

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Film “*The Grand Budapest Hotel*” yang disutradarai oleh Wes Anderson merupakan salah satu film terkenal dengan penggunaan warna yang menarik diantara banyak film beredar. menurut Internet Movie Database atau biasa disebut IMDB, film ini masuk dalam 226 nominasi dan memenangkan 135 penghargaan film. disebutkan pada beberapa artikel seperti Screenrant.com, Nipponpaint.com, dan Collider.com bahwa “*The Grand Budapest Hotel*” merupakan salah satu film dengan penggunaan warna terbaik. Hal ini juga didukung dengan adanya Sosok Wes Anderson sebagai sutradara, sosok tersebut kerap kali menjadi topik di internet mengenai penggunaan warna pada film yang ia buat, hingga muncul istilah “Wes Anderson Color Palettes” karena ciri khas dan keunikan Wes Anderson. Hingga penelitian ini dibuat, ketika kita mencari film terbaik dari Wes Anderson di mesin pencarian Google, “*The Grand Budapest Hotel*” selalu termasuk dalam daftar film terbaiknya, bahkan sebagian besar artikel tersebut memilih “*The Grand Budapest Hotel*” sebagai urutan pertama dalam daftar film tersebut.

Warna dalam film sendiri tentu menjadi hal yang sangat penting. Selain menjadi pelengkap visual, warna dapat membangun makna dan menyampaikan pesan tanpa perlu menggunakan kata-kata (Rahardja & Purbasari, 2018), dan tentunya dengan adanya teori bahwa Film merupakan media komunikasi audio-visual yang memiliki tujuan menyampaikan pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat. (Baran, 2012). Maka hubungan antara warna dalam film sebagai media komunikasi semakin erat dan penting. Bahkan pada Karya Wes Anderson, warna telah menjadi bahasa yang digunakan untuk menafsirkan tema dan perasaan karakter serta ruang yang mereka tinggali dalam film (Attademo, 2021)

Terdapat penelitian terdahulu mengenai topik terkait warna pada film, yaitu Analisis Penggunaan Warna Pada Trailer Film John Wick Chapter-4 Dengan Semiotika Pierce oleh Bagas Wijayanto dan Abi Senoprabowo dari Universitas Dian Nuswantoro. Penelitian ini membahas mengenai apakah warna yang digunakan pada trailer tersebut telah sesuai dengan inti tema, cerita, dan genre film. Hasil dari penelitian tersebut didapatkan bahwa penggunaan warna pada trailer sudah sesuai dengan inti tema, cerita, dan genre film

tersebut. Mengenai penelitian yang lebih spesifik, terdapat penelitian mengenai penggunaan warna dalam film “*The Grand Budapest Hotel*” oleh Yunpang Ma, fokus dari penelitian ini adalah bagaimana film tersebut menggunakan warna sebagai media pengenalan unsur nasionalis Negara Cina, kemudian penelitian oleh Greta Attademo pada tahun 2021 yang berjudul *Color and/is narration. The narrative role of color in Wes Anderson’s filmic images* yang membahas bahwa warna yang digunakan pada film-film Wes Anderson digunakan baik sebagai isi naratif suasana film maupun sebagai wadah naratif emosi dan simbol. Terakhir penelitian berjudul “*Color Theory and Social Structure in the Films of Wes Anderson*”.

Topik Komunikasi dalam penggunaan warna di film “The Grand Budapest Hotel” ini menjadi sesuatu yang perlu dibahas karena pentingnya memahami bagaimana elemen visual, khususnya warna, berperan dalam menyampaikan pesan dalam sebuah film. Wes Anderson, melalui film "The Grand Budapest Hotel," telah dikenal luas karena penggunaan warnanya. Namun, belum banyak penelitian yang secara mendalam mengevaluasi apakah warna-warna tersebut berfungsi lebih dari sekadar elemen estetika dan apakah warna tersebut benar-benar efektif dalam mengkomunikasikan pesan-pesan yang diinginkan oleh pembuat film kepada audiens. Dalam konteks media komunikasi, di mana film menjadi salah satu alat penyampai pesan yang sangat berpengaruh, memahami efektivitas komunikasi visual melalui warna sangat penting. Penelitian ini menjadi krusial untuk mengisi kekosongan dalam literatur mengenai apakah audiens dapat menangkap pesan-pesan yang diharapkan oleh pembuat film melalui warna, serta untuk mengetahui sejauh mana warna dapat menjadi media komunikasi yang efektif dalam film.

Metode pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Yaitu dengan mengumpulkan data kualitatif mengenai penggunaan warna dalam film dari sisi komunikator berupa hasil wawancara di media sosial dan menguji keefektifan komunikasi warna pada film “*The Grand Budapest Hotel*” dengan mengumpulkan umpan balik atau *feedback* secara kuantitatif dari komunikan dengan usia sesuai dengan rating dari film “The Grand Budapest Hotel” yaitu 17 tahun ke atas dari berbagai kalangan yang berbeda mengenai pesan dari penggunaan warna pada film, apakah sudah sesuai dengan pesan dari komunikator. Metode ini berkesinambungan dengan teori bahwa Komunikasi dinilai efektif ketika penerima pesan dapat mengerti makna atau isi pesan sesuai dengan yang diharapkan oleh pengirim. (Syabrina, 2018)

1.2 Identifikasi Masalah

1. Film “*The Grand Budapest Hotel*” sebagai film dengan penggunaan warna menarik
2. Warna menjadi hal yang penting karena mampu menyampaikan pesan dan film juga sebagai media komunikasi
3. Komunikasi dinilai efektif ketika penerima pesan dapat mengerti makna atau isi pesan sesuai dengan yang diharapkan oleh pengirim.
4. Belum terdapat penelitian mengenai keefektifan penggunaan warna pada film “*The Grand Budapest Hotel*” dalam konteks komunikasi

1.3 Rumusan Masalah

1. Apa pemahaman penonton terhadap pesan pembuat film dalam menggunakan warna pada film “*The Grand Budapest Hotel*”?

1.4 Batasan Masalah

1. Objek penelitian adalah film “*The Grand Budapest Hotel*”
2. Dalam penelitian, aspek warna yang diteliti berupa kumpulan warna atau *color palette*

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apa pemahaman penonton terhadap pesan pembuat film dalam menggunakan warna pada film “*The Grand Budapest Hotel*”?

1.6 Manfaat Penelitian

1. Dapat menjadi acuan bagi para pembuat film dalam menggunakan warna dalam film
2. Mengetahui sudut pandang penonton mengenai warna pada film
3. Menjadi penelitian akademis mengenai topik yang ada di kalangan penikmat film khususnya mengenai warna

1.7 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah *mixed method*, yaitu menggunakan campuran antara metode kualitatif dan kuantitatif. Penelitian metode campuran merupakan pendekatan yang menggabungkan teknik kualitatif dan kuantitatif dalam satu studi. Pendekatan ini tidak hanya melibatkan pengumpulan dan

analisis data dari kedua jenis metode, tetapi juga mengintegrasikan keduanya untuk memanfaatkan kelebihan dari masing-masing metode. Dengan cara ini, penelitian metode campuran dapat memberikan hasil yang lebih komprehensif dan kuat dibandingkan jika hanya menggunakan metode kualitatif atau kuantitatif saja. (Creswell & Plano Clark dalam Creswell, 2009) Metode ini digunakan untuk menyesuaikan kebutuhan penelitian, dengan perlunya mengetahui pemahaman penonton secara terukur, maka perlu dikumpulkannya data secara kuantitatif, dan untuk mengetahui pesan pembuat film dalam menggunakan warna, maka jenis data yang diperlukan adalah data kualitatif. Oleh karena itu metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *mixed method*.

1.7.1 Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini adalah dokumentasi dan kuesioner. Menurut Sugiyono (2018) dokumentasi adalah metode pengumpulan data dan informasi melalui arsip, buku, angka, dokumen, laporan, gambar, serta berbagai keterangan lain yang dapat mendukung penelitian. Pada penelitian ini, dokumen yang didapat berupa wawancara terkait penggunaan warna dari komunikator pada film “*The Grand Budapest Hotel*”. Kemudian Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan responden sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. (Sugiyono, 2017), kuesioner digunakan untuk mengumpulkan *feedback* dari penerima pesan pada film “*The Grand Budapest Hotel*”. Dengan menggunakan metode tersebut, maka peneliti dapat menemukan pesan penggunaan warna dan pesan tersebut diujikan menggunakan kuesioner kepada responden.

1.7.2 Analisis Data

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis tematik untuk menganalisis data studi dokumen berupa transkrip wawancara terkait pesan penggunaan warna dari pembuat film “*The Grand Budapest Hotel*”. Dikarenakan data yang didapat berupa wawancara, analisis tematik menjadi metode yang tepat karena Analisis tematik adalah metode yang efektif jika peneliti hendak menggali secara mendalam data-data kualitatif dengan tujuan menemukan pola-pola yang terkait dan memahami sejauh mana fenomena tersebut terjadi dari sudut pandang peneliti. (Fereday & Muir-Cochrane, 2006). Kemudian analisis tematik adalah aktivitas untuk mengidentifikasi pola-pola makna dari kumpulan narasi, baik dari data transkrip

wawancara maupun dokumen relevan lainnya. (Nuriman et al., 2022). Tahapan dari analisis tematik menurut Heriyanto (2018) terdiri dari 3 tahap yaitu:

1. Memahami Data

Memperoleh data yang diinginkan tidak menjamin bahwa peneliti sudah sepenuhnya memahami fenomena yang diteliti. Karena tujuan utama penelitian kualitatif adalah untuk menggali secara mendalam apa yang terjadi dalam suatu peristiwa dari perspektif partisipan, rekaman dan transkrip wawancara menjadi aset berharga yang harus dieksplorasi lebih lanjut. Peneliti perlu benar-benar mendalami dan memahami data kualitatif yang telah dikumpulkan. Cara yang paling efektif untuk terhubung dengan data tersebut adalah dengan membaca ulang transkrip wawancara, mendengarkan kembali rekaman, atau menonton ulang video yang direkam selama proses pengumpulan data.

2. Menyusun Kode

Proses coding dapat diibaratkan seperti seorang pustakawan yang menentukan subjek dari judul buku, atau seperti pembaca yang mencoba mengidentifikasi gagasan utama dalam sebuah paragraf. Kode berfungsi sebagai label atau tanda yang menunjukkan fitur dalam data yang relevan dengan pertanyaan penelitian. Dalam hal ini, peneliti bertugas menentukan bagian-bagian mana dari transkrip wawancara yang perlu diberi kode. Setelah itu, peneliti akan meninjau ulang semua kode yang telah dibuat dan mengevaluasi mana yang relevan dan mana yang tidak sesuai dengan penelitiannya.

3. Mencari Tema

Pada tahap ini, peneliti kemudian berlanjut dari fokus awal yang mencari kode menjadi mencari tema. Seperti yang disarankan oleh Braun & Clarke (2006), tahap ketiga dalam analisis tematik adalah untuk menemukan tema yang sesuai dengan tujuan penelitian. Tema ini diharuskan dapat mencerminkan hal-hal penting yang terdapat dalam data dan relevan dengan rumusan masalah penelitian. Boyatzis (1998) menambahkan bahwa tema ini menggambarkan pola dari fenomena yang sedang diteliti.

Langkah awal dalam menentukan tema adalah dengan terlebih dahulu menetapkan tema tentatif. Tema-tema ini disebut tentatif karena merupakan hasil awal dari analisis, dan kemungkinan dapat berubah seiring dengan peninjauan lebih lanjut terhadap tema-tema tersebut.