

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi sebagai usaha penyampaian pesan antarmanusia.¹ Komunikasi merupakan suatu bentuk kegiatan penyampaian pesan dari sumber pesan kepada penerima pesan.² Komunikasi adalah adanya suatu makna atau pengertian yang terkandung dalam setiap pesan (ide, gagasan, informasi dan lain-lain) yang perlu dipahami bersama oleh pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi.³

Sebagai makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Ia ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya, rasa ingin tahu ini manusia perlu komunikasi.⁴ Komunikasi jelas tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat. Ia diperlukan untuk mengatur tata krama pergaulan antarmanusia, sebab berkomunikasi dengan baik akan memberi pengaruh langsung pada struktur keseimbangan seseorang dalam bermasyarakat.⁵

¹ Daryanto. *Ilmu Komunikasi*. Bandung, PT. Sarana Tutorial Nurani. 2011. Hal 10

² Ibid. Daryanto. Hal 59

³ Apriadi Tamburaka. *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta. Rajawali Pers. 2012. Hal 8

⁴ Hafied Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada. 2010. Hal 1

⁵ Ibid. Hafied Cangara. Hal 3

Komunikasi sebagai suatu proses artinya bahwa komunikasi merupakan serangkaian tindakan atau peristiwa yang terjadi secara berurutan serta berkaitan satu sama lainnya dalam kurun waktu tertentu. Sebagai suatu proses, komunikasi tidak statis, melainkan dinamis dalam arti akan selalu mengalami perubahan dan berlangsung terus menerus.⁶

Komunikasi massa adalah pesan-pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar khalayak. Batasan komunikasi massa ini lebih menitikberatkan pada komponen-komponen dari komunikasi massa yang mencakup pesan-pesan, dan media massa (seperti koran, majalah, tv, radio, dan film), serta khalayak.⁷ Komunikasi massa, seperti bentuk komunikasi lainnya (komunikasi antarpersona, komunikasi kelompok atau komunikasi organisasi), memiliki sedikitnya enam unsur, yakni komunikator (penyampai pesan), pesan, media, komunikan (penerima pesan), efek, dan umpan balik.⁸

Kurangnya memahami suatu kebudayaan dapat menyebabkan kita berfikir bahwa budaya kita lebih baik di banding dengan budaya lain. Selain itu kurangnya memahami suatu budaya dapat menyebabkan *stereotype*. *Stereotype* terjadi karena adanya cara pandang seseorang terhadap suatu hal. Kita hanya menilai sebuah kebudayaan dari sudut pandang kita sendiri, tanpa mencari tahu lebih dalam kebudayaan tersebut.

⁶ Riswandi. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta. Graha Ilmu. 2009. Hal 5

⁷ Ibid. Riswandi. Hal 103

⁸ Elvinaro Ardianto dan Lukiati K. Erdinaya. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya. 2007. Hal 2

Sebagai contoh jika kita bertemu dengan orang bersuku Batak, muncul dibenak kita bahwa orang tersebut kasar dan berbicara lantang. Selain melalui program televisi, *stereotype* muncul dalam kemasan yang berbeda yaitu melalui sebuah film. Seperti media massa lainnya, film membawa pesan bagi penontonnya, media massa di harapkan mampu untuk mengurangi *stereotype*. Film juga merupakan media komunikasi massa yang kini banyak dipilih untuk menyampaikan berbagai pesan, selain itu film di anggap lebih sebagai hiburan ketimbang media pembujuk.

Salah satu bentuk komunikasi yang sangat berpengaruh dalam kehidupan sosial bermasyarakat adalah komunikasi melalui media massa seperti surat kabar, majalah, radio, televisi dan film. Banyak pesan-pesan media yang menginspirasi penonton, sehingga memberikan pengaruh dalam kehidupan sosial masyarakat, baik pengaruh positif ataupun pengaruh negatif, semua itu kembali kepada penonton, bagaimana penonton menyikapi pesan yang disampaikan oleh media massa.

Media massa adalah hal yang paling tepat dan cepat untuk mendapatkan menyampaikan informasi-informasi kepada khalayak. Media massa ada dimana-mana, dalam berbagai bentuk dan dapat di akses kapan saja oleh siapa saja. Ciri media massa adalah kemampuan untuk menimbulkan kesempatan pada khalayak dalam menerima pesan yang disebarkan secara cepat, bersifat transien, serta terbuka untuk semua orang.⁹

⁹ Onong Uchjana Effendy. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung. Remaja Rosdakarya. 1990. Hal 30

Media massa pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua kategori, yakni media massa cetak dan elektronik. Media cetak yang dapat memenuhi kriteria sebagai media massa adalah surat kabar dan majalah. Sedangkan media elektronik yang memenuhi kriteria media massa adalah radio siaran, televisi, film, media *online* (internet).¹⁰

Gambar bergerak (film) adalah bentuk dominan dari komunikasi massa visual. Lebih dari ratusan juta orang menonton film di bioskop, film televisi setiap minggunya. Film adalah karya seni yang diproduksi secara kreatif dan memenuhi imajinasi orang-orang yang bertujuan memperoleh estetika (keindahan) yang sempurna.¹¹

Film dibangun umumnya dengan banyak tanda. Tanda-tanda ini termasuk berbagai sistem tanda yang bekerjasama dengan baik dalam upaya mencapai efek diharapkan. Yang paling penting dalam film adalah gambar dan suara.¹² Hal inilah yang membuat penulis menggunakan film sebagai objek untuk diteliti untuk mengetahui tanda-tanda yang terkandung dalam film tersebut.

Perfilman di dunia kian merebak dari puluhan ribu judul di keluarkan setiap tahunnya. Salah satunya adalah industri perfilman *Bollywood* yang berasal dari India. Film *Bollywood* mendadak populer dengan tema yang di sajikan beragam dan bervariasi. Sebut saja hadirnya film *Kuch Kuch Hotahai* (1998), *Slumdog A Millionaire* (2009) dan yang terakhir *My Name Is Khan* yang mampu menarik perhatian banyak orang.

¹⁰ Elvinaro Ardianto, Lukiati Komala, Siti Karlimah. Komunikasi Massa Suatu Pengantar edisi revisi. Bandung. Simbiosis Rekatama Media. 2007. Hal 103

¹¹ Ibid. Hal 143

¹² Alex Sobur. *Simiotika Komunikasi*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya. 2009. Hal 128

Hal inilah yang membuat penulis menggunakan film sebagai objek untuk di teliti untuk mengetahui tanda-tanda yang tergantung dalam film tersebut.

Slumdog Millionaire adalah sebuah film yang disutradarai oleh Danny Boyle. Film ini berhasil meraih empat Golden Globes dan delapan piala oscar, termasuk penghargaan film terbaik dan sutradara terbaik. Film yang bercerita tentang seorang anak miskin yang besar di lingkungan kumuh (slum) kota Mumbai yang mendadak menjadi kaya setelah memenangkan kuis Who Wants To Be A Millionaire versi India. Film ini diputar untuk pertama kalinya untuk umum di Britania Raya pada 12 November 2008, dan di Mumbai pada 22 Januari 2009.¹³

Diperkirakan sekitar 36,3 juta orang menyaksikan Academy Awards atau Oscar melalui televisi, Minggu (22/2) waktu setempat. Jumlah tersebut meningkat sekitar empat juta atau 13 persen dari pemirsa Academy Awards tahun lalu yang terendah sepanjang sejarah.¹⁴

Tahun lalu, ketika film "No Country for Old Men" menyabet Oscar untuk film terbaik, pemirsa Oscar hanya mencapai 32 juta orang atau terendah sepanjang sejarah. Pada 2003, ketika "Chicago" menjadi film terbaik, Oscar disaksikan sekitar 33 juta orang.

Jamal Malik (Dev Patel) dalam film ini digambarkan sebagai bekas anak jalanan dari kawasan kumuh Dharavi yang memenangkan kuis Who Wants To Be A Millionaire versi India, tetapi inspektur polisi (Irrfan Khan) menuduhnya curang dan menyiksanya. Pada saat diinterogasi jamal menjelaskan bahwa setiap

¹³ http://id.wikipedia.org/wiki/Slumdog_millionaire

¹⁴ <http://www.tempo.co/read/news/2009/02/24/111161720/Penonton-Oscar-Lewat-Televisi-Meningkat-13-Persen>

pertanyaan yang diajukan oleh pembawa acara Prem Kumar (Anil Kapoor) padanya mempunyai hubungan dengan apa yang pernah dialaminya selama ini dan inspektur polisi menerima penjelasan dari Jamal dengan sebutan “keanehan yang masuk akal”. Dalam film ini jelas sekali adanya *stereotype*, ketika *stereotype* muncul dalam sebuah film yang merupakan bagian dari media massa dari uraian di atas penulis membuat penelitian dengan judul **“Stereotype Kemiskinan dalam Film Slumdog A Millionaire”**

Dengan demikian, peneliti menganggap *stereotype* kemiskinan dalam film *Slumdog a Millionaire* menjadi fokus penelitian untuk menganalisa tanda yang dipakai dalam film drama ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah masalah yang telah diuraikan, penulis membuat rumusan masalah “bagaimana *stereotype* humanisme digambarkan dalam Film *Slumdog A Millionaire* ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan di atas, maka penelitian ini adalah ingin mengetahui gambaran *stereotype* yang muncul di media massa yaitu dalam Film *Slumdog A Millionaire*.

1.4 Manfaat Penelitian

Secara akademis penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi. Khususnya mengenai *stereotype*

1.4.1 Manfaat Akademis

Secara akademis penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi dan komunikasi antarbudaya. Khususnya mengenai *stereotype* yang muncul dalam komunikasi massa serta pengetahuan dalam bidang pemaknaan (simiotika).

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat membuka wawasan masyarakat dalam melihat sebuah pesan yang ada pada film. Sehingga penonton tidak hanya bisa melihat pesan yang tersirat, akan tetapi juga pesan yang tersirat dalam film tersebut yang akan menciptakan pola pemikiran yang lebih luas dan pribadi yang lebih bijak.