

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan film di Indonesia setiap tahunnya semakin meningkat. Selama satu dekade terakhir, menurut data dalam *filmindonesia.or.id* (diakses pada 29 April 2020 pukul 10.28 WITA) tercatat terdapat peningkatan jumlah penonton mencapai lima kali lipat dari tahun 2010 hingga 2019. Meningkatnya jumlah penonton ini, juga mendorong banyak produsen film di Indonesia untuk memproduksi film – film populer yang memiliki daya jual yang baik dan dapat bersaing di kancah Internasional. Menurut Bekraf dalam *Pemandangan Umum Industri Film Indonesia 2019* hal. 14, industri perfilman Indonesia, didominasi oleh film film yang ditargetkan pada klasifikasi umur remaja (13+) dengan genre cerita terfokus pada drama. Klasifikasi umur dan genre cerita ini berkontribusi ke dalam 50 persen film yang diproduksi Indonesia selama satu dekade terakhir, yaitu 2010 – 2019. Beberapa contoh judul film yang masuk ke dalam kategori ini seperti *Habibie & Ainun (2012)*, *Ada Apa Dengan Cinta 2 (2016)*, dan *Dilan 1990 (2019)*

Gambar 1.1 Poster Film Habibie & Ainun (2012), Ada Apa Dengan Cinta 2 (2016), dan Dilan 1990 (2019)



sumber : imdb.com

Berkembangnya film Indonesia juga membawa banyak dampak positif, terhadap industri kreatif yang menyertainya. Dikutip dari Indonesia.go.id (diakses 5 Januari 2020 pukul 13.21 WITA) Kementerian Pariwisata (Kemenpar) bersama Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) selama periode 2015 – 2019, mencatat bahwa industri

perfilman menjadi salah satu subsektor ekonomi yang paling progresif perkembangannya. Industri perfilman juga dianggap memiliki keterkaitan yang erat dengan media dan entertainen. Dengan keberadaan film, mendorong lebih banyak media *mainstream* seperti penyedia jasa informasi dan hiburan yang mempengaruhi orang banyak seperti koran, radio, tv dan sosial media, mengadopsi bentuk audiovisual, lebih banyak bermunculan badan ekonomi yang bergerak di bidang entertainen, serta dapat memberikan *multiplier effect* kepada sub sector perekonomian lainnya. Salah satunya dengan membuka peluang pasar investasi dari perusahaan asing yang bergerak di sektor media, seperti Torino Film Lab, Ideosource, SAAVA International co-production, dan masih banyak lainnya.

Di dalam film yang ditayangkan terdapat banyak karakter serta tokoh yang saling berinteraksi. Interaksi dari karakter dalam film ini paling banyak dilakukan oleh tokoh utama dalam film tersebut. Tokoh utama berperan sebagai fokus utama dalam film, dimana interaksi, serta kegiatannya akan diikuti oleh penonton mulai dari awal hingga akhir film. Menurut Burhan, dalam bukunya *Teori Pengkajian Fiksi* halaman 176 (Nurgiyantoro, 1998), menyatakan bahwa tokoh utama merupakan tokoh yang paling banyak diceritakan, baik sebagai pelaku kejadian maupun yang dikenai kejadian. Pada umumnya tokoh utama dalam film, akan berperan sebagai protagonis dalam cerita. Peran protagonis akan membawa nilai serta pandangan yang mudah diekspektasikan oleh penonton film tersebut.

Nilai serta pandangan yang disampaikan di dalam film, adalah bentuk komunikasi yang dilakukan film. Menurut Effendy (1990), film adalah salah satu bentuk media komunikasi massa bersifat audiovisual yang disampaikan kepada sekelompok orang di suatu tempat tertentu. Berarti akan ada pesan yang disampaikan dalam setiap film yang ditayangkan, dari pembuat film, kepada penonton sebagai penerima pesan tersebut. Baik secara tersirat maupun tersurat, pesan tersebut kemudian dapat diinterpretasikan masing – masing oleh penonton dari film tersebut.

Pesan yang disampaikan dalam film ini disebutkan dalam artikel *The Psychology of Character Bonding: Why We Feel a Real Connection to Actors*, Nuwer (2013:1) bahwa, dalam proses menonton film, seseorang akan menginvestasikan pikiran, serta pengalamannya agar dapat berkorelasi dengan karakter dalam film tersebut. Howard Sklar (2009:4) pada jurnal *Believable Fictions: On the Nature of Emotional Responses to Fictional Characters*, juga menambahkan

bahwa, secara psikologis, empati dan simpati yang digunakan manusia sehari-hari dalam menghadapi orang lain juga melakukan peran yang sama saat kita berhadapan dengan karakter dalam film, “Kita cenderung merespon mereka sebagaimana mereka adalah individual yang nyata” kata Sklar. Walau dalam situasi tertentu kita tidak dapat berkorelasi dengan karakter dalam film, karena perbedaan umur, gender atau kondisi hidup, selama adanya kemampuan narasi yang dibangun oleh film dengan penokohan, sinematografi dan perspektif emosional terdapat dalam film, kemampuan kita untuk berkorelasi dengan karakter dalam film akan selalu terbangun terlepas dari detail lainnya.

Kemampuan penonton untuk berempati dengan karakter dan tokoh utama dalam film yang ditonton inilah yang dapat mengefektifkan proses komunikasi antara pembuat film dengan penontonnya. Dikutip dari *The Effect of Contemporary Cinema on American Society* karya Amy Claire Hall (2002:13-16), mengatakan bahwa, film yang diproduksi dan dipertontonkan dapat membangun realitas semu yang dibangun dalam film sebagai bentuk hiburan. Realitas semu yang dibangun ini, dapat mendorong penonton untuk menyerap dan menerapkan apa yang dilihatnya di dalam film ke realitas sebenarnya. Sehingga orang – orang yang terpengaruh akan secara tidak sadar menerima dan menerapkan nilai serta ideologi yang mereka lihat di dalam film ke dalam kehidupan nyata sehari – hari mereka sebagai *how things should be* atau ”bagaimana sesuatu harusnya terjadi”.

Proses ini kemudian terjadi secara dinamis antara film dan realitas, film yang diproduksi mempengaruhi penontonnya membentuk realitas *how things should be* dan realitas yang ada juga mendorong diproduksinya film film yang merefleksikan bagaimana realitas disekitarnya terjadi. Dalam terjadinya proses ini, penonton akan merasakan adanya kedekatan dan hubungan antara dirinya dan karakter utama yang digambarkan di dalam film. Dan kedekatan inilah, yang secara perlahan akan mendorong penonton untuk menyerap pesan serta nilai yang ditampilkan oleh sang karakter utama, apakah dalam bentuk nilai positif maupun negatif.

Dilansir dari penelitian Distefan dalam *Do Favorite Movie Stars Influence Adolescent Smoking Initiation* (2004:3) menyatakan bahwa, remaja yang menonton film, memiliki kecenderungan merokok apabila artis favorit mereka merokok dalam film. Kecenderungan ini kemudian dinilai sebagai upaya film untuk memasarkan produk rokok kepada penontonnya. Tokoh yang diperankan oleh artis ini kemudian

menjadi penting dan kuat untuk mempengaruhi penontonnya. Penggambaran tokoh dalam film yang merokok, atau menggunakan merk tertentu dalam film, menjadi acuan bagi penontonnya untuk ikut serta menggunakan produk yang digunakan oleh karakter dalam film tersebut. Tokoh tokoh yang muncul juga menjadi perpanjangan tangan penonton dalam film, karena kita menonton film berdasarkan perspektif mereka, maka apa yang terjadi pada karakter utama, juga seakan terjadi pada diri kita sebagai penonton.

Kuatnya pengaruh dari film dan tayangan yang ditonton oleh seseorang juga ditemukan dalam penelitian *Penerimaan Ibu Rumah Tangga Mengenai Identitas Perempuan di Acara Sinema Indosiar berjudul "Sahabatku Calon Istri Suamiku" dan "Suamiku Direbut Pengasuh Anakku"* (Davi, 2020:4). Dalam penelitian ini melihat bagaimana peranan film membentuk persepsi penonton tentang penggambaran ibu rumah tangga yang "benar" dengan perawakan tubuh yang indah molek, langsing, tinggi, berambut panjang, berkulit putih, memiliki alis tebal, hidung mancung, suara lembut, bersolek, memiliki karakter yang baik dan jahat. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa dengan penggambaran sinema Indosiar tersebut membuat ibu rumah tangga berasumsi bahwa sosok perempuan yang ideal adalah perempuan yang sesuai dengan yang digambarkan dalam FTV sinema Indosiar tersebut.

Sebagaimana pesatnya perkembangan industri perfilman Indonesia selama lima tahun kebelakang (2015 – 2019) serta kuatnya pengaruh yang diberikan oleh karakter dalam film, terutama tokoh utama, penulis ingin mengangkat bagaimana tren perkembangan dari tokoh utama dalam film yang diproduksi Indonesia selama lima tahun terakhir.

Periode ini dipilih karena selama periode ini berlangsung, terdapat peningkatan yang signifikan terhadap jumlah penonton film Indonesia. Terlihat berdasarkan data dari *filmindonesia.or.id*. (diakses pada 29 April 2020 pukul 10.28 WITA) setiap tahunnya dari 2015 hingga 2019 terdapat peningkatan jumlah penonton film nomor satu di setiap tahunnya, yang pada 2015 hanya mencapai 1.523.617 penonton, meningkat empat kali lipatnya menjadi 5.253.411 penonton.

Gambar 1.2 Perbandingan Jumlah Penonton Film Tahun 2015 dan 2019

15 Film Indonesia peringkat teratas dalam perolehan jumlah penonton pada tahun 2015 berdasarkan tahun edar film			15 Film Indonesia peringkat teratas dalam perolehan jumlah penonton pada tahun 2019 berdasarkan tahun edar film		
#	Judul	Penonton	#	Judul	Penonton
1	Surga yang Tak Dirindukan	1.523.617	1	Dilan 1991	5.253.411
2	Single	1.351.324	2	Imperfect: Karier, Cinta & Timbangan	2.662.356
3	Comic 8: Casino Kings part 1	1.211.820	3	Dua Garis Biru	2.538.473
4	Bulan Terbelah di Langit Amerika	917.865	4	Danur 3: Sunyaruri	2.411.036
5	Magic Hour	859.705	5	Habibie & Ainun 3	2.242.782
6	Ngenest	785.786	6	My Stupid Boss 2	1.876.052
7	Di Balik 98	684.727	7	Perempuan Tanah Jahanam	1.795.068
8	3 Dara	666.183	8	Kuntilanak 2	1.726.570
9	Negeri Van Oranje	490.788	9	Keluarga Cemara	1.701.498
10	Air Mata Surga	425.179	10	Gundala: Negeri Ini Butuh Patriot	1.699.433
11	Tarot	329.258	11	Bumi Manusia	1.316.583
12	Sunshine Becomes You	321.838	12	Preman Pensiun	1.147.469
13	Warisan Olga	296.773	13	Orang Kaya Baru	1.118.738
14	Komedi Moderen Gokil	296.232	14	Ghost Writer	1.116.676
15	Toba Dreams	255.933	15	Yowis Ben 2	1.031.856

Sumber : *filmindonesia.or.id*

Oleh karena itu, akan dipilih klasifikasi umur remaja (13+) serta genre film drama yang memperoleh jumlah penonton terbanyak bila dibandingkan dengan yang lain. Dari film tersebut akan dilihat tokoh utama dalam film tersebut yang kemudian akan menjadi fokus analisis.

Tokoh utama dari film yang sesuai, kemudian akan di analisis menggunakan teori *Clock of Character* yang dikembangkan oleh Jens Eder dalam bukunya *Die Figur im Film*. Berdasarkan teori ini, karakter dalam film dapat dilihat berdasarkan empat aspek, *artefact*, *fictional being*, *symbol*, dan *symptom* (Eder, 2010). Ke empat aspek ini kemudian dapat digunakan menganalisis tokoh utama dan melihat bagaimana pengaruh dan dampak yang diakibatkan oleh tokoh dalam film tersebut. Dari hasil analisis tersebut, maka akan dilihat dan dibandingkan, selama periode 2015 hingga 2019, apakah terdapat tren atau kecenderungan tertentu terhadap nilai serta karakteristik tokoh utama dari film yang diproduksi di Indonesia. Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang dengan judul **TREN KARAKTERISTIK TOKOH UTAMA DALAM FILM INDONESIA**

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah melihat bagaimana tren karakteristik tokoh utama dalam film Indonesia, dimana peneliti ingin mengetahui bagaimana karakteristik tokoh utama dalam film yang ditentukan berdasarkan karakter yang menjadi fokus utama dalam cerita. Karakter yang dipilih tidak berbasis gender dan

dapat berjumlah lebih dari satu orang, sesuai dengan kriteria karakter tokoh utama dan protagonis. Dari tokoh utama yang masuk ke dalam kategori, apakah terdapat tren atau kecenderungan tertentu dari karakteristik tokoh utama dalam film drama remaja (13+) Indonesia yang dirilis selama periode 2015 – 2019. Analisis ini akan dilakukan menggunakan teknik analisis karakter *Clock of Character* Jens Eder.

1.3 Identifikasi Masalah

Terdapat pertanyaan untuk penulis teliti dalam bagaimana Tren Karakteristik Tokoh Utama dalam Film Indonesia ? Adapun pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana *artefact* tokoh utama dalam film Indonesia?
2. Bagaimana *fictional being* tokoh utama dalam film Indonesia?
3. Bagaimana *symbol* tokoh utama dalam film Indonesia?
4. Bagaimana *symptom* tokoh utama dalam film Indonesia?
5. Bagaimana tren karakteristik tokoh utama dalam film Indonesia?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui *artefact* tokoh utama dalam film Indonesia.
2. Untuk mengetahui *fictional being* tokoh utama dalam film Indonesia.
3. Untuk mengetahui *symbol* tokoh utama dalam film Indonesia.
4. Untuk mengetahui *symptom* tokoh utama dalam film Indonesia.
5. Untuk mengetahui tren karakteristik tokoh utama dalam film Indonesia.

1.5 Manfaat dan Kegunaan Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menjadi suatu acuan untuk mengetahui bagaimana cara menganalisis karakter menggunakan teori *Clock of Character* Jens Eder. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan serta pustaka yang berkaitan dengan Ilmu Komunikasi khususnya bidang perfilman

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjawab bagaimana tren yang muncul dari penokohan tokoh utama dalam film, yang kemudian dapat memberikan wawasan mengapa tren tersebut terjadi dan apa dampak yang diberikan dari tren tersebut. Penelitian ini juga dapat digunakan untuk sineas dan sutradara untuk menulis karakter tokoh utama yang sarat akan nilai.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1.1 Waktu dan Periode Penelitian

No.	Kegiatan	2020												2021	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2
1.	Mencari topik awal yang akan dibahas	■	■												
2.	Pencarian data dan informasi awal		■	■											
3.	Penyusunan proposal skripsi		■	■	■	■	■								
4.	Seminar Proposal						■								
5.	Revisi Seminar Proposal							■	■	■	■				
6.	Proses penelitian, pengumpulan data dan pembahasan										■	■	■		
7.	Penarikan kesimpulan dan tahap akhir penelitian												■	■	
8.	Sidang Skripsi													■	■
9.	Revisi Skripsi													■	■

Sumber: Olahan peneliti