapat memahami dan menerima apa yang ditangkap melalui teks atau gambaran dalam media. sehingga khlayak dapat aktif dalam melakukan proses interpretasi pesan melalui teks-teks dalam media. Selain itu, dalam studi khalayak kita bisa menunjukkan apa yang diterima khalayak dalam media, apa yang khalayak sukai dalam media dan apa saja yang tidak disukai oleh khalayak dalam media beserta alasannya. Hal ini tergantung dalam interpretasi berbeda-beda oleh khlayak dalam media.

## 2. Hollywood sebagai sebuah Industri Budaya

Film merupakan media massa yang berjenis *audio-visual* dan memiliki pesan-pesan yang dapat disampaikan kepada khalayak. Menurut Ardianto, Komala dan Karlina (2007: 143) Film adalah gambar bergerak yakni bentuk dominan dari komunikasi massa visual di belahan dunia, lebih dari ratusan juta orang menonton film bioskop, film festival, dan film video laser setiap minggunya. Sementara itu menurut Toni (2015: 42), film merupakan salah satu dari media massa, film berperan sebagai sarana komunikasi yang digunakan untuk penyebaran hiburan, menyajikan cerita, peristiwa, musik, drama dan sajian teknis lainnya kepada masyarakat.

Dalam perkembangannya, film telah menjadi budaya populer di kehidupan masyarakat. Film tidak lagi dijadikan sebagai media hiburan, tetapi film juga memiliki unsur refleksi untuk kehidupan sosial. Seperti halnya yang dijelaskan Patten dalam Payne (dalam Jurnal Basbhet 2011: 185), film pertama kali digunakan hanya sebagai sebuah media, baru kemudian sebagai sebuah seni, pada awalnya dimulai pada akhir abad 19, dan memiliki refleksi yang tidak banyak dari 30 tahun awal perjalanan eksistensinya.

Film pun memiliki daya tarik yang berbeda dibandingkan dengan media komunikasi massa lainnya (radio, majalah, koran dan sebagainya), karena film sebagai media massa tidak hanya memiliki esensi hiburan semata, tetapi film juga dapat mempengaruhi imajinasi khalayak/masyarakat. Karena film bisa mengubah nilai baik hingga menjadi nilai buruk terhadap suatu

kejadian yang disuguhkan oleh film. Tak heran bahwa film mempunyai daya tarik yang kuat bagi khalayak/audien, sehingga terdapat tempat tersendiri dalam masyarakat. Film mempunyai pesan tersendiri yang akan disampaikan oleh pembuatnya (*filmmaker*), seperti pesan moral, kemanusiaan, politik dan lainnya kepada khalayak/audiens. Makna yang diterima khalayak pastinya akan berbeda, tergantung khalayak memaknai suatu pesan yang disampaikan oleh film.

Perkembangan perfilman dunia (global) sangat pesat, dari gambar yang hanya berkualitas hitam putih seperti halnya Film *Charlie Chaplin* hingga film berteknologi efek tinggi seperti film Amerika yakni *The Avengers*. Industri film telah mewabah di distrik *Hollywood*. *Hollywood* telah berkembang menjadi industri perfilman hingga tak terkalahkan oleh negara lainnya. Terdapat sekitar 30.000 bioskop yang berada di Amerika Serikat. Gabungan antara studio-studio besar dan independen menghasilkan sekitar 400 film pertahunnya (Biagi, 2010: 12)

“Kesuksesan film-film Amerika sebagai produk budaya populer yang paling diminati tidak hanya di Amerika, tetapi juga di seluruh dunia, merupakan di kolaborasi berbagai aspek. Dari sisi industri, Hollywood merupakan pusat industri perfilman terbesar dengan jaringan distribusi yang terbesar hampir di seluruh dunia” (Adi, 2008: xiv-xv).

Masyarakat global selalu menanti film-film terbaru yang diproduksi *Hollywood*, Hingga beberapa rumah produksi terkenal di *Hollywood* berhasil memanjakan penonton dengan film-filmnya yang membanjiri pasar dunia

seperti yang diproduksi oleh *Production House* (PH) ternama, diantaranya: *DC*, *Walt Disney*, *Sony Picture*, *Universal Picture*, *Colombia Picture*, *20<sup>th</sup> Century Fox*, *Warner Bros* dan rumah produksi ternama lainnya. Berbagai macam genre-jenre film yang diproduksi *Hollywood* seperti drama, *horor*, komedi, *science-fiction*, biografi, *action*, *thriller*, dan sebagainya.

Pada tahun 2016, *Hollywood* telah mengeluarkan beberapa film laga/*hero* dan hingga menjadikan peringkat pertama di industri perfilman dunia seperti film *Batman Vs Superman*, *Tarzan*, *Independence Day*, *X-Man: Apocalypse*, *Captain America: Civil Wars*, *Deadpool*, *Warcraft*, *Assassin's Creed*, *The Purge*, *The Finest Hours* *Warcraft*, *Undeworld: Nex Generation*, *The 5<sup>th</sup> Wave*, *The Huntsman*, dan sebagainya, dalam satu tahun *Hollywood* pada tahun 2016 meluncurkan 163 film dan sepuluh diantaranya film laga/*hero*, sehingga film-film tersebut dinanti-nanti di berbagai penjuru dunia.

### **3. Hero Perempuan**

Berdasarkan teori yang dipeberikan di atas, dapat diketahui perfilman *Hollywood* selalu aktif mengeluarkan film-film bertema *superhero*. Dengan berkembangnya waktu, sosok *hero* telah bermunculan di industri perfilman *Hollywood* terus menciptakan *hero-hero* yang dikonstruksikan dalam film, sehingga dinamai Amerika *superhero*.

Peran *hero* selalu digambarkan dengan tubuh berotot/atletis, seperti halnya yang dikemukakan sama Adi (2008: 104) bahwa simbol *hero* dalam

film *Hollywood* direpresentasikan melalui tokoh protagonis sebagai sosok kuat dengan tubuh berotot karena sosok *hero* harus melakukan tindakan-tindakan berani dan berbahaya untuk melindungi yang lemah. Hal ini seakan-akan bahwa seorang *hero* harus memiliki tubuh yang ideal dan kuat untuk bisa dikategorikan sebagai *hero*.

Pahlawan yang kerap kali disebut dengan *hero* memiliki suatu kepribadian misterius didalam kehidupannya. Sosok *hero* dikonstruksikan memiliki sifat yang kuat, berani, tangguh, cerdas, bertanggung jawab, mengorbankan dirinya demi kepentingan orang lain dan sebagainya. seperti halnya menurut Clark bahwasanya seorang pahlawan/*hero* itu memiliki beberapa kriteria, yakni :

1. Mereka yang berangkat dari luar panggilan kewajiban.
2. Mereka yang bertindak bijaksana dalam tekanan.
3. Mereka yang mempertaruhkan nyawa, nasib baik atau reputasi mereka.
4. Mereka yang mempertjuangkan maksud baik.
5. Mereka yang melayani sebagai panggilan untuk diri kita yang lebih tinggi (Clark, 2001:26).

Dari penjelasan di atas bahwa pahlawan/*hero* bertindak dengan kesadaran dirinya sendiri tanpa ada perintah dari orang lain atau orang yang menjadi atasan mereka. Di dalam kehidupan seorang *hero* pun diperlihatkan sebagai petualang yang memiliki misi untuk meluruskan suatu permasalahan dan ia bisa membenahinya. Dalam industri perfilman dunia (global), tokoh *hero* identik digambarkan dengan laki-laki, karena media mengkonstruksikan

laki-laki memiliki kepribadian yang kuat, berani, tangguh dan sebagainya. Tokoh *hero* dalam film sudah ada sejak tahun 70-an hingga sekarang.

Pada umumnya, peran perempuan dalam film digambarkan sebagai pribadi lemah, lembut, rendah diri dan emosional, hingga tidak jarang perempuan dalam media dijadikan sebagai obyek seks. Hal ini membuat perempuan tertindas dalam industri perfilman. Thornham menjelaskan (dalam Gamble, 2004: 8), bahwa perempuan ditindas dalam *industri* film (mereka menjadi resepsionis, sekretaris, gadis pekerjaan sambilan, gadis-gadis yang disokong, dll.). Mereka ditindas dengan diperankan sebagai citra-citra (objek seks, korban atau perempuan penggoda laki-laki). Rosen berpendapat bahwa :

“Film ‘merefleksikan perubahan citra masyarakat perempuan’ dan juga penampilan citra perempuan yang tradisional: ‘*Cinema Women* (perempuan dalam sinema) adalah *Popcorn Venus* (pemanis), hibrid distorsi budaya yang menyenangkan tetapi tidak bustensial” (Dalam Hollow, 2010: 55).

Peran perempuan dalam media terlihat tertidas karena perempuan selalu dibawah kesetarannya dari laki-laki, meski pun ada perempuan ditampilkan seperti laki-laki tapi perempuan tidak bisa melebihi laki-laki dan di atas laki-laki. Di dalam film penokohan laki-laki digambarkan sebagai simbol yang aktif dan perempuan merupakan tokoh yang pasif. Film memperlihatkan bahwa keberadaan perempuan merupakan bagian dari laki-laki (Santoso, 2011: 53). Sehingga di dalam film tokoh perempuan muncul

tidak menjadi dirinya sendiri, tapi perempuan selalu cenderung berkaitan erat dengan tokoh laki-laki.

Dengan berkembangnya zaman peran perempuan telah berubah terlihat dalam industri perfilman *Hollywood*, munculnya berbagai karakter *hero* yang digambarkan oleh perempuan yang memiliki kekuatan, keberanian, kecerdas, dan sebagainya. Pada tahun 70-an, *hero* perempuan dalam industri perfilman *Hollywood* telah muncul, tapi masih dijadikan obyek seks seperti memakai atribut-atribut seksi, dengan menggunakan pakaian seksi, dan memperlihatkan likak-likuk tubuhnya yang menonjol. *Hero* perempuan pada masa itu masih tampil dengan stereotipe-stereotipe atribut seksualitas. Pada tahun 90-an peran *hero* perempuan telah berubah, karena peran *hero* perempuan tidak dijadikan sebagai obyek seks lagi.

“Di tahun 1990-an muncul tendensi menjauhkan tokoh hero perempuan dari repretasi stereotype perempuan dalam film-film laga amerika. Dalam kaitan ini, perempuan digambarkan sebagai pribadi yang lebih aktif dan tidak lagi diamggap sebagai obyek seks. Perempuan dipandang sebagai individu yang memiliki kemampuan sama dengan laki-laki. Walaupun figure perempuan ditampilkan sebagai pendamping tokoh hero laki-laki, tetapi penggambaranya lebih independen dan memiliki inisiatif. Pencitraan perempuan seperti ini sejalan dengan perkembangan di masyarakat tentang tuntutan kesetaraan gender” (Adi, 2008: 120).

Dengan berkembangnya zaman, peran perempuan sudah berubah di industri perfilman dunia (global), kini perempuan diperankan sebagai sosok yang kuat, tangguh, tegas, dan berwibawa, dan tidak dipandang sebagai obyek

seks lagi. Sosok *hero* perempuan pun digambarkan sebagai pribadi kuat, berani, pintar dan cantik juga rupawan. Namun, perempuan dalam media/film selalu dijadikan sebagai pendamping tokoh *hero* laki-laki, hal ini dapat dilihat perempuan tidak bisa melindungi dirinya sendiri dan masih berada di belakang *hero* laki-laki lain dalam menyelesaikan sebuah misi/permasalahan. *Hero* perempuan tidak bisa menjalankan misi dengan sendiri, disetiap pengadegannya ada seorang laki-laki selalu bersamanya.

Begitupun film *Hollywood* yang mengangkat isu *hero* perempuan seperti halnya Film *The Hunger Games*, masih mengkontruksikan perempuan sebagai makhluk yang berada dibawah laki-laki, terbukti dari beberapa adegannya, bahwa seorang *hero* yang mewakili distrik 12 bernama Katniss yang masih memerlukan bantuan teman laki-laknya yang mewakili distrik yang sama. Perempuan dalam media memang sudah tidak dijadikan obyek seks lagi, namun perempuan masih dipandang sebagai makhluk yang berada dibawah laki-laki, dan perempuan dalam media pun masih harus dilindungi oleh laki-laki.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Metode atau pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini bersifat penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian

yang bertujuan untuk memahami fenomena sosial tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian contohnya perilaku, tanggapan, tindakan dan lain-lainnya. Penelitian kualitatif melibatkan penggunaan dan pengumpulan berbagai bahan empiris, seperti studi kasus, pengalaman pribadi, inspeksi, riwayat hidup, wawancara, pengamatan, teks sejarah, interaksional visual: yang menggambarkan momen rutin dan problematis, serta maknanya dalam kehidupan individual dan kolektif (Denzin dan Lincoln dlm Pujileksono, 2015:36).

Jenis penelitian ini berhubungan dengan makna dan penafsiran. Pendekatan-pendekatan penafsiran diturunkan dari kajian-kajian sastra dan hermeneutika, dan berkepentingan dengan evaluasi kritis terhadap teks-teks (Stokes, 2003: xi). Penelitian ini mengedepankan suatu makna dari setiap tindakan-tindakan sosial atau setiap pernyataan yang dikemukakan dalam suatu konteks dimana hal tersebut berada. Alasan mengapa penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, karena penulis ingin mengetahui bagaimana penonton memaknai suatu pesan dalam film *The Hunger games* dengan lebih mendalam dari masing-masing penonton.

## **2. Teknik Pemilihan Informan**

Informan adalah orang yang memberikan informasi kepada peneliti tentang segala hal/peristiwa/fenomena di luar diri informan dan tentang kehidupannya/dirinya (Pujileksono, 2015:10). Beberapa ketentuan

yang harus dimiliki seorang informan yakni, **Pertama**, seorang informan harus memahami objek penelitian dengan baik, **Kedua**, informan bersedia memberikan informasi kepada peneliti dalam melakukan penelitian, **Ketiga** dan informan harus memiliki waktu yang luang untuk menyampaikan informasi kepada peneliti. Dalam penelitian ini, informasi dan data-data diperoleh dari informan kalangan menengah keatas, kalangan tersebut adalah gerakan perempuan Nasyyatul Aisyiyah Kota Yogyakarta dan komunitas Nonton YK yang akan memaknai *hero* perempuan yang ada dalam Film *The Hunger Games*

### **3. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini diantaranya:

#### **a. Focused Group Discussion (FGD)**

FGD merupakan kelompok diskusi terarah mengenai topik yang akan dibahas terkait penelitian. Hal ini adalah salah satu cara terbaik untuk mengetahui pendapat, tanggapan dan gagasan dengan lebih mendalam dari pada sebuah survey. Diskusi kelompok terarah (*Focused Group Discussion*) merupakan diskusi yang dilakukan sekelompok kecil orang yang terorganisasi mengenai topik tertentu (Stokes, 2003:169). Dengan melakukan FGD ini diharapkan peneliti

dapat mengetahui, bagaimana informan meng-interpretasikan sosok *hero* perempuan dalam film *The Hunger Games*.

b. Wawancara Mendalam (*In-depth Interview Guide*)

Wawancara mendalam merupakan salah satu cara untuk berkomunikasi antara dua orang atau lebih dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, sehingga mendapatkan data atau informasi dari informan yang diwawancarai hingga memenuhi data penelitian.

c. Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data ini adalah untuk menambah data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini berupa buku, jurnal, artikel, internet dan sumber lainnya yang berhubungan dengan analisis penerimaan penonton/*resepsi analisis*.

#### **4. Subjek Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini adalah delapan orang yang telah menonton film *The Hunger Games*, karena tema dalam film ini merupakan *hero* perempuan, peneliti mengambil empat orang dari gerakan perempuan Nasyiatul Aisyiyah (NA) Kota Yogyakarta dan empat orang dari komunitas Nonton YK, terlihat bahwa ada pembagian karakteristik seperti ini, karena peneliti ingin mengetahui bagaimana tanggapan gerakan perempuan NA dan komunitas Nonton Yk menanggapi dan menyikapi isu *hero* perempuan dan dalam film *The Hunger Games*.

Peneliti mengambil informan dari gerakan perempuan NA Kota Yogyakarta, karena NA merupakan gerakan perempuan yang mengangkat harkat martabat perempuan. Tidak hanya itu NA pun memiliki tujuan salah satunya, meningkatkan keterampilan para anggota NA dalam membantu menyelesaikan masalah-masalah ekonomi, sosial, dan pendidikan, yang dihadapi perempuan dan meningkatkan efektifitas peran NA dalam pengambilan kebijakan publik yang sensitif jender. Beberapa kriteria tertentu sebagai informan dalam penelitian ini untuk gerakan perempuan Nasyiatul Aisyiyah yakni :

1. Menggemari/menonton film-film lokal/internasional.
2. Maksimal umur 18 - 25 tahun.
3. Kelas sosial dan status ekonomi.
4. Merupakan orang yang aktif dalam keorganisasian di organisasi Nasyiatul Aisyiyah.

Dalam penelitian ini juga memilih informan dari komunitas Nonton YK karena komunitas ini merupakan komunitas kawula muda yang menggemari film-film internasional maupun lokal. Agenda aktifitas mereka adalah menonton dan diskusi, komunitas ini telah melakukan dua puluh empat kali nonton bareng dan empat kali mem-*booking* satu studio bioskop bersama anggota dan penikmat film. Prestasi yang dimiliki komunitas ini, pernah di liput oleh beberapa media lokal dan nasional.

Dalam penelitian ini, peneliti pun membuat beberapa kriteria menjadi informan dalam penelitian ini untuk komunitas Nonton YK adalah:

1. Menggemari film-film *Hollywood*.
2. Maksimal umur 18 – 25 tahun.
3. Kelas sosial dan status ekonomi.
4. Merupakan orang aktif di komunitas Nonton Yk.

Dengan syarat-syarat yang dicantumkan diatas, peneliti dapat mengetahui bagaimana informan/penonton menanggapi, memaknai dan menerima terhadap *hero* perempuan dalam film *The Hunger Games* berdasarkan latar belakang sosial mereka.

## **5. Teknik Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif, yang dimana penelitian kualitatif merupakan cara untuk menghasilkan data-data tertulis atau lisan yang didapat dari orang-orang yang menjadi responden dari penelitian ini. Menurut Bogdan dan Biklen analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milah menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistesisikannya, mencari data dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain (dalam Pujileksono, 2015: 151).

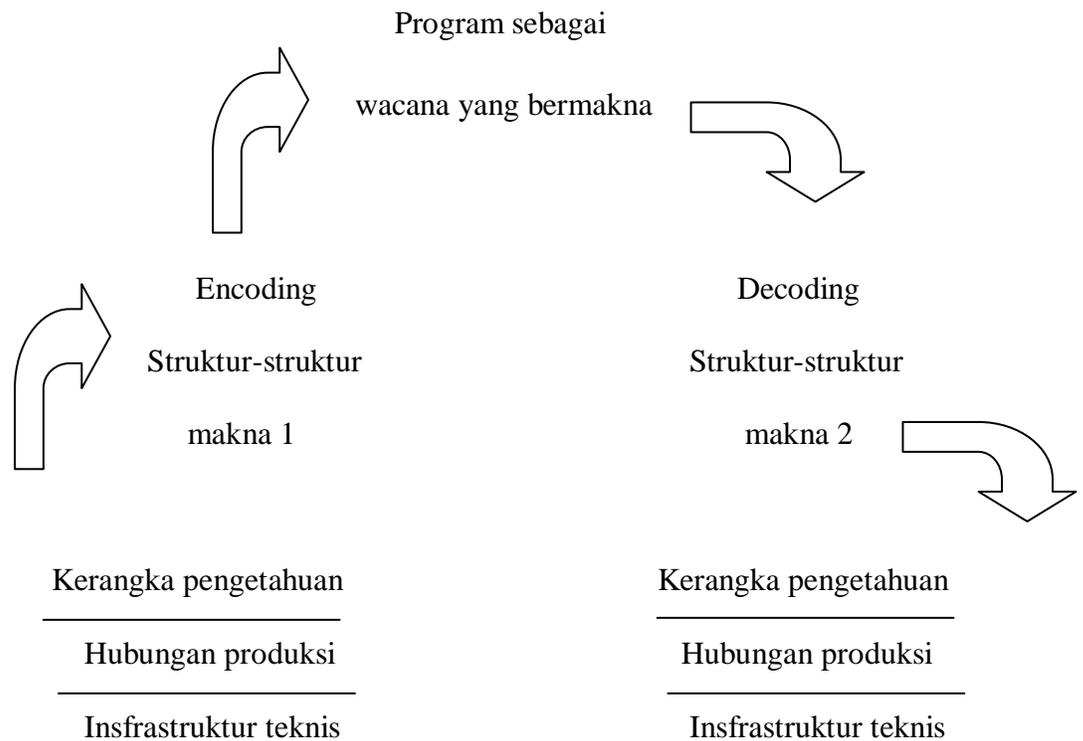
Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *analysis reception* yang dimana metode ini menggunakan subjek manusia sebagai penelitian, jadi manusia yang menjadi responden/informan dalam sebuah penelitian. Dimaksud manusia dalam penelitian ini yakni khalayak penerima pesan media atau pengonsumsi media masa, baik itu media cetak (koran, majalah, jurnal dan sebagainya) dan media elektronik (radio, televisi, film, internet dan sebagainya).

Peran khalayak merupakan hal penting dalam penelitian analisis resepsi, karena menempatkan pengalaman manusia sebagai objek penelitian atas menanggapi dan memaknai pesan-pesan media. Khalayak pun berperan aktif dalam memproduksi makna dalam sebuah tayangan atau tontonan. Dengan mencermati bagian-bagian teks-teks yang diterima, kita akan mampu memahami dampak-dampak, efek dan pengaruh media (Stokes, 2003: 148).

Dalam *reception analysis* bahwa khalayak merupakan pencipta aktif sebuah makna dari suatu tayangan media. Hall berpendapat bahwa proses penyampaian pesan pengirim kepada penerima serta mengirim kembali dan merespon kembali dari penerima kepada pengirim. dengan melakukan dua kegiatan yakni *Encoding* (Suatu proses merubah suatu simbol yang menjadi pesan yang akan disampaikan kepada penerima) dan *Decoding* (proses yang mengertikan suatu simbol yang di kirim oleh

'pengirim' sehingga 'penerima' bisa menerima dan menjadikan sesuatu pemahan).

**Model Encoding-Decoding Stuart Hall :**



**Gambar 1.1 Proses Analisis Data Model Stuart Hall Encoding – Decoding ( Hall, dkk 2011: 217)**

Proses *decoding* dan *encoding* model Stuart Hall ini menghasilkan suatu proses pemaknaan yang bermacam-macam dari suatu taks media. Sehingga makna yang disampaikan oleh khalayak atas penerimaan suatu pesan yakni hal yang tidak pasti. Stuart Hall pun mengkategorikan khalayak

melakukan *decoding* terhadap pesan media terbentuk menjadi tiga ranah yakni

:

1. Hegemoni Dominan: Khalayak/penonton menerima pesan makna sepenuhnya dan menyetujui langsung apa yang disajikan oleh media sehingga tidak ada penolakan atau ketidaksetujuan.
2. Negotiated Position: Khalayak/penonton yang mengkombinasikan pesan-pesan media dengan pengalaman sosial tertentu yang dialami oleh khalayak/penonton.
3. Oppositional Position: Khalayak/penonton menolak secara langsung pesan yang disampaikan oleh media yang berlawanan ketika berbeda yang sudah digambarkan.

Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis yang diperoleh dari pemaknaan informasi melalui FGD dan wawancara mendalam serta data-data pustaka pendukung akan memudahkan penelitian ini. Data yang diperoleh dengan cara mengadakan FGD, wawancara mendalam dan data pustaka, yang akan dikelompokkan berdasarkan tema serta dengan persamaan yang akan dianalisis, diinterpretasikan, disimpulkan dan dikaitkan dengan rumusan masalah serta landasan teori. Dengan perancangan seperti ini penelitian ini akan dapat dimengerti serta dipahami.

## 6. Sistematis Penulisan

Sistematis penulisan skripsi ini terdiri dari empat bab diantaranya adalah **Bab I** pendahuluan dalam penelitian yang berisikan, Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kerangka teori, Metodologi Penelitian serta Sistematis penulisan. **Bab II** berisikan gambaran umum penelitian diantaranya, *Analisis Encoding* Film *The Hunger Games*, deskripsi film *The Hunger Games* beserta sinopsis ceritanya, Profile Gerakan Perempuan Nasyyatul Aisyiyah, Profil Komunitas Nonton YK dan Penelitian Terdahulu. **Bab III** adalah pembahasan mengenai hasil penelitian dari data yang telah didapat dari pengolahan data yang selanjutnya akan dianalisis, bagaimana *Reception Analysis* pada gerakan perempuan Nasyyatul Aisyiyah dan Komunita Nonton YK mengenai *hero* perempuan dalam Film *The Hunger Games*. Pada bab ini semua dianalisis oleh penulis sehingga dapat diambil kesimpulan. **Bab IV** merupakan Bab penutup yang berisi kesimpulan dari penelitian yang dilakukan sehingga penelitian ini terlihat bagaimana tanggapan khalayak tentang *hero* perempuan dalam Film *The Hunger Games* dan beserta saran-saran peneliti.