

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Media hiburan merupakan salah satu cara manusia melakukan “*escapism*”, *escapism* merupakan keadaan kita manusia ingin keluar dari “kenyataan” atau realita dan sejenak melupakan masalah atau hal-hal yang ada pada dunia nyata (Kosa & Uysal, 2020). Pada dasarnya manusia menggunakan media hiburan sebagai gerbang untuk istirahat sejenak dari banyaknya perihal kehidupan di dunia nyata ataupun masalah-masalah yang sedang dihadapi di dunia nyata. Hal ini juga menjadikan media hiburan sebagai pereda atau sebagai media dan alat manusia mengurangi stress yang sedang dihadapi.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Prestin & Nabi, 2020) menemukan bahwa terdapat reaksi emosi positif yang disebabkan oleh eksposur yang disebabkan oleh mengonsumsi media hiburan terutama media hiburan yang berunsur komedi. Reaksi emosi positif ini menunjukkan adanya manfaat serta hasil yang positif dari sisi psikologikal dan kesehatan fisik serta merangsang pengembangan perilaku, penanaman dan perubahan perilaku yang disebabkan oleh penggunaan atau konsumsi media hiburan itu sendiri.

Media hiburan sendiri pada dasarnya merangsang imajinasi melalui dua indra manusia yaitu indra penglihatan dan indra pendengaran. Dari kedua indra tersebut jenis-jenis media hiburan sangat beragam namun inti utamanya adalah memainkan visual, suara ataupun gabungan keduanya. Pada satu penelitian menyimpulkan serta menyebutkan bahwa salah satu cara terbesar manusia mencerna serta berpikir dan menggunakan aktivitas psikologi dengan bantuan dan rangsangan visual (Hongtao, 2021).

Media hiburan yang berfokus kepada visual dapat ditemukan melalui gambar ataupun lukisan, lalu media hiburan yang selanjutnya menggunakan elemen atau memanfaatkan indra pendengaran manusia salah satunya adalah dengan musik, namun tidak hanya sebatas musik saja industri media hiburan juga dapat menggunakan indra pendengaran untuk menyampaikan sebuah cerita seperti adanya radio ataupun yang terakhir kali populer akhir-akhir ini adalah *podcast*. Media hiburan juga tidak hanya sebatas visual ataupun

pendengaran namun perpaduan kedua ini juga sangat digemari oleh manusia, salah satunya adalah dengan menonton film.

Film merupakan dari berbagai potongan gambar yang di proyeksikan dengan sangat cepat dengan menggunakan cahaya sebagai medianya, dan dikarenakan oleh fenomena optik yang disebut dengan “Persistence of Vision” yang menyebabkan ilusi nyata, mulus dan pergerakan terus menerus (Murphy & Manvell. Roger, 2024).

Pada bahasa sederhananya film merupakan kumpulan gambar visual yang ditampilkan dengan sangat cepat sehingga menyebabkan ilusi pada indra penglihatan kita bahwa gambar tersebut “hidup” dan “bergerak”. Media hiburan film sendiri berkembang bukan hanya secara visual saja namun menggabungkan musik dan suara sehingga dapat memberikan pengalaman yang menghibur bagi yang menikmatinya. Dalam perkembangan teknologi dan waktu, film digunakan sebagai penyampaian dan penyebaran ideologi, dokumentasi, edukasi, serta sebagai sarana hiburan yang sudah disebutkan oleh penulis.

Dari berbagai macam film lahirlah kata genre film yang digunakan untuk sebagai katalog, pemisah atau pembeda jenis-jenis film. Genre film dapat dikatakan sebagai kategori gaya dimana film-film tertentu dapat di tempatkan atau dipisahkan berdasarkan *setting*, karakter, plot cerita, *mood*, *tone*, dan tema. Genre utama sebuah film dapat di tentukan dari mayoritas isi konten film tersebut dan di temani oleh *sub-genre* yang dimana merupakan kategori yang sebagian kecil hadir pada film tersebut. Percampuran Genre dan *sub-genre* sangat sering ditemukan pada film-film saat ini (Murphy & Manvell. Roger, 2024).

Pada saat ini manusia dapat menyaksikan film dari berbagai cara seperti menggunakan televisi analog, televisi digital, datang langsung pada bioskop, lalu dapat juga menggunakan internet dengan perangkat *smartphone*, komputer maupun laptop, sehingga dapat dikatakan sangatlah mudah mengakses sebuah film pada saat ini terlebih adanya jasa penyedia film seperti *Netflix*, *Amazon Prime* dan lain-lainya.

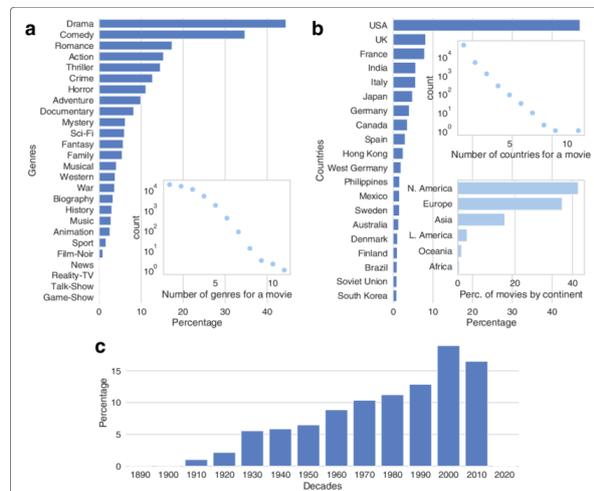
Market Search For Each Genre in 2022

	Genre	Movies	2022 Gross	Tickets	Share
1	Action	54	\$3,983,514,713	434,407,251	53.44%
2	Adventure	28	\$980,219,074	106,894,112	13.15%
3	Comedy	60	\$691,114,062	75,366,828	9.27%
4	Horror	39	\$634,295,308	69,170,685	8.51%
5	Drama	146	\$620,493,407	67,665,521	8.32%
6	Thriller/Suspense	46	249,909,212	27,252,892	3.35%
7	Romantic Comedy	11	\$105,384,522	11,492,308	1.41%
8	Musical	6	\$61,505,843	6,707,287	0.83%
9	Reality	1	\$57,743,451	6,296,996	0.77%
10	Black Comedy	3	\$44,614,220	4,865,235	0.60%

Source: Enterprise Apps Today

Gambar 1. 1 Data penghasilan film per-genre (sumber : (Elad, 2024))

Data yang diambil dari *Enterprise apps today* (Elad, 2024) pada gambar 1.1 diatas menunjukkan 10 besar genre film yang memiliki penghasilan terbesar. Jika kita lihat dalam 10 besar tersebut terdapat genre komedi pada urutan ketiga dan drama pada ke urutan ke-lima memiliki sekitar 60 film dan 146 film secara berurutan.



Gambar 1. 2 Statistik persentase film berdasarkan genre, negara produksinya dan tahun rilis pertama. A Berdasarkan genre, B Negara dan C Tahun Rilis pertama dalam satu dekade (Sumber: (Bioglio & Pensa, 2018))

Pada data gambar diatas yang diambil dari penelitian (Bioglio & Pensa, 2018), menunjukkan pada satu dekade terakhir produksi film berdasarkan genre didominasi oleh film Drama, komedi, romansa, aksi dan *thriller* sebagai 5 besar genre yang mendominasi. Jika kita kaitkan pada uraian sebelumnya

mengenai penelitian yang dilakukan oleh (Prestin & Nabi, 2020) hal ini menunjukkan manusia atau masyarakat dunia cenderung menyukai dan mengonsumsi film yang memiliki unsur drama, komedi dan romansa dalam media hiburannya.

Pada sebuah cerita yang ditampilkan pada film mayoritasnya merupakan sebuah cerita fiksi dan menceritakan sebuah kisah karakter fiksi itu sendiri. Cerita dan karakter fiksi sendiri merupakan sebuah cerita dan karakter yang tidak ada di realitas atau hanya dibuat dan dikarang oleh seseorang atau sebuah kumpulan orang. Fiksi itu sendiri datang dari sebuah kreativitas serta imajinasi seseorang namun bisa juga berdasarkan ataupun terinspirasi oleh kejadian ataupun berdasarkan seseorang yang ada di dunia nyata. Sebuah karakter fiksi yang dibuat dengan sangat baik dan rapih itu sendiri dapat hidup secara nyata dalam pikiran seseorang yang menonton film tersebut selamanya (*Fictional Character - Everything You Need To Know - NFI, 2024*).

Dalam kehidupan nyata, karakter fiksi itu sendiri sering kali memberikan relevansi yang nyata kepada kehidupan nyata seseorang, baik itu menginspirasi seseorang, memberikan pesan moral, menjadi *rolemodel* serta menjadi idola seseorang. Salah satu contoh karakter fiksi yang sangat dikenal oleh pecinta film didunia adalah karakter fiksi *Forrest Gump* yang diperankan oleh Tom Hanks pada film "*Forrest Gump*" yang dirilis pada tahun 1994 dengan genre komedi/Romansa. Singkatnya, karakter *Forrest Gump* sendiri sangat diingat oleh banyak orang dikarenakan dia mengajarkan bahwa walaupun dirinya merupakan seseorang yang berkebutuhan khusus, dia tidak pernah menyerah dan selalu berbuat menolong orang. Walaupun sudah 30 tahun film tersebut rilis, pada tahun 2024 karakter fiksi *Forrest Gump* masih banyak sekali dibicarakan dan salah satu percakapan yang ikonik pada karakter fiksi yang di perankan oleh Tom Hanks ini adalah "***Life is like a box of chocolates; you never know what you're gonna get.***" Dimana pada kalimat ini karakter *Gump* ini mengajarkan bahwa kehidupan itu banyak hal yang tidak terduga dan diluar rencana kita. Tom Hanks sendiri sebagai aktor yang memerankan *Forrest Gump* juga melekat dengan karakter fiksi tersebut sehingga terdapat kalimat "*Tom Hanks is Forrest Gump*".

Pada tahun 2022, Tom Hanks aktor yang memerankan *Forrest Gump* memerankan sebuah film yang memiliki nuansa atau genre yang hampir sama dengan film tersebut yang berjudul “*A Man Called Otto*” Film ini dirilis pada tahun 2022, namun hadir di bioskop Indonesia pada 13 Januari 2023. Film ini mendapatkan rating oleh *IMDb* 7.5, dan 70% oleh *Rotten Tomato*. Sinopsis pada film ini menceritakan kisah seorang kakek tua yang bernama Otto yang diperankan oleh Tom Hanks. Otto yang baru saja ditinggal mati oleh istrinya mengalami depresi yang mengakibatkan dia ingin mengakhiri hidupnya, namun semua percobaan bunuh dirinya berkali-kali gagal dikarenakan adanya keluarga muda baru yang pindah menjadi tetangga baru Otto yang membuat dinamika baru pada hidup Otto yang sudah tua tersebut.

Pada penelitian ini, penulis tertarik untuk menganalisis karakter fiksi Otto yang diperankan oleh Tom Hanks tersebut pada film “*A Man Called Otto*” yang bergenre drama dan komedi. Tujuan utama pada penelitian ini adalah membedah serta menganalisis karakter fiksi Otto pada film “*A Man Called Otto*” secara mendalam dan komprehensif. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes signifikasi dua tahap untuk mengurai dan menganalisis karakter Otto mulai dari makna tanda-tanda dan simbol yang baik itu berbentuk verbal serta non-verbal yang ada pada film ini. Peneliti akan menguraikan perilaku, percakapan dan tindakan-tindakan Otto menggunakan hubungan tanda dan petanda semiotika Roland Barthes.

Acuan penelitian ini berdasarkan penelitian sebelumnya yang berjudul “**ANALISA PERILAKU KARAKTER MARISOL DALAM FILM A MAN CALLED OTTO SEBAGAI REPRESENTASI KEPEDULIAN SOSIAL**” (Nismoro et al., 2024). Pada penelitian sebelumnya, peneliti tersebut menganalisis perilaku karakter Marisol yang merupakan nama atau karakter fiksi yang menjadi keluarga muda yang menjadi tetangga Otto dan berfokus kepada representasi kepedulian sosial yang digambarkan oleh karakter Marisol tersebut. Berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan, peneliti akan berfokus kepada karakter fiksi Otto yang menjadi fokus penelitian. Sedangkan pada penelitian sebelumnya, karakter

Marisol dan representasi kepedulian sosial yang menjadi fokus utama yang dianalisis pada penelitian sebelumnya tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, serta berdasarkan acuan penelitian, peneliti akan melakukan penelitian dari perspektif karakter berbeda yaitu karakter Otto dan tidak hanya berfokus kepada kepedulian sosialnya saja namun, secara keseluruhan mengenai karakter Otto tersebut. Peneliti akan menggunakan metode penelitian kualitatif analisis semiotika Roland Barthes dengan alasan semiotika Roland Barthes memiliki gagasan signifikasi dua tahap yang berbeda dari pendahulunya yakni memperluas arti petanda dan penanda dengan adanya ide konotasi, denotasi dan mitos dimana melihat tanda dan petanda bukan hanya dari apa yang terlihat saja namun mempertimbangkan budaya dan ideologi seseorang (Hoed, 2014). Sehingga, semiotika Roland Barthes dapat mampu menganalisis tanda dan makna pada karakter Otto berdasarkan denotasi, konotasi dan mitos yang memungkinkan peneliti meneliti karakter Otto dengan mendalam. Dengan begitu judul penelitian ini akan berjudul **“ANALISIS KARAKTER OTTO DALAM FILM *A MAN CALLED OTTO*”**

1.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dan argumentasi peneliti, maka berikut rincian tujuan penelitian sebagai berikut;

1. Menganalisis karakter Otto pada film *“A Man Called Otto”* dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes dalam pemaknaan denotasi
2. Menganalisis karakter Otto pada film *“A Man Called Otto”* dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes dalam pemaknaan konotasi
3. Menganalisis karakter Otto pada film *“A Man Called Otto”* dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes dalam pemaknaan mitos

1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian tujuan penelitian, maka berikut rincian pertanyaan penelitian sebagai berikut;

1. Bagaimana hasil analisis pemaknaan denotasi karakter Otto pada film “*A Man Called Otto*” menggunakan analisis semiotika Roland Barthes.
2. Bagaimana hasil analisis pemaknaan konotasi karakter Otto pada film “*A Man Called Otto*” menggunakan analisis semiotika Roland Barthes.
3. Bagaimana hasil analisis pemaknaan mitos karakter Otto pada film “*A Man Called Otto*” yang menggunakan analisis semiotika Roland Barthes.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah untuk memberikan wawasan positif kepada penelitian yang akan datang setelah ini, dan mengetahui gambaran karakter Otto secara mendalam. Secara lebih lanjut, peneliti memisahkan manfaat penelitian lebih lanjut menjadi dua sebagai berikut;

1.4.1. Manfaat Teoritis

Pada manfaat teoritis, penulis berharap penelitian ini menjadi acuan ataupun sumbangan wawasan dalam penelitian film yang menggunakan teknik kualitatif analisis semiotika Roland Barthes.

1.4.2. Manfaat Praktis

Pada manfaat praktis, peneliti berharap menganalisis mengenai karakter fiksi Otto ini menambah wawasan pembaca mengenai menariknya sebuah karakter fiksi pada film-film yang ada.

1.5. Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1.7. 1 Waktu dan Periode Penelitian

No	Jenis Kegiatan	2024						2025
		Jul i	Agust us	Septemb er	Oktob er	Novemb er	Desemb er	Janua ri

1	Penelitian Pendahuluan							
2	Seminar Judul							
3	Penyusunan Proposal							
4	Seminar Proposal							
5	Pengumpulan Data							
6	Pengolahan dan analisis data							
7	Ujian Skripsi							