

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang masalah

Film sebagai salah satu bentuk media massa mempunyai peran penting di dalam sosiokultural, artistik, politik dan dunia ilmiah (Worth dalam Gross, 5 Maret 2000; www.temple.edu diakses pada tanggal 1 Juli 2007). Pemanfaatan film dalam usaha pembelajaran masyarakat ini menarik perhatian orang dan sebagian lagi didasari oleh alasan bahwa film mempunyai kemampuan mengantar pesan secara unik. Perkembangan film akan membawa dampak yang cukup besar dalam perubahan sosial masyarakat. Perubahan tersebut disebabkan oleh semakin bervariasinya proses penyampaian pesan tentang realitas obyektif dan representasi yang ada terhadap realitas tersebut secara simbolik serta sebuah kondisi yang memungkinkan khalayak untuk memahami dan menginterpretasikan pesan secara berbeda. Film sebagai salah satu jenis media massa menjadi sebuah saluran bagi berbagai macam ide, gagasan, konsep serta dapat memunculkan efek yang beragam dari penayangannya yang akhirnya mengarah pada pengaruh pada masyarakat. Film sebagai bagian dari media massa dalam kajian komunikasi massa modern dinilai memiliki pengaruh pada khalayaknya. Munculnya pengaruh itu sesungguhnya sebuah kemungkinan yang sangat tergantung pada proses negosiasi makna oleh khalayak terhadap pesan dari film itu dan mengacu pada keberhasilan khalayak dalam proses negosiasi makna dari pesan yang disampaikan. Jika negosiasi makna yang dilakukan khalayak tersebut lemah, maka akan semakin besar pengaruh tayangan tersebut (McQuaill, 1991:101). Negosiasi makna merupakan sebuah proses

transaksional dari komunikasi, dimana komunikan menerima dan menginterpretasikan makna dari pesan yang diterima sesuai dengan latar belakang sosial budaya yang dimilikinya. Khalayak menerima dan menginterpretasikan pesan tekstual dari film melalui cara yang terkait dengan kondisi sosial dan budaya mereka terhadap kondisi tersebut. Keragaman khalayak memunculkan perbedaan dalam proses penerimaan dan pemaknaan atau interpretasi terhadap pesan dari film.

Film merupakan aktualisasi perkembangan masyarakat pada masanya. Dari jaman ke jaman mengalami perkembangan, baik dari teknologi yang digunakan maupun tema yang diangkat. Bagaimanapun, film telah merekam sejumlah unsur-unsur budaya yang melatarbelakanginya. Perkembangan film di Indonesia menunjukkan fluktuasi. Awal 1900-an, film dilahirkan sebagai tontonan umum karena semata-mata menjadi alternatif bisnis besar jasa hiburan di masa depan manusia kota.

Perfilman Indonesia pernah mengalami krisis hebat ketika Umar Ismail menutup studionya tahun 1957. Pada tahun 1992 terjadi lagi krisis besar. Tahun 1991 jumlah produksi hanya 25 judul film (padahal rata-rata produksi film nasional sekitar 70-100 film per tahun). Yang menarik, krisis kedua ini tumbuh seperti yang terjadi di Eropa tahun 1980, yakni tumbuh dalam tautan munculnya industri cetak raksasa, televisi, video dan radio. Dan itu didukung oleh kelembagaan distribusi pengawasannya yang melahirkan mata rantai penciptaan dan pasar yang beragam sekaligus saling berhubungan, namun juga masing-masing tumbuh lebih khusus. Celaknya di Indonesia dasar struktur dari keadaan tersebut belum siap. Seperti belum efektifnya jaminan hukum dan pengawasan terhadap pasar video, untuk

menjadikannya pasar kedua perfilman nasional setelah bioskop. Faktor yang mempengaruhi rendahnya mutu film nasional salah satunya adalah rendahnya kualitas teknis karyawan film. Ini disebabkan kondisi perfilman Indonesia tidak memberikan peluang yang berpotensi untuk berkembang. Penurunan jumlah film maupun penonton di Indonesia sudah memprihatinkan. Jumlah penonton dalam skala nasional tahun 1977/78-1987/88 tercatat 937.700.000 penonton dan hingga tahun 1992 menurun sekitar 50 %. Bahkan di Jakarta dari rata-rata 100.000-150.000 penonton turun menjadi 77.665 penonton tahun 1991. Demikian juga jumlah film, dari rata-rata 75-100 film per tahun, tahun 1991/92 menurun lebih daripada 50 %. Tahun 1993 surat izin produksi yang dikeluarkan Deppen RI sampai bulan Mei baru tercatat 8 buah film nasional untuk diproduksi (<http://andalassinema.blogspot.com/2009/09/kondisi-perfilman-di-indonesia.html>, diakses pada tanggal 1 Juli 2007). Berikut tabel jumlah produksi film nasional sejak tahun 1990.

Tabel 1. 1.

Jumlah Produksi Film Nasional 1990-1997

Tahun	Jumlah produksi Film Nasional
1990	115
1991	57
1992	31
1993	27
1994	32
1995	22
1996	34
1997	32

Tahun 1997 adalah awal krisis ekonomi yang berlanjut dengan krisis sosial politik. Akibatnya sangat terasa karena produksi tahun 1998 dan 1999 hanya 4 film. Tahun 2000 naik menjadi 11 film, tahun berikutnya turun lagi menjadi 3 film. Mulai tahun 2002 produksi film nasional bangkit menjadi 14 film, tahun 2003 terdapat 15 film, dan tahun 2004 terdapat 31 film. Dari data diatas terlihat bahwa produksi film di Indonesia saat ini mengalami kenaikan. Angka-angka ini berdasarkan data yang berhasil lolos sensor dari Lembaga sensor film kecuali sekitar 13 film yang langsung beredar dalam bentuk VCD atau langsung ditayangkan untuk umum dalam bentuk proyeksi video digital di bioskop umum, tempat khusus yang mengadakan pemutaran film dengan membayar tiket masuk atau festival-festival di dalam negeri maupun di luar negeri.

Saat ini dunia perfilman Indonesia semakin naik daun, berbagai film layar lebar bertemakan remaja dan cinta meupun horor menjadi menarik dan menjadi salah satu tema yang relatif bertahan lama. Ini menjadi fenomena menarik dalam perfilman Indonesia dilihat dari meningkatnya animo penonton film Indonesia. Sebut saja "Daun diatas Bantal", "Petualangan Sherina", "Ada Apa Dengan Cinta?", "Eiffel I'm In Love", serta film dengan genre horor tetapi tetap dengan segmen generasi muda seperti "Jaelangkung", "Tusuk Jaelangkung" dan beberapa judul lainnya. Beberapa contoh film yang diproduksi ini menunjukkan film juga memiliki segmen-segmen yang memang dibidik dengan sengaja. Artinya ada harapan-harapan dari pembuat film, bahwa pesan-pesan yang disampaikan dalam film tersebut dapat diterima oleh *audience* yang dimaksud. Termasuk diantaranya ideologi yang terkandung di dalamnya.

Film yang merupakan hasil olahan dari berbagai komponen, seperti perwatakan, kostum, properti, alur, plot dan lainnya mampu mengemas pesan maupun ideologi dari pembuatnya serta menyampaikan realitas simbolik dari sebuah fenomena secara mendalam bahkan format yang ada dalam film biasanya menjadi stereotype. Tidak jarang cerita yang ada di film merupakan gambaran dari segelintir realitas yang sesungguhnya terjadi di masyarakat, atau bahkan gambaran secara utuh dari realitas kehidupan. Film akhirnya juga dipandang sebagai sebuah bahasa yang menggeneralisasikan makna-makna melalui sistem yaitu, ke dalam sinematografi, suara editing dan sebagainya yang semua hal tersebut bekerja seperti halnya bahasa. Selanjutnya, dengan menempatkan film sebagai komunikasi ke dalam sebuah sistem besar yang menggeneralisasikan makna berarti film itu sendiri merupakan sebuah "budaya". Pengertian budaya dipahami sebagai proses yang mengkonstruksi kehidupan masyarakat. Sistem-sistem yang menghasilkan makna, sense atau kesadaran khususnya, akan menghadirkan berbagai image dari signifikansi budaya.

Sebelum film Nagabonar Jadi 2 ini muncul, film-film yang bertemakan nasionalisme yang beredar di Indonesia banyak bermunculan, melalui film-film perjuangan misalnya Serangan Fajar, Pengkhianatan G30S/PKI, Janur Kuning, Cut Nyak Dien, dll. Film-film ini juga menceritakan tentang bagaimana gambaran sebuah negara bernama Indonesia. Bedanya pada film-film perjuangan ini, Indonesia digambarkan utuh sebagai sebuah negara yang menjadi dasar cerita dari film tersebut. Dibangun dengan "darah dan air mata" serta pekik merdeka, dan cita-cita mulia yang di bayangkan sebagai jembatan emas serta "perjuangan" bersenjata yang selalu mengimplikasikan keunggulan tentara dalam jasa mewujudkan negara

bernama Indonesia ini. Mitos-mitos ini dijadikan basis dan dikekalkan melalui media film sebagai sebuah strategi dan pengembangan sinema nasional ketika itu. Ideologisasi dan korporatisasi oleh negara kemudian dibangun di atasnya. Tetapi kemudian film-film ini hilang bagaikan ditelan bumi. Generasi muda bahkan anak-anak sudah tidak lagi tertarik akan film-film perjuangan. Mereka seolah lupa akan asal muasal negara Indonesia terbentuk. Kecenderungan menyukai film-film hiburan yang mengacu pada Hollywood makin tinggi. Dugaan sementara bahwa golongan terpelajar di Indonesia dipenuhi oleh selera seni pertunjukannya oleh film-film impor yang kondisi atau referensi budayanya cukup baik diapresiasi oleh mereka. Film-film import yang menjadikan para pembuat film atau para sineas ini jauh dari sejarah, mitos, kondisi dan masalah-masalah Indonesia sendiri. Untuk itulah penelitian ini dilakukan guna melihat apakah generasi muda mampu menerima pesan yang berupa nilai nasionalisme walaupun nilai nasionalisme tersebut tidak lagi di kemas seperti film-film perjuangan tetapi sudah disesuaikan dengan jaman ataupun kondisi sosial masyarakat saat ini, contohnya melalui film Nagabonar Jadi 2. Disini, seharusnya disadari bahwa film sebagai media yang mempunyai kemampuan untuk digunakan sebagai *counter culture* atau sebagai alat untuk menangkis kebudayaan atau pengetahuan, seperti yang diungkapkan oleh Amal Tomagola dalam "*Popular Culture, Kapitalisme dan Patriarki, Sangat Berkait*". Bahwa film harus disadarkan dari kecenderungan meninabobokan dalam hal-hal yang dangkal, dengan kata lain film tidak harus selalu berisi hal-hal yang mustahil atau absurd yang membuat penonton percaya akan hal-hal yang tidak mungkin. Oleh karenanya pembongkaran, pencerahan dan penyadaran merupakan

keharusan. Film sebagai pembentuk ideologi sangat dimungkinkan dalam konteks ini. Film dengan beragam muatan ideologis dibelakangnya menjadi sebuah alat ampuh, baik sebagai *culture penetration* ataupun sebaliknya, *counter culture*. Apalagi jika sasaran yang dibidik secara sengaja adalah individu-individu yang secara psikologis disebutkan sangat rentan untuk menerima semua muatan. Generasi muda saat ini termasuk salah satu kelompok ini. Generasi muda merupakan khalayak yang sangat potensial untuk diterpa pesan dari media termasuk film.

Lewat film Nagabonar Jadi 2, diharapkan pesan yang ingin disampaikan oleh pembuat film dapat diterima oleh generasi muda yang saat ini telah larut ke dalam budaya "Hollywood" dan lupa akan budaya nasional. Film ini berusaha mempertahankan nilai-nilai nasionalisme sebagai tema utama, dengan segmen utamanya tetap generasi muda saat ini. Nilai nasionalisme dalam film ini dikemas dengan pendekatan yang berbeda karena konteks waktunya juga berbeda. Konflik yang dihadirkan dalam film ini cukup beragam. Tidak sekedar hubungan ayah dan anak, anak dan kekasih juga konflik terhadap jaman. Film ini mampu menjembatani perbedaan cara berpikir antara generasi lama dan masa kini. Artinya, ada semacam harapan, pesan-pesan dari sang pembuat mengenai segmennya secara langsung ataupun tidak langsung tentang bagaimana gambaran sebuah negara bernama Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan: "Bagaimana tanggapan mahasiswa UAJY terhadap nilai Nasionalisme pada adegan dalam film Nagabonar Jadi 2?"

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan mengkaji bagaimana interpretasi mahasiswa UAJY terhadap film Nagabonar Jadi 2, dan mengetahui tanggapan mahasiswa UAJY terhadap nilai nasionalisme dalam film tersebut. Melalui penelitian ini akan dapat dibuktikan apakah media massa khususnya film berperan dalam proses penyampaian pesan maupun ideologi bagi khalayak dan proses pembelajaran terhadap realitas kehidupan sosial seperti yang diungkapkan dalam Teori Komunikasi Massa.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik manfaat yang sifatnya teoritis atau keilmuan maupun manfaat yang sifatnya praktis. Adapun manfaat tersebut adalah:

1. Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan kajian studi ilmu komunikasi yaitu penggunaan media massa khususnya film sebagai media penyampaian pesan dan media pembelajaran sosial.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi para pembuat film agar dalam merancang pesan hendaknya dievaluasi apakah sudah sesuai dengan tujuan yang ditetapkan, serta bagi institusi-institusi yang berkaitan agar dapat menentukan tema dan segmen utama secara tepat dalam mempersuasikan suatu realitas sosial dan masyarakat.

E. Kerangka Teori

1. Teori Stimulus-Organisme-Respon (S-O-R)

S-O-R merupakan singkatan dari Stimulus-Organisme-Respon. Teori ini mula-mula dikemukakan oleh para psikolog seperti Pavlov, Skinner dan Hull. Teori ini dilandasi suatu anggapan bahwa organisme menghasilkan perilaku tertentu jika ada kondisi stimulus tertentu. Menurut stimulus response ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan (Effendy, 1990:254). Jadi unsur-unsur dalam mode ini adalah :

- a. Pesan (*stimulus*, S)
- b. Komunikan (*organism*, O)
- c. Efek (*response*, R).

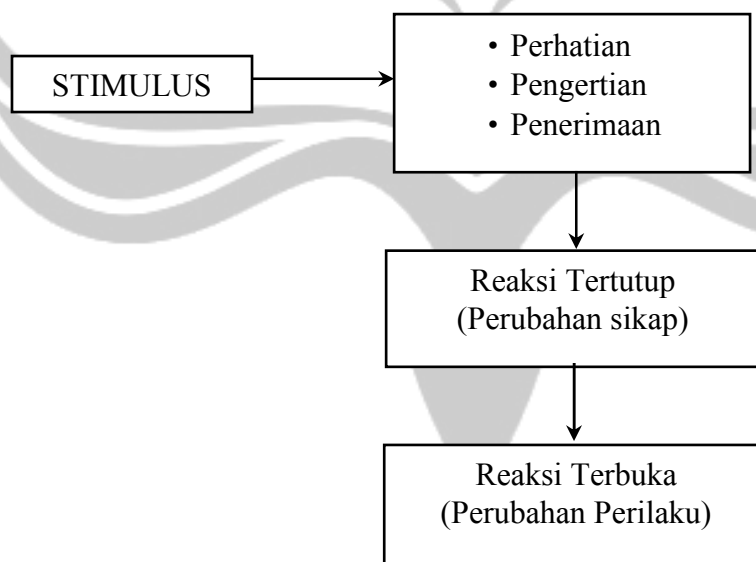
Menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi yang mengasumsikan bahwa kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu.

Hosland, *et al* (1953) mengatakan bahwa proses perubahan perilaku pada hakekatnya adalah sama dengan proses belajar. Proses perubahan perilaku tersebut menggambarkan proses belajar pada individu yang terdiri dari :

- a. Stimulus (rangsang) yang diberikan pada organism dapat diterima atau ditolak. Apabila stimulus tersebut tidak diterima atau ditolak berarti stimulus itu tidak efektif mempengaruhi perhatian individu, dan berhenti disini. Tetapi bila stimulus diterima berarti perhatian dari individu dan stimulus tersebut berhasil.

- b. Apabila stimulus telah mendapat perhatian dari organism atau diterima, maka ia mengerti stimulus ini dan dilanjutkan kepada proses berikutnya.
- c. Setelah itu organism mengolah stimulus tersebut sehingga terjadi kesediaan untuk bertindak demi stimulus yang telah diterimanya atau bersikap.
- d. Akhirnya dengan dukungan fasilitas serta dorongan dari lingkungan maka stimulus tersebut mempunyai efek tindakan dari individu tersebut atau perubahan perilaku.

Ini berarti individu dalam keadaan aktif dalam menentukan perilaku yang diambilnya namun hubungan stimulus dan respons tidak berlangsung secara otomatis, tetapi individu mengambil peranan dalam menentukan perilakunya (Walgito,2003:15). Mengutip pendapat Hovland, Jani dan Kelley yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting, yaitu: perhatian, pengertian dan penerimaan.



Gambar 1.1. Model Stimulus-Response

Gambar diatas menunjukkan bahwa perubahan sikap bergantung pada proses yang terjadi pada individu. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan, proses berikutnya komunikan mengerti maka kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk merubah sikap. (Effendy, 1990:254)

2. Fungsi dan Peran Media Massa

a. Fungsi Media Massa

Masyarakat dilihat sebagai sebuah sistem yang terdiri atas beberapa bagian yang saling berkaitan atau subsistem. Setiap subsistem tersebut memiliki peran yang berarti. Salah satu dari sekian banyak subsistem tersebut adalah media. Citra media yang ditonjolkan selalu dihubungkan dengan masalah kehidupan sosial termasuk didalamnya masyarakat dan lingkungan sosial. Media diharapkan dapat menjamin integrasi ke dalam, ketertiban, dan memiliki kemampuan memberikan respons terhadap kemungkinan baru didasarkan pada realitas sebenarnya. Dengan memberikan respons secara berkesinambungan terhadap setiap permintaan yang berbeda, media akan dapat mencapai suatu hasil yang bermanfaat bagi masyarakat secara keseluruhan.

Istilah "fungsi", dapat digunakan dalam pengertian "tujuan", "konsekuensi", "persyaratan/keharusan", dan "harapan". Di samping itu, masih ada makna lain yang dikandungnya, misalnya hubungan, penggunaan, dan bahkan pertemuan sosial.

Bilamana kata fungsi digunakan dalam bidang komunikasi massa, maka istilah "fungsi informasi" sekurang-kurangnya dapat dikaitkan dengan tiga makna yang masing-masing berbeda: media berupaya untuk memberi informasi (tujuan), orang mengetahui sesuatu dari media (konsekuensi), media diharapkan dapat memberi informasi (persyaratan/ keharusan atau harapan) (McQuaill, 1991:68).

Sejumlah upaya mencoba mensistematiskan fungsi utama media (tujuan atau efek; dimaksudkan atau tidak dimaksudkan), yang pada mulanya dimulai oleh Lasswell (1948) yang memberikan ringkasan kesimpulan mengenai dasar komunikasi sebagai berikut: pengawasan lingkungan; pertalian (korelasi) bagian-bagian masyarakat dalam memerikan respons terhadap lingkungannya; transmisi warisan budaya (McQuaill, 1991:70). Semua itu secara berurutan bertalian dengan: pemberian informasi, dan juga pembentukan kesepakatan (konsensus), ekspresi nilai-nilai dan simbol budaya yang diperlukan untuk melestarikan budaya dan kesinambungan masyarakat. Hampir disemua tempat, media diharapkan ikut mengembangkan kepentingan nasional dan menunjang nilai-nilai utama dan pola-pola perilaku tertentu.

Peneliti mencoba menjawab pertanyaan mengapa pada umumnya orang berhubungan dengan media, saluran media, dan isi media tertentu; kepuasan apakah yang mereka harapkan dan terima, serta bagaimana mereka memanfaatkan hasil perhatian mereka terhadap media. Berikut hasilnya yang berasal dari McQuaill dan kawan-kawan (McQuaill, 1991:70) :

- 1) Informasi

- Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan

lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia.

- Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.
- Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum.
- Belajar, pendidikan diri sendiri.
- Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.

2) Identitas Pribadi

- Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi.
- Menemukan model perilaku.
- Mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain (dalam media)
- Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.

3) Integrasi dan interaksi sosial

- Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain, empati sosial.
- Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki.
- Menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial.
- Memperoleh teman selagi dari manusia.
- Membantu menjalankan peran sosial.
- Memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak-keluarga, teman dan masyarakat.

4) Hiburan

- Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan.

- Bersantai.
- Memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis.
- Mengisi waktu.
- Penyaluran emosi.
- Membangkitkan gairah seks.

b. Peran Media Massa

Peran media massa dalam kehidupan sosial, dalam masyarakat modern menurut McQuaill dalam bukunya Teori Komunikasi Massa (1991:66), ada enam perspektif:

- 1) Melihat media massa sebagai *window of even and experience*. Media dipandang sebagai jendela yang memungkinkan khalayak melihat apa yang sedang terjadi diluar sana. Atau media merupakan sarana belajar untuk mengetahui berbagai peristiwa.
- 2) Media juga sering dianggap sebagai *a mirror of event in society and the world, implying a faithful reflection*. Cermin berbagai peristiwa yang ada di masyarakat dan dunia, yang merefleksikan apa adanya. Karenanya para pengelola media sering merasa tidak "bersalah" jika isi media penuh dengan kekerasan, konflik, pornografi dan berbagai keburukan lain karena memang menurut mereka faktanya demikian. Media hanya merefleksikan fakta yang ada, terlepas dari suka atau tidak suka. Padahal sesungguhnya angle, arah dan framing dari isi yang dianggap sebagai cermin realitas tersebut diputuskan oleh para profesional media dan khalayak tidak sepenuhnya

bebas untuk mengetahui apa yang mereka inginkan.

- 3) Memandang media massa sebagai filter atau *gatekeeper* yang menyeleksi berbagai hal untuk diberi perhatian atau tidak. Media senantiasa memilih issue, informasi atau bentuk *content* yang lain berdasar standar para pengelolanya. Disini khalayak dipikirkan oleh media tentang apa-apa yang layak di ketahui dan mendapat perhatian.
- 4) Media massa acapkali dipandang sebagai *guide*, penunjuk jalan atau interpreter yang menerjemahkan dan menunjukkan arah atas berbagai ketidakpastian atau alternatif yang beragam.
- 5) Melihat media massa sebagai forum untuk mempresentasikan berbagai informasi dan ide-ide kepada khalayak, sehingga memungkinkan terjadinya tanggapan dan umpan balik.
- 6) Media massa sebagai interlocutor yang tidak hanya sekedar tempat berlalu lalangya informasi, tetapi juga partner komunikasi yang memungkinkan terjadinya komunikasi interaktif.

Pendeknya semua itu ingin menunjukkan peran media dalam kehidupan sosial bukan sekedar sarana diversion, pelepas ketegangan atau hiburan tetapi isi dan informasi yang disajikan mempunyai peran yang signifikan dan manfaat bagi masyarakat yang disebut sebagai efek proposial kognitif (Rakhmat, 2003:203). Isi media merupakan konsumsi otak bagi khalayaknya, sehingga apa yang ada di media massa akan mempengaruhi realitas subyektif pelaku interaksi sosial. Gambaran tentang realitas yang dibentuk oleh isi media massa inilah yang nantinya mendasari respons dan sikap khalayak terhadap berbagai objek sosial.

Bertolak dari besarnya peran media massa dalam mempengaruhi pemikiran khalayaknya, tentulah perkembangan media massa termasuk salah satunya adalah film di Indonesia saat ini harus dipikirkan kembali. Apalagi menghadapi era globalisasi saat ini. Globalisasi media massa merupakan proses yang secara natural terjadi, sebagaimana jatuhnya hujan sebagaimana panasnya matahari. Pendekatan profesional menjadi kata kunci, masalah pada dasarnya mudah diterka. Pada titik-titik tertentu, terjadi benturan antara budaya dari luar negeri yang tidak dikenal oleh masyarakat Indonesia. Jadi kekhawatiran besar akan terjadinya ancaman, serbuan, penaklukan, pelunturan karena nilai-nilai luhur dalam paham kebangsaan akan mungkin sekali terjadi. Contohnya saja, munculnya film-film Hollywood, banjirnya program-program tayangan dan produk rekaman film-film luar negeri ataupun majalah-majalah Amerika dan Eropa dalam versi Indonesia tidak dapat dibendung lagi.

3. Film

Media massa sebagai salah satu sarana komunikasi yang mulai tumbuh dan berkembang sejak awal abad 19, merupakan salah satu sarana untuk memperoleh info yang dibutuhkan. Dan media massa juga mempunyai sifat khusus yang tersendiri dalam konteks komunikasi sosial yaitu antara komunikator dan komunikannya tidak saling mengenal dikarenakan komunikasi ini dikenal sebagai media massa. Jika komunikasi dipahami sebagai sebuah proses penciptaan dan pertukaran makna berdasarkan suatu konvensi atau sistem peraturan (kode) tertentu, maka dapat pula dinyatakan bahwa film merupakan bentuk komunikasi. Dengan

begitu maka pembuat film sebagai pihak yang menciptakan pesan/teks tidak memiliki kuasa seutuhnya atas makna yang tercipta dari teks tersebut, karena dalam prosesnya komunikasi bukan mencoba untuk memahami pesan atau maksud dari pencipta pesan tersebut tetapi lebih kepada bagaimana teks tersebut berproses dan mempunyai makna tertentu. Film merupakan ekspresi dan pernyataan sikap, McQuaill menjelaskan bahwa film sebagai sebuah medium mempunyai kemampuan untuk menjangkau sekian banyak orang dalam waktu yang cepat dan kemampuannya memanipulasi kenyataan yang tampak dalam pesan fotografi tanpa kehilangan kredibilitas merupakan salah satu kekuatan terbesarnya (McQuaill, 1991:14). Banyak orang yang sesungguhnya mampu untuk menjadi pembuat film andal. Kuncinya adalah mulai mengubah cara berpikir kita untuk menjadikan media film itu sebagai alat komunikasi kita. Dengan segala macam fiturnya yang lengkap (audio/suara, visual/gambar, story/cerita, dramatisasi) film dapat komunikasi yang terkuat, detil dan bebas distorsi. Film merupakan media komunikasi massa yang didalamnya terdapat komponen-komponen komunikasi massa, dimana adegan atau frame dianggap sebagai sumber informasi. Berbeda dengan media massa yang sumber informasinya melalui isu-isu yang diangkat, media film lebih banyak menyampaikan pesan atau informasi melalui adegan-adegan yang menunjukkan atau mencerminkan pesan itu sendiri. Dalam sejarah perkembangan film terdapat tema besar yaitu pemanfaatan film sebagai alat propaganda. Tema ini penting terutama dalam kaitannya dengan upaya pencapaian tujuan nasional dan masyarakat. Hal tersebut berkenaan dengan pandangan yang menilai bahwa film memiliki jangkauan, realisme, pengaruh emosional, dan popularitas yang hebat. Upaya membaurkan

pengembangan pesan dengan hiburan memang sudah lama diterapkan dalam kesusatraan dan drama, namun unsur-unsur baru dalam film memiliki kelebihan dalam segi kemampuannya memanipulasi kenyataan yang tampak dengan pesan fotografis, tanpa kehilangan kredibilitas (www.mail-archive.com/sanggar-sastra-tasik, diakses pada tanggal 15 Juni 2007).

Sebagai sebuah media (untuk berkomunikasi, berbagi pengalaman, berekspresi, dan lain-lain) sinema mempunyai ruang untuk diisi dengan pesan dan informasi. Pesan ini, secara langsung maupun tidak langsung akan diterima oleh masyarakat (penonton). Siapa saja yang memiliki akses pada produksi sinema mempunyai peluang besar untuk mengkonstruksikan pesan dalam berbagai bentuk dan gaya. Juga, siapa saja yang memiliki keahlian membaca pesan yang terkandung dalam sinema, maka ia memiliki kesempatan untuk mengolahnya menjadi sebuah pemikiran, refleksi dan sintesa yang artikulatif serta mendorongnya sebagai alat untuk melakukan aktivitas transformatif di masyarakat. Film sebagai sebuah bagian dalam komunikasi massa memiliki peran penting dalam memproses pesan untuk kemudian disampaikan kepada khalayaknya. Selain menjadi bagian dalam komunikasi masa, film juga merupakan sebuah pernyataan ekspresi manusia. Dengan kata lain, film merupakan bagian dari seni. Film merupakan penjelmaan keterpaduan antara berbagai unsur, sastra, teater, seni rupa, teknologi dan sarana publikasi, maka film erat kaitannya dengan aktivitas imajinatif dan proses simbolis, yakni kegiatan manusia.

Masyarakat penonton film mempunyai latar belakang yang beragam, baik dari sisi pendidikan, sosial, ekonomi dan sebagainya. Kondisi ini menciptakan

penafsiran beragam akan informasi yang disampaikan melalui sebuah film. Sebuah karya apapun itu, hampir selalu diciptakan berdasarkan suatu realitas tertentu, baik itu realitas politik, psikologis maupun sosiokultural. Film sebagai media komunikasi yang mempresentasikan realitas kehidupan dapat pula dipahami sebagai sebuah teks karena di dalamnya terdapat *signs, codes* atau *languages*. Teks disini bukan sekedar sebagai naskah, tetapi jalinan atau rangkaian tanda-tanda yang mengandung makna dengan mengkaitkan diri dengan orang yang memanfaatkannya serta realitas eksternal yang dijadikan titik acuan teks dan pemakainya. Pesan-pesan yang disampaikan oleh sebuah film diberikan melalui bahasa-bahasa filmis yang dikonstruksikan melalui kode-kode serta konvensi sinematografis sedemikian rupa sehingga penonton akan mengetahui maksud gambar yang disajikan dalam film tersebut (Pratomo, 2002:7). Oleh karena itu, sebuah karya seni khususnya film jika dan hanya jika diperlakukan sebagai sebuah teks haruslah memiliki konteks yang merujuk pada sebuah realitas tertentu. Berdasarkan argumen tersebut, dapat dilacak proses sosial yang mendasari sebuah film, tentang bagaimana sebuah realitas dikodekan melalui perangkat-perangkat sinematis sehingga menghasilkan sebuah teks tertentu yang memiliki makna (Sudwikatmono, 1992:83).

4. Nasionalisme

Nasionalisme adalah suatu paham, yang berpendapat bahwa kesetiaan tertinggi individu harus diserahkan kepada negara kebangsaan (Kohn,1984:11). Perasaan sangat mendalam akan suatu ikatan yang erat dengan tanah tumpah darahnya selalu ada di sepanjang sejarah dengan kekuatan yang berbeda-beda. Dan

nasionalisme ini makin lama makin kuat peranannya dalam membentuk semua segi kehidupan, baik yang bersifat umum maupun yang bersifat pribadi. Nasionalisme merupakan faktor penting bagi kehidupan berbangsa dan bernegara. Faktor yang menyebabkannya penting karena identitas dan nasionalitas secara teoritis merupakan unsur utama dalam menyangga keberlangsungan kehidupan berbangsa. Pernyataan itu berangkat dari satu pengandaian bahwa "kecintaan" dan perasaan "memiliki" seseorang kepada masyarakat dan bangsanya bergantung pada bagaimana seseorang mendefinisikan dan mengidentifikasi dirinya. Rumusan seseorang dalam mendefinisikan dengan mengidentifikasi diri tersebut, memberi implikasi langsung bagaimana seseorang mempraktikkan dirinya dalam kehidupan sosial atau dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara (Salam, 2003:114). Rasa nasionalisme juga identik dengan memiliki rasa solidaritas terhadap musibah dan ketidakberuntungan saudara setanah air. Nasionalisme tidak hanya dilihat sebagai sebuah proses dari atas ke bawah di mana kelas dominan memiliki peranan lebih penting dalam pembentukan nasionalisme daripada kelas yang terdominasi. Pemahaman komprehensif tentang nasionalisme sebagai produk modernitas hanya dapat dilakukan dengan melihat yang terjadi pada masyarakat di lapisan paling bawah ketika asumsi, harapan, kebutuhan, dan kepentingan masyarakat pada umumnya terhadap ideologi tersebut meresap dan berakar secara kuat (Eric Hobsbawm, 1990). Pada level inilah elemen-elemen sosial seperti bahasa, kesamaan sejarah, identitas masa lalu, dan solidaritas sosial menjadi pengikat erat kekuatan nasionalisme (www.wikipedia.com diakses pada 28 November 2007).

Karakteristik nasionalisme melambangkan kekuatan suatu negara dan aspirasi yang berkelanjutan, kemakmuran, pemeliharaan rasa hormat dan penghargaan untuk hukum. Nasionalisme tidak berdasarkan pada beberapa bentuk atau komposisi pada pemerintahan tetapi seluruh badan negara, hal ini lebih ditekankan pada berbagi cerita oleh rakyat atau hal yang lazim, kebudayaan atau lokasi geografi tetapi rakyat berkumpul bersama dibawah suatu gelar rakyat dengan konstitusi yang sama. Adapun karakteristik nasionalisme adalah :

1. Membanggakan pribadi bangsa dan sejarah kepahlawanan pada suatu negara.
2. Pembelaan dari kaum patriot dalam melawan pihak asing.
3. Kebangkitan pada tradisi masa lalu sebagai bagian mengagungkan tradisi lama karena nasionalisme memiliki hubungan kepercayaan dengan kebiasaan kuno. Seperti nasionalisme orang Mesir bahwa kaum patriot harus memiliki pengetahuan tentang kebudayaan Mesir yang tua dan hebat untuk menjaga kelangsungan dari sejarah.
4. Suatu negara cenderung mengubah fakta sejarah untuk kemuliaan dan kehebatan negaranya.
5. Seperti totemism lama, ada spesial lambang nasionalisme yang diberikan untuk sebuah kesucian. Bendera, lambang nasionalisme dan lagu nasionalisme merupakan hal yang suci untuk semua umat manusia sebagai kewajiban untuk pengorbanan pribadi. (www.al-islam.com diakses pada 11 September 2007).

Nasionalisme di Asia diberi nama nasionalisme Asia dan yang di Indonesia disebut nasionalisme Indonesia. Menurut Hertz (1951:23) di dalam nasionalisme, setidaknya ada dua unsur yang penting yaitu persatuan dan kemerdekaan. Tanpa kemerdekaan sangat sukar membina persatuan dan sebaliknya tanpa persatuan sangat sulit mencapai kemerdekaan. Pengaruh agama yang dianut oleh bangsa Indonesia juga memberikan watak terhadap nasionalismenya. Penghargaan atas manusia dalam kedudukan sama derajat, sesuai dengan ajaran-ajaran agama, demikian pula corak nasionalisme Indonesia yang tetap menjunjung tinggi martabat manusia tersebut .

Nasionalisme dapat menonjolkan dirinya sebagai sebagian paham negara atau gerakan (bukan negara) yang populer berdasarkan pendapat warganegara, etnis, budaya, keagamaan dan ideologi. Kategori tersebut lazimnya berkaitan dan kebanyakan teori nasionalisme mencampuradukkan sebahagian atau semua elemen tersebut. Snyder membedakan empat jenis nasionalisme (Snyder, 2003:70), yaitu:

a. Nasionalisme revolusioner, (terjadi di Perancis pada akhir abad ke 18).

Untuk negeri yang dikatakan memiliki nasionalisme revolusioner, ketika elite politik sangat berkeinginan untuk melakukan demokratisasi, tetapi lembaga perwakilan yang ada jauh dari memadai untuk mengimbanginya.

b. Nasionalisme kontrarevolusioner, (terjadi di Jerman sebelum Perang Dunia ke I). Negeri yang bernasionalise kontrarevolusioner, para elite politiknya menganggap diri selalu benar dan untuk itu lewat lembaga perwakilan yang ada, mereka menyerang pihak yang mereka anggap sebagai musuh atau melawan kepentingan mereka.

c. Nasionalisme sipil, (merujuk pada perkembangan di wilayah Britania dan Amerika hingga sekarang). Suatu negeri dikatakan memiliki nasionalisme sipil ketika ia memiliki lembaga perwakilan yang kuat, dan juga para elite politiknya memiliki kelentuan dalam berdemokrasi.

d. Nasionalisme SARA (diterjemahkan dari kata *ethnic nationalism*, terjadi di Yugoslavia dan Rwanda) . SARA disini merujuk pada akronim zaman Orde Baru, yakni suku, agama, ras dan antar golongan yang seringkali justru ditabukan untuk dibicarakan dalam negeri yang sangat plural ini. Dapat dikatakan nasionalisme SARA jika para elite politik negara tersebut tidak menganut paham demokratisasi dan mengekspresikan kepentingannya hanya untuk membela satu kelompok tertentu lewat lembaga-lembaga yang ada. Snyder memilah empat jenis nasionalisme tersebut dan ia membedakannya dari interseksi kuat atau lemahnya lembaga perwakilan politik, serta lentur atau tidaknya kepentingan elite politik terhadap demokrasi.

Di Indonesia sendiri saat ini lebih mengarah pada jenis nasionalisme kontrarevolusioner yang transparan dapat dilihat oleh kaum awam, karena elite politik kita selalu saja merasa dirinya benar dan apabila melihat sesuatu tidak sesuai dengan kepentingannya mereka tidak akan sungkan untuk melawan musuhnya.

Sebagai rintisan monumental nasionalisme Indonesia tentu saja kebangkitan nasional (1908), program dasar dari perhimpunan Indonesia (1925), Sumpah Pemuda (1928), Proklamasi (1945) merupakan benang merah pembinaan nasionalisme yang berkesinambungan dari waktu ke waktu. Sumpah Pemuda 28 Oktober 1928 telah menjadikan ideologi kebangsaan yang menyatukan tanah air dari

Sabang sampai Merauke. Keinginan untuk hidup bersama di bawah NKRI telah mengantar Indonesia ke dalam sebuah bangsa yang besar dengan berbagai macam etnis, ras, agama, dan kelompok di dalamnya. Nasionalisme berakar dari timbulnya kesadaran kolektif tentang ikatan tradisi dan diskriminasi pada masa kolonial yang sangat membatasi ruang gerak bangsa Indonesia. Reaksi terhadap situasi itu merupakan kesadaran untuk membebaskan diri dari tradisi dan untuk melawan pengingkaran terhadap identitas bangsa. Berawal dari reaksi ini pada gilirannya melahirkan semangat juang, rela berkorban, dan bersikap tulus tanpa pamrih untuk kejayaan bangsa, sikap ini bukan cuma ada di kalangan elite politik saat itu, tetapi juga mengakar di kalangan masyarakat.

Nasionalisme berkaitan erat dengan rasa cinta tanah air dan hal ini merupakan salah satu perwujudan dari sila ke 3 Pancasila yaitu Persatuan Indonesia.

Makna-makna dari sila Persatuan Indonesia sendiri adalah:

- Menjaga persatuan dan kesatuan Negara Kesatuan Republik Indonesia
- Rela berkorban demi nusa dan bangsa
- Cinta akan tanah air
- Berbangga sebagai bagian dari Indonesia
- Memajukan pergaulan demi persatuan dan kesatuan bangsa yang ber-Bhinneka Tunggal Ika (Nurdiaman, 2007:13)

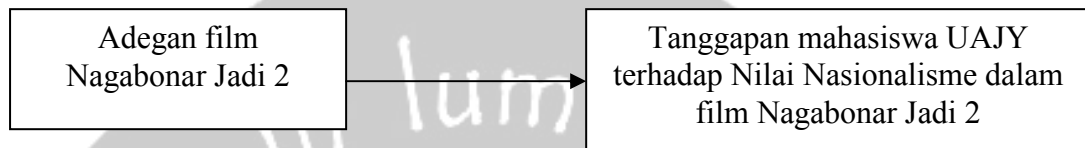
Nasionalisme mendorong setiap warga negara untuk lebih mengenal dan menghayati adat istiadat dan kehidupan bangsa Indonesia yang beraneka ragam coraknya dari seluruh tanah air. Semangat nasionalisme bisa diwujudkan dalam bentuk yang beragam, misalnya adalah dengan mengikuti upacara bendera setiap hari Senin atau

pada saat Ulang Tahun Kemerdekaan Republik Indonesia, mengikuti Siskamling dan kerja bakti di lingkungan rumah, atau juga mengajarkan lagu-lagu kebangsaan kepada generasi muda sejak dini. Contoh lainnya adalah masyarakat yang memelihara hutan demi kelestarian lingkungan, rela mati dalam memperjuangkan tanah air, cinta dan bangga menggunakan produk-produk dalam negeri, rela melakukan apa saja yang terbaik untuk tanah air juga merupakan wujud nasionalisme. Begitupun jika punya kesempatan untuk melakukan korupsi, tetapi secara sadar tidak melakukannya karena cintanya kepada bangsa, juga merupakan bentuk nasionalisme. Nasionalisme dapat dilakukan sesuai dengan kemampuan, kondisi dan keahlian dari masing-masing individu.

Penelitian ini ingin mempelajari bagaimana tanggapan mahasiswa UAJY terhadap nilai nasionalisme pada film Nagabonar Jadi 2. Melalui film ini, diingatkan untuk melihat kembali asal atau rumah kita yaitu bangsa Indonesia. Hal ini dikuatkan oleh Gellner bahwa pada dasarnya identitas rumah nasionalisme tidak mempunyai akar yang cukup kuat dalam psiko manusia. Ia harus ditumbuhkan dan diciptakan (Gellner, 1983:34). Pesan yang ingin disampaikan dalam film Nagabonar Jadi 2 ini adalah bagaimana kita sebagai masyarakat Indonesia yang hidup pada zaman nasionalisme kita sendiri. Apakah pesan yang berwujud nasionalisme yang ingin disampaikan oleh pembuat film ini sampai atau tidak kepada para penontonnya khususnya mahasiswa UAJY akan terlihat dari tanggapan yang kemudian muncul.

F. Kerangka Konsep

Adapun kerangka konsep yang digunakan dalam penelitian sebagai model konseptual adalah sebagai berikut:



Gambar 1. 2. Kerangka Konsep

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2004: 11).

2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini seluruh mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Sampel penelitian ini adalah sebagian dari anggota populasi tersebut. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah pemilihan sampel berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut paut dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya (Ruslan, 2003: 156). Dalam *purposive sampling* ini pengambilan sampel dilakukan atas adanya tujuan tertentu (Arikunto, 2006: 131). Adapun tujuan-tujuan yang digunakan dalam

pengambilan sampel penelitian ini adalah: (1) mahasiswa Universitas Atma Jaya yang masih aktif atau terdaftar, (2) pernah menyaksikan tayangan film Nagabonar Jadi 2.

Ukuran sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan formula Krejcie dan Morgan sebagai berikut (Bulaeng, 2004: 158);

$$S = \frac{\chi^2 NP(1-P)}{d^2(N-1) + \chi^2 P(1-P)}$$

Keterangan:

S : Jumlah anggota sampel

N : Jumlah anggota populasi

P : Proporsi populasi (0,5)

d : Derajat ketelitian (0,5)

χ^2 : Nilai tabel χ^2 untuk derajat bebas 1 dan $\alpha=5\%$ yaitu sebesar 3,841.

Dengan berdasarkan pada formula tersebut untuk jumlah anggota populasi atau jumlah mahasiswa UAJY sebanyak 1.050 orang, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 336 orang. Selanjutnya dalam penelitian ini akan digunakan sampel sebanyak 400 orang, hal ini untuk mengantisipasi kemungkinan adanya kuesioner yang tidak terisi lengkap.

3. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik kuesioner. Kuesioner tersebut merupakan kuesioner tertutup yang terdiri atas tiga bagian. Bagian pertama berisi tentang identitas responden, bagian kedua

berisi tentang ketertarikan responden terhadap film, sedangkan bagian ketiga berisi tentang tanggapan responden terhadap nilai nasionalisme dalam film Nagabonar Jadi 2.

Skala pengukuran yang digunakan untuk memberikan skor pada jawaban responden dalam bagian ketiga (pertanyaan-pertanyaan mengenai nasionalisme), menggunakan skala Likert 5 point, yaitu: Sangat Setuju skor 5, Setuju skor 4, Netral skor 3, Tidak Setuju skor 2, dan Sangat Tidak Setuju skor 1.

4. Uji Validitas dan Relibilitas Kuesioner

Uji validitas dilakukan terhadap kuesioner yang akan digunakan sebagai alat pengumpul data. Suatu instrumen atau daftar pertanyaan dianggap valid apabila instrumen tersebut benar-benar dan secara akurat mengukur isi pokok konstruk atau variabel yang hendak diukur (Bulaeng, 2004: 89).

Uji validitas ini dikenakan terhadap masing-masing butir atau item pertanyaan. Dalam penelitian ini pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan metode korelasi terkoreksi (Azwar, 2006: 62). Menurut metode ini jika suatu item pertanyaan memiliki korelasi terkoreksi $\geq 0,30$ maka item pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Reliabilitas merupakan stabilitas atau konsistensi instrumen pengukuran. Bila instrumen yang sama digunakan secara berulang-ulang pada individu yang sama dan menghasilkan seperangkat jawaban/respon yang relatif sama, maka instrumen tersebut dapat dikatakan reliabel (Bulaeng, 2004: 86).

Pengujian terhadap reliabilitas kuesioner dilakukan dengan metode

koefisien reliabilitas Alpha. Menurut metode ini jika suatu instrumen/kuesioner memiliki koefisien reliabilitas Alpha $>0,60$ (Hair et al, 2003).

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini teknik analisis deskriptif. Adapun teknik analisis deskriptif tersebut meliputi perhitungan: rata-rata skor dan distribusi frekuensi jawaban responden. Nilai rata-rata skor tersebut perlu diinterpretasikan sehingga dapat diketahui tinggi rendahnya nasionalisme. Pemberian predikat terhadap rata-rata skor variabel nasionalisme dilakukan dengan cara sebagai berikut:

$$\text{Minimum skor rata-rata} = 1$$

$$\text{Maksimum skor rata-rata} = 5$$

$$\text{Jumlah kategori} = 3$$

$$\text{Interval skor antar kategori} = (5-1)/3 = 1,33$$

Dengan demikian dapat disusun interval-interval yang digunakan untuk memberikan predikat pada nasionalisme sebagai berikut:

Tabel 1. 2. Kriteria Penentuan Predikat Variabel Nasionalisme

Interval Kelas	Kategori
1,00 – 2,33	Rendah
2,34 – 3.66	Sedang
3,67 – 5	Tinggi