

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Film merupakan sebuah cerminan terhadap realitas sosial ataupun budaya yang ada di masyarakat (Dewi, 2017). Film berjudul *Mau Jadi Apa?* adalah salah satu film yang menggambarkan realitas yang ada di masyarakat. Film karya Soleh Solihun dan Monty Tiwa ini diadaptasi dari buku kisah nyata yang ditulis oleh Soleh Solihun mengenai pencarian dan pembentukan konsep diri semasa ia kuliah di Universitas Padjajaran (Unpad). Dalam pencarian dan pembentukan konsep diri tersebut, banyak faktor-faktor dari dalam diri maupun dari luar yang memengaruhi konsep diri Soleh dan teman-temannya. Teman-teman Soleh di antaranya ada Fey, si perempuan tomboi yang sangat peduli dengan teman-temannya. Kemudian Lukman, si orang Padang yang sudah lama di Bandung dan memiliki sifat yang dewasa. Marsyel, si jago menulis dan penyuka hal-hal yang retro atau klasik. Eko, si idealis yang juga memiliki sifat egois. Serta Soleh, individu yang peduli dengan teman dan memiliki sifat yang dewasa. Mereka semua memiliki latar belakang yang berbeda, namun memiliki satu kesamaan, yaitu sama-sama sedang berusaha membangun konsep diri dari berbagai faktor-faktor agar kehidupan mereka di dalam maupun di luar perkuliahan dapat lebih bermakna.

Dalam kurun waktu 2014 – 2018 perkembangan film dengan genre drama dan komedi masih mendominasi bioskop-bioskop di Indonesia. Data tersebut dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS). BPS melakukan survei mengenai mengenai judul film yang ditayangkan oleh perusahaan bioskop menurut genre, dan hasilnya terbukti bahwa dalam kurung tahun 2014 – 2018, genre drama dan komedi adalah dua genre yang banyak diproduksi oleh produser film dan juga ditonton oleh masyarakat Indonesia. Berikut di bawah ini data (gambar) berupa persen genre film Indonesia di bioskop (2014 – 2018) yang peneliti dapatkan dari *website* resmi Badan Pusat Statistik (BPS).

Gambar 1.1 Genre Film Indonesia di Bioskop

Genre Film	Persentase Judul Film yang Ditayangkan oleh Perusahaan Bioskop Menurut Genre (Persen)		
	2014	2017	2018
Drama	20,860	24,020	41,340
Komedi	9,100	10,750	10,140
Thriller	7,070	9,440	9,200
Fantasi	10,050	9,060	8,740
Aksi	30,330	22,550	10,700
Religius	4,690	-	-
Horor	16,510	16,220	12,310
Animasi	-	6,410	5,620
Lainnya	1,400	1,550	1,950
Jumlah	100,000	100,000	100,000

Sumber: (BPS, 2019)

Hal tersebut merupakan salah satu yang mendasari film bergenre drama komedi seperti *Mau Jadi Apa* rilis pada tahun 2017. Menurut filmindonesia.or.id dalam (Jawapos, 2017), bahkan dalam kurun waktu seminggu penayangannya film ini mendapat 80.105 penonton, dan dalam kurun waktu dua minggu, jumlahnya meningkat menjadi 126 ribu lebih penonton. Hal ini menandakan bahwa film ini cukup mendapat antusiasme dari khalayak atau penontonnya. Alasan lainnya yaitu menurut Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Bekraf) dalam (Surya et al., 2017), film adalah hal yang krusial dalam industri kreatif. Tetapi, sayangnya kontribusinya terhadap PDB (*Product Domestic Bruto*) nasional belum terlalu besar. Maka dari itu, Bekraf terus menggali dan memprioritaskan industri film Indonesia agar lebih maju. Salah satunya dengan membuka kesempatan bagi banyak rumah produksi untuk membuat film Indonesia berkualitas dan dapat berjaya di negeri sendiri.

Selain itu, menurut (H. Setiawan, 2021) banyak pula film Indonesia dengan tema drama mahasiswa seperti *Rudy Habibie*, *Catatan Akhir Kuliah*, dan *Gie*. Namun, yang membedakan film *Mau Jadi Apa* dengan film-film tersebut ialah karena film *Mau Jadi Apa* ini menyajikan gambaran konsep diri dan kehidupan mahasiswa yang beragam mulai dari hubungan dengan orang tua hingga masalah cita-cita dan tujuan hidup. Hal tersebut juga menjadi hal yang perlu diketahui

karena apabila dilihat lebih jauh, konsep diri adalah sesuatu yang penting yang perlu dimiliki oleh setiap individu. Menurut artikel yang ditulis oleh Syanti Gultom, A.Md (Gultom, 2017) dari Badan Kepegawaian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) Daerah, menyatakan bahwa individu yang sudah memiliki konsep diri, maka hal itu akan masuk ke dalam pikiran bahwa sadarnya sendiri dan mempunyai bobot pengaruh sebesar 88% terhadap level kesadaran orang tersebut. Oleh karena itu, individu yang memiliki level kesadaran konsep diri yang baik, maka ia dapat mengendalikan perilakunya ke arah yang positif.

Namun, tidak semua individu memiliki atau menemukan dengan mudah konsep diri dalam dirinya. Hal ini dibuktikan dengan data yang dilansir dari Skata.info dalam (Adhidasasti, 2019), menyatakan bahwa individu yang tidak memiliki konsep diri, maka kecenderungannya untuk ikut terbawa arus negatif di lingkungan sosialnya sangat besar. Seperti terjerumus dalam seks bebas, narkoba, pornografi, dan hal negatif lainnya. Salah satu faktor yang melatarbelakanginya adalah karena tidak cukupnya edukasi maupun informasi yang diberikan dari *significant others* atau dari orang-orang terdekat individu tersebut. Selain itu, ada pula contoh penelitian dari (Sari & Budisetyani, 2016), yang meneliti tentang anak yang memiliki konsep diri negatif karena orang tuanya bercerai. Di dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa EL (inisial) tidak merasa bersalah ketika ia bolos sekolah, nilai rapornya jelek dan tidak naik kelas. EL juga sering merasa cemas, tertekan, dan bingung. Hal ini karena kurangnya komunikasi dan kasih sayang yang diberikan oleh orangtuanya.

Oleh sebab itu, bidang ilmu komunikasi, yakni komunikasi massa yang salah satu mediumnya adalah film dapat dimanfaatkan oleh khalayak untuk mengetahui bagaimana sebuah konsep diri digambarkan melalui tampilan audio-visual, dan dapat diambil pula manfaatnya melalui efek yang didapatkan setelah menonton film tersebut. Konsep diri juga dapat diketahui dan dianalisis lebih dalam menggunakan analisis semiotika dengan film sebagai objek penelitiannya.

Contohnya berdasarkan penelitian terdahulu dari (Elnina, 2020), menyatakan bahwa konsep diri dapat dilihat maknanya melalui semiotika John Fiske dalam interaksi komunikasi keluarga kakak-beradik pada film Cek Toko Sebelah, yakni terlihat bahwa Yohan memiliki konsep diri positif dan Erwin

memiliki konsep diri negatif. Lalu, penelitian dari (Maesaroh & Kristanty, 2021) juga menyatakan bahwa konsep diri dapat dilihat pula maknanya melalui semiotika Charles Sanders Peirce pada film Rudy Habibie tentang pandangan dan sikap individu terhadap dirinya sendiri. Kesimpulan yang didapat yaitu konsep diri direpresentasikan melalui *sign, object, interpretan*, yang mana ketiga tanda tersebut dapat digambarkan melalui ekspresi, *gesture*, postur tubuh, dialog, dan warna. Selanjutnya, semiotika tentang konsep diri juga dapat dianalisis dari lirik lagu, seperti penelitian dari (Radityama, 2021). Penelitian tersebut menyatakan bahwa makna dan pesan konsep diri menggunakan semiotika Roland Barthes dapat tersampaikan secara jelas dalam lirik lagu BTS. Kesimpulan yang didapatkan yaitu terdapat makna pesan pada lirik-lirik lagu tersebut tentang konsep diri, yaitu kepercayaan diri dan sikap teguh terhadap pendirian.

Penelitian semiotika lainnya juga dapat dianalisis melalui objek video klip, seperti penelitian (Rini & Fauziah, 2019) yang menyatakan bahwa sebuah ideologi feminisme dapat tergambarkan dalam video klip Ddu-Du Ddu-Du dari Blackpink melalui analisis semiotika John Fiske. Kesimpulan dari penelitian yaitu level realitas dan representasi menunjukkan kebebasan, eksistensi diri, dan kepercayaan diri. Sedangkan level ideologi menunjukkan feminisme postmodern, seperti adanya energi positif pada perempuan yang berani melawan diskriminasi. Tidak hanya itu, penelitian dari (Adjani et al., 2019) juga menyatakan bahwa dalam video klip *God Is A Women* karya Ariana Grande dapat tergambarkan melalui analisis semiotika Roland Barthes mengenai representasi feminisme radikal yang dijawab melalui adegan dalam video, dan pesan ideologi feminisme radikal diketahui merupakan wujud dari kontrol media terhadap masyarakat. Selanjutnya, penelitian dari (Sagimin & Sari, 2020) menyatakan bahwa video klip “*Goodbye Christmas*” milik LAY dan “*Universe*” milik EXO yang dianalisis menggunakan semiotika Roland Barthes dapat tergambarkan maknanya secara jelas, yaitu kedua video klip tersebut merepresentasikan tentang masalah yang membelenggu manusia, realisasi, dan hasil usaha yang dilakukan untuk memecahkan masalah.

Kemudian, analisis semiotika juga dapat digunakan untuk menggambarkan representasi sebuah iklan. Penelitian dari (Kumar Jha et al., 2017) yang menyatakan bahwa iklan majalah dapat menggambarkan sebuah potret gender yang selama ini

banyak diaplikasikan di majalah-majalah, yakni bahwa penggambaran feminitas perempuan dalam iklan majalah sering digambarkan sebagai objek seks daripada gender, dan hal tersebut akhirnya menjadi bentuk stereotip. Selain itu, penelitian dari semiotika dalam iklan ini dapat digunakan untuk menggambarkan kampanye iklan, mulai dari komunikasi persuasif tentang analisis semiotik kampanye iklan "Share-a-Coke" dari (Vincent & Kolade, 2019) yang dianalisis menggunakan semiotika De Saussure, dan menyatakan bahwa iklan tersebut digambarkan sukses karena menggunakan media sosial dalam melakukan kampanye penjualannya. Kemudian penelitian dari (Stump, 2020) tentang analisis citra visual representasi kesenjangan dan kelas sosial dalam kampanye iklan Jil Sander yang menyatakan bahwa gambaran dari iklan kampanye Jil Sander dikhususkan bagi pembaca yang memiliki selera dan kelas sosial lebih tinggi. Terakhir, penelitian dari (El-Nawawy & Elmasry, 2016) yang menyatakan bahwa analisis semiotik dan wacana kampanye Presiden Mesir Abdelfattah Al-Sisi tentang tanda-tanda pemimpin kuat dan patriot dapat tergambarkan dalam analisis semiotika.

Pada penelitian terdahulu yang telah dipaparkan di atas terbukti bahwa analisis semiotika dapat menggambarkan makna suatu objek dalam kehidupan manusia, mulai dari film, video klip, hingga iklan. Namun, dalam penelitian yang akan peneliti kaji ini tentunya memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu tadi. Di sini peneliti mengkaji gambaran konsep diri mahasiswa yang dilihat dari faktor-faktor yang memengaruhi pembentukan konsep diri melalui medium film, dengan menggunakan teori dan analisis semiotika John Fiske. Peneliti menggunakan semiotika John Fiske karena komponen analisis di dalamnya sesuai dengan apa yang peneliti butuhkan untuk melihat gambaran konsep diri, dan dianalisis menggunakan kode-kode televisi melalui level realitas, level representasi, dan level ideologi. Menurut (Simanullang, 2018), kode-kode tersebut di dalamnya juga terdapat kode verbal dan nonverbal yang saling berkaitan sehingga membentuk suatu makna.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai makna film tersebut dengan judul penelitian "Representasi Konsep Diri Dalam Film *Mau Jadi Apa?* (Analisis Semiotika John Fiske)". Peneliti akan mengkajinya menggunakan teori dan analisis semiotika John Fiske untuk mengetahui dan mendeskripsikan makna representasi konsep diri.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan apa yang telah diuraikan pada latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalah yang akan peneliti angkat yaitu:

“Bagaimana makna konsep diri direpresentasikan dalam film *Mau Jadi Apa?* dengan menggunakan analisis semiotika John Fiske yang dianalisis dari level realitas, representasi, dan ideologi.”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan apa yang telah diuraikan pada latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang akan peneliti angkat yaitu:

1. Tujuan Praktis

Tujuan praktis penelitian ini untuk memberikan informasi tambahan bagi khalayak mengenai konsep diri agar individu dapat mengetahui lebih dalam mengenai konsep dirinya masing-masing.

2. Tujuan Teoritis

Tujuan teoritis penelitian ini untuk mengetahui makna konsep diri yang ditunjukkan oleh para pemeran dalam film *Mau Jadi Apa?* dengan menggunakan level analisis semiotika John Fiske yaitu realitas, representasi, dan ideologi.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam setiap penelitian yang dilakukan, diharapkan penelitian tersebut dapat memberikan manfaat, baik bagi peneliti, masyarakat, maupun bagi seluruh komponen yang terlibat di dalamnya. Manfaat penelitian atau nilai yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam bidang kajian media, khususnya film dan media komunikasi massa. Kemudian penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan sudut pandang baru dalam kajian teoritis tentang film melalui analisis semiotika.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian yang akan dibahas dalam skripsi ini terdapat beberapa Bab yang akan diklasifikasikan. Masing-masing Bab akan dibagi lagi menjadi Sub-bab yang terperinci dan tersusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab ini terdapat uraian mengenai latar belakang penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada Bab ini terdapat uraian mengenai penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian peneliti, konsep-konsep penelitian yang digunakan, teori penelitian, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada Bab ini terdapat uraian mengenai paradigman penelitian, metode pengumpulan datanya, teknik analisis data, teknik keabsahan data, serta waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini terdapat uraian mengenai hasil dan pembahasan penelitian mengenai analisis semiotika John Fiske dalam level realitas, representasi, dan ideologi dari film *Mau Jadi Apa*.

BAB V PENUTUP

Pada Bab ini terdapat uraian kesimpulan dan saran (praktis dan akademis) yang diambil dari hasil penelitian dan pembahasan dari film *Mau Jadi Apa*.

DAFTAR PUSTAKA

Berisikan daftar sumber referensi penelitian yang digunakan, berupa judul buku, jurnal, dan sumber lain yang dilengkapi dengan nama pengarang, tahun terbit, penerbit, dan sebagainya.

LAMPIRAN

Pada lampiran ini berisikan data pelengkap lain yang digunakan untuk menunjang kebutuhan penelitian.