KEARIFAN LOKAL DALAM FILM “ADA APA DENGAN CINTA 2 ”

(Analisis Semiotik Model Roland Barthes)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Dalam Bidang Ilmu Komunikasi

Oleh:

HAFIDH ABDUL AZIZ

NIM B96214096

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI JURUSAN KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2018

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA
PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Hafidh Abdul Aziz

NIM : B96214096

Prodi : Ilmu Komunikasi

Alamat: Sidokare Indah Blok AL – 01, Sidoarjo

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun
2. Skripsi ini benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari terbukti ataupun dapat dibuktikan skripsi ini hasil plagiasi, saya akan bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 16 Juli 2018

Yang Menyatakan

METERAI TEMPEL

526A9AFF147483455

6000

ENAM RIBU RUPIAH

Hafidh Abdul Aziz

NIM. B96214096

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Hafidh Abdul Aziz

NIM : B 96214096

Progam Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Kearifan Lokal Dalam Film "Ada Apa Dengan Cinta 2 (Analisis Semiotika Model Roland Barthes)

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 06 Juli 2018

Dosen Pembimbing,

Dr. Agoes Moh. Moefad, SH, M.Si

NIP. 197008252005011004

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Hafidh Abdul Aziz ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 27 Juli 2018

Mengesahkan

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Dekan,

Dr. H. Abd. Halim, M.Ag

NIP. 196307251991031003

Penguji I,

Dr. Agoes Moh. Moefad, SH. M.Si

NIP 197008252005011004

Penguji II,

Muclis, S.Sos.I, M.Si

NIP. 197911242009121001

Penguji III,

Drs. M. Hamdun Sulhan, M.Si

NIP. 195403121982031002

Penguji IV,

Dr. Lilik Hamidah, S.Ag.M.Si

NIP. 197312171998032002

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : HAFIDH ABDUL AZIZ
NIM : B96214096
Fakultas/Jurusan : FAKULTAS DAKWAH dan KOMUNIKASI / ILMU KOMUNIKASI
E-mail address : hafidhx9@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :
KEARIFAN LOKAL DALAM FILM
" ADA APA DENGAN CINTA 2 "

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 24 JULI 2018

Penulis

(HAFIDH ABDUL)
nama terang dan tanda tangan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ABSTRAK

Hafidh Abdul Aziz, B96214096, 2018. *Kearifan Lokal Dalam Film "Ada Apa Dengan Cinta 2"* (Analisis Semiotika Roland Barthes). Skripsi Progam Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci: Kearifan Lokal, Film, Yogyakarta, Semiotika Roland Barthes

Skripsi dengan judul "Kearifan Lokal Dalam Film Ada Apa Dengan Cinta 2" adalah hasil penelitian analisis teks media. Terdapat fokus masalah yang diteliti pada skripsi ini yaitu : apa saja petanda dan penanda dan bagaimana makna petanda dan petanda kearifan lokal dalam Film Ada Apa Dengan Cinta 2.

Untuk mengungkap masalah tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis teks media dengan pendekatan kritis, yang berguna untuk memberikan fakta dan data kemudian data tersebut dianalisis secara kritis dengan dasar pemikiran Roland Barthes, yang menganalisis dengan beberapa konsep yakni makna (signification), denotasi (denotation), konotasi (konotasi) dan mitos (myth). Bahwa setiap tanda selalu memperoleh pemaknaan awal (denotasi). Makna dipahami sebagai sebuah proses yang berupa tindakan, yang mengikat *signifier* dan *signified* yang menghasilakan sebuah tanda. Makna denotasi merupakan apa yang kita pikirkan sebagai sebuah literal, bersifat tetap, dan memiliki makna kamus secara ideal yang telah disepakati.Makna konotasi berisi perubahan makna secara sosiatif. Sedangkan makna mitos adalah *signification* dalam tingkatan *conotation*.

Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa dalam Film Ada Apa Dengan Cinta 2 ditemukan simbol-simbol dan tanda tanda kearifan lokal yang terkait dalam film yakni proses tawar menawar, Gudeg, Batik, Pakaian Adat, dan Seni boneka Papermoon Puppet Theater Kemudian makna petanda dan penanda kearifan lokal yaitu bahwa film Ada Apa Dengan Cinta 2 menggambarkan bahwa Indonesia memiliki ragam budaya dari berbagai suku yang harus dilestarikan. Sehingga perlu adanya dukungan dari masyarakat setempat untuk mengenalkan bahwa budaya mereka tidak boleh terbawa arus perkembangan jaman modern saat ini.

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti merekomendasikan bahwa penelitian ini hanya sebatas apa saja petanda, penanda dan makna petanda, penanda kearifan lokal yang terdapat dalam film Ada Apa Dengan Cinta 2. Karena itu, peluang yang masih terbuka untuk diadakan penelitian lebih lanjut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ABSTRAK

Hafidh Abdul Aziz, B96214096, 2018. Local Wisdom In The Movie "Ada Apa Dengan Cinta 2" (Semiotics Analysis Roland Barthes). Thesis Faculty of Communication Studies Program Faculty of Dakwah and Communication UIN Sunan Ampel Surabaya.

Keywords: Local Wisdom, Film, Yogyakarta, Semiotics Roland Barthes

Thesis with the title "Ada Apa Dengan Cinta 2" is the result of media text analysis research. There is a focus of the problem studied in this thesis is: what are markers and markers and how the meaning of the markers and markers of local wisdom in the movie "Ada Apa Dengan Cinta 2".

To solve the problem thoroughly and deeply, in this research using research method of media text analysis with critical approach, which is useful to give facts and data then the data is analyzed critically with Roland Barthes rationale, which analyze with some concept that is meaning (signification), denotation, connotation and myth. That each mark always gets the initial meaning (denotation). Meaning is understood as a process of action, which binds signifier and signified that produces a sign. The meaning of denotation is what we think of as a literal, fixed, and has the meaning of an ideal dictionary that has been agreed. The meaning of connotation contains a change of meaning sociologically. While the meaning of myth is signification in the level of conotation.

In this study it is concluded that in the movie "Ada Apa Dengan Cinta 2" found the symbols and signs of local wisdom associated in the film of the process of bargaining, Gudeg, Batik, Traditional Clothes, and Papermoon Puppet Theater Then the meaning of markers and markers local wisdom that the movie "Ada Apa Dengan Cinta 2" illustrates that Indonesia has a diverse culture of various tribes that must be preserved. So there needs to be support from the local community to introduce that their culture should not be swept away the current development of modern times

Based on the results of this study, the researcher recommends that this research is limited to what are the markers, markers and meaning of the markers, the markers of local wisdom contained in the movie Ada Apa Dengan Cinta 2. Therefore, opportunities are still open for further research.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ..... **ii**
PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **iii**
PENGESAHAN TIM PENGUJI ..... **iv**
MOTO DAN PERSEMBAHAN ..... **v**
KATA PENGANTAR ..... **vi**
ASBTRAK ..... **viii**
DAFTAR ISI ..... **xi**
DAFTAR TABEL ..... **xiv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**

BAB I PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian 1
B. Fokus Penelitian 16
C. Tujuam Penelitian 17
D. Manfaat Penelitian 17
E. Penelitian Terdauhulu 17
F. Definisi Konsep 24
1. Kearifan Lokal 24
2. Film 29
3. Semiotika 31
G. Kerangka Pikir Penelitian 32
H. Metode Penelitian 35
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian 35
2. Unit Analisis..... 36
3. Jenis dan Sumber Data 37
4. Tahapan Penelitian 37
5. Teknik Pengumpulan Data 39
6.Teknik Analisis Data 41
I. Sistematika Pembahasan 43

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II KAJIAN KEARIFAN LOKAL

A. Kajian Pustaka 45
1. Film Sebagai Media Persuasif 45
2. Film Sebagai Representasi Budaya 52
3. POP Culture Dalam AADC 2 57
4. AADC & Potret Budaya Jawa..... 63
5. Film dan Promosi Daerah Wisata..... 70
B. Kajian Teori 75
1. Teori Simbol 75

BAB III PENYAJIAN DATA

A. Deskripsi Subjek Penelitian 78
1. Profil *Director* 78
2. Profil Film Ada Apa Dengan Cinta 2 79
3. Pembagian Peran dan Karakter 80
4. Sinopsis Film Ada Apa Dengan Cinta 2..... 82
B. Deskripsi Data Penelitian..... 84
1. Petanda (*Signified*) dan Penanda (*signifier*) Kearifan Lokal dalam Film Ada Apa Dengan Cinta 2 84
2. Makna Petanda (*Signified*) dan Penanda (*signifier*) Kearifan Lokal dalam Film Ada Apa Dengan Cinta 2 84

BAB IV ANALISIS DATA

A. Temuan Penelitian 102
1. Petanda (*signified)* dan penanda (*signifier)* kearifan lokal dalam film Ada Apa Dengan Cinta 2 103
2. Makna petanda (*signified*) dan penanda (*signifier*) kearifan lokal dalam Film Ada Apa Dengan Cinta 2 108
B. Konfirmasi Temuan Data dengan Teori 108

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V PENUTUP

A. Kesimulan 117

B. Rekomendasi 118

DAFTAR PUSTAKA .....

LAMPIRAN .....

BIODATA PENULIS .....

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pikir Penelitian 34
Gambar 2.1 Poster Film 55
Gambar 3.1 Film Ada Apa Dengan Cinta 2 79

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 41
Tabel 3.1 88
Tabel 3.2. 91
Tabel 3.3 94
Tabel 3.4 97
Tabel 3.5 100

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Media massa adalah salah satu saran dalam mengembangkan kebudayaan, bukan hanya budaya dalam pengertian seni dan simbol tetapi juga pengertian pengembangan tata cara, mode, gaya hidup, dan norma-norma[1]. Media massa sangat berperan dalam perkembangan atau bahkan perubahan pola tingkah laku dari suatu masyarakat, oleh karena itu kedudukan media massa dalam masyarakat sangat penting. Peran media massa dalam kehidupan sosial, terutama dalam masyarakat modern telah memainkan peranan yang sangat penting. Menurut McQuail dalam bukunya *Mass Communication Theories,*ada enam perspektif dalam hal meninjau peran media.[2] Diantaranya **Pertama**, Melihat media massa sebagai *window on event and experience.* Media dipandang sebagai jendela yang memungkinkan khalayak melihat apa yang sedang terjadi di luar sana. Atau media merupakkan sarana belajar untuk mengetahui berbagai peristiwa.

Kedua, media juga dapat dianggap sebagai *a mirror of event in society and the world, implying a faithful reflection.* cermin berbagai peristiwa yang ada di masyarakat dan dunia, yang merefleksikan apa adanya, karena para pengelola media sering merasa tidak "bersalah" jika isi media penuh dengan kekerasan, konflik, pornografi dan berbagai keburukan lain, karena memang menurut mereka faktanya demikian,

[1] Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar* Terjemah Agus Dharma dan Aminuddin Ram, (Jakarta: Erlangga, 1987), hal. 1
[2] Ibid., hal. 66

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

media hanya menjadi refleksi fakta, teerlepas dari suka atau tidak suka. Padahal sesungguhnya, *angle,* arah dan *framing* dari isi yang dianggap sebagai cermin realitas tersebut diputuskan oleh para professional media, dan khalayak tidak sepenuhnya bebas untuk mengetahui apa yang mereka inginkan.

Ketiga, media massa seringkali pula dipandang sebagai *guide,* penunjuk jalan atau *interpreter,* yang menerjemahkan dan menunjukkan arah atas berbagai ketidakpastian, atau alternatif yang beragam. **Keempat,** melihat media massa sebagai forum untuk mempresentasikan berbagai informasi dan ide-ide kepada khalayak, sehingga memungkinkan terjadinya tanggapan dan umpan balik. Serta yang terakhir **Kelima**, media massa sebagai *interlocutor,* yang tidak hanya sekedar tempat berlalu lalangnya informasi, tetapi juga partner komunikasi yang memungkinkan terjadinya komunikasi interaktif.

Media massa telah menjadi kebutuhan utama, karena media masa menjadi sarana yang paling efisien untuk saat ini. Kehadiran media massa seperti koran, majalah, TV, radio, film dan internet merupakan bagian terpenting dalam kehidupan manusia untuk saat ini. Salah satu media yang tak pernah tergerus oleh zaman, bahkan semakin tahun semakin berkembang, yakni film. Dengan adanya film dapat menjadi gambaran mengenai kehidupan suatu bangsa dan masyarakat karena dalam film terdapat cerita-cerita khas, kebiasaan – kebiasaan, bahasa, lokasi-lokasi menarik dan sebuah kebudayaan suatu masyarakat. Sebagai bentuk dari komunikasi, film merupakan bagian dari sistem yang digunakan oleh para

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

individu dan kelompok untuk mengirim pesan.[3] Film juga merupakan bentuk media komunikasi yang dapat mempengaruhi seluruh lapisan masyarakat. Tidak hanya itu saja, film bukan sekedar media hiburan saja, tetapi film memberikan suatu kedekatan dengan sesuatu yang tidak ada atau ada dalam kehidupan sehari-hari.

Film pada dasarnya dibuat untuk memberikan tanda. Tanda-tanda ini termasuk tujuan untuk memberi efek yang diharapkan dari upaya produksi film. Unsur-unsur penting dalam film adalah dialog, gambar, *setting*, *special effect* dan musik. Sebagai fungsi dari media massa film juga memiliki fungsi sebagai media informasi, penikmat film dapat mengambill informasi dari film tersebut. Menurut Elvinaro Ardianto dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Konstektual : Teori dan Praktik Komunikasi Kontemporer menjelaskan bahwa media massa secara umum adalah peranti yang digunakan pemerintah dan perusahaan dalam membangun kebijakan pemerintah atau strategi bisnis perusahaan. Kekuatan propaganda media massa dapat dianalisis melalui isi bahasa politik dan pengungkapan bagaimana hal itu dapat dilihat dengan penampilan metafora, penonjolan diksi dan makna dan kata kata.[4]

Perkembangan perfilman saat ini telah mampu merebut perhatian masyarakat, terutama setelah berkembangnya komunikasi massa yang dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan dunia perflman, dari berbagai penelitian yang pernah ada itu semua berkaitan dengan efek

---

[3]Subandy Ibrahim, *Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika*(Yogyakarta : Pusataka Obor Indonesia, 2011) hal. 190

[4]Atwar Bajari, Sahala Tua Saragih, *Komunikasi Konstektual: Teori dan Praktik Komunikasi Kontemporer* (Bandung:Remaja Rosdakarya, 2011), hal. 430

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

media massa film bagi kehidupan manusia, sehingga begitu kuatnya media mempengaruhi sikap, tindakan dan pikiran penonton.[5] Mesikipun ada juga bentuk bentuk media massa lainya, namun tetap film memiliki efek ekslusif bagi para penontonya. Film mampu membuat orang yang menontonya ikut merasakan dan mencari kesesuaian antara pengalaman pribadi dengan cerita film. Oleh karea itu film dapat membentuk budaya khalayak kehidupan sehari-hari, dengan demikian kita dapat meniru gya, cara bicara, mode dari para aktris di dalamnya, bahkan para penonton memperoleh pengetahuan baru didalamnya yang tidak pernah melintas di benaknya.[6] Selain itu film juga menjadi menjadi gambaran bagaimana kehidupan suatu bangsa dan masyarakat karena dalam sebuah film terdapat bahasa, kebiasaan- kebiasaan, cerita cerita khas, lokasi-lokasi menarik dan sebuah kebudayaan atau masyarakat dalam suatu bangsa. Film merupakan media komunkasi yang muncul kedua setelah surat kabar, dan mulai berkembang pada abad akhir ke-19.

Pada perkembangannya, film berbeda dengan surat kabar, yang didalamnya tidak terdapat unsur ekonomi, politik sosial yang menghambat kemajuan surat \kabar di masa pertumbuhan pada abad 19.[7] Film pertama kali di buat dan diperkenalkan pada masyarakat pada tahun 1901 oleh Ferdinand Zecda membuat film yang berjudul “The Story of a Crime” di Perancis. Pada tahun 1902 Edwin S.Porter juga membuat film dengan judul “The Life of an America Fireman”. Di tahun 1903 Edwin S. Porter

[5] Seto Herwandito, *New Media Teori dan Aplikasi*, (Salatiga: Satya Wacana University Press, 2014), hal 23.
[6] Apridi Tamburaka, *Agenda Setting Media Massa* (Jakarta : Rajawali Pers, 2013), hal. 63.
[7] Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2003), hal. 126.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kembali membuat film dengan judul "The Great Train Robbery" Film ini diperkenalkan kepada publik Amerika Serikat pada tahun 1903.[8] Film yang hanya berdurasi selama 11 menit itu benar-benar sukses membuat penonton tertarik dan mengapresiasi film tersebut. Film "The Great Train Robbery" bersama nama pembuatnya, yakni Edwin S. Porter terkenal kemana-mana dan tercatat dalam sejarah film. Bahkan film tersebut diakui oleh banyak orang sebagai film pertama adalah film "The Great Train Robbery" karya Edwon S. Porter.[9] Padahal sebelumnya film "The Great Train Robbery" itu dari segi waktu pemutarannya bukanlah film yang pertama, sebab ditahun sebelumnya ada film "Story of a Crime" dan "The Life of an America Fireman" yang lebih tayang lebih dahulu.

Pada tahun 1913, sutradara Amerika Serikat, Davit Wak Griffit, berhasil membuat film dengan judul "Birth of Nation" dan pada tahun 1916 membuat film kembali dengan judul "Intolerance" Film ini merupakan empat cerita yang bersabung. Kedua film karya Davit Griffit tersebut berlangsung selama kurang lebih tiga jam. Berkat kedua filmnya itu, David Wark Griffit dianggap orang oleh masyarakat dunia sebagai penemu "*grammar*" dari pembuatan film, karena berhasil memunculkan hal-hal baru dalam teknik editing, sudit pengambilan yang baik, memiliki karakteristik unik, dengan gerakan gerakan kamera yang dinamis.[10] Meskipun di antara teknik yang digunakannya merupakan penyempurnaan

---

[8] Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Bandung, Simbiosa Rekatama Media, 2004), hal. 134.
[9] Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 1993), hal. 201
[10] Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Bandung, Simbiosa Rekatama Media, 2004), hal. 135.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dari apa yang telah dilakukan oleh Porter dalam filmnya “The Great Train Robbery”.

Sergei Einsenstein dan Vsevolod Pudovskon di tahun 1925, dua orang tersebut adalah orang ahli dari bangsa Rusia yang mampu mengembangkan teknik perfilman hasil pemikiran Griffit. Pada tahun 1925 Eisentein membuat sebuah sequence paling berpengaruh dalam sejarah film yang berjudul “kapal Tempur Potemkin” yang berdurasi selama enam menit walaupun berupa film bisu.[11] Ketika memasuki tahun 1945 sejak rumah-rumah penduduk terdapat pesawat TV,dunia perfilman terpukul.Film mengalami kemerosotan yang cukup tajam, hal ini disebabkan munculnya televisi.[12] Di Amerika Serikat khususnya mengalami kemerosotan dengan jumlah pengunjung sampai lebih dari setengahnya, demikian pula dengan negara-negara lain.

Fred Waller memperkenalkan sistem Cinerama pada tahun 1952. Layar yang digunakan dalam pemitaran film enam kali lebih besar dari layar yang biasa, masyarakat umum tidak bisa menggunakan karena mahalnya biaya tiket masuk untuk menonton sebuah film dan karena kesukaran teknik dalam pemutarannya di gedung-gedung bioskop. Penelitian pun dilanjutkan setalah itu. Pada tahun 1953 sistem tiga dimensi di temukan. Penonton tidak hanya melihat gambar yang rata seperti biasanya, melainkan gambar tersebut menonjol ke luar dengan bantuan kaacamata khusus yakni kacamata tiga dimensi, seolah-olah apa yang ditonton oleh penonton itu adalah kenyataan.

---

[11] *Ibid*, hal. 202

[12] Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2003) hal, 126.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada tahun yang sama penemuan cinemascope oleh perusahaan film yakni 20th Century Fox berhasil menarik kembali publik yang sekian lama terpesona oleh TV berhasil ditarik kembali ke gedung-gedung bioskop. Meskipun layar dari cinemascope tidak selebar cinerama tetapi tetap disajikan kepada publik. Tidak mau kalah perusahaan perfilman Paramount, memperkenalkan hasil temuan mereka mengenai dunia perfilman yakni dengan sistem Vista Vison, walaupun layarnya tidak selebar Cinemascope tetapi layarnya dapat menampikan gambar dengan warna yang tajam dan berhasil membuat publik tertarik.[13]

Seiring berkembangnya dunia perfilman, juga semakin banyak film yang diproduksi dengan berbagai macam corak yang berbeda-beda. Secara garis besar, film diklarifikasikan berdasarkan cerita, orientasi oembuatan dan berdasarkan genre. Berdasarkan cerita, film dapat dibedakan antara film Fiksi dan Non-Fiksi. Fiksi merupakan film yang dibuat berdasarkan imajinasi manusia, dengan kata lain film ini tidak didasarkan pada kejadian nyata. Kemudian film Non-Fiksi yang pembuatannya diinspirasi oleh suatu kejadian yang benar-benar terjadi yang kemudian dimasukkan unsur-unsur sinematografis dengan penambahan efek-efek tertentu seperti efek suara, musik, cahaya, komputerisasi, skenario atau naskah yang memikat untuk mendukung daya tarik film Non-Fiksi tersebut. Contoh film fiksi yaitu “Beauty and The Beast” dan film non fiksi “Habibie dan Ainun”.

[13]Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 1993), hal 204-205.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan orientasi pembuatanya film digolongkan non komersial dan komersial. Film non komersial adalah film yang bukan berorientasi bisnis, dengan kata lain film non komersial ini dibuat bukan dalam rangka mengejar keuntungan dan asanya bukan menjadikan film sebagai komoditas, melainkan murni sebagai seni dalam menyampaikan suatu pesan dan sarat akan tujuan,[14] karena bukan dibuat atas dasar kepentingan bisnis dan keuntungan, maka biasanya segmentasi penonton film non-komersial juga terbatas, contohnya film nonkomersil adalah film propaganda, yang dibuat dengan tujuan mempengaruhi pola pikir massal agar sesuai dengan pesan yang berusaha disampaikan. Di Indonesia sendiri contoh film propaganda yang cukup melegenda adalah film "G30SPKI", film dokumenter yang mengangkat suatu tema khusus, misalnya dokumentasi kehidupan flora dan fauna atau dokumentasi yang mengangkat kehidupan anak jalanan, dan lain sebagainya.

Berbeda dengan film komersial yang orientasinya yaitu mengejar keuntungan dan bisnis dalam klasifikasi ini, film memang dijadikan sebagai komoditas industrialisasi. Sehingga film dibuat sedemikian rupa agar memiliki nilai jual dan menarik untuk disimak oleh berbagai lapisan khalayak. Film komersial biasanya lebih ringan, atraktif, dan mudah dimengerti agar lebih banyak orang yang berminat untuk menyaksikannya. Selain itu, beberapa film yang memang dibuat bukan untuk tujuan bisnis, justru dibuat dengan tujuan untuk meraih penghargaan tertentu di bidang perfilman dan sinematografi. Film seperti ini biasanya memiliki pesan

[14] Teguh Trianton, *Film Sebagai Media Belajar*, (Jakarta: Multiwarna,2007), hal. 107

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

moral yag sangat mendalam, estetika yang diperhatikan detail-detailnya, dengan skenario yang disusun sedemikian rupa agar setiap gerakan dan perkataannya dapat mengandung makna yang begitu kaya.

Adapun film tersebut biasanya tidak mudah dicerna oleh banyak orang, karena memang sasaran pembuatannya bukan berdasarkan tuntutan pasar. Seni, estetika, dan makna merupakan tolak ukur pembuatan film seperti ini, contohnya seperti film Ada Apa Dengan Cinta 2 yang dikerjakan secara bagus oleh Mira Lesmana. Di awal tahun 2000an media massa merupakan sarana yang sangat populer di saat ini. Media juga berguna untuk menyampaikan informasi-informasi kepada masyarakat. Media massa mempunyai kemampuan untuk membentuk dan menggiring opini pubik dan dapat dipandang sebagai faktor yang menentukan proses-proses perubahan. Hal tersebut memberikan pemahaman bahwa media massa mempunyai pengaruh besar dalam merubah pola kehidupan masyarakat.

Perkembangan media informasi di Indonesia memperlihatkan kemajuan yang cukup pesat. Hal itu dibuktikan dengan banyaknya stasiun televisi, stasiun radio, serta majalah dan surat kabar baik yang cakupannya lokal ataupun nasional yang menyebar ke pelosok nusantara. Hal itu juga disebabkan kebutuhan masyarakat akan informasi yang terus mengalami peningkatan. Kebutuhan masyarakat inilah yang kemudian juga mendorong tiap-tiap institusi media untuk lebih profesional dan terampil dalam mencari, mengolah, dan menyampaikan informasi kepada masyarakat. Seiring perkembang media, maka film hadir diantara

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

persaingan media-media saat ini. Film adalah bentuk sebuah perkembangan dari bentuk acara dalam stasiun TV. Film merupakan media unik yang berbeda dengan bentuk-bentuk kesenian lainnya seperti seni lukis, seni pahat, seni musik, seni patung, seni tari dan cabang seni lainnya. Ini disebabkan oleh film merupakan perpaduan antara semua cabang seni yang pernah ada.

Film di era digitalisasi saat ini cakupan penontonnya tidak mengenal usia dan jenis kelamin, meliputi seluruh lapisan mesyarakat mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa. Beberapa film baik luar negeri maupun di Indonesia memiliki seting tempat yang berbeda-beda, tergantung dari kategori film apa yang akan di mainkan. Film di Indonesia bukan hal yang biasa lagi, bagaimana para pemegang industri perfilman menjadikan film sebuah bisnis yang salah satunya untuk promosi obyek wisata suatu daerah kepada publik untuk dikunjungi, salah satunya dalam film Ada Apa Dengan Cinta 2 atau biasa disingkat Ada Apa Dengan Cinta 2, film tersebut dengan setting tempat di kota Jogjakarta, kota yang terkenal oleh khas budaya Jawa dan nuansa romantis. Sehingga sangat cocok jika kota tersebut sebagi setting tempat film yang ber*genre romance.* Jika sebelumnya dalam film Ada Apa Dengan Cinta sekuel pertama, film hanya setting kota Jakarta, setelah sepuluh tahun dengan mengikuti tren yang ada, film diproduksi dengan setting di wilayah Jogjakarta. Dalam sebuah film terdapat banyak aspek yang disajikan, misalnya : karakter tokoh, alur cerita, gaya bahasa, kostum, setting dan ilustrasi musik. Apapun jenis filmnya, selalu meninggalkan pesan moral

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kepada masyarakat yang dapat diserap dengan mudah karena film menyajikan pesan tersebut secara nyata. Gambar hidup yang ditampilkan di film memberi dampak yang berbeda dari untaian kata-kata dalam sebuah buku. Mencerna pesan yang disampaikan dalam sebuah film tentunya akan lebih mudah tersampaikan daripada sebuah tulisan. Perkembangan film di Indonesia saat ini tidak hanya berkutat pada film bergenre horor dan percintaan tetapi lebih mengarah untuk memberikan pengetahuan bagi penontonya serta menampilkan keindahan alam suatu daerah di Indonesia apalagi di negara Indonesia sedang mempromosikan pariwisata ke ranah dunia melalui *tagline* "*wonderful Indonesia"* oleh kementrian Pariwisata.

Seperti dalam film Ada Apa Dengan Cinta 2 yang di sutradarai oleh Riri Riza mampu menarik minat pasar penonton dengan menyajikan keindahan alam di Yogyakarta, film ini mengandung pesan-pesan edukasi di dalamnya dan membuat tempat syuting film ini seperti Candi Ratu Boko, dan Gereja Ayam yang keindahan alamnya sekitar sempat tidak di ketahui oleh masyarakat luas, sekarang menjadi salah satu objek wisata yang di minati semenjak kemunculan filmnya, Ada Apa Dengan Cinta 2. Film yang berdurasi sekitar 124 menit ini dibintangi oleh beberapa artis papan atas Indonesia seperti Dian Sastrowardoyo (Cinta), Nicholas Saputra (Rangga), Titi Kamal (Maura), Adinia Wirasti (Karmen), Sissy Priscillia (Milly), dan Ario Bayu (Trian). Film Ada Apa Dengan Cinta 2 merupakan film lanjutan dari Ada Apa Dengan Cinta yang pertama,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

setelah sukses di episode pertama kemudian sang sutradara membuat Ada Apa Dengan Cinta episode 2.

Film ini secara garis besar menceritakan kisah percintaan antara Rangga dengan Cinta dan persahabatan antara Milly, Cinta, dan Maura semenjak SMA dan masih berlanjut hingga sekarang. Persahabatan mereka berpisah selama 9 tahun dan akhirnya Cinta memutuskan untuk mengadakan reuni dengan sahabat SMAnya dengan berlibur di Yogyakarta. Sejak diputar perdana film Ada Apa Dengan Cinta 2 banyak masyarakat yang antusias ingin menonton kelanjutan dari film Ada Apa Dengan Cinta 2 erpisode pertama dan begitu positifnya tanggapan dari masyarakat, mulai banyak penonton yang terinspirasi oleh filn tersebut sehingga ingin mengunjungi lokasi syuting Ada Apa Dengan Cinta 2. Film Ada Apa Dengan Cinta 2 memberikan informasi kepada seluruh kalangan masyarakat tentang keindahan Gereja Ayam dan Candi Ratu Boko yang merupakan bagian dari Candi peninggalan kerajaan hindu, sehingga saat ini tidak hanya wisatawan sekitar Yogyakarta saja yang ingin menikmati keindahan alam di Gereja Ayam dan Candi Ratu Boko saja tapi wisatawan luar Yogyakarta dan Mancanegara juga banyak mengunjungin wisata ini.

Pada awalnya Candi Ratu Boko dan Gereja Ayam hanya diminati oleh warga sekitar Yogyakarta dan diketahui oleh beberapa kalangan tertentu saja, seperti para pecinta alam dan para pecinta sejarah. Candi Ratu Boko adalah Candi yang berada kira-kira 3 km di sebelah selatan Candi Prabanan, dan 18 km dari sebelah timur kota Yogyakarta. Candi ini terletak di sebuah bukit dengan ketinggian 196 meter dari permukaan laut

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan memiliki luas sekitar 25 ha. Rumah Doa Bukit Rhema atau dikenal dengan sebutan Gereja Ayam ini terletak di Dusun Gombong, Desa Kembanglimus, Magelang, Jawa Tengah. Gereja ini jaraknya sekitar 45 Km dari kota Yogyakarta, lokasinya tersembunnyi dan cukup jauh yakni di perbukitan Magelang, di Gereja Ayam ini kita bisa melihat pemandangan dari ketinggian dan sangat menarik jika kita mengunjungi tempat ini pada pagi hari. Setelah kemunculan film ini, Candi Ratu Boko dan Gereja Ayam mulai diminati banyak pelancong yang ingin melihat secara langsung tempat pengambilan gambar film Ada Apa Dengan Cinta 2. Latar tempat yang dipakai dalam suatu film tentu saja dapat memberikan dampak positif bagi pengetahuan para penikmat film. Terlebih lagi latar tempat yang menyajikan keindahan alam dari segi pariwisata dengan menarik minat para penonton untuk berkunjung langsung dan melihat tempat-tempat yang pernah dijadikan tempat pengambilan gambar dalam suatu film. Hal ini menunjukan industri perfilman dapat memberi citra positif dalam pengembangan pariwisata, selain itu media film juga dapat digunak an untuk media promosi atau iklan pariwisata.

Sama halnya dengan film Ada Apa Dengan Cinta 2, dibuat bukan untuk tujuan pariwisata namun dampak terhadap Yogyakarta lokasi pembuatan film tersebut menjadi sangat positif, justru banyak orang yang mengunjungi Yogyakarta setelah menonton film tersebut, bahkan bangunan sekolah dasar yang menjadi salah satu lokasi utama pengambilan gambar, telah menjadi objek wisata yang populer di

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Belitong. Hal ini menunjukan industri perfilman dapat memberi citra positif dalam pengembangan pariwisata, selain itu media film juga dapat digunakan untuk media promosi atau iklan pariwisata.

Beberapa daerah tujuan wisata baru justru lahir dan dikenal karena meningkatnya Industri perilman, semenjak dicanangkannya istilah Industri kreatif yang dimana Industri perfilman termasuk kedalamnya, maka sudah saatnya kita melihat film sebagai media penyampaian yang efektif kepada calon wisatawan. Keterkaitan antara industri perfilman dan perkembangan pariwisata sangat berkaitan erat. Keduanya dapat dikategorikan sebagai produk, dan dapat pula disebut sebagai *supporting facilities*. Keduanya dapat saling memberi dukungan dalam perkembangan pariwisata atau dalam industri perfilman itu sendiri. Pariwisata terdiri dari atraksi, fasilitas, dan aksesibilitas, yang didalamnya dapat pula terkandung industri film baik dilihat sebagai atraksi wisata, pembentuk citra, atau sebagai media penyampaian promosi.

Trend menonton film pada kaum remaja saat ini merupakan salah satu tolak ukur bahwa dunia film sangat dekat dengan kehidupan remaja. Pengaruh film itu besar sekali terhadap jiwa manusia. Penonton tidak hanya terpengaruh sewaktu atau selama duduk di dalam gedung bioskop saja, tetapi terus sampai waktu yang cukup lama. Anak-anak dan remaja sangat mudah terpengaruh oleh film, karena sebagian besar remaja cenderung meluangkan waktunya untuk menonton film pada waktu lenggang.[15] Dewasa ini, menonton film di bioskop tidak lagi merupakan

[15]Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), hal. 208.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hal mewah yang di lakukan oleh remaja. Film dengan berbagai alur cerita yang menarik merupakan salah satu sarana hiburan bagi remaja tentunya sangat di tunggu-tunggu kemunculannya.

Dalam era globalisasi saat ini, banyak informasi masuk yang sangat memungkinkan bahwa seseorang bisa mengadopsi nilai-nilai, pengetahuan dan kebiasaan di luar lingkungan sosialnya dan jauh dari jangkauan lingkungan sekitar. Jaman globalisasi ini telah menimbulkan pergulatan antara nilai-nilai budaya lokal dan nilai-nilai budaya global (*modern*) yang semakin tinggi intensitasnya. Sementara nilai-nilai modern tidak selalu membawa kebaikan bagi perkembangan nilai-nilai budaya lokal.

Kearifan lokal merupakan kepribadian, identitas kultural masyarakat yang berupa nilai, norma, etika, kepercayaan, adat- istiadat dan aturan khusus yang telah tertuju kemampuanya sehingga dapat berjalan terus menerus. Kearifan lokal pada prinsipnya benilai baik dan merupakan keunggulan budaya masyarakat setempat dan berkaitan dengan kondisi geografis secara luas.[16] Oleh karena hakikat kearifan lokal yang demikian maka ia akan merefleksikan kondisi budaya Nusantara yang Bhineka Tunggal Ika. Film Ada Apa Dengan Cinta 2 merupakan film yang bersetting tempat di Yogyakarta, sehingga menggambarkan kehidupan lokal budaya serta *pop culture* yang ada di masyarakat Yogyakarta.

Berdasarkan asumsi diatas peneliti hendak melakukan penelitian dan menyusun penelitian skripsi tentang bagaimana kearifan lokal pada

[16] Ayatrohaedi, *Kepribadian Budaya Bangsa Local Genius,*(Jakarta: Pustaka Jaya, 1986), hal. 23.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

film Ada Apa Dengan Cinta 2 yang di analisis menggunakan semiotika Roland Barthes. Untuk itu dalam penelitian ini peneliti ingin memberikan judul dari penelitian ini adalah "KEARIFAN LOKAL FILM ADA APA DENGAN CINTA 2"

B. Fokus Penelitian

Berpegang dari konteks penelitian yang dikembangkan di atas, maka fokus penelitian ini adalah Kearifan Lokal Dalam Film Ada Apa Dengan Cinta 2. Dalam film tersebut tercermin kehidupan yaitu :

1. Apa saja petanda (*signified)* dan penanda (*signifier)* kearifan lokal dalam film Ada Apa Dengan Cinta 2 ?
2. Bagaimana makna petanda (*signified*) dan penanda (*signifier*) kearifan lokal dalam Film Ada Apa Dengan Cinta 2 ?

C. Tujuan Penelitian

Bertitik tolak pada fokus penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu

1. Untuk mengetahui apa saja petanda (*signified)* dan penanda (*signifier)*) kearifan lokal dalam film Ada Apa Dengan Cinta 2
2. Untuk mengetahui bagaimana makna petanda (*signified*) dan penanda (*signifier*) kearifan lokal dalam Film Ada Apa Dengan Cinta 2 ?

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu bermanfaat baik dari segi teoritis maupun dari segi praktis. Sehingga dapat bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. **Manfaat Teoritis**

Secara teoretis penelitian ini diharapkan bisa menambah kajian ilmu komunikasi dan menjadi refrensi atau masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi. Khususnya dalam sebuah kajian semiotika komunikasi mengenai simbol-simbol dan petanda, penanda kearifan lokal dalam film Ada Apa Dengan Cinta 2. Selain itu, penelitian ini dapat menambah wawasan peneliti mengenai kearifan lokal melalui media film.

2. **Manfaat Praktis**

Penelitian ini dilakukan dengan harapan akan bermanfaat bagi masyarakat luar dalam mengetahui dan memahami mengenai kearifan lokal dalam sebuah film dan bukan hanya dari segi ditampilkanya dalam film secara langsung, namun juga melalui pesan yang tersembunyi yang ditampilkan dalam film tersebut. Serta diharapkan penelitian ini dapat menjadi kajian pembelajaran mengenai kearifan lokal yang ditampilkan dalam film

E. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan judul penelitian peneliti "Kearifan Lokal Dalam Film Ada Apa Dengan Cinta 2", Judul ini belum pernah dibahas oleh penulis sbelumnya. paradigma dan pendekatan yang digunakan terhadap masalah tersebut akan berbeda dengan penulisan sebelumnya.Untuk memudahkan penulis, maka dalam penulisan karya ilmiah ini penulis mengambil bahan penunjang dan pembanding dari beberapa buku dan literatur antara lain:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Nurlina (2016) mahasiswi Universitas Alauddin Makkasar dengan judul skripsi "Makna Kearifan Lokal Dalam Film Erau Kotaraja". Skripsi ini mengkaji tentang makna yang ada di balik adegan-adegan film "Erau Kotaraja", dengan tujuan untuk mengetahui representasi kearifan lokal dan deskripsi simblolis dalam film berjudul "Erau Kotaraja" karya Endik Koeswoyo. Penelitian ini melakukan pendekatan dengan metode kualitatif deskriptif menggunakan model analisa semiotika Roland Barthes. Fokus penelitian ini adalah membahas tentang pembacaan secara simbolik mengenai makna kearifan lokal yang dimunculkan melalui film. Persamaan skripsi ini dengan skripsi peneliti yaitu sama-sama membahas kearifan lokal dalam film sedangkan perbedaanya yaitu penelitian ini meneliti tentang film Erau Kotaraja.

Aslan (2017) Institut Agama Islam Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas dengan judul jurnal "Nilai – Nilai Kearifan Lokal Dalam Budaya Pantang Larang Suku Melayu Sambas".[17] Lokasi penelitian ini berada di Kabupaten Sambas Provinsi Kalimantan Barat. Jurnal ini mengkaji tentang budaya patang larang yang dimiliki oleh suku melayu sambas dengan tujuan untuk menggambarkan budaya pantang larang dari suku melayu. Penelitian ini melakukan pendekatan dengan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini yaitu budaya patang larang merupakan hasil merupakan hasil kearifan lokal dari warisan nenek moyang yang hampi terlupakan oleh anak-anak saat ini dikarenakan orangtua tidak lagi menceritakan patang larang tersebut, sehingga dengan perubahan yang

[17] Aslan ,*Nilai Nilai Kearifan Lokal Dalam Budaya Pantang Larang Suku Melayu Sambas*, Fakultas Sosial Ilmu Politik Universitas Andalas , Jurnal Ilmu Ushuluddin, Juni 2017, Vol 16 No. 1, ISSN 2549 - -3752, hal. 11-20

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terjadi, budaya patang larang hanya sebuah cerita nenek oyang dan tidak dianggap mengandung nilai magis. Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang kearifan lokal sedangkan perbedaanya yaitu penelitian ini membahas mengenai kebiasaan adat patang larang dan penelitian ini menganalisis menggunakan model penelitian kualitatif.

Lucky Zamzami (2016) Universitas Andalas yang berjudul "Dinamika Pranata Sosial Tehadap Kearifan Lokal Masyarakat Nelayan Dalam Melestarikan Wisata Bahari. Lokasi penelitian ini berada di pesesir pantai Barat Sumatera, yaitu Nagari Tuku Selatan, Kecamatan Tanjung Mutiara, Kabupaten Agam. Jurnal ini mengkaji tentang konstruksi kompleksitas pranata sosial pada komunitas Nelayan Tiku dengan lingkungan lautnya dan bertujuan memahami komplsitas pranata sosial Nelayan Tiku. Penelitian ini memperoleh data dari wawancara, observasi, dan pengamatan sesuai dengan fokus studi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa wujud pengelolaan budaya wisata bahari dalam komunitas nelayan Tiku berbasis pada kearifan lokal yang dicirikan dengan berbagai macam aspek diantaranya yaitu tatanan kehidupan kolektif (sosial-ekonomi) yang kuat rapi, kondisi kesejahteraan sosial-ekonomi penduduk yang merata dan terjaganya kondisi kelestarian lingkungan pola-pola pemanfaatan hasil sumber daya laut yang mencerminkan hubungan antar subjektif manusia dan lingkungan, dan keseimbangan sumber daya laut. Persamaan penelitian ini yaitu sama sama

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengkaji tentang kearifan lokal sedangkan perbedaanya yaitu penelitian ini membahas tentang dinamika pranata sosial Nelayan Tiku.[18]

Albertus Bima, mahasiswa Univesitas Sanata Dharma Yogyakarta yang berjudul " Tren Perkembangan Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta Periode 2006 – 2014". Skripsi ini mengkaji tentang jumlah wisatawan yang berkunjung ke DIY baik domestik maupun internasional, tren perkembangan wisata DIY dan tren jumlah pendapatan asli daerah subsektor pariwisata DIY Periode 206 – 2014. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan tren perkembangan pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta Periode 2006 – 2014 yang mencakup (1) jumlah wisatawan domestik, (2) jumlah pendapatan daerah subsektor pariwisata DIY, (3) jumlah wisatawan mancanegara, dan (4) jumlah obyek daya tarik wisata. Penelitian ini termasuk jenis penelitian longitudinal. Hasil Penelitian ini menunjukkan (1) tren jumlah wisatawan mancanegara periode 2006 – 2014 yang berkunjung KE DIY mengalami peningkatan sebesar 15,72 % dengan kenaikan per tahun berkisar antara 9% - 27 %, (2) tren jumlah wisatawan domestik yang berkunjung ke DIY periode 2006 – 2014 mengalami kenaikan rata-rata sebesar 20,29% dengan kenaikan per tahun berkisar antara 10% - 40%, (3) tren jumlah objek daya tarik wisata DIY periode 2006 - 2014 mengalami kenaikan rata – rata sebesar 5, 92% dengan kenaikan per tahun beriksar antara 4% - 7%, dan (4) tren jumlah pendapatn di sektor pariwisata DIY periode 2006 – 2014 mengalami kenaikan rata-rata sebesar 43,99% dengan kenaikan per tahun berkisar

[18] Lucky , Dinamika Pranata Sosial Terhadap Kearifan Lokal Masyarakat Nelayan Dalam Melestarikan Wisata Bahari Fakultas Sosial Ilmu Politik Universitas Andalas , Jurnal Antropologi, Juni 2016, Vol 18 No. 1, ISSN 1410-8356

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

10% - 43%. Persamaan penelitian ini yaitu penelitian ini sama-sama meneliti tentang pariwisata di kota DIY, sedangkan perbedaan penelitian ini yaitu penelitian ini fokus terhadap tren perkembangan pariwisata.

Christina Rochayanti dan Reny Triawardani (2015) Universitas Pembangunan Nasional Veteran Prodi Ilmu Komunikasi, yang berjudul "Penguatan Nilai Ekonomi Budaya Lokal Dalam Tata Kelola Desa Budaya Melalui Pemanfaatan Teknologi Komunikasi". Jurnal ini mengkaji tentang penguatan nilai ekonomi budaya lokal tata kelola desa di Daerah Istimewa Yogyakarta. Tujuan Penelitian ini yaitu mengembangkan tata kelola Desa Budaya di desa Banjarharjo Kallibawang, Kulon Progo. Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan berupa data observasi, FGD dan wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masih adanya peluang untuk dilakukan penguatan nilai-nilai ekonomi budaya lokal dengan pemanfaatan teknologi komunikasi berupa promosi dalam berbagai kegiatan yang ada di Desa Budaya. Persamaan penelitian ini membahas mengenai budaya lokal melalui pemanfaatan teknologi, sedangkan perbedaanya yaitu penelitian ini berfokus pada penguatan nilai ekonomi budaya lokal.

Nawangsih, STIE Widya Gama Lumajang dalam Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi WIGA. Penelitian berjudul "Kearifan Lokal Kawasan Wisata Menggunakan Pendekatan *Green Marketing Berbasis Masyarakat*". Tujuan penelitian untuk mengetahui tentang : bentuk nilai kearifan lokal di kawasan wisata sebagai daya tarik wisata, aplikasi pendekatan *green marketing* untuk pelestarian nilai kearifan lokal di

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kawasan wisata, objek wisata pendukung yang potensial dikembangkan di kawasan wisata menggunakan pendekatan *green marketing* dan peranan POKDARWIS dalam melestarikan kawasan wisata. Adapun metode yang digunakan merupakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yaitu sebuah pendekatan dengan melihat keunikan atau fenomena tertentu yang terjadi di kawasan wisata, metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi/ pengamatan dam teknik studi dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai kearifan lokal dari kawasan tersebut baik dalam bentuk tradisi, adat istiadat menjadi hal yang penting, karena mampu memberikan daya tarik tersendiri. Pendekatan green marketing menjadi salah satu tindakan kongkrit dalam menjaga dan melestarikan konsep kearifan lokal di kawasan wisata yang terkenal sebagai wisata edukasi dan konservasi berwawasan lingkungan, sehingga keberadan bamboo sebagai icon andalam kawasan wisata tetap terjaga kelestariannya dan bermanfaat bagi lingkungan dan masyarakat sekitar.

Ratna Roostika, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta, dalam Jurnal Manajemen dan Akutansi Volume 1, April 2012. Dalam penelitian yang berjudul "Citra Merek Tujuan Wisata dan perilaku Wisatawan: Yogyakarta Sebagai Daerah Tujuan Wisata". Tujuan penelitian yakni menganalisis sejauh mana pengunjung mengenal slogan pariwisata '*Jogja Never Ending Asia*' serta menganilis hubungan antara citra merek tujuan wisata dan niat perilaku konsumen. Adapun metode yang digunakan berupa 144 kuesioner yang valid dianalisis dengan menggunakan metode kuantitatif yaitu dengan regresi lininer dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pendekatan kualitatif untuk mengintrepretasi pengunjung terhada[slogan wisata Yogyakarta. Hasil menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif citra merek terhadap perilaku pengunjung, dimana hal ini memberikan anjuran tentang pentingnya komitmen yang lebih tinggi bagi semua stakeholder pariwisata Yoyakarta untuk membangun citra positif Yogyakarta sebagai tujuan wisata.

Errika Dwi Setya Watie, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi, Universitas Semarang dalam jurnal Transformatika, Volume 13, No 1 Juli 2015. Penelitian dengan judul "Membaca Kearifan Lokal Penggunaan Media Sosial". Penelitian dengan tujuan melitarasi media sosial terhadap kehidup sosial agar tetap terjaga hamonis dan mengikuti perkembangan zaman tanpa melunturkan kearifan lokal yang ada. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Hasil menunjukkan kearifan lokal sebenarnya ada dan hendaknya diperhatikan oleh setiap individu yang hidup dalam masyarakat lokal. Tidak ada orang yang lepas sepenuhnya dari adanya kearifan lokal dimana orang tersebut hidup. Indonesia sebagai negara dengan kekayaan budaya yang tinggi, tentunya memiliki kearifan lokal yang kuat pula. Adat jawa misalnya, membawa kearifan lokal yang kuat bagi masyarakatnya. Serta, kearifan lokal hadir sebagai penyeimbang akan adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

F. Definisi Konsep

1. Kearifan Lokal

Menurut Rahyono, kearifan lokal merupakan kecerdasan manusia yang dimiliki oleh kelompok etnis tertentu yang diperoleh melalui pengalaman masyarakat. Artinya, kearifan lokal adalah hasil dari masyarakat tertentu melalui pengalaman mereka dan belum tentu dialami oleh masyarakat yang lain. Nilai-nilai tersebut akan melekat sangat kuat pada masyarakat tertentu dan nilai itu sudah melalui perjalanan waktu yang panjang, sepanjang keberadaan masyarakat tersebut.

Moendardjito mengatakan bahwa unsur budaya daerah potensial sebagai lokal genius karena telah teruji kemampuannya untuk bertahan sampai sekarang. Ciri-cirinya adalah:[19]

a. Mampu bertahan terhadap budaya luar
b. Memiliki kemampuan mengakomodasi unsur-unsur budaya luar
c. Mempunyai kemampuan mengintegrasikan unsur budaya luar ke dalam budaya asli
d. Mempunyai kemampuan mengendalikan
e. Mampu memberi arah path perkembangan budaya

Kearifan lokal adalah pandangan hidup dan ilmu pengetahuan serta berbagai strategi kehidupan yang berwujud aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat lokal dalam menjawab berbagai masalah dalam pemenuhan kebutuhan mereka. Dalam bahasa asing sering juga

[19]Ayatrohaedi. *Kepribadian budaya bangsa local genius,* (Jakarta: Pustaka Jaya, 1986) hal.41

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dikonsepsikan sebagai kebijakan setempat "*local wisdom*" atau pengetahuan setempat "local knowledge" atau kecerdasan setempat "*local genious*".

Kearifan lokal adalah kebenaran yang telah mentradisi dalam suatu daerah. Kearifan lokal memiliki kandungan nilai kehidupan yang tinggi dan layak terus digali, dikembangkan, serta dilestarikan sebagai antitesa atau perubahan sosial budaya dan modernitasi. Kearifan lokal produk budaya masa lalu yang runtut secara terus-menerus dijadikan pegangan hidup, meskipun bernilai local tapi nilai yang terkandung didalamnya dianggap sangat universal. Kearifan lokal terbentuk sebagai keunggulan budaya masyarakat setempat maupun kondisi geografis dalam arti luas dimana keberadaan kearifan lokal merupakan sebuah sistem dalam tatanan kehidupan sosial, politik, budaya, ekonomi, serta lingkungan yang hidup di tengahtengah masyarakat lokal. Ciri yang melekat dalam kearifan tradisional adalah sifatnya yang dinamis, berkelanjutan dan dapat diterima oleh komunitasnya.

Komunitas masyarakat lokal, kearifan tradisional mewujud dalam bentuk seperangkat aturan, pengetahuan, dan juga keterampilan serta tata nilai dan etika yang mengatur tatanan sosial komunitas yang terus hidup dan berkembang dari generasi ke generasi. Mereka yang muncul dari komunitas lokal inilah yang hidup, tumbuh, dan bergelut dengan problem sosial, politik,budaya, ekonomi, dan lingkungan, mempelajari kegagalan kegagalan sampai menemukan solusi praktis

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk komunitasnya. Ilmu yang mereka dapat menjadi milik bersama komunitasnya tanpa diperdagangkan.

Posisi kearifan lokal saat ini berada dalam posisi yang lemah. Arus kapitalisme lebih mendominasi dalam sendi-sendi kehidupan komunitas masyarakat. Dalam pandangan kapitalisme, analisis untung dan rugi lebih dominan dan lebih penting daripada dari mana sumber pengetahuan tersebut berasal. Berapa banyak karya komunitas lokal kita yang hilang oleh arus perdagangan kapitalisme yang sangat tidak berpihak pada komunitas lokal itu sendiri.

Perkembangan zaman dan kemajuan peradaban umat manusia yang saat ini memasuki milenium ketiga telah menyebabkan terjadinya proses penghancuran kearifan tradisional yang ditandai dengan perubahan tatanan sosial, kurangnya nilai humanis, kemiskinan moral, sifat ketergantungan atau berkurangnya kemandirian masyarakat dan terdegradasinya sumberdaya alam dan lingkungan yang merupakan pendukung kehidupan manusia. Hal ini juga dipengaruhi oleh sikap masyarakat Indonesia yang belum mampu menjaga budaya, moral, dan sikap terhadap lingkungan sekitar mereka. Hal tersebut disebabkan, antara lain oleh tidak adanya penghargaan dan pengakuan terhadap nilai-nilai kearifan tradisional, adanya kecenderungan globalisasi dunia yang dapat menembus batas-batas negara sampai ke level komunitas suatu kampung.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bentuk Kearifan lokal dikategorikan menjadi dua aspek yaitu :

a. Kearifan Lokal yang Berwujud Nyata (*Tangible*) Kearifan lokal yang berwujud nyata, meliputi :
   1. Tekstual, beberapa jenis kearifan lokal seperti sistem nilai, tata cara, ketentuan khusus yang dituangkan ke dalam bentuk catatan tertulis seperti yang ditemui dalam kitab tradisional primbon, kalender dan prasi atau budaya tulis di atas lembaran daun lontar.
   2. Bangunan/Arsitektural.
   3. Benda Cagar Budaya/Tradisional (Karya Seni), misalnya keris, batik dan lain sebagainya.

b. Kearifan Lokal yang Tidak Berwujud (*Intangible*)

   Kearifan lokal yang tidak berwujud seperti petuah yang disampaikan secara verbal dan turun temurun yang bisa berupa nyanyian dan kidung yang mengandung nilai ajaran tradisional. Melalui petuah atau bentuk kearifan lokal yang tidak berwujud lainnya, nilai sosial disampaikan secara oral/verbal dari generasi ke generasi. Berikut contoh kearifan lokal yang mengandung etika lingkungan sunda yaitu :

   1. *Hirup katungkul ku pati, paeh teu nyaho di mangsa* artinya adalah segala sesuatu ada batasnya, termasuk sumber daya alam dan lingkungan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. *Kudu inget ka bali geusan ngajadi* artinya adalah manusia bagian dari alam, harus mencintai alam, tidak tepisahkan dari alam.

Kearifan lingkungan atau kearifan lokal masyarakat (*local wisdom*) sudah ada di dalam kehidupan masyarakat semenjak zaman dahulu mulai dari zaman pra-sejarah hingga saat ini, kearifan lingkungan merupakan perilaku positif manusia dalam berhubungan dengan alam dan lingkungan sekitarnya yang dapat bersumber dari nilai-nilai agama, adat istiadat, petuah nenek moyang atau budaya setempat, yang terbangun secara alamiah dalam suatu komunitas masyarakat untuk beradaptasi dengan lingkungan disekitarnya, perilaku ini berkembang menjadi suatu kebudayaan di suatu daerah dan akan berkembang secara turuntemurun, secara umum, budaya lokal atau budaya daerah dimaknai sebagai budaya yang berkembang di suatu daerah, yang unsur-unsurnya adalah budaya suku-suku bangsa yang tinggal di daerah itu, dalam pelaksanaan pembangunan berkelanjutan oleh adanya kemajuan teknologi membuat orang lupa akan pentingnya tradisi atau kebudayaan masyarakat dalam mengelola lingkungan, seringkali budaya local dianggap sesuatu yang sudah ketinggalan di abad sekarang ini, sehingga perencanaan pembangunan seringkali tidak melibatkan masyarakat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Film

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, film dapat diartikan dalam dua pengertian. Pertama, film merupakan selaputtipis yang dibuat dari seluloid untuk tempat gambar negatif atau untuk tempat gambar positif.[20] Sebagai industri (*an industry*), film adalah sesuatu yang merupakan bagian dari produksi ekonomi suatu masyarakat dan dipandang dalam hubungannya dengan produk-produk lainnya. Sebagai komunikasi (*communication*), film merupakan bagian penting dari sistem yang digunakan oleh para individu dan kelompok untuk mengirim dan menerima pesan (*send and receive messages*).[21]

Menurut Dr. Phil. Astrid S. Susanto, esensi film adalah gerakan atau lebih tepat lagi gambar yang bergerak, dalam bahasa Indonesia, dahulu dikenal istilah gambar hidup, dan memang gerakan itulah yang merupakan unsur pemberi "hidup" kepada suatu gambar.[22] Anggaran Dasar Pasal 3 pada Persatuan Karyawan Film dan Televisi Indonesia yang merupakan Keputusan Kongres ke-8 pada 1995 menyatakan bahwa:

> "Film dan televisi adalah karya cipta seni dan budaya yang merupakan media komunikasi massa pandang-dengar yang dibuat berdasarkan asas sinematografi dengan direkam pada pita seluloid, pita video, piringan video, dan atau bahan hasil teknologi lainnya dalam bentuk, jenis, ukuran, melalui kimiawi, proses elektronik, atau proses lainnya".

---

[20] Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), hal. 242

[21] Idy Subandy, *Budaya Populer sebagai Komunikasi; Dinamika Popscape danMediascape di Indonesia Kontemporer*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2011) hal. 190

[22] Susanto Astrid, *Komunikasi Massa* ,(Bandung: Bina Cipta,1982) hal. 58

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Lain halnya menurut Palapah dan Syamsudin mendefinisikan film sebagai :

> "Salah satu media yang berkarakteristik masal, yang merupakan kombinasi antara gambar-gambar bergerak dan perkataan".[23]
>
> Hal ini senada dengan Soegiono[24], ia mengemukakan bahwa film adalah:
>
> "Rekaman segala macam gambar hidup atau bergerak, dengan atau tanpa suara, yang dibuat di atas pita seluloid, jalur pita magnetic, 2 piringan audio visual, dan atau benda hasil teknik kimiawi atau elektronik lainnya yang mungkin ditemukan oleh kemajuan teknologi dalam segala bentuk jenis dan ukuran baik hitam maupun putih atau berwarna yang dapat disajikan dan atau dipertunjukkan kembali sebagai tontonan di atas layar proyeksi atau layar putih atau layar TV dengan menggunakan sarana-sarana mekanis darisegala macam bentuk peralatan proyeksi".

Menurut Ayoana, film adalah gambar-hidup, juga sering disebut movie. Film, secara kolektif, sering disebut sinema. Sinema itu sendiri bersumber dari kata kinematik atau gerak. Film juga sebenarnya merupakan lapisan-lapisan cairan selulosa, biasa di kenal di dunia para sineas sebagai seluloid. Film dihasilkan dengan rekaman dari orang dan benda (termasuk fantasi dan figur palsu) dengan kamera, dan/atau oleh animasi. Kamera film menggunakan pita *seluloid* atau sejenisnya, sesuai perkembangan teknologi. Butiran *silver* halida yang menempel pada pita ini sangat sensitif terhadap cahaya. Saat proses cuci film, *silver* halida yang telah terekspos cahaya dengan ukuran yang tepat akan menghitam,

[23] Palapah dan Syamsudin, *Studi Ilmu Komunikasi,* (Bandung : Universitas Padjajaran), hal. 114
[24] Soegiono, *Media Film Indonesia,* (Jakarta : Institut Kesenian Jakarta), hal. 13

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sedangkan yang kurang atau sama sekali tidak terekspos akan tanggal dan larut bersama cairan pengembang.

3. Analisis Semiotika

Peneliti menggunakan teknik analisis semiotika Roland Barthes untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Tujuan teknik ini adalah untuk mengetahui stereotip yang terwakili oleh tanda dalam sebuah film dan kemudian disampaikan kepada khalayak umum.Semiotika merupakan studi atas kode-kode, yaitu sistem apapun yang memungkinkan kita memandang endnitas-ednitas tertentu sebagai tanda-tanda atau sebagai sesuatu yang bermakna.

Secara etimologi, istilah semiotik berasal dari kata yunani "*semeino*" yang berarti tanda. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai suatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain. Sedangkan secara termonologis, semiotika dapat definisiskan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas obyek-obyek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda.[25]

Hoed mengatakan semiotik adalah ilmu yang mempelajari tanda dalam kehidupan manusia. Artinya, semua yang hadir dalam kehidupan kita dilihat sebagai tanda, yakni sesuatu yang harus kita beri makna. Tanda merupakan sarana untuk berkomunikasi dan

[25] Alex Sobur, *Analisis Teks Media: suatu pengantar untuk analsisi wacana, analisis semiotik, dan analisis framing*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), hal. 95

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berinteraksi, tanpa adanya tanda mustahil manusia dapat saling memahami satu sama lain.[26]

Semiotika pada dasarnya mempelajari bagaimana kemanusiaan (*Humanity)* memaknai hal-hal (*Thing).* Memaknai (*to signifty)* dalam hal ini tidak dapat dicampur adukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate),*[27] dalam penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, dimana dengan pemaknaan dua tahap denotasi konotasi yang digunakan oleh Roland Barthes dalam teori semiotiknya, Roland Barthes menelusuri makna dengan pendekatan budaya yaitu semiotik makro, dimana Barthes memberikan makna pada sebuah tanda berdasarkan kebudayaan yang melatar belakangi munculnya makna tersebut. Serta analisis semiotika roland barthes juga menekankan pada bagaimana manusia memaknai sebuah pesan baik itu denotasi dan konotasi. Oleh karena itu sangat tepat digunakan dalam konteks penelitian yang meneliti bagaimana kearifan lokal dalam film Ada Apa Dengan Cinta 2.

G. Kerangka Berfikir

Kerangka fikir adalah sebuah pemahaman yang melandasi pemahaman-pemahaman yang lain. Sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran selanjutnya. Untuk mendapatkan sebuah kerangka berfikir akan suatu hal bukan sesuatu yang

[26] Benny Hoed, *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya,* (Jakarta: Komunitas Bambu, 2011), hal. 3
[27] Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung : Rosdakarya, 2009) hal. 16

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mudah, diperlukan suatu pemikiran yang mendalam, tidak menyimpulkan hanya dari fakta yang dapat terindra, atau hanya dari sekedar informasi-informasi yang terpenggal.

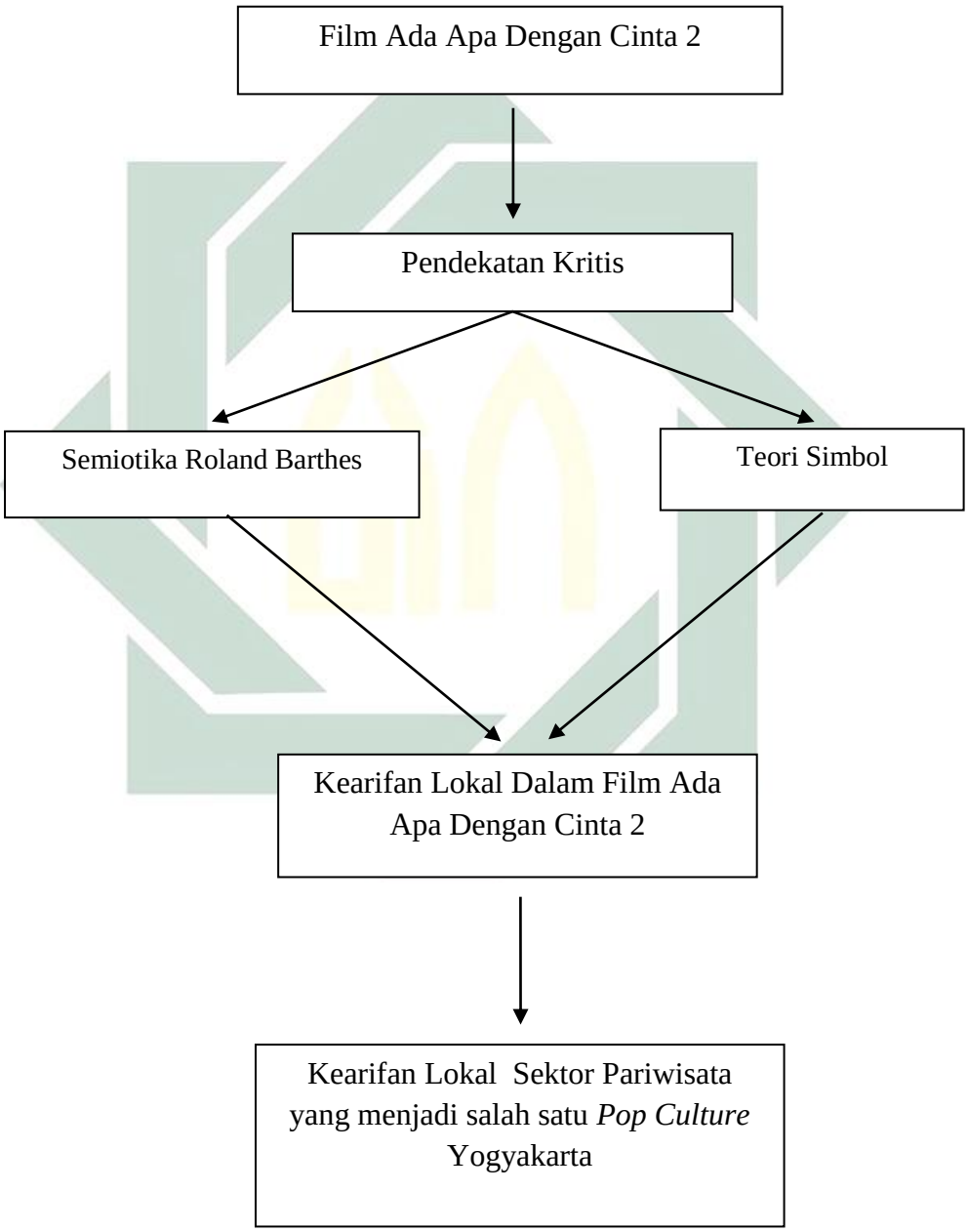
Industri perfilman Indonesia mulai berkembang semenjak adanya film Ada Apa Dengan Cinta yang hadir pada tahun 2002. Ada Apa Dengan Cinta menjadi salam satu film terlaris yang ada di Indonesia. Banyaknya masyarakat yang antusias dan ingin bernostalgi maka pada tahun 2014 film Ada Apa Dengan Cinta 2 dihadirkan dengan nuansa yang lebih berbeda dengan Ada Apa Dengan Cinta 1. Film Ada Apa Dengan Cinta 2 termasuk film yang terdapat unsur budaya di dalamnya. Dalam Film ini salah satu setting tempat adalah Kota Yogyakarta. *Pop culture* atau budaya populer merupakan budaya yang mengikuti perubahan jaman yang perkembanganya banyak ditentukan oleh industri komunikasi. *Pop culture* menjelaskan proses yang mengacu pada budaya yang berlangsung pada masyarakat pada umumnya. *Pop Culture* yang tergambar dalam film Ada Apa Dengan Cinta 2 menjelaskan kondisi budaya masyarakat Yogjakarta.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian Roland Barthes, penelitian jenis ini Barthes memberikan makna pada sebuah tanda berdasarkan kebudayaan yang melatarbelakangi munculnya makna tersebut. Serta analisis semiotika roland barthes juga menekankan pada bagaimana manusia memaknai sebuah pesan baik itu denotasi dan konotasi. Penelitian ini akan dianalisis mengunakan teori simbol, teori simbol mrupakan jenis teori yang memandang makna sebuah suatu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hubungan yang kompleks diantara simbol, objek dan orang. Setelah dianalisis nantinya hasil penelitian berupa gambaran kearifan lokal dalam film ada apa dengan cinta 2.

Gambar 1.2 Kerangka Pikir Penelitian



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

H. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

a) Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan paradigma kritis, ilmu komunikasi dapat dikategorikan dalam ilmu pengetahuan yang mempunyai aktifitas penelitian yang multi paradigma, yang menampilkan sejumlah paradigma atau perspektif dasar untuk teori dan riset. Paradigma terdiri dari asumsi dasar, teknik riset yang digunakan. Terlepas dari segala variasi, perbedaan antara paradigma satu dengan paradigma yang lain dapat juga dikelompokkan dengan hal yang mendasar. Hal ini dilakukan karena pendekatan kritis sendiri merupakan suatu cara untuk mencoba memahami kenyataan, kejadian peristiwa situasi, benda, orang, dan pernyataan yang ada dibalik makna yang jelas atau makna yang langsung. Pendekatan kritis yang dipakai dalam analisis Film Ada Apa Dengan Cinta 2 didasarkan pada teori semiotik model Roland Barthes

b) Jenis Penelitin

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis semiotika model Roland Barthes dalam film Ada apa dengan cinta 2 terdapat petanda-petanda yang memiliki makna berbeda jika diartikan secara terpisah. Namun menghasilkan makna baru diartikan secara keseluruhan. Hal ini sesuai dengan metode Barthes yang mengatakan bahwa setiap tanda selalu memperoleh

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemaknaan awal yang dikenal secara umum yaitu denotasi. Konotasi adalah makna baru yang diberikan pemakai tanda sesuai dengan keinginan, latar belakang pengetahuannya, atau konvensi baru yang ada dalam masyarakat.[28] Barthes melihat manusia dalam memaknai suatu hal tidak sampai pada tataran makna denotasi, melainkan manusia mengunakan kognisinya melalui beberapa pemaknaan dan penafsiran sehingga menimbulkan makna konotasi.

2. Unit Analisis

Unit analisis adalah satuan unit analisis dengan penentuan masalah yang akan diteliti, apakah yang akan diteliti kata, kalimat, kejadian, atau satuan lambang tertentu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan tujuan penelitian, dengan kata lain unit analisis diartikan sebagai sesuatu yang berkaitan dengan fokus atau komponen yang akan diteliti. Unit analisis ini dilakukan oleh peneliti agar keabsahan dan ketelitian penliti dapat terjaga.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah *scene* , juga dialog-dialog dalam film Ada Apa Dengan Cinta 2 yang terkait dengan kearifan lokal yang dicari adalah makna dari tanda – tanda yang bersifat verbal dan non verbal, karena dengan mengamati *scene*, dialog maka akan lebih mudah untuk mengidentifikasi scene mana yang terdapat kearifan lokal.

[28]Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2003), hal. 13.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini terdapat dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer merupakan jenis data yang diperoleh langsung dari sumber data asli (tidak melalui media perantara), yaitu dalam penelitian ini adalah film Ada Apa Dengan Cinta 2 memperhatikan setiap narasi (tulisan), perkataan, *gesture* (gerak tubuh) termasuk mimik yang brpa wajah yang ditampilkan oleh para tokoh, baik berupa audio (suara/dialog) maupun visual (gambar) yang menunjukkan kearifan lokal.

b. Data Sekunder merupakan sumber data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh phak lain), yaitu berupa data-data yang relevan yang dapat digunakan sebagai refrensi dalam penelitian ini. Data-data pendukung dapat diperoleh melalui media massa, seperti buku, surat kabar, majalah, artikel, jurnal, skripsi, dan buku-buku yang relevan dengan penelitian ini.

4. Tahap Penelitian

Penelitian analisis teks media, perlu mengetahui tahap-tahapan penelitian yang akan dilalui dalam proses penelitian. Untuk itu peneleliti harus menyusun tahap-tahap penelitian yang lebih sistematis agar dapat diperoleh hasil penelitian yang sisematis pula. Ada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

beberapa tahapan yang dilakukan dalam penelitian semiotik ini, yakni:[29]

a. Mencari Topik yang Menarik

Penelitian ini melakukan ekspolrasi topik yang akan diambil oleh peneliti dengan kategori dianggap menarik dan layak untuk diteliti. Setelah dilakukan pemilihan dari berbagai topik yang menarik dengan berkonsultasi pada dosen pengampu mata kuliah analisis teks media, akhirnya peneliti diarahkan untuk melakukan penelitian analisis teks media ini dengan judul "Kearifan Lokal dalam Film Ada Apa dengan Cinta 2".

b. Merumuskan Masalah

Masalah ini dirumuskan berdasarkan pada topik yang menarik, tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini hingga pada mengapa sebuah topik ini diputuskan untuk dikajji.

c. Merumuskan tujuan

Merumuskan merupakan cara untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana "Kearifan Lokal Dalam film Ada Apa Dengan Cinta 2. Maka peneliti memutuskan penggunaan analisis semiotik dengan model Roland Barthes sebagai metode penelitianya.

Lexy J. Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), hal 150

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Melakukan Klasifikasi Data

1. Identifikasi *scene*, yaitu penetapan dan penentuan adegan film Ada Apa Dengan Cinta 2 yag akan diteliti. Dalam hal ini menentukan adegan film yang mengandung muatan bentuk dan makna kearifan lokal dalam film Ada Apa Dengan Cinta 2.
2. Memberikan alasan mengapa *scene* tersebut dipilih dan perlu di identifikasi.
3. Menentukan pola semiosis yang umum dengan mempertimbangkan hierarki sekuenya atau pola sigmantik dan paradigmatik serta kekhasan simbol komunikasi yang terdapat dalam film.

e. Menarik Kesimpulan

5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah dalam suatu kegiatan penelitian, sebab kegiatan ini amat menentukan keberhasilan suatu penelitian.[30] Karena validitas nilai sebuah penelitian sangat ditentukan oleh data. Demikian pula sebaliknya. Apabila data yang diambil tidak benar, maka akan melahirkan suatu laporan penelitian yang salah. Dalam penelitian ini diperoleh melalui teknik observasi dan teknik dokumentasi.

[30] Indiwan Seto Wahyu Wibowo, Semiotika Komunikasi – Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011), hal 21

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a) Observasi

Peneliti mengamati dan mencatat secara sistematik terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Ada dua macam observasi yaitu langsug dan tidak langsung. Observasi langsung dilakukan terhadap objek di tempat berlangsungnya peristiwa, sehingga peneliti berada bersama objek yang diteliti. Sedangkan observasi tidak langsung adalah pengamatan yang dilakukan tidak pada saat berlangsungnya peristiwa yang diteliti, misalnya melalui slide, foto maupun film. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menggunakan teknik observasi tidak langsung karena pengamatan dilakukan pada media film.

b) Dokumentasi

Peneliti juga menggunakan dokumentasi untuk teknik pengmpulan data. Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data peneliti yang berdasarkan pada pencarian data berupa DVD film, buku (text book), skripsi, jurnal, situs intrnet, dan lain sebagainya yang dianggap relavan dalam penelitian ini.[31] Penelitian ini tidak semua scene diteliti, yang diteliti adalah scene yang terdapat unsur Kearifan Lokal. Sedang unit analisis yang diteliti oleh peneliti disini adalah audio dan visual. Audio meliputi dialog, sedangkan Visual meliputi gesture (gerak tubuh).

[31] Suharsini, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hal 149

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6. Teknik Anaisis Data

Teknik analisis data merupakan salah satu bagian yang cukup signifikan didalam sebuah penelitian. Dalam teknik penelitian yang sistematis agar diperoleh hasil yang maksimal. Setelah data terkumpul, tahap selanjutnya adalah menganalisis data. Analisis dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis semiotik dengan menggunakan teori Roland Barthes.

Adapun langkah-langkah analisis semiotika RolandBarthes, dapat digambarkan sebagai berikut:[32]

Tabel 1.1

Peta Tanda Roland Barthes

1.Signifie (Penanda)	2. Signified (Petanda)
3.Denotative Sign (tanda denotatif)	
4.Connotative Signifier (Penanda Konotatif)	5.Connotativve Signified (Petanda Konotatif)
5.Connotative Sign (Tanda Konotatif)	

Dari peta Barthes diatas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri dari penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif juga penanda konotatif (4). Dengan kata lain, hal tersebut merupakan unsur material. Semiotika yang dikaji Roland Barthes antara lain membahas mengenai makna

[32] Alex Sobour, *Semiotika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya,2003), hal 263

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

denotatif dan konotatif dalam suatu objek. Serta apa yang terjadi mitos dalam suatu objek yang diteliti.

Denotatif adalah tingkat pendataan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda, atau antara tanda dan rujukanya pada realitas yang menghasilkan makna yang eksplit, lagsung dan pasti. Konotatif adalah tingkat petandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda atau petanda yang ada di dalamnya terdapat makna yang tidak sebenarnya. Konotatif dapat menghasilakan makna kedua yang bersifat tersembunyi. Mitos merupakan bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Mitos adalah produk kelas sosial mengenai hidup dan mati, manusia, dewa, dan sebagainya.[33]Roland Barthes adalah penerus pemikiran Saussure. Saussure tertarik pada cara kompleks pembentukan kalimat dan bentuk-bentuk kalimat menentukan makna, tetapi kurang tertarik pada kenyataan bahwa kalimat yang sama bisa saja menyampaikan makna yang berbeda pada orang yang berbeda situasinya.[34]

Menganalisis film tersebut secara keseluruhan akan digunakan sistem primer (denotasi) dan sistem sekunder (konotasi) dari Roland Barthes. Barthes mengembangkan model dikotomi pendanda-petanda menjadi lebih dinamis. Barthes menyebut pendanda (*signifier*) dalam konsep Saussure sebagai ekspresi atau

[33] Alex Sobour, *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana,Analisis Semiotik, dan Analisis Framming,* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), hal. 128.
[34] Nawiroh Vera, *Semiotika Dalam Riset Komunikasi* (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2014), hal.27.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ungkapan / bentuk dari suatu tanda. Namun, Barthes mengembangkan teori tanda dari Saussure menjadi teori tentang denotasi dan konotasi. Barthes menyebut denotasi sebagai sistem tanda "sistem pertama" karena denotasi berlaku umum, terkendali secara sosial. Artinya, maknanya merupakan kesepakatan sosial dari suatu masyarakat bahasa. Saussure sebagai tokoh struktualis mengatakan bahwa "petanda itu adalah gambaran mental, yakni pikiran aau konsep aspek mental dari bahasa". Jadi, dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaanya.

Langkah – langkah analisis data penelitian :

1. Memetakan Penanda dan Petanda.
2. Mencari tanda denotatif dari peta penanda dan petanda.
3. Memetakan penanda konotatif dan petanda konotatif.
4. Mencari tanda konotatif dari peta penanda dan petanda konotatif.
5. Menafsirkan makna analisis peneliti.

Kemudian penulis akan mengkaji secara keseluruhan makna Kearifan Lokal Dalam Film Ada Apa Dengan Cinta 2.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini dibagi dalam enam bab, yang terdiri dari pendahuluan, kajian pustaka, metodologi penelitian,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penyajian data, analisis data, penutup atau kesimpulan. Selanjutnya akan peneliti uraikan sebagai berikut:

1. BAB I : PENDAHULUAN

   Merupakan bab pendahuluan yang didalamnya mencakup sub bahasan, antara lain: latar belakang masalah, Fokus Penelitian, tujuan penelitian, Manfaat hasil penelitian, Definisi konsep, metode penelitian, tahapan penelitian dan sistematika pembahasan.

2. BAB II : KAJIAN PUSTAKA

   Membahas tentang kajian pustaka yang meliputi Pembahasan Teori, kajian teoritik dan penelitian terdahulu yang relevan.

3. BAB III : PENYAJIAN DATA

   Berisi Tentang Deskripsi Obyek Penelitian, Penyajian Data.

4. BAB IV : ANALISIS DATA

   Analisis data berupa temuan data dan pembahasan berupa konfrimasi temuan dengan teori.

5. BAB V : PENUTUP

   Merupakan penutup yang berisi kesimpulan dan saran.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN TEORETIS

A. Kajian Pustaka

1. Film Sebagai Media Peruasif

Film merupakan sebuah berupa media audio visual yang menampilkan kata-kata, bunyi, citra dan mampu memberi pengaruh yang kuat ketimbang media lainya. Film juga merupakan bentuk komunikasi modern yang kedua muncul di dunia.[35] Hugh Mauerhofer berpendapat bahwa film memiliki kekuatan tersendiri dalam mempengaruhi penonton, dan kekuatan inilah film perlu dikontrol.[36] Film juga dapat mempengaruhi penonton sehingga penonton menjadi pasif dan menerima apa yang disajikan oleh film. Film juga dapat menciptakan kelompok bagi penggemarnya yang membuat komunitas tersebut ekslusif dibandingkan dengan kelompok lainya dan setiap anggota dari kelompok terdorong untuk mengidentikkan diri dengan komunitas yang mereka buat. Oleh karena itu kritik publik dan adanya lembaga sensor menunjukkan bahwa film sangat berpengaruh.

McQuail menyatakan bahwa pesan yang terkandung dalam film timbul dari keinginan untuk merefleksikan kondisi masyarakat dan bahkan mungkin juga bersumber dari keiginan untuk dimanipulasi. Pemanfaatan film dalam mendidik memiliki kemampuan untuk menarik

---

[35] Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2004), hal. 126

[36] William L. Rivers, Theodore Peterson & Jay W. Jensen, *Media Massa & Masyarakat Modern*, Terj. Haris Munandar & Dudy Priatna (Jakarta : Kencana, 2004), hal. 291

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perhatian orang dan sebagian lagi didasari dari film tersebut uang memiliki pengantar pesan yang unik.[37]

Pengaruh film terhadap kejiwaan manusia sangat besar sekali, hal ini dikarenaan kepandaian orang-orang dalam membuat film sehingga emosi penonton terbentuk. Seiring berkembangnya kemajuan teknologi industri perfilman, peralatan dan pengaturan telah berhasil menampilkan kualitas gambar yang mendekati serupa dengan kenyataan didukung dengan suasana gelap ketika memutar film dalam gedung bioskop, sehingga menambah kesan bahwa cerita yang ditontonya seolah-olah terjadi dihadapan audien. Ketika audien asik mengikuti peristiwa-peristiwa dalam cerita film itu, secara tidak sadar audien merasa terlibat dalam film yang ia tonton, dengan kata lain, ia menganggap bahwa ia sendiri yang jadi pemain itu bahkan, bukan lagi aktor dari film tersebut yang memerankan film itu melainkan audien itu sendiri.[38]

Pengaruh film sangat besar sekali terhadap jiwa manusia. Hal tersebut dibuktikan bahwa kita sering menjumpai anak-anak, dan pemuda-pemuda di lingkungan sekeliling kita yang tingkah laku dan cara berpakaian meniru bintang film idolanya. Selain dari busana dan tingkah laku ada juga yang meniru cara ketawa, bersiul, berjalan, dan adegan-adegan lainya yang ditiru dari idolanya. Jika saja pengaruh hanya terbatas pada gaya dan berpakaian, tidaklah menimbulkan dampak negatif. Lain halnya jika yang ditiru yaitu adegan kekerasan dalam cerita film hal

[37]Denis Mc.Quail's, *Mass Communication Theory* (Singapore : SAGE Pubication Asia Pasific Pvt Ltd, 2010), hal. 14
[38]Onong Uchjana *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung : Citra Aditya Bakti, 2003), hal. 207-208

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut sangat bahaya jika sampai audien yang menontonya kemudian menirukan adegan tersebut kepada temanya. Sesuai dengan penelitian Anik Hariyati bahwa tingkat terpaan tayangan kekerasan dikalangan remaja adalah cukup tinggi terbukti dapat mencapai 52 % dari 50 responden yang diteliti. Tingginya tingkat terpaan akan sangat berpengaruh terhadap perilaku remaja. Dengan demikian tingkat agresifitas remaja akan meningkat apabila terpaan tayangan kekerasan juga meningkat.

Perkembangan teknologi yang semakin berkembang saat ini membuat *Genre* film semakin banyak. Menurut Pratista mengatakan bahwa *genre* film dibagi menjadi dua kelompok yaitu : *genre* induk primerdan *genre* induk sekunder. *Genre* induk sekunder adalah *genre* turunan dari *genre* induk primer seperti Biografi, Bencana dan film-film yang digunakan dengan tujuan untuk studi ilmiah, sedangkan jenis film induk primer adalah *genre-genre* yang populer sejak awal perkembangan sinema pada era 1900-an hingga 1930-an seperti : Film Fantasi, Drama, Aksi, Horor, Komedi, Kriminal dan ganster, Musikal, Perang, Petualangan & Epik Sejarah.[39]

Film dikelompokan menjadi beberapa genre yaitu :

a. Drama

Film drama merupakan film yang memiliki jangkauan cerita yang ditampilkan sangat luas sehingga banyak diproduksi. Film-film drama pada umumya memiliki keterkaitan dengan tema-cerita,

[39]Himawan Pratista, *Memahami Film* (Yogyakarta : Homerian Pustaka, 2008), hal 13

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

karakter, serta suasana yang membingkai kehidupan nyata. Konflik film drama biasanya dibentuk oleh lingkungan alam atau dibentuk oleh lingkungan diri sendiri.[40] Film drama kisahnya seringkali membangkitkan emosi, dramatik dan membuat penonton menangis.

b. Aksi

Film aksi merupakan tayangan film yang berhubungan dengan adegan-adegan seru, berbahaya, menegangkan, dan memiliki tempo cerita yang cepat dalam ceritanya. Film *genre* ini menjadi populer karena menghadirkan banyak aksi yang seru dan menegangkan. Kehadiran film aksi ini menjadi produk unggulan dari film –film Hollywood. [41]

Film aksi sebagian besar adenganya berpacu dengan waktu, balapan, perkelahian, tembak-menembak, ledakan aksi kejar-kejaran serta aksi fisik lainya yang menegangkan lainya. Selain itu pembuatan film ini biasanya tidak lepas dari teknologi grafis komputer dan CGI yang semakin maju dengan membuat visual efek. Film aksi terutama yang berasal dari varat produksi Hollywood identik dengan efek adegan bom dan ledakan.

c. Sejarah

Film sejarah adalah film yang menceritakan tentang periode masa silam denga latar cerita yaitu sebuah peristiwa, kerajaan atau tokoh besar yang menjadi mitos, dan legenda. Film dengan *genre*

---

[40]Handi Oktavianus, *Penerimaan Penonton Terhadap Praktek Eksorsis di Dalam Film Conjuring* (Progam Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Petra), Jurnal E. Komunikasi Vol. 3 No.2 Tahun 2015

[41]*Ibid.*,hal 13

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ini biasanya melibatkan ratusan hingga ribuan figuran, variasi kostum dengan aksesori yang unik, serta atribut perang seperti pedang, tombak, panah, helm, dan lain sebagainya.[42]

Film sejarah bisanya memiliki ikon tertentu yang menjadi sorotan utama dalam sebuah film, tokoh utama biasanya merupakan sosok heroik yang gagah dan berani dan disegani oleh semua lawanya. Biasanya film sejarah menceritakan biografi seseorang tokoh, dan terkadang keakuratan ceritanya tentang biografi tersebut tidak seakurat seperti aslinya.

d. Horor

Film Horor dalam pembuatanya biasanya memiliki tujuan yatu membangkitkan rasa takut *audien*, memberikan rasa kejutan serta teror yang membekas dipikiran *audien*. Plot dalam film horor ini biasanya berhubungan dengan dimensi supranatural atau sisi gelap manusia. Biasanya karakter dalam film horor ini berwujud fisik yang menakutkan seperti makhluk gaib, monster dan makhluk asing.[43]

Biasanya film horor suasana setting lebih cenderung pada ruangan atau tempat yang gelap yang didukung dengan alunan musik yang membuat *audien* penasaran dan mencekam. Sehingga menambah suasana menggerikan dalam film horor tersebut.Pada umumnya film horor dikombinasikan dengan beberapa *genre* seperti *genre* dimana film tersebut didalamnya melibatkan makhluk

[42]*Ibid*, Hal. 15
[43]*Ibid*, Hal. 16-17

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

gaib (hantu, vampie, mumy, manusia serigala), fiksi ilmiah yaitu *genre* film didalamnya melibatkan makhluk luar angkasa (zombie, alien, monster) dan film *thriller* yaitu *genre* film yang melibatkan dengan seorang psikopat seperti film Insidious.

e. Komedi

Film komedi adalah film yang membuat *audien* tersenyum, bahkan tertawa terbahal-bahak. Film jenis ini berbeda dengan lawakan, karena film komedi tidak harus diperankan oleh seorang pelawak, tapi pemain biasa pun bisa memerankan tokoh yang lucu.[44]Sejak jaman dahulu film komedi merupakan *genre* yang paling populer diantara semua *genre* film yang ada. Pada umumnya film komedi ini selalu memiliki akhir cerita yang membahagiakan (*happy ending*). Film komedi ini biasanya berisikan drama ringan dengan aksi dan bahasa maupun karakter yang berlebih-lebihkan.

f. Petualangan

Film dengan *genre* petualangan adalah film yang mengisahkan sebuah cerita perjalanan, ekspedisi kesuatu tempat yang belum pernah dikunjungi, eksplorasi obyek wisata. Biasanya film genre ini menghadirkan panorama alam yang eksotis seperti hutan rimba, binatang, savana, gurun, lautan, pegunungan serta pulau terpencil.

[44]Askurifai Baksin, *Membuat film Indie itu Gampang* (Bandung : Katarsis, 2009), hal. 25

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

g. Musikal

Film musikal adalah film yang lebih mengacu pada unsur musik, lagu dan tarian yang menyatu dengan cerita. Dalam film tersebut biasanya terdapat lirik lagu yang menyatu dalam ceita film. Film musikal ini biasanya memiligi segmentasi pada audien remaja, anak-anak. Film dengan genre musikal bercerita tentang percintaan, kesuksesan dan popularitas yang ada dalam kehidupan sehari hari yang dialami banyak orang.

Menurut Jane Feuer, siklus dalam film dengan *genre* musikal adalah berupa kumpulan panggung atau pentas musik pada awalnya yang kemudian berkembang sebagai mana sarana pertunjukkan bagi para penyaji cerita di sepanjang 1950-an, yang menunjukkan film dengan genre yang menunjukkan pemain cerita ikut menyanyi dan menari, dimana menyanyi dan menari tersebut terjadi sebagian bagian dari kehidupan sehari-hari yang tak seorang pun menganggapnya tak wajar. Namun perlahan-lahan, *genre* musikal berubah menjadi film yang mengangkat cerita tentang penyelenggarakan sebuah pertunjukkan.[45]

h. Kriminal dan Gangster

Film Kriminal atau *gangste r*adalah film yang berkaitan dengan beberapa aksi atau tindakan kelompok pencurian, perjudian, pembunuhan, persaingan antar kelompok, serta aksi kelompok bawah tanah yang berlawanan dengan sistem hukum. Biasanya film

[45]Jane Stoke, *How To Do Media and Culture Studies* (Yogyakarta : PT. Bentang ustaka, 2007), Hal. 93

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

genre ini diinspirasikan deari kisah nyata dari kehidupan para tokoh kriminal besar kelas internasional yang menjadi perbincarangan dikalangan masyarakat umum. Film ini biasanya mengandung adegan yang sadis dan tidak manusiawi berbeda denga film yang ber-*genre* aksi.

2. Film Sebagai Repesentasi Budaya

Representasi dipahami sebagai gambaran sesuatu yang akurat. Representasi tidak hanya berarti "*to presentasi*" , "*to image*", atau "*to depict*". Representasi adalah sebuah cara dimana memaknai apa yang diberikan pada benda yang digambarkan. Menurut *David Croteau* dan *William Hoynes*, representasimerupakan hasil dari suatu proses penyeleksian yang menggaris bawahi hal-hal tertentu dan hal lain diabaikan.[46] Dalam representasi media, tanda yang akan digunakan untuk melakukan representasi tentang sesuatu mengalami proses seleksi. Mana yang sesuai dengan kepentingan-kepentingan dan pencapaian tujuan-tujuan komunikasi ideologisnya itu yang digunakan sementara tanda-tanda lain diabaikan.

Adapun menurut pendapat Chris Barker menyebutkan bahwa representasi merupakan kajian utama dalam *cultural studies*. Representasi sendiri dimaknai sebagai bagaimana dunia dikonstruksikan secara sosial dan disajikan kepada kita dan oleh kita di dalam pemaknaan tertentu.

[46] www. Academia.edu diakses pada tanggal 14 mei 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Cultural studies memfokuskan diri kepada bagaimana proses pemaknaan representasi itu sendiri.[47]

Richard Osbone dan Borin Van Loon dalam bukunya yang berjudul "Memahami Sosiologi", menjelaskan apa saja yang bisa masuk kategori kebudayaan.[48] Yaitu :

1. Cara Hjidup yang dianut oleh kelompok budaya tertentu
2. Praktik- praktik yang menghasilakan makna dalam suatu masyarakat
3. Norma- norma, nilai-nilai, ide-ide dan cara melakukan sesuatu di masyarakat tertentu.
4. Semua sarana komunikasi, seni, objek-objek dan benda-benda material yang sama-sama dimiliki oelh suatu masyarakat. Pengembangan pikiran, peradaban, dan cara belajar.

Dari definisi diatas, terasa hampir meliputi segala sesuatu, dan *cultural studies* berarti mempelajari hampir segala sesuatu. Tidak mengherankan jika *cultural studies* tak memiliki batasan wilayah subjek yang didefinisikan secara jelas. Titik pijaknya adalah sebuah ide mengenai budaya yang sangat luas dan mencakup semua hal yang digunakan untuk menggambarkan dan mempelajari bermacam-macam kebiasaan. Inilah yang membuat *cultural studies* berbeda dari disiplin ilmu yang lain.

Menurut Stuart Hall, representasi adalah salah satu praktek penting yang memproduksi kebudayaan. Kebudayaan merupakan konsep yang sangat luas, kebudayaan menyangkut 'pengalaman berbagi'. Seseorang dikatakan berasal dari kebudayaan yang sama jika manusia-manusia yang

[47] Chris Barker, *Culture Studies Theory and Practice* (New Delhi : Sage, 2004), hal. 8
[48]Richard Osborne dan Van Loon, *Sosiologi : Seri Mengenal dan Memahami* (Jakarta : Scientific Press, 2013), hal 139

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ada disitu membagi pengalaman yang sama, membagi kode-kode kebudayaan yang sama, berbicara dalam 'bahasa' yang sama, dan saling berbagi konsep-konsep yang sama. Representasi adalah tindakan menghadirkan atau mempresentasikan suatubaik orang, peristiwa, maupun objek lewat sesuatu yang di luar dirinya, biasanyaberupa tanda atau simbol. Representasi ini belum tentu bersifat nyata tetapi bisajuga menunjukan dunia khayalan, fatasi, dan ide-ide abstrak. [49]

Menurut Turner, makna film sebagai representasi dari realitas masyarakat,berbeda dengan film sekadar sebagai refleksi dari realitas. Sebagai representasi dari realitas, film membentuk dan menghadirkan kembali realitas berdasarkan kode, konveksi, dan ideologi kebudayaan.[50]Film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan muatan (*message*) di baliknya. Dengan kata lain film tidak bisa dipisahkan dari konteks masyarakat yang memproduksi dan mengkonsumsinya. Selain itu sebagairepresentasi dari realitas, film juga mengandung muatan ideologi pembuatannya sehingga sering digunakan sebagai alat propaganda.

Film saat ini bukanlah hal yang asing bagi kita, kehadiran film di indonesia dimulai sejak tahun 1980-an hingga saat ini. Namun film perdana pertama kali ditayangkan di daerah Tanah Abang, adalah film bisu pada tahun 1926 yang berjudul "Loetoeng Kasaroeng" yang di

[49]Stuart Hall, *Culture, Media, Language* (New York : Routledge, 1980), hal. 28
[50] Alex Sobour, *Semiotika Komunikasi* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2009), hal. 127-128

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sutradarai oleh orang Belanda yang bernama G. Kruger dan L.Heuveldrop.[51]

Gambar 2.2 Poster Film Loetoeng Kasaroeng tahun 1926

Kehadiran film tersebut dimulai dari gambar yang masih berwarna hitam putih dan baru baru ini film berwarna. Film merupakan bentuk dari penyampaian informasi, pendidikan dan hiburan yang terkumpul menjadi satu. Sedangkan menurut buku "5 hari Mahir Membuat Film " Film adalah rangkaian gambar yang bergerak berbentuk suatu cerita atau juga bisa disebut *movie* atau video.[52] Film juga memiliki kelebihan dibandingkan media yang lainya yaitu mempunyai jangkauan yang luas, mengingat sifatnya yang terbuka sehingga pemirsanya tidak mengenal batas usia baik itu anak kecil, remaja, dewasa bahkan orang tua sekalipun. Film juga memiliki pengaruh besar dalam mempengaruhi masyarakat dibandingkan dengan media lain seperti radio, majalah, koran dan lain sebagainya.

[51]https://id.wikipedia.org, diakses pada tanggal 29 April 2018 pada jam 22.04 WIB
[52] Panca Javandalasta, *5 Hari Mahir Bikin Fil*, (PT. Grafiasari Mukti : Jakarta, 2011), hal. 1

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Film menjadi berbeda dengan bentuk media audio-visual yang lainnya macam televisi karena dia mampu membentuk (atau sebenarnya justru memang dibentuk) identitasnya sendiri. Menonton film pada nantinya akan mendefinisikan dirinya berbeda dengan menonton televisi. Melalui film kita banyak belajar tentang budaya. Baik itu budaya masyarakat kita hidup didalamnya, bahkan budaya asing yang kita tidak mengenalnya. Kita bisa mengetahui budaya mereka melalui film yang kita tonton, tanpa harus kita ke lokasi dimana proses budaya tersebut berlangsung.

Ketika melihat dunia perfilman bahwa saat ini media publikasi dan media sosialisasi yang paling ampuh adalah film. Buktinya adalah duta besar Kolombia untuk indonesia Jose Renato Salazar menjadikan festifal film yang pertama kali diselenggarakn di Indonesia setelah pertama kali diselenggarakn di Jakarta pada tahun 1999 hingga 2010. Kemudian vakum selama dua tahun, dan kemudian festival film kembali diadakan lagi pada 2013[53].

Apa yang disampaikan oleh suatu media sangat bergantung pada kepentingan di balik media tersebut. Begitu pula dengan film sebagai salah satu produksi media massa. Pembuatan film telah membingkai realitas sesuai dengan subjektivitasnya yang dipengaruhi oleh kultur dan masyarakatnya.Sebuah film tentu dapat mewakili pula pandangan pembuatannya dan eseorang membuat film untuk mengkomunikasikan pandangan itu. Dengan kata lain filmjuga mengandung ideologi

[53] Dikutip dari http://mediaindonesia.com diakses pada tanggal 25 Mei 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pembuatannya yang dapat mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap suatu hal.

Sama seperti halnya kita menonton film Ada Apa Dengan Cinta 2, maka secara tidak langsung kita juga sedang melihat representasi budaya remaja era Nicholas Saputra dan Dian Sastro. Dalam Film Ada Apa Dengan Cinta 2 menyajikan berbagai budaya Yogyakarta semisal dari segi pakaian, Orang Yogyakarta memiliki ciri yang unik khususnya ketika ada upacara atau *event* tertentu biasanya memakai pakaian khas Jawa yakni memakai blankon dikepala, memakai atasan suryan dan memakai kemben sebagai celana.

3. Pop Culture dalam Ada Apa Dengan Cinta 2

Budaya atau kebudayaan berasal dari bahasa Sansekerta yaitu *buddhayah*, yang merupakan bentuk jamak dari buddhi (budi atau akal diartikan sebagai hal-hal yang berkaitan dengan budi dan akal manusia dalam ahasa Inggris, kebudayaan disebut culture, yang berasal dari kata latin *Colere*, yaitu mengolah atau mengerjakan. Bisa diartikan juga sebagai mengolah tanah atau bertani. Kata culture juga kadang diterjemahkan sebagai "kultur" dalam bahasa Indonesia.

Menurut Hartley, *Cultural Studies* adalah ilmu yang mempelajari tentang *culture as politics, culture as text, cultur as plural* dan *culture as ordinary life y*ang menjadi objek penelitian *cultural studies* yaitu dari kehidupan sehari-hari masyarakat kontemporer, dan memperhatikan pada budaya yang dianggap sebagai umum atau biasa.[54] Fenomena yang terjadi

[54] John Hartley, *Commuunication, Cultural, and Media Studies* (Yogyakarta : Jalasutra, 2010), hal 49

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dimasyarakat mengenai perubahan-perubahan dapat dilihat, diamati kemudian diteliti untuk menjelaskan apa yang sedang terjadi dalam masyarakat tersebut.

Dari berbagai definisi tersebut, dapat diperoleh pengertian mengenai kebudayaan yaitu sistem pengetahuan yang meliputi sistem ide atau gagasan yang terdapat dalam pikiran manusia, sehingga dalam kehidupan sehari-hari,kebudayaan itu bersifat abstrak. Akhir-akhir ini sebuah fenomena yang menarik untuk dicermati yakni meningkatnya peminat wisatawan yang mengadopsi destinasi wisata dari berbagai film yang ada di tanah air. Film memang telah lama ada dalam wacana kebudayaan Indonesia, dan sepanjang sejarah yang mengalami per-kembangan dan perubahan makna.

Sebuah istilah "Budaya Populer" atau disebut juga dengan "Budaya Pop" dimana budaya ini dalam pengaktualisasiannya mendapat dukungan dari penggunaan perangkat berteknologi tinggi, sehingga dalam penyebarannya begitu cepat dan mengena serta mendapat respon sebagian besar kalangan masyarakat. Budaya ini tumbuh subur dan cepat mengalami perkembangan yang cukup signifikan dalam masyarakat perkotaan dan keberadaannya sangat kuat pada kehidupan kaum remaja kota, film yang dituduh oleh masyarakat sebagai biangkerok atas retaknya budaya luhur negeri ini dalam taraf yang sangat memprihatinkan melalui penayangan film tercermin budaya impor yang telah dikonstruksi makna dan nilainya itu, telah menawarkan budaya baru dari biasandari budaya barat yang mengusung pola keglamoran hidup dalam masyarakat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Budaya populer yang tercermin dalam realitas kehidupan dengan praktik-praktinya kini telah mengambil alih budaya luhur dan norma kesantunan yang sudah mapan warisan dari nenek moyang menjadi budaya baru sebagai cerminan realitas palsu yang berkembang dimasyarkat merupakan dampak dari suatu penayangan film. Menurut Joli Jensen (2001), penggemar budaya populer muncul sebagai akibat dari adanya selebriti yang menjadi pujaan, penggemar didefinisikan sebagai respons terhadap sistem bintang. Artinya, pasivitas yang melekat pada penggemar terbawa ke dalam sistem selebriti modern yang berkembang dan dikembangkan melalui media massa, membuat penggemar seolah tenggelam dalam *social opium*.

Ada beberapa cara untuk mendefinisikan budaya pop. Pertama, Budaya Pop "Popular" terhadap istilah ini Williams dalam Storey (2003) memberikan empat makna: banyak disukai orang, jenis kerja rendahan, karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang, budaya yang memang dibuat oleh orang untuk dirinya sendiri. Kemudian, untuk mendefinisikan budaya pop kita perlu mengkombinasikan dua istilah, yakni "budaya" dengan "popular" yang keduanya memiliki formulasi definisinya sendiri. Dari sisi sejarah, perjalanan teori budaya dengan budaya pop adalah suatu sejarah dimana dua istilah itu terhubung dengan satu sama lain oleh pemakaian teoritis dalam konteks historisdan sosial tertentu.

Seperti dikatakan John Storey (2007), selera dan konsumsi film atau musik tertentu pada dasarnya digunakan sebagai tanda yang dengannya kaum muda menilai dan dinilai oleh orang lain. Menjadi bagian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dari subkultur anak muda berarti memperlihatkan selera tertentu dan mengklaim bahwa budaya populer yang mereka konsumsi adalah tindakan kreasi komunal. Dengan menggagumi dan tergila-gila pada budaya populer tertentu, berikut artis idolanya, remaja urban itu seolah-olah akan merasa menjadi bagian dari komunitas sejenis, dan hal itu dianggap sebagai cerminan identitas sosialnya.

Lain halnya dengan pendapat Filsuf Herbert Marcuse (1968) pernah menyatakan, yang disebut budaya populer ibaratnya adalah narkotika jangka pendek. Meski dari waktu ke waktu kelangsungan berbagai produk industri budaya yang dipasarkan acap kali hanya sesaat layaknya mode, bagi para penggemar yang mereka konsumsi dan lakukan berkaitan dengan tawaran-tawaran yang diciptakan kekuatan industri budaya menjadi pengalih perhatian yang manjur dari berbagai masalah riil yang mereka hadapi dan mengidealisasikan masa kini dengan menjadikan pengalaman representasi yang menyenangkan.

Apa yang dipaparkan di atas memperlihatkan pada kita bahwa yang disebut penggemar di era postmodern seperti sekarang ini sesungguhnya adalah pangsa pasar yang potensial bagi berbagai produk industri budaya, sekaligus aktor: konsumen dan produsen dari berbagai produk dan aktivitas yang bergaya.Karakteristik penggemar yang acap kali radikal secara ekonomi bukan saja melahirkan kegandrungan yang berlebihan kepada ikon-ikon dari dunia selebriti, tetapi juga perilaku keranjingan dalam konsumsi yang tak jarang irasional.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tawaran dan berbagai daya tarik yang dikemas sedemikian rupa oleh kekuatan kapitalisme di balik industri budaya telah menciptakan dunia palsu. Yakni, sebuah dunia simulakra yang acap membuat anak-anak muda terperangkap dalam godaan perilaku konsumer yang adiktif dan sinergistik yang disebut budaya populer memang sering menjadi sumber alienasi dan tanpa disadari terinternalisasi menjadi kesadaran palsu yang membelenggu hampir seluruh tindakan perilaku remaja urban. Di mata penggemar, ada kecenderungan yang namanya budaya populer tampaknya tidak lagi didefinisikan berdasarkan kegunaannya, namun berdasarkan atas apa yang mereka maknai.

Penggemar yang sudah tertawan hatinya pada produk budaya populer tertentu seperti film Ada Apa Dengan Cinta 2, secara garis besar yang biasanya terjadi adalah hal-hal berikut ini.

a. Pertama, munculnya perilaku keranjingan di kalangan penggemar. Berbeda dengan gaya biasa *(fad)*, keranjingan dapat dan sering kali justru menjadi obsesi bagi para pelakunya. Berbagai kajian telah membuktikan bahwa kehadiran produk-produk industri budaya dan strategi pemasaran yang dikembangkan senantiasa mendorong munculnya banyak ragam gaya dan perilaku keranjingan. Perilaku keranjingan dan histeria dapat memberikan dan berperan meredakan ketegangan, tetapi di sisi yang lain bukan tidak mungkin memberikan kepuasan.

   Seorang remaja yang terobsesi atau tergila-gila pada produk budaya populer tertentu, semisal film Ada Apa Dengan Cinta 2,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jangan heran jika ia seolah-olah terperangkap dalam sikap dan perilaku adiktif yang menjejasnya tanpa mereka sadari. Perilaku keranjingan yang ditandai dengan konsumsi yang berlebihan, terus-menerus dan bahkan kecanduan, sesungguhnya adalah penopang atau penyokong utama kelangsungan pasar bagi produk-produk budaya populer. Seorang remaja urban yang dalam hitungan hari menonton Ada Apa Dengan Cinta 2 hingga dua atau tiga kali, bagi sebagian orang mungkin terkesan tidak masuk akal dan boros. Tetapi, bagi kekuatan industri budaya, apa yang dilakukan remaja urban itu adalah ”cetak biru” perilaku yang memang mereka terus kembangkan, baik lewat iklan maupun hegemoni budaya konsumsi, yang sengaja mereka bangun melalui media massa.

b. Kedua, konsekuensi lain yang tak terhindari akibat makin maraknya berbagai produk industri budaya dan iklan-iklan yang ditawarkan. Munculnya histeria massa bersamaan dengan cara remaja urban mengembangkan dan membangunkan identitas sosialnya. Histeria massa adalah anggapan atau perilaku irasional dan tidak wajar, yang menyebar ke kelompok masyarakat tertentu.Sedangkan identitas sosial adalah status dan sekaligus cara remaja urban untuk memperlihatkan bagaimana eksistensi mereka di tengah perubahan sosial yang berlangsung dan di hadapan komunitas lainnya. Bagi remaja urban, ketika mereka menyukai sebuah jenis musik atau film tertentu dan menjadi penggemar yang fanatik, hingga sesekali terjebak dalam histeria ketika berhadapan dengan idolanya, hal itu bukanlah sekadar

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebagai bentuk perilaku yang irasional dan emosional, melainkan cara remaja urban untuk "mengada" *(way of being)* atau "menjadi ada" di dunia. Tergesernya budaya setempat dari lingkungannya disebarkan oleh kemunculannya sebuah kebudayaan baru yang konon katanya lebih atarktif, fleksibel dan mudah dipahami sebagian masyarakat, bahkan masyarakat rendah status sosianya dapat dengan mudah menerapkannya dalam aktifitas kehidupan.

4. Ada Apa Dengan Cinta dan Potret Budaya Jawa

Jawa memiliki kebudayaan yang menarik, banyak dintara peneliti yang ingin mengungkap dan mengkaji mengenai bagaimana budaya Jawa dapat bertahan hingga saat ini. Perubahan jaman seolah tidak menghapus kebudayaan tersebut dari masyarakat. Oleh karena itu peran masyarakat sangat diperlukan dalam menjaga budaya agar kebudayaan tidak terlupa oleh generasi-generasi penerus.

Film Ada Apa Dengan Cinta 2 ini memilih tempat syuting di Yogyakarta dan menampilkan kebudayaan Jawa khususnya kebudayaan Yogyakarta, pakaian Jawa yangkhas juga ditampilkan seperti *blankon*, *sewek*, *sanggul* dan lain sebagainya. Masyarakat Jawa dikenal sebagai masyarakat yang sangat kental dengan kebudayaan dalam menjalani kehidupan, masyarakat Jawa mayoritas taat dan tidak menyimpang dari nilai serta ajaran kebudayaan, walaupun tidak semuanya. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyak ritual yang dilaksanakan dari generasi ke generasi. Misalnya saja sejak kehamilan seseorang selalu diadakan ritual dengan tujuan agar selama masa kehamilan diberikan kesehatan,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keselamatan dan kesejahteraan. Selain itu, masyarakat Jawa juga sangat menghormati nenekmoyang atau leluhurnya.

Suatu kepercayaan yang masih melekat beberapa orang Jawa yakni masih menggagap nenek moyang sampai rentetan keturunanya yang telah meninggal, yang biasa disebut oleh masyarakat dengan istilah leluhur, yang dipercaya bahwa nenek leluhur yang sudah meninggal mampu melindungi keturunanya dan memberikan rejeki kepada yang masih hidup dengan cara *showan* (berkunjung) ke makam makam para punden (orang yang dihormati dan dipuja) untuk agar mendapat berkahnya. Walaupun kegiatan *showan* kekuburan ini tidak semuanya dilakukan oleh orang Jawa karena berbentur dengan keyakinan agama, namun beberapa ada juga yang masih melakukan hal ini.

Kebudayaan Jawa mendapatkan pengaruh dari beberapa agama seperti agama Islam dan agama Hindu sehingga dapat diamati dalam prakteknya seringkali dijumpai banyak sesaji yang disiapkan untuk menyelenggarakan ritual-ritual adat walaupun tujuan dari ritual tersebut sesuai dengan ajaran agama Islam. Sampai sekarang kondisi semacam itu masih menjadi perdebatan diantara tokoh-tokoh agama.[55] Pengaruh agama Hindu dan agama Islam tersebut berkaitan dengan sejarah bangsa Indonesia pada saat zaman penjajahan dahulu. Awalnya, kebudayaan Jawa asli mendapatkan pengaruh dari agama Hindu yang dibawa oleh para pedagang dari India yang memeluk agama Hindu. Melalui interaksi antara

[55]Barker, Chris, 2008. *Cultural Studies, Teori dan Praktik*. (Yogyakarta: Kreasi Wacana). hal. 412

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pedagang India dan masyarakat Jawa maka kebudayaan pun mengalami pengaruh yang tidak sedikit.

Salah satu yang terdapat dalam kebudayaan adalah tradisi. Tradisi merupakan suatu ritual yang dianggap penting dan dilakukan rutin dalam jangka waktu tertentu atau di tanggal dan bulan tertentu. Tradisi ini ditujukan untuk beberapa tujuan, sepertisebagai wujud syukur, meminta keselamatan, mendapatkan berkah, sebagai pengingat masyarakat dan memeringati tanggal-tanggal yang dianggap sakral.

Salah satu tradisi yang masih secara rutin dilakukan adalah tradisi Megengan. Tradisi ini dilaksanakan dalam rangka menyambut bulan Ruwah atau Ruwahan. Pada dasarnya, setiap bulan Ruwah diadakan tiga tradisi, antara lain tradisi Megengan, tradisi Padusan dan tradisi Nyadran. Beberapa sumber online menyebutkan bahwa ritual Ruwahan bertujuan untuk mendoakan arwah leluhur yang telah meninggal. Ritual ini dilaksanakan sebelum masyarakat memasuki bulan Ramadhan. Selain mendoakan arwah leluhur, ritual Ruwahan beserta tradisi yang ada di dalamnya memiliki maksud agar orang yang menjalankan ibadah puasa di bulan Ramadhan sudah suci secara lahir dan batin. Kemudian melalui ritual ini, masyarakat juga mengharapkan agar dalam menjalankan ibadah puasa nanti diberikan kelancaran.

Beberapa daerah masih melaksanakan tradisi Megengan ini, salah satunya daerah yang rutin melaksanakannya adalah Yogyakarta. Hal ini dikarenakan adanya Keraton Yogyakarta yang dijadikan sebuah ikon kebudayaan. Di dalam keraton segala macam tradisi Jawa asli masih

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dilaksanakan secara rutin dan sakral. Tradisi ini dilaksanakan untuk memperingati tanggal-tanggal penting dan suci, mempeingati fase-fase kehidupan bangsawan atau kerabat yang tinggal di keraton serta untuk sekedar mencuci pusaka-pusaka suci dan dikeramatkan. Pelaksanaan tradisi-tradisi tersebut juga berperan agar kebudayaan tidak luntur dan terjaga.

Tradisi Megengan juga dilaksanakan di Keraton Yogyakarta. Akan tetapi, tidak hanya Kraton saja yang melaksanakannya. Seiring berkembangnya waktu, aturan-aturan serta tradisi yang hanya boleh dilakukan di keraton menjadi lebih luwes sehingga masyarakat luar keraton juga bisa melaksanakannya. Walaupun diperbolehkan untuk melaksanakan namun harus memahami apa makna yang terkandung di dalam tradisi Megengan tersebut. Biasanya masyarakat yang tinggal di dalam *ndalem* ikut melaksanakan tradisi Megengan ini. Dalam penelitian ini, masyarakat yang tinggal di *ndalem* tersebut yang dijadikan fokus sebagai informan.

Yogyakarta atau sering disebut orang DIY (Daerah Isimewa Yoyakarta) adalah kota yang dikenal masyarakat Indonesia dengan kota budaya dan kota pariwisata, karena memang sebagai pusat kebudayaan Jawa terutama Kraton Yogyakarta. Sebagai kota yang menganut adat kraton, hampir seluruh masyarakat kota Yogjakarta masih menjunjung tinggi nilai-nilai budaya, yakni ketika menemui masyarakat asli Yogyakarta kebanyakan masyarakat memakai pakaian adat Jawa, seperti Blankon, Sangul, Sewek yang merupakan ciri khas budaya Jawa. Dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masyarakat berpakain adat Jawa, hal ini merupakan bentuk dari sebuah ciri khas identitas Suku Jawa. Selain dari sisi pakaian, masyarakat Yogyakarta dikenal sebagai orang yang ramah, santun, dan *kalem* (lembut).[56] Hal tersebut juga tergambar dalam adegan film Ada Apa Dengan Cinta 2 ketika Cinta dan kawan-kawanya berbicara ngobrol, terdengar percakapan sesama orang Yogyakarta menggunakan bahasa Jawa yang halus dalam berkomunikasi

Budaya dalam bahasa Inggris, kebudayaan disebut "*culture"*, yang berasal dari kataLatin "*Colere"*, yaitu mengerjakan atau mengelola. Bisa juga diartikan sebagai mengolah tanah atau bertani. Kata "*culture"* juga kadang diterjemahkan sebagai "kultur" dalam bahasa Indonesia. Budaya atau kebudayaan berasal dari bahasa Sansekerta yaitu "*buddhayah*", yang merupakan bentuk jamak dari buddhi (budi atau akal) diartikan sebagai hal-hal yang berkaitan dengan budi dan akal manusia.

Berikut beberapa definisi tentang budaya yang dikemukakakan oleh para ahli :

1. Wujud dan Komponen Budaya

Menurut J.J. Hoenigman, wujud kebudayaan dibedakan menjadi tiga, yaitu: gagasan, aktivitas, dan artefak.[57]

a. Wujud

1) Gagasan (Wujud ideal)

Wujud ideal kebudayaan adalah kebudayaan yang berbentuk kumpulan ide, gagasan, nilai, norma,

[56] Bratawijaya, Thomas Wiyasa. 1997. Mengungkap dan Mengenal Budaya Jawa. Jakarta: PT. Pradnya Paramita. Hal. 234.

[57] Sztompka, Piotr, 2008, *Sosiologi Perubahan Sosial. (*Jakarta: Prenada). hal. 69-70.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

peraturan, dan sebagainya yang sifatnya abstrak; tidak dapat diraba atau disentuh. Wujud kebudayaan ini terletak dalam kepala atau alam pikiran warga masyarakat.Jika masyarakat tersebut menyatakan gagasan mereka itu dalam bentuk tulisan, maka lokasi dari kebudayaan ideal itu berada dalam karangan dan buku-buku hasil karya para penulis warga masyarakat tersebut.

2) Aktivitas / Tindakan

Aktivitas adalah wujud kebudayaan sebagai tindakan berpola dari manusia dalam masyarakat itu, yang terbagi menjadi perilaku verbal (lisan dan tulisan) dan nonverbal (artefak dan alam).Wujud perilaku sering berbentuk sistem sosial yang terdiri atas aktivitas manusia yang saling berinteraksi, mengadakan kontak, serta bergaul dengan manusia lainnya menurut polapola tertentu yang berdasarkan adat tata kelakuan. Sifatnya konkret, terjadi dalam kehidupan sehari-hari, dan dapat diamati dan didokumentasikan.

3) Artefak (Karya)

Artefak adalah wujud kebudayaan fisik yang berupa hasil dari aktivitas, perbuatan, dan karya semua manusia dalam masyarakat, berupa benda

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atau hal-hal yang dapat diraba, dilihat, dan dokumentasikan.Sifatnya paling konkret diantara ketiga wujud kebudayaan.

Dalam kenyataan kehidupan bermasyarakat, antara wujud kebudayaan yang satu tidak bisa dipisahkan dari wujud kebudayaan yang lain. Sebagai contoh: wujud kebudayaan ideal mengatur dan memberi arah kepada tindakan (aktivitas) dan karya (artefak) manusia.

b. Komponen

Berdasarkan wujudnya tersebut, kebudayaan dapat digolongkanatas dua komponen utama :

1) Kebudayaan material

Kebudayaan material mengacu pada semua ciptaan masyarakatyang nyata, konkret. Termasuk dalam kebudayaan material iniadalah temuan-temuan yang dihasilkan dari suatu penggalianarkeologi: mangkuk tanah liat, perhisalan, senjata, dan seterusnya.Kebudayaan material juga mencakup barang-barang, sepertitelevisi, pesawat terbang, stadion olahraga, pakaian, gedungpencakar langit, dan mesin cuci.

2) Kebudayaan Non Material

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kebudayaan nonmaterial adalah ciptaan-ciptaan abstrak yang diwariskan dari generasi ke generasi, misalnya berupa dongeng, cerita rakyat, dan lagu atau tarian tradisional.

5. Film dan Promosi Daerah Wisata

Menurut Dr. Phil. Astrid S. Susanto, esensi film adalah gerakan atau lebih tepat lagi gambar yang bergerak, dalam bahasa Indonesia dahulu dikenal istilah gambar hidup, dan memang gerakan itulah yang merupakan unsur pemberi "hidup" kepada suatu gambar.[58] Hafied Cangara mendefinisikan bahwa film adalah penyajian gambar lewat layar lebar, tetapi dalam pengertian yang lebih luas bisa juga termasuk yang disiarkan di televisi. Di Indonesia, pengertian film dapat dirujuk dari pendefinisian untuk tujuan hukum, sebagaimana tercantum dalam Undang-undang No. 8 tahun 1992 tentang Perfilman.[59] Film merupakan budaya dan karya cipta seni yang merupakan media komunikasi massa yang dibuat berdasarkan asas sinematografi dengan direkam pada pita seluloid, pita video, piringan video, dan atau atau bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala bentuk, jenis, dan ukuran melalui proses kimiawi, proses elektronik, atau proses lainnya, dengan atau tanpasuara, yang dapat dipertunjukkan dan ditayangkan dengan system proyeksi mekanik, eletronik, dan lainnya. Media film merupakan bagian komunikasi massa yang memiliki fungsi sosial untuk mewariskan dan melestarikan nilai-nilai sosian budaya dari generasi ke generasi berikutnya, mengingat keberadaaanya yang tersebar

[58] Susanto Astrid, *Komunikasi Massa* (Bandung: Bina Cipta, 2008), hal. 58
[59] www.hukumonline.com diakses pada tanggal 8 April 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

luas di masyarakat. Merujuk pada fungsi dan lingkup film yang tercantum pada pasal 5 ayat (1) UU Nomor 8 Tahun 1992 tentang Perfilman di mana disebutkan bahwa film sebagai media komunikasi massa pandang-dengar mempunyai fungsi penerangan, pendidikan, pengembangan budaya bangsa, hiburan, dan ekonomi.[60]

Film merupakan bagian dari informasi yang mencerminkan perkembangan budaya bangsa terhadap masyarakatnya.Banyak aspek-aspek yang ditampilkan dalam sebuah film, misalnya: karakter tokoh, alur cerita, setting, ilustrasi musik, gaya bahasa dan kostum. Apapun *genre* atau temanya, film selalu meninggalkan pesan moral kepada masyarakat yang dapat diserap dengan mudah karena film menyajikan pesan tersebut secara nyata. Gambar yang ditampilkan di film memberi kesan hidup dan dampak yang berbeda dari untaian kata-kata dalam sebuah buku. Ketika kita menonton film bisa dikatakan lebih mudah mencerna gambar jika dibandingkan dengan mencerna tulisan bagi masyarakat banyak terutama sebagai media penyampaian pesan untuk melestarikan suatu budaya. Film juga dapat menjadi alat promosi yang efektif dalam mempromosikan sebuah pariwisata

Pada saat ini tempat pariwisata yang dijadikan tempat pembuatan film menjadi fenomena unik di dunia. Film adalah salah satu faktor yang mengekspose bagian yang memperlihatkan karakteristik dan atraksi dari sebuah destinasi. Oleh sebab itu, film menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perjalanan sebuah individu. Orang sering kali melihat

[60]Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa* (Jakarta: Erlangga, 1994), hal. 72

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

destinasi dari apa yang mereka lihat secara audiovisual seperti film.Hal ini disebabkan karena penonton termotivasi terhadap lokasi wisata yang mereka lihat melalui sebuah film. Motivasi wisatawan untuk berwisata dipengaruhi motif *push* dan *pull*. Film tertentu cenderung memiliki daya tarik bagi wisatawan. Film merupakan media yang sukses untuk pariwisata jika alur cerita dan tempat lokasi film saling terkait karena film dapat memberikan gambaran secara visual dari lokasi film. Hal tersebut memberikan motivasi terhadap penonton film untuk mengunjungi dan mencari informasi mengenai lokasi tempat pembuatan film.[61]

Film telah menjadi bagian dari alat komunikasi yang penting melalui *product placement*.Penempatan destinasi sebagai produk di dalam film membantu memberi efek positif dan negatif bagi destinasi tersebut. Ide tersebut membuat penonton menjadi familiar dengan destinasi yang menjadi sebuah produk. Film juga dapat mempengaruhi pasar yang potensial untuk mengunjungi destinasi didalam film tersebut. Penempatan pariwisata di dalam sebuah film adalah cara bagaimana film internasional mempengaruhi permintaan pariwisata di seluruh dunia.

Perilaku konsumen adalah perilaku untuk membuat keputusan, kegiatan, ide atau pengalaman yang memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku konsumen menjadi salah satu bagian dari pemasaran dan pariwisata yang sering disebutkan dengan istilah “perilaku perjalanan” atau “perilaku turis”.[62] Motivasi juga mempengaruhi aktivitas pemasaran seperti segmentasi pasar, pengembangan produk, iklan, dan penempatan

[61]Hudson Simon & J.R Ritchie Brent, *Promoting Destinations via Film Tourism : An Empirical Identification of Supporting Marketing Initiatives* (Jakarta: Pustaka Grafiti, 2006), hal 79
[62]Horner & Swarbooke *Consumer Behaviour in Tourism* (Netherland: 2007), hal 127

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

produk. Beberapa teori menjelaskan hal hal yang menjadi motivasi pendorong turis melakukan perjalanan adalah mencari pengalaman baru, relaksasi, hubungan kekrabatan dan pengembangan diri.

Kota Yogyakarta merupakan destinasi favorit bagi para wisatawan, selain kota-kota lain yang ada di Indonesia. Hal tersebut juga didukung karena kota Yogyakarta termasuk kota yang memiliki tujuh keajabain bangunan dunia yaitu candi Borobudur. Candi Borobudur terletak di kabupaten Magelang, kota Yogyakarta. Candi ini merupakan candi yang terbesar di seluruh dunia. Selain candi brobudur ada beberapa candi di Yogyakarta seperti, Candi Ijo, Candi Prambanan, Candi Plaosan, Candi Kalasan, Candi Gebang, Candi Sambisari, Candi Ratu Boko, Candi Sewu, Candi Sewu dan Candi Barong. Istana Ratu Boko merupakan salah satu dari tempat syuting Ada Apa Dengan Cinta 2.

FILM Ada Apa Dengan Cinta 2 merupakan film lanjutan dari Ada Apa Dengan Cinta pertama dan termasuk film besutan produser Mira Lesmana dan sutradara Riri Riza. Film ini diproduksi oleh Miles Films. Film Ada Apa Dengan Cinta 2 ini dia perankan oleh dua aktor utama yakni Nicholas Saputra yang berperan sebagai Rangga dan Dian Sastrowardoyo sebagai Cinta, dalam proses pembuatan film Ada Apa Dengan Cinta 2 ini bisa dibilang memiliki biaya produksi yang cukup besar. Hal tersebut dikarenakan lokasi syuting mulai dari Istana Ratu Boko, Puthuk Setumbu, hingga New York, sehingga tidak main-main dalam prodeuksi pembuatan film tersebut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Film Ada Apa Dengan Cinta 2 merupakan film yang dinanti-nanti oleh penggemar film Ada Apa Dengan Cinta pertama, pada pasalnya film Ada Apa Dengan Cinta yang pertama dirilis pada tahun 2002. Saat itu film tersebut berakhir dari perpisahan Ragga dan Cinta di Bandara. Banyak penonton yang merasa ending dari film Ada Apa Dengan Cinta yang pertama menggantung dan bertanya-tanya bagaimana kelanjutan dari kisah asmara hubungan antara Cinta dan Rangga. Setelah 14 tahun lamamnya, pertanyaan pertanyaan baru mulai bermunculan. Seperti pertanyaan-pertanyaan berikut, "Apa yang terjadi pada Cinta dan Rangga selama 14 tahun?", "Bagaimana kehidupan Milly, Maura, Karmen, dan Alya sejak 2002 hingga sekarang ?". pertanyaan yang akhirnya menjadi misteri dalam penantian para penggemar film Ada Apa Dengan Cinta 2. Namun setelah film Ada Apa Dengan Cinta 2 mulai ditayangkan di bioskop, pertanyaan-pertanyaan dari para penggemar film Ada Apa Dengan Cinta 2 mulai terjawab dengan sendirinya seiring berjalanya film tersebut.

Kisah sederhana dalam film dan dialog eksresi dari para pemain menjadi kekuatan dalam film Ada Apa Dengan Cinta 2. Mulai dari dialog saat Cinta, Maura, Milly dan Karmen yang bercengkrama di kafe pada awal film, hingga dialog saat Cinta berbincang dengan Rangga, semuanya sangat sederhana namun bermakna. Akting yang berkualitas juga mempengaruhi dalam kesuksesan film Ada Apa Dengan Cinta 2, kekuatan dialog dan ekspresi para pemain merupakan kunci dari kekuatan terbesar dalam film ini. Seperti yang kita ketahui bahwa Dian Sastrowardoyo adalah aktor senior yang mendapatkan banyak penghargaan diantaranya di

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

festival film Asia Deauville, Festival film Internasional dan Dian juga mendapatkan penghargaan Pemeran Utama Wanita Terbaik Dalam Festival Film indonesia 2004. Selain Dian, Nicholas Saputra juga menjadi aktor yang patut dibanggakan, pasalnya Nicholas juga pernah mendapatkan penghargaan Sebagai Aktor terbaik pada tahun 2005. Sehingga pemilihan aktor dan alur cerita yang bagus mempengaruhi laris atau tidaknya dalam pembuatan film.

B. Kajian Teori

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori dalam pesan kedisiplinan yang diberikan guru pengajar kepada siswa, yaitu menggunakan teori interaksi simbolik. Teori ini dinilai peeliti amemiliki keterkaitan yang erat dengan pesan kedisiplian.

1. Teori Simbol

Teori ini memberikan semacam standar atau tolak ukur bagi tradisi semiotika didalam studi ilmu komunikasi. Langer yang seorang ahli filsafat menilai simbol sebagai hal yang sangat penting dalam ilmu filsafat, karena simbol menjadi penyebab dari semua pengetahuan dan pengertian yang dimiliki oleh manusia. Menurut Langer, kehidupan, binatang diatur oleh perasaan (*feeling*), tetapi perasaan manusia diperantarai oleh sejumlah konsep, simbol dan bahasa. Binatang memberikan respons

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terhadap tanda, tetapi manusia membutuhkan lebih dari sekedar tanda, manusia membutuhkan simbol.[63]

Suatu tanda (*sign*) adalah suatu stimulus yang menandai kehadiran sesuatu yang lain. Tanda berhubungan erat dengan maksud tindakan yang sebenarnya (*Actual Signified Action.* Semua hubungan sederhana ini dinamakan signifikasi (*signification)* yaitu makna yang dimasukkan dari suatu tanda.

Teori simbol yang terkemuka dan sangat bermanfaat diciptakan oleh Susanne Langer, penulis "Philosofy in a New Key" yang sangat diperhatikan oleh pelajar yang mempelajari simbolisme. Teori simbol ini sangat bermanfaat karena teori ini menegaskan beberapa konsep dan istilah yang biasa digunakan dalam bidang komunikasi.

Teori ini memberikan sejenis standarisasi untuk tradisi semiotik dalam kajian komunikasi. Menurut Langer, semua binatang yang hidup didomasi oleh perasaan, tetapi perasaan manusia dimediasikan oleh konsepsi, simbol dan bahasa. Binatang merespons tanda, tetapi manusia menggunakan lebih dari sekedar tanda sederhana dengan mempergunakan simbol. Tanda (*Sign)* adalah sebuah stimulus yang menandakan kehadiran dari suatu hal.[64]

---

[63] Susane Langer,*Philosphy in New Key*, (Havard University, 1942) hal 101 - 102
[64] Stephen W. Littlejohn, *Teori Komunikasi* (Jakarta: Salemba Humanika, 2008), hal. 154

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Simbol digunakan dengan cara yang lebih kompleks dengan membuat seseorang untuk berfikir tentang sesuatu yang terpisah dari kehadirannya. Sebuah simbol adalah "sebuah instrumen pemikiran". Simbol adalah konseptualisasi manusia tentang suatu hal, sebuah simbol ada untuk sesuatu Sebuah simbol atau kumpulan simbol-simbol bekerja dengan menghubungkan sebuah konsep, ide umum, pola atau bentuk. Menurut Langer konsep adalah makna yang disepakati bersama sama di antara pelaku komunikasi. Pada umumnya teori simbol Susanne Langer mengarah pada topik mengenai simbol dan tanda. Simbol menjadi sesuatu yang sental dalam kehidupan manusia. Manusia memiliki kemampuan untuk menggunakan simbol dan manusia memiliki kemampuan untuk menggunakan simbol dan manusia memiliki kebutuhan terhadap simbol yang sama pentingnya dengan kebutuhan terhadap simbol yang sama pentingnya dengan kebutuhan terhadap makan atau tidur.

Langer memandang "makna" sebagai suatu hubungan yang kompleks dianatar simbol, objek, dan orang. Jadi, makna terdiri atas aspek logis dan aspek psikologis. Aspek logis adalah hubungan antara simbol dan refrenya, yang oleh Langer dinamakan "denotasi". Adapun aspek atau makna psikologis adalah hubungan antara simbol dan orang, yang disebut "konotasi". Manusia menggunakan simbol yang teridiri atas satu kata, namun lebih sering kita menggunakan kombinasi sejumlah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kata. Makna yang sesungguhnya dari bahasa terdapat wacana (*discourse*) dimana kita mengikat sejumlah kalimat dan paragraf. Setiap simbol atau seperangkat simbol menyampaikan suau "konsep" yaitu ide umum, pola, dan bentuk. Menurut Langer, konsep adalah makna bersama diantara sejumlah komunikator yang merupakan denotasi dari simbol.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Deskripsi Subjek Penelitian

Subjek yang diteliti dalam penelitian ini ialah film Ada Apa Dengan Cinta 2. Deskripsi data yang terkait dalam subyek peneliti ini adalah kearifan lokal dalam film Ada Apa Dengan Cinta 2. Sedangkan obyek penelitianya adalah analisis teks media yang berupa suara (audio), gambar (visual).

1. Profil Director

Dibalik Film Ada Apa Dengan Cinta 2 terdapat sosok pembuat film atau sutradara yaitu Muhammad Rivai Riza atau biasa dipanggil dengan nama Riri Reza seorang warga negara Indonesia kelahiran tahun 1970. Menempuh dunia pendidikan di Fakultas Film dan Televisi di Institut Kesenian Jakarta dan telah meraih gelar master dari Royal Holloway, University of London dalam penulisan skenario film panjang.

Dalam film Ada Apa Dengan Cinta 2 ini mengkisahkan tetang kisah asmara antara Ranga dan Cinta yang dalam film Ada Apa Dengan Cinta yang pertama, mereka berpisah dibandara, Ranga melanjutkan kuliahnya di New York sementara cinta melanjutkan sekolahnya di Jakarta.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Profil film Film Ada Apa Dengan Cinta 2

Gambar 3.1 Film Ada Apa Dengan Cinta 2

a. Tahun Rilis : 28 April 2016
b. Durasi : 124 Menit
c. Sutradara : Riri Riza
d. Produser : Mira Lesmana
e. Penulis Naskah : Riri Riza dan Prima Rusdi
f. Produksi Perusahaan : Miles Film
g. Penata Musik : Anto hoed
h. Pemain : Dian Sastro
Nicholas Saputra
SissyPriscillia
Andinia Wirasti
Dennis Adhiswara
Ario Bayu
Chase Kuertz
Titi Kamal

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Karena subjek penelitian ini adalah film, maka objek penelitian ini berupa komunikasi teks media, yaitu dalam gambaran dan suara. Tapi peneliti tidak menganalisa semua gambar dan suara yang terkandung dalam film ini, akan tetapi gambar dan suara yang mengandung tanda dan petanda kearifan lokal saja.

3. Pembagian Peran dan Karakter

a. Rangga diperankan oleh Nicholas Saputra

Ia adalah seorang pemuda yang tampan dengan rambut tak beraturan berkulit putih dan cerdas sehingga bisa kuliah di luar negeri. Memiliki karakter tidak banyak bicara, terlihat angkuh, pintar menulis puisi, dan pemberani

b. Cinta diperankan oleh Dian Sastro

Merupakan gadis cantik berkulit putih dan penyuka puisi dan seni sehingga memiliki galeri di rumahnya dengan tiga orang karyawan. Memiliki karakter Ekspresif, Manja tapi mandiri, Memiliki jiwa pemimpin diantara temanya, Peduli, Pelupa, dan Sensitif

c. Milly diperankan oleh Sissy Priscillia

Wanita dengan tubuh gemuk dan memiliki suami yang bernama Memet. Ia merupakan yang paling gokil diantara ketiga sahabatnya dan ia sekarang sedang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hamil. Memiliki karakter kurang tanggap, telat mikir, lugu, mudah pelupa tidak mudah marah, selalu menjadi penengah atau pemecah masalah dalam persahabatan mereka.

d. Karmen diperankan oleh Adinia Wirasti

Wanita dengan kulit coklat sawo matang dan berambut keriting ini adalah wanita yang tomboi diantara ketiga sahabatnya. Ia juga pernah masuk penjara akibat mengkonsumsi narkoba. Namun di balik sifat tomboi dan pemberani Karmen memiliki karakter Suka bermain basket, tegas, berani mengambil keputusan, tidak suka banyak bicara, galak dan tidak kebersihan

e. Mamet diperankan oleh Dennis Adhiswara

Pria dengan tubuh sedikit gemuk ini adalah suami dari Milly. Ia sangat asik untuk diajak bercanda, gokil, easy going, banyak bicara dan cerewet.

f. Trian diperankan oleh Ario Bayu

Pria dengan kulit sawo matang dan rambut sedikit botak, ia adalah seoang pegusaha muda yang sukses sehingga hidup dengan serba kecukupan dan Trian merupakan calon tunangan dari Cinta. Ia memiliki karakter Tegas, bijaksana, pemberani, gagah, tinggi, dan tempramen.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

g. Roberto diperankan oleh Chase Kuertz

Seorang lelaki asal Brooklyn, New York dengan rambut gondrong lurus, berkacamata dan berkulit putih. Roberto merupakan sahabat Rangga selama ia berada di New York. Lelaki ini memiliki karakter pemalu, penakut, suka bercanda, banyak bicara, berpikir logis dan hobi traveling

h. Maura diperankan oleh Titi Kamal

Wanita cantik dengan kulit putih dan rambut hitam lurus, Maura merupakan orang yang suka menjaga kebersihan, mudah bergaul, energic, berpikir dewasa, disiplin, mudah tersenyum, dan ramah.

i. Donna diperankan oleh Lei lei Bavoil

Merupakan karyawati yang bekeja di cafe Rangga dan Roberto yang berada di Brooklyn, New York. Wanita dengan kulit putih berambut hitam kurus ini memiliki karakter Mudah bergaul, suka bercanda, dan ramah.

4. Sinopsis Film Ada Apa Dengan Cinta 2

Film ini merupakan lanjutan dari Ada Apa Dengan Cinta yang pertama, dalam film Ada Apa Dengan Cinta 2 menggambarkan tentang kisah percintaan antara Rangga dan Cinta yang terpisah oleh tempat (*Long Distance Relationship*) selama 14 tahun lamaya dan bertemu dalam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

film ini. Kisah ini bermula ketika berkumpulnya kembali geng Cinta yang sudah beberapa tahun tidak bertemu dan akhirnya bisa berkumpul kembali ketika Cinta seudah berusia dewasa, bahkan teman-teman Cinta sudah menikah dan mempunyai keluarga masing-masing. Seperti Maura menikah dengan seorang pria tampan yang bernama Christ, Milly menikah dengan Mamet dan sudah mengandung anak pertamanya, Carmen juga sudah menikah namun harus mengalami broken dalam keluarganya dikarenakan suaminya selingkuh pada akhirnya membwa Carmen ke dunia pergaulan narkoba, tapi akhirnya dia menjalani proses rehabilitasi, sementara Cinta masih tunangan dengan pria yang benrama Trian. Setelah geng cinta berkumpul, mereka berempat berencana berlibur ke Yogyakarta, yang pas kebetulan Cinta ingin menghadiri sebuah pembukaan karya seni. Maka berangkatlah mereka berempat ke Yogyakarta tanpa ditemani oleh masing-masing dari suami mereka.

Diceritakan bahwa hubungan Cinta dan Rangga mengalami terpisak oleh jarak selama 14 tahun. Namun pada lima tahun pertama hubungan mereka baik-baik saja, bahkan keluarganya Cinta diberikan tiket untuk berlibur ke New York, Sehingga mereka pun bisa bertemu kembali di New York. Pada tahun 2006 terjadi keributan antara

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Rangga dan Cinta, dimana Rangga memutuskan hubungan percintaan dengan Cinta melalui sebuah surat dan sempat membuat Cinta menjadi kaget dan berubah. Alasan Rangga menulis surat tersebut dikarenakan Rangga merasa tidak mampu membahagiakan Cinta, hanya karena pemikiran sepihak Rangga. Rangga yang sejak kecil ditinggalkan begitu saja oleh ibunya, sekarang ia memiliki kedai kopi di New York, pada saat itu ia memang sedang gelisah. Apalagi kemunculan Sukma (adalah adik kandung dari rangga) yang menceritakan sebuah tentang kondisi ibuknya dengan harapan agar Rangga mau menjenguk ibunya di indonesia tepatnya di desa.

B. Deskripsi Data Penelitian

Pada tahap ini ini, peneliti akan memaparkan data yang ditemukan untuk dianalisis. Karena fokus penelitian ini yaitu mencari kearifan lokal dalam film Ada Apa Dengan Cinta 2, maka penulis hanya memaparkan scene yang mengandung promosi Pariwisata wilayah Yogyakarta. Berikut merupakan scene yang mengandung promosi pariwisata yang ditemukan peneliti:

Terdapat beberapa scene yang akan di analisis dari film Ada Apa Dengan Cinta 2 ini dengan konsepesi pemikiran Roland Barthes. Barthes mengkaji tentang makna denotatif dan makna konotatif.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1.Signifier (Pendanda)	2.Signified (Petanda)
3.Denotative Sign (Tanda Denotatif)	
4.Conotative Signifier (Penanda Konotatif)	5.Conotative Signified (Petanda Konotatif)
6.Conotative Sign (Tanda Konotatif)	

Gambar 3.1 Tabel Semiotika Roland Barthes

Dari peta Barthes diatas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2) akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4).

Jadi, dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Sesungguhnya, inilah sumbangan Barthes yang sangat berarti bagi penyempurnaan semiologi saussure, yang berhenti pada penandaan dalam tataran denotatif.[65]

Denotatif adalah tingkat petandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda, atau tanda dengan rujukannya pada realitas yang menghasilkan makna yang eksplisit, langsung dan pasti. Makna denotatif adalah tanda yang penandanya mempunyai tingkat konvensi atau kesepakatan yang tinggi. Jadi pembahasan tingkat pertama dalam penelitian ini yakni melakukan analisis terhadap gambar-gambar dan suara yang terdapat pada film Ada Apa Dengan Cinta 2 Sedangkan pada tingkat penandaan kedua pada analisis semiotika Roland Barthes. Ia mengkaji makna secara konotatif. Konotatif adalah tingkat petandaan yang menjelaskan antara penanda dan petanda yang didalamnya

[65] Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2009), hal. 69

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terdapat makna yang tidak sebenarnya. Konotatif dapat menghasilkan makna kedua yang tersembunyi atau yang disebutnya sebagai mitos.

Konotasi digunakan Barthes untuk menjelaskan salah satu dari tiga cara kerja tanda dalam tataran pertanda kedua. Konotasi memberikan gambaran interaksi yang berlangsung apabila tanda bertemu dengan emosi pengguna dan nilai-nilai kulturalnya bagi Barthes, faktor penting pada konotasi adalah penanda dalam tataran pertama.[66]

1. Analisis Scene Pilihan 1

Penanda (*Signifier*)	**Petanda *(Signified)***
Gambar 1 **Gambar 2**	Pada Gambar 1 Seorang berbaju ungu sedang berbicara kepada pedagang buah yang berjualan di pasar. Gambar 2

[66] John Fiske, *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2010) hal. 119

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Suara : Karmen : Berapa harganya ini ini buk ? Sambil menunjuk buah nanas Pedagang : Tiga belas ribu *nduk* Karmen : Ngak boleh kurang bu ? Pedagang : Harganya tak potong dua ribu . Karmen : Sembilan ribu gimana bu ? Pedagang : Nggeh pun *nduk.*	Karmen tawar menawar dengan pedagang tampah
Tanda Denotatif *(Denotative Signs)*	
Proses tawar menawar. Karmen mencoba menawar harga dengan pedagang.	
Penanda Konotatif *(Conotative Signifier)*	Petanda Konotatif *(Conotative Signified)*
Tawar menawar itu menjadi hal yang maklum di Indonesia terlebih jika berbelanja di pasar tradisional	
Tanda Konotatif *(Conotative Signs)*	
Penduduk Indonesia terkenal dengan budaya tawar menawar jika bertransaksi dalam sebuah perdagangan.	

Tabel 3.1

Scene pilihan 1 menceritakan bahwa situasi di pasar tradisional sangat ramai, dan terlihat beberapa pedagang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menjual daganganya sambil menawarkan kepada orang lain mengenai daganganya. Hal tersebut dapat ditunjukkan pada saat Kamen yang sedang tawar menawar dengan pedagang buah dan pedagang tampah. Terlihat bahwa Karmen berhasil menawar dengan harga sesuai yang ia inginkan.

Petanda denotasi dan konotasi yang terdapat pada adegan ini yakni proses tawar menawar diakrenakan tawar menawar merupakan kearifan lokal masyarakat Indonesia. Biasanya tawar menawar terjadi di pasar Tradisional. Hal yang diutamakan dalam tawar menawar adalah kemampuan pembeli dalam mempersuaisif pedagang, sehingga meyakinkan pedagang. Sedangkan melalui cara pengambilan gambar yang dilakukan oleh kameramen menunjukkan bahwa melalui medium shoot dengan cahaya yang kontras, produser film ingin menunjukkan proses tawar menawar.

Makna denotasi dalam scene ini yakni dalam scene ini yakni wanita modern yang ingin membeli sesuatu barang dengan harga murah, hal itu terbukti dari dialog antara pedagang dan pembeli “Ngak boleh kurang ta bu ?” Sedangkan makna konotasinya yakni penonjolan terhadap proses transaksinya, hal tersebut dari pemngambilan gambar yang medium shoot. Sehingga penonton fokus dalam adegan transakasi tawar menawar.

2. Analisis Scene Pilihan 2

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penanda (*Signifier*)	Petanda (*Signified*)
Gambar 3 **Gambar 4**	Pada Gambar 3 Terdapat pembeli memakai baju biru berbicara dengan penjual. Pada Gambar 4 Transaksi antara pembeli dan penjual nasi Gudeg. Gambar 5 Suasana didalam warung nasi Gudeg

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Suara :

Pembeli : Bu, kolo pados biasane nggeh ? Gudeg iga

ne kale

Pedagang : Nggeh.

Pembeli : Iwak Suwire Setunggal

Gambar 5

Tanda Denotatif *(Denotative Signs)*	
Nasi Gudeg merupakan menu favorit masyarakat Yogyakarta.	
Penanda Konotatif *(Conotative Signifier)*	Petanda Konotatif *(Conotative*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Signified)
Nasi Gudeg merupakan menu makanan yang sering dikonsumsi oleh masyarakat Yogyakarta	Walaupun nasi gudeng menjadi menu makanan favorit tetapi beberapa masyarakat tidak terlalu suka.
Tanda Konotatif *(Conotative Signs)*	
Sebagian masyarakat Yogyakarta tidak terlalu suka denga Gudeg Yogyakarta.	

Tabel 3.2

Scene pilihan 2 menceritakan tentang kondisi warung nasi Gudeg yang rame oleh pengunjung. Berbagai pengunjung yang datang tidak hanya lelaki tapi wanita juga ikut meramaikan warung tersebut. Penjual nasi Gudek selalu bertanya mengenai lauk apa saja yang diinginkan kepada pelanggan yang memesan nasi Gudeg. Pelanggan yang sedang makan terlihat menikmati nasi Gudeg dengan nikmat.

Makna denotasi dalam scene ini yakni suasana ramai dari pelanggan yang meramaikan warung nasi Gudeg dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berbagai macam lauk.Sedangkan makna denotasinya dalam scene ini adalah meskipun suasana ramai pelanggan tetap menikmati makanan nasi gudeg tersebut.

Adanya keterkaitan Yogyakarta dengan nasi gudeg yaitu; Ketika bermain ke Yogyakarta, maka wisatawan yang datang wajib mencicipi makanan khas Yogyakarta yang hanya ada di Yogyakarta. Gudeg disimbolkan oleh masyarakat sebagai makanan keseharian atau makanan utama sehingga mayoritas masyarakat Yogyakarta menyukai nasi Gudeg. Dalam penyajianya biasanya berisi nasi putih, ayam, telur rebus, tahu dan tempe dan rebusan yang terbuat dari kulit sapi segar atau biasa dikenal dengan istilah sambal cecek. Awalnya gudeg dikenal oleh masyarakat Indoensia khususnya Yogyakarta adalah gudeg basah, semakin seiring berkembangnya zaman maka ditemukan gudeg kering.

3. Analisis Scene Pilihan 3

Penanda (*Signifier*)	Petanda *(Signified)*
Gambar 6	Pada gambar 6 Terlihat tiga batik yang sedang proses penganginan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tanda Denotatif *(Denotative Signs)*	
Batik merupakan salah satu warisan budaya khas Yogyakarta yang sudah ada sejak zaman kerajaan Mataram	
Penanda Konotatif *(Conotative Signifier)*	Petanda Konotatif *(Conotative Signified)*
Batik memiliki motif yang unik dan khas	Dengan berbagai motif yang unik dan khas, Batik mampu memberikan nilai lebih jika dibandingkan dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	pakaian biasa.
Tanda Konotatif *(Conotative Signs)*	
Batik adalah warisan budaya khas Indonesia yang dibuat secara tradisional dan memiliki motif yang khas sehingga dikenal oleh masyarakat Indonesia.	

Tabel 3.3

Scene pilihan 3 menceritakan Proses pengeringan batik setelah selesai dari beberapa rangkaian pembuatan batik. Diantaranya yaitu pemotongan bahan baku, *mengetel* (menghilangkan kanji dari kain mori), *ngelereng* (menggambar), *Isen isen* (memebri variasi motif), *Nembok* (menutup bagian kain yang tidak perlu diwarnai), *Nglorod* (menghilangkan lilin dengan cara direbus dengan air mendidih), Pencucian.[67] Petanda denotasi dan konotasi yang terdapat pada adegan ini yakni ditandai dengan ditampilkan batik yang sedang diangin-anginkan setekahg proses pencucian, batik yang diangin-anginkan ini memiliki motif yang berbedfa-beda dan warna yang berbeda. Cara pengambilan gambar yang dilakukan oleh kameramen menunjukkan bahwa melalui medium shoot dengan cahaya yang kontras sehingga membuat batik tersebut terlihat indah jika di tampilkan dalam scene.

Makna denotasi dalam scene ini yaitu seorang pengrajin batik yang sedang membuat batik melalui beberapa proses

[67] Muha, *Proses Pembuatan Batik* dalam http://sanggarbatikkatura.com diakses tanggal 23 Juni 2018 pukul 09.00 WIB.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sehingga sampai batik tersebut jadi. Sedangkan makna konotasi yang menonojol yaitu pengambil gambar obyek yang menonjol, hal itu terbukti dari pengambilan gambar dengan pemilihan warna biru, coklat tua dan coklat muda.. Pada scene ini dapat diinterpretasikan bahwa batik jika dipakai oleh seseorang maka seseorang tersebut akan terlihat stylis.

4. Analisis Scene Pilihan 4

Penanda (*Signifier*)	Petanda *(Signified)*
Gambar 7 **Gambar 8** 	Gambar 7 Terlihat pada gambar tersebut Rangga sedang bermain handphone dan dibelakangnya terdapat seorang bapak-bapak sedang menuntun sepeda pancal memakai pakaian adat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	khas jawa. Pada Gambar 8 Nampak seorang delman sedang mengatur kuda agar jalanya lurus. Delman tersebut mengenakan pakaian adat Jawa berwarna kuning.
Tanda Denotatif *(Denotative Signs)*	
Beberapa masyarakat Yogyakarta memakai pakaian adat khas Jawa di berbagai aktifitas	Walaupun sebagian orang memakai pakaian adat Jawa dalam acara tertentu, tetapi masyarakat Yogyakarta memakai

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	pakaian tersebut tanpa adanya acara tertentu.
Penanda Konotatif *(Conotative Signifier)*	Petanda Konotatif *(Conotative Signified)*
Dengan memakai pakaian adat jawa terlihat bagus.	Walaupun terlihat bagus ketika seseorang memakai pakaian adat Jawa. Tetapi ketika memakainya membutuhkan waktu yang lama
Tanda Konotatif *(Conotative Signs)*	
Pakaian Jawa yang dipakai masyarakat Yogyakarta di konotasikan positif karena turut menjaga nilai warisan budaya.	

Tabel 3.4

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Scene pilihan 4 menceritakan Ketika Rangga berjalan di depan makan Panemban Senopati, terdapat seorang kakek tua sedang menuntun sepeda pancal yang mengenakan pakaian khas Jawa. Kakek tua tersebut menggenakan blankon, surjan biru dan jarik. Disamping itu juga terdapat seorang bapak-bapak yang memakai pakaian serupa yaitu pakaian khas Jawa. Yaitu memakai blangkon, surjan warna kuning, dan jarik sedang menunggangi kuda yang ditarik oleh gerobbak yaitu delman.

Petanda denotasi dan konotasi yang terdapat pada adegan ini yakni pakaian yang dikenakan oleh sang model yang berwarna biru dan berwarna kuning yanng menunjukkan pakaian khas Jawa. Ketika menggunakan pakaian tersebut biasanya digunakan dalam acara tertentu atau acara adat Sedangkan cara pengambilan gambar menunjukkan bahwa melalui medium shoot dengan cahaya yang kontras, sehingga menunjukkan keserasian antara baju dengan yang memakainya.

Makna denotasi dalam scene ini yakni seseorang pria tua yang memakai pakaian tradisional dengtan kulit sawo matang, hal itu terbukti dari di tampilkan gambar tersebut dalam scene. Sedangkan makna denotasinya yakni penonjolan terhadap warna pakaian dari sang model, hal itu dibuktikan dengan dari pemilihan warna baju yanbg dikenakan dikaitkan dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lingkungan sekitar. Pada scene ini dinterpretasikan jika seorang kulit sawo matang cocok ketika memakai pakaian adat ini.

5. Analisis Scene Pilihan 5

Penanda (*Signifier*)	Petanda *(Signified)*
Gambar 9 **Gambar 10** **Gambar 11** 	Terlihat pada gambar 9 seseorang memainkan boneka yang dibuat dari kertas, yang masing-masing orang memegang boneka tersebut sesuai dengan peranya. Gambar 10 nampak seorang wanita sedang bersedih,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	karena suatu permasalahan. Gambar 11
Tanda Denotatif *(Denotative Signs)*	
Papermoon Puppet Theater yang diperankan oleh dua orang, kesenian ini khas Yogyakarta	
Penanda Konotatif *(Conotative Signifier)*	Petanda Konotatif *(Conotative Signified)*
Penonjolan terhadap penampilan *performance* dan cerita dalam gambar tersebut	Penampilan *performance* yang ditampilkan oleh sang dalang menarik perhatian penonton.
Tanda Konotatif *(Conotative Signs)*	
Scene tersebut memiliki makna bahwa betapa pentingnya waktu kebersamaan dalam sebuah keluarga	

Tabel 3.5

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Scene pilihan 5 menceritakan tentang pertunjukan Papermoon Puppet Theater. yang disaksikan oleh Rangga, Cinta dan beberapa penonton lain, dimana pertunjukan tersebut di tampilkan cerita sepasang suami istri yang dimainkan oleh dalang. Cerita tersebut mengkisahkan ketika sang Suami ditugaskan kerja keluar pulau yang mana harus meninggalkan seorang istri sendiri di rumahnya. Sang suami tersebut memberikan cincin kepada sang istri sebelum ia berpamitan untuk pergi keluar pulau. Makna denotasi dalam scene ini yakni kebersamaan dalam suatu keluarga merupakan arti penting dari kebahagiaan. Ketika sang suami pergi mencari nafkah kemudian ketika datang sang istri membuatkan teh untuk suaminya. Makna konotasinya adalah ketika ada pertemuan pasti ada perpisahan, begitu makna yang tergambar dalam cerita Papermoon Pupet, jadi ketika menjalin ikatan sebuah rumah tangga sebagai sang istri harus merelakan jika sang suami sewaktu-waktu ditugaskan keluar pulau dikarenakan tugas dari kantor. Begitu pula dengan sang suami harus menjaga dirinya ketika jauh dari keluarga, menjaga dalam artian tidak melakukan hal-hal yang menyimpang dalam menjalin sebuah kekeluargaan, dengan mengerti tersebut maka akan terjalin keluarga yang harmonis.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Temuan Penelitian

Pada tahap ini, peneliti akan mencoba untuk menganalisis data myang sudah dipilih sesuai dengan fokus penelitian yaitu kearifan lokal dalam film Ada Apa Dengan Cinta 2 dengan menggunakan analisis semiotik model Roland Barthes. Selanjutnya peneliti akan mengelompokkan data yang akan dianalisis menjadi dua tahapan berupa penanda dan petanda yang mempunyai makna denotatif dan konotatif dan dari kedua tahapan tadi penulis akan menarik benang merah yang nantinya akan dijadikan hasil analisis atau temuan penelitian.

Barthes menggunakan teori *Signifiant-Signifie* yang kemudian dikembangkan menjadi teori tentang metabahasa dan konotasi. Istilah Signifiant menurut Barthes menjadi Ekpresi (E) sedangkan *Signifie* menjadi isi. Sejalan dengan hal di atas yang dikatakan oleh Saussure bahwa bentuk fisik dari tanda itu adalah penanda sedangkan konsep mental yang terkait dengannya itu adalah petanda.

Selain penanda dan petanda yang perlu dianalisis adalah bagaimana makna dari penanda dan petanda. Makna menurut Fiske merupakan interaksi dinamis antara tanda, interpretan, dan objek.[68] Pada tatanan pertama dikenal dengan makna denotasi yakni makna paling nyata dari sebuah penanda dan petanda, sedangkan makna konotasi adalah

[68] John Fiske, *Cultural & Commucation Sudies : Sebuah pengantar paling komprehensif* (Yogyakarta : Jalasutra, 2010), hal. 118-119

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pakaian Adat sebagai tatanan kedua yaitu sebuah makna yang sudah berhubungan dengan *sosial culture* dimana penanda, petanda itu membentuk sebuah tanda. Saussure menjelaskan terkait makna denotasi dan konotasi. Pada tatanan denotasi menurutnya menggambarkan antara relasi dari penanda, petanda dalam sebuah tanda. Tanda dengan *referent*nya dalam realitas eksternal, hal ini mengacu pada anggapan umum, makna jelas tentang tanda. Barthes menyebutnya makna denotasi. Makna konotasi dalam istilah Barthes konotasi dipakai untuk menjelaskan salah satu dari tiga cara kerja kerja dalam tatanan pertandaan. Konotasi menggambarkan interkasi antara tanda bertemu dengan perasaan atau emosi penggunanya dan nilai-nilai kultur.

Adapun deskripsi data penelitian yang telah peneliti lakukan, peneliti memperoleh beberapa temuan penelitian. Kemudian penemuan tersebut dikategorikan dalam beberapa kategori :

1. **Penanda dan Petanda Kearifan Lokal Film Ada Apa Dengan Cinta 2**

   a. **Proses Tawar-Menawar di Pasar Tradisional**

   Dalam sebuah kehidupan sehari di pasar ini tawar-menawar sudah menjadi suatu keahlian yang memang dibutuhkan agar mendapatkan harga miring. Tawar - menawar adalah suatu proses tradisional dalam sistem jual - beli pada sebuah pasar dalam mekanisme perdagangan. Pasar menjadi tempat yang sangat strategis dalam praktik jual- beli dengan tawar - menawar, tentunya yang dimaksud adalah pasar tradisional . Proses jual - beli yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sedang terjadi (jika pengunjung berminat) pastilah akan masuk pada tahap tawa-menawar. Tentu pada tahap ini ada keunikan - keunikan tertentu yang melibatkan komunikasi verbal dan nonverbal di setiap prosesnya.

Tawar-menawar menjadi sebuah keharusan dalam dimensi mikro perdagangan Indonesia saat ini. Orang-orang dengan berbagai latar belakang budaya manapun pasti melakukan tawar-menawar ketika melakukan transaksi jual-beli. Apalagi Pasar Legikotagede yang menjadi pusat kegiatan ekonomi dan pariwisata. Pembeli bisa datang dari mana saja dengan ragam budaya, status sosial dan latar belakang yang berbeda serta kepentingan yang berbeda pula

Kearifan lokal adalah hal-hal yang berhubungan dengan berbagai sistem pengetahuan, cara pandangan , nilai-nilai, serta praktik-praktik dari sebuah komunitas masyarakat, baik yang diperoleh dari generasi sebelumnya dari sebuah komunitas masyarakat tersebut. Kearifan lokal yang tergambar dari penanda dan petanda *scene* 1 adalah proses tawar-menawar yang terjadi di sebuah pasar tradisional dalam secene tersebut terlihat ada seorang wanita sedang berjalan dipasar tradisonal, kemudian berhenti di sebuah toko “tampah”. Kemudian wanita tersebut melakukan proses tawar-menawar, hal ini dapat dilihat dari perkataan yang diungkapkan oleh perempuan tersbut kepada penjaul “buk bisa kurang enggeh?”

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Petanda denotasi dan konotasi yang terdapat pada adegan ini yakni proses tawar menawar diakrenakan tawar menawar merupakan kearifan lokal masyarakat Indonesia. Biasanya tawar menawar terjadi di pasar Tradisional. Hal yang diutamakan dalam tawar menawar adalah kemampuan pembeli dalam mempersuaisif pedagang, sehingga meyakinkan pedagang. Sedangkan melalui cara pengambilan gambar yang dilakukan oleh kameramen menunjukkan bahwa melalui medium shoot dengan cahaya yang kontras, produser film ingin menunjukkan proses tawar menawar.

Pasar tradisional merupakan kearifan lokal, karena dipasar tradisional kita dapat melihat pedagang yang satu dengan lainnya bukan saingan tapi ibarat kawan atau saudara tempat berbagi banyak hal selagi mengais rezeki dari berjualan sepanjang hari. Ada toleransi, kerukunan, dan saling tolong-menolong dalam berhubungan tersebut.

Sedangkan dari proses tawar-menawar yang terlihat dari *scene* terdapat makna bahwa terciptanya hubungan saling mengerti dan memahami antara penjual dan pembeli ketika mereka memiliki tujuan yang sama.

2. Gudeg Sebagai Kearifan Lokal

Seperti yang dijelaskan sebelumya bahwa kearifan lokal adalah hasil dari budaya serta pengalaman masyarakat sehingga menimbulkan sebuah nila-nilai dimasyarakat. Gudeg merupakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

salah satu makanan khas Yogja, yang begitu berbicara kuliner, masyarakat akan langsung teringat dengan kota Yogyakarta.

Dalam film Ada Apa DenganCinta 2 yang mengambil setting tempat di kota Yogyakarta. Dan dalam scen 2 yang telah dipaparkan dalam bab 3 terdapat adegan yanng menunjukan kondisi warung yang menjual gudeg rame akan pengunjung.

Penanda yang dapat dilihat dari *scene* ini adalah ketika susana warung ramai oleh pelanggan. Sedangkan petandanya adalah meskipun suasana ramai orang tetap penikmati memakan gudeg di warung tersbut.

Seperti yang kita ketahui bahwa gudeg merupakan hasil budaya nmasyarakat dan sekarang berkembang mempunya nilai bahwa gudeg adalah cirin khas Yogyarkarta dan kearifan lokal disana. Sehingga muncul pemikiran ketika berada di Yogja seseorang akan merasakan kurang jika tidak menyantap hidangan gudeg ini.

3. Batik sebagai Kearifan Lokal

Batik merupakan peninggalan nenek moyang yangg sampai sekarang keberadaannya masih diakui. Nilai-nilai yang terkadung dalam batik, mempunyai makna mendalam. Hal ini ditandai dengan berbagai motif yang ada. Pengaruh dari berbagai faktor dalam motif batik juga memberi makna tersendiri. Karena nilai batik berasal dari nilai-nilai kebudayaan yang diberikan.

Scene pilihan 3 menceritakan Proses pengeringan batik setelah selesai dari beberapa rangkaian pembuatan batik. Serta terlihat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berbagai macam alat membatik seperti pemotong kain, mengetel, ngelereng, nembok, nglorod dan pencucian.

Petanda denotasi dan konotasi yang terdapat pada adegan ini yakni ditandai dengan ditampilkan batik yang sedang diangin-anginkan setekahg proses pencucian, batik yang diangin-anginkan ini memiliki motif yang berbeda-beda dan warna yang berbeda. Makna denotasi dalam *scene* ini yaitu seorang pengrajin batik yang sedang membuat batik melalui beberapa proses sehingga sampai batik tersebut jadi.

4. Pakaian Adat sebagai Kearifan Lokal

Pakaian adat merupakan hasil dari produk budaya suatu daerah pakaian adat mengandung nilai-nilai yang kental dengan unsur-unsur rasa nasionalisme. Pakaian adat satu tempat dengan tempat yang lain berbeda-beda, maka dari itu pemakaian pakaian adat merupakan suatu kearifan lokal**.**

Scene yang ditunjukan dalam film Ada Apa Dengan Cinta 2 yang menggambarkan kearifan lokal ini terlihat ketika Rangga berjalan di depan makan Panemban Senopati, terdapat seorang kakek tua sedang menuntun sepeda pancal yang mengenakan pakaian khas Jawa. Kakek tua tersebut menggenakan blankon, surjan biru dan jarik.. Disamping itu juga terdapat seorang bapak-bapak yang memakai pakaian serupa yaitu pakaian khas Jawa. Yaitu memakai blangkon, surjan warna kuning, dan jarik sedang menunggangi kuda yang ditarik oleh gerobbak yaitu delman.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sehingga dapat dilihat petanda yang menunjukan kearifan lokal adalah ketika model menjukan pakaian yang berwarna biru dan kuning yang merupakan pakaian khas Jawa.

5. Kebersamaan keluarga

Kebersamaan dengan keluaraga mempunyai nilai-nilai tersendiri bagi masyarakat Jawa. Dalam Film ada apa dengan cinta menggambarkan *scene* yang merupakan kearifan lokal terkandung dalam kebersamaan keluaraga.

Salah satu *scene* di Film Ada Apa Dengan Cinta 2 terdapat *scene* yang menceritakan menceritakan tentang pertunjukan Puppet Papper Moon yang disaksikan oleh Rangga, Cinta dan beberapa penonton lain, dimana pertunjukan tersebut di tampilkan cerita sepasang suami istri yang dimainkan oleh dalang. Dalam cerita tersebut mengandung nilai bahwa kebersamaan keluarga sangat penting.

B. Konfirmasi Dengan Teori Konfirmasi Dengan Teori

Dari data sebelumnya telah diperoleh beberapa analisis data mengenai kearifan lokal dalam film Ada Apa Dengan Cinta 2. Analisis tersebut berupa penanda dan petanda yang mempunyai makna denotative dan konotatif yang saling berkaitan sehingga muncul mitos yang berkaitan dengan pesan yang terdapat pada film tersebut. Pendanda denotatif kearifan lokal dalam film Ada Apa Dengan Cinta 2 Suatu tanda (*sign*) adalah suatu stimulus yang menandai kehadiran sesuatu yang lain. Tanda berhubungan erat dengan maksud tindakan yang sebenarnya (*actual*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Signified Action. Semua hubungan sederhana ini dinamakan signifikasi (*signification)* yaitu makna yang dimasukkan dari suatu tanda. Teori simbol yang terkemuka dan sangat bermanfaat diciptakan oleh Susanne Langer, penulis *"Philosofy in a New Key"* yang sangat diperhatikan oleh pelajar yang mempelajari simbolisme.

Langer memandang "makna" sebagai suatu hubungan yang kompleks dianatar simbol, objek, dan orang. Jadi, makna terdiri atas aspek logis dan aspek psikologis. Aspek logis adalah hubungan antara simbol dan refrenya, yang oleh Langer dinamakan "denotasi". Adapun aspek atau makna psikologis adalah hubungan antara simbol dan orang, yang disebut "konotasi".

Makna Denotatif dikaji pada tahap pertama (1) *Signifier*, (2) *Signified*, (3) *Sign* , Sedangkan makna konotatif makna konotatif dikaji pada dua tahap *I.SIGNIFIER, II.SIGNIFIED, III.SIGN*. Form (bentuk) pada *signifier* memiliki *form* dan *substance*, bagitupula *Concept* (konsep). Mitos diuraikan dalam tiga unsur dengan menggunakan penamaan yang sama dengan sistem semiotik tahap pertama, yaitu *signifier* (penanda), *signified* (petanda), dan *sign* (tanda) itu sendiri. Namun Barthes membedakannya dalam sistem semiotik dua tahap yaitu nama *form* (bentuk), *concept* (konsep), serta *signification* (signifikasi) antara bentuk dan konsep. Penanda adalah aspek material sedangkan petanda sendiri merupakan kesatuan dari suatu bentuk penanda.

Dari signifikasi dua tahap Roland Barthes maka penulis menyimpulkan bahwa pemaknaan tanda melalui dua tahap pemaknaan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tahap pertama makna denotasi yang mengungkapkan makna paling nyata dari tanda. Lalu tahap kedua makna konotasi terkait erat dengan tanda dan pemakaiannya. Dari makna konotasi tersebut akan terdapat mitos, yakni saat budaya tersebut diceritakan dan diberikan penilaian dengan melakukan pemaknaan terhadap tanda. Dengan adanya dua tingkat tanda pada tayangan iklan, bisa memunculkan dua makna, yaitu makna denotatif dan konotatif.

Sebuah perencanaan dalam pembuatan film pasti memerlukan yang dinamakan dengan konsep yang akan dibuatnya. Merencanakan sebelum pengambilan gambar merupakan hal yang paling utama, salah satunya dalam film Ada Apa dengan Cinta 2. Dalam film Ada Apa Dengan Cinta 2, film ini mengangkat tentang kearifan lokal di kota Yogyakarta. Keunikan kearifan lokal yang diangkat ini mampu mengundang penonton sehingga tertarik dalam melihat film tersebut. Sehingga membuat film ini booming ketika awal film ini ditayangkan di bioskop. Sehingga menghasilkan rating yang bagus dari reaksi penonton yang meilhat film tersebut.[69]

Teori simbol terdapat denotasi dan konotasi, yang menyangkut pada petanda dan penanda. Dalam film tersebut menampilkan beberapa makna Tawar-menawar adalah bagian dari suatu tindakan ekonomi yang tak lepas dari komunikasi itu sendiri. Tawar - menawar memerlukan komunikasi sebagai pembuka jalan guna mendapatkan hasil yang diinginkan. *Input* dan *output* adalah hal yang penting mengenai bagaimana

[69] Hendry Faizal Noor, *Ekonomi Media* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hlm. 47

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pesan dapat disampaikan. Di dalam ranah ini tawar-menawar berada di bawah negosiasi. Dalam proses tawar menawar itu terjadi feedback atau umpan balik, yaitu terjadinya arus dari komuni kan ke komunikator, sebaga penentu utama keberhasilan komunikasi dalam pola komunikasi yang seperti ini proses komunikasi berjalan terus yaitu adanya umpan balik antara komunikator dan komunikan. Penanda dalam sebuah film atau yang disebut dengyangan signifier dapat berbentuk ekspresi atau disebut sebagai bentuk medium yang diambil dari sebuah tanda yang dapat berupa bunyi, gambar, cotetan yang dapat dimaknai. Sedangkan petanda yakni Penanda dan petanda kearifan lokal dalam film Ada Apa Dengan Cinta 2 yakni Proses tawar menawar. Yang pertama pada tabel 3.1 tentang analisis kearifan lokal dengan ditunjukkan adegan tawar menawar dalam sebuah pasar tradisional yang deperankan oleh Karmen yang memakai baju berwarna ungu sambil memegang buah yang hendak ditawarnya dan berkata "Ngak boleh kurang bu ?". Selanjutnya pada tabel 3.1 gambar 2 juga terdapat tawar menawar yang dilakukan oleh karmen, tetapi tawar menawar tersebut berbeda barang yang ditawarnya dengan barang yang pertama, barang yang ditawar oleh Karmen yaitu tampah yang berwarna kuning yang dilihatnya secara mendetail. Teknik pengambilan gambar yang diambil yaitu medium shoot.

Kemudian Pada Tabel 3.4 Yang menjadi penanda yaitu Pakaian adat Jawa yag digunakan oleh masyarakat yang tergambar dalam film tersebut di berbagai aktifitas. usana adat Jawa biasa disebut dengan busana kejawen mempunyai perlambang tertentu bagi orang Jawa. Busana Jawa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penuh dengan *piwulang sinandhi* (ajaran tersamar) kaya akan ajaran Jawa. Dalam busana Jawa ini tersembunyi ajaran untuk melakukan segala sesuatu di dunia ini secara harmoni yang berkaitan dengan aktivitas sehari-hari, baik dalam hubungannya dengan sesama manusia, diri sendiri maupun Tuhan Yang Maha Kuasa Pencipta segalanya. Busana kejawen seperti beskap selalu dilengkapi dengan benik (kancing baju) disebelah kiri dan kanan. Lambang yang tersirat dalam benik itu adalah agar orang (jawa) dalam melakukan semua tindakannya apapun selalu diniknik, diperhitungkan dengan cermat. Apapun yang akan dilakukan hendaklah jangan sampai merugikan orang lain, dapat, menjaga antara kepentingan pribadi dan kepentingan umum

Selanjutnya tabel 3.2 yang menjadi penanda yaitu Nasi Gudeg merupakan menu makanan yang sering dikonsumsi oleh masyarakat Yogyakarta, terlihat dalam scene tersebut suasana ramai pelanggan di warung yang menjual nasi gudeg yang tergambar dalam gambar 5. Gudeg merupakan masakan tradisional Jawa dari Yogyakarta dan Jawa Tengah, Indonesia. Dalam perkembangannya, masyarakat mengenal gudeg terkenal berasal dari Yogyakarta sehingga membuat kota ini dikenal dengan nama Kota Gudeg. Gudeg terbuat dari nangka muda mentah . Direbus selama beberapa jam dengan gula aren, dan santan rempah-rempah tambahan termasuk bawang putih, bawang merah, kemiri, biji ketumbar, lengkuas, daun salam, dan daun jati, yang memberikan warna coklat kemerahan ke masakan. Dengan berbagai campuran bumbu tersebut, gudeg menjadi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terasa manis dilidah dan memiliki rasa yang khas dan enak sesuai dengan selera masyarakat Jawa pada umumnya.

Pada tabel 4.5 tergambarkan pakaian khas Jawa yang dipakai oleh pemain figuran dalam menampilkan kearifan lokal budaya Indonesia. Pakaian tersebut dipakai oleh masyarakat dalam berbagai aktifitas sehari-hari. Busana Jawa ini tersembunyi ajaran dan tuntunan untuk melakukan segala sesuatu di dunia ini secara harmoni. Masyarakat Jawa sangat mengedepankan keseimbangan, hal ini berlaku pada hal apa pun dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam hubungannya dengan sesama manusia, diri sendiri maupun Tuhan Yang Maha Kuasa Pencipta segalanya.[70] Jarik bermakna aja gampang *serik* (jangan mudah iri terhadap orang lain). Menanggapi setiap masalah harus hati-hati, tidak *grusa-grusu* (emosional).

Selanjutnya yang menjadi penanda yakni ditunjukkan pada tabel 3,5 Pada gambar tersebut tergambarkan cerita dari Teatrikal Papermoon Puppet yang mengkisahkan betapa pentingnya kebersaman dalam sebuah kekeluargaan. Kebersamaan bersama keluarga memang adalah hal yang paling membahagiakan dalam hidup, dan orang yang tak pernah menyadari hal itu hanyalah orang-orang yang tidak pernah tahu caranya mensyukuri hidup yang telah Allah berikan ketika bersama dengan keluarga. Sebab, keluarga adalah sumber kebahagiaan dalam kehidupan kita, karena keluarga adalah tempat kita berkeluh kesah, baik dalam keadaan suka maupun duka. Kita harus tahu dan harus terus menerus menyadari bahwa keluarga adalah segala-galanya dalam hidup ini,

[70] Puwadi, *Ensiklopedi Adat-Istiadat Budaya Jawa*(Jakarta, Gramedia, 2007), hal 17

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sehingga saking penting sebuah kebersaman dalam keluarga sampai-sampai diibaratkan dengan sebuah uang. Banyak peribahasa yang berbunyi *"Uang tidak akan pernah bisa membeli indahnya bersama keluarga",* iya hal itu adalah benar, karena memang kebersamaan dalam keluarga hanya akan ada satu kali dalam hidup, yaitu selagi nafas masih di dada.[71]

1. Makna Petanda (*signified*) dan penanda (*signifier*) kearifan lokal dalam film Ada Apa Dengan Cinta 2.
   a. Makna Denotasi
      1. Dalam *scene* 1 makna denotasinya adalah Masyarakat Indonesia dalam berbelanja di pasar tradisioanl, selalu adanya proses tawar menawar Proses tawar menawar ditandai oleh Karmen mencoba menawar harga dengan pedagang.
      2. Nasi Gudeg merupakan menu favorit masyarakat Yogyakarta hal tersebut ditunjuka suasana keramaian dalam warung tersebut. Dalam film tersebut juga menunjukkan bahwa hampir di setiap warung di Yogyakarta menjual nasi Gudeg.
      3. Dalam *scene* 3 makna denotative adalah Batik merupakan salah satu warisan budaya khas Yogyakarta yang sudah diakui UNESCO, dan Batik sudah dikenal oleh masyarakat Internasioanl.

[71] Yazid bin Abdullah, *Panduan Keluarga Sakinah* (Jakarta: Imam Asy Syafi'I, 2017), hal. 12

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Dalam scene 4 makna denotasinya yaitu masyarakat Yogyakarta memakai apakaian adat khas Jawa dalam kehidupan sehari-hari
5. Dalam scene 5 makna denotative yaitu salah satu kesenian khas Yogyakarta yang ssedang disenanangi oleh masyarakat Yogyakarta

b. Makna Konotatif

1. Makna konotasi yang muncul dalam scene 1 yaitu Tawar menawar merupakan kebiasaan masyarakat Indonesia ketika bertransaksi
2. Makna konotasi yang muncul pada scene 2 Gudeg merupakan kearifan lokal masyarakat Yogyakarta, Makanan tersebut masih digemari oleh masyarakat Yogyakarta dan masyarakat luar Yogyakarta
3. Makna konotasi yang muncul dalam scene 3 yaitu batik merupakan pakaian khas Indonesia yang sudah dikenal masyarakat luas dan kerajinan batik berpusat di Yogyakarta
4. Makna konotasi yang muncul dalam *scene* 4 Masyarakat Yogyakarta dengan bangga memakai pakaian khas Jawa yang merupakan bentuk darii mencintai produk lokal.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Makna konotasi yang muncul dalam *scene* 5 yaitu bahwa pentingnya waktu kebersamaan keluarga yang melebihi dari uang.

Di sisi lain, dalam film Ada Apa Dengan Cinta 2 mengenalkan kepada kita semua mengenai bentuk-bentuk kearifan lokal kebudayaan yang ada di Yogyakarta. Dimana dalam film tersebut tergambarkan beberapa adegan yang menggambarkan kearifan lokal, pada bab sebelumnya sudah di bahas menegenai scene bagaian mana saja yang termasuk dalam kearifan lokal.[72] Proses komunikasi tawar- menawar ini adalah temasuk model komunikasi silkuler seperti ada pada gambar 2. Sirkuler secara harfiah berarti bulat, bundar atau keliling. Dalam proses sirkular itu terjadi feedback atau umpan balik, yaitu terjadinya arus dari komuni kan ke komunikator, sebaga penentu utama keberhasilan komunikasi. Dalam pola komunikasi yang seperti ini proses komunikasi berjalan terus yaitu adanya umpan balik antara komunikator dan komunikan.

[72] Roy, Lweicki, dan Saunders, *Negosiasi* (Jakrta: Salemba, 2012), hal. 211

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulann

Setelah menganalisis data yang ada pada Film Ada Apa Dengan Cinta 2 dengan menggunakan analisis semiotika model Roland Barthes menemukan simbol-simbol yang menunjukkan kearifan lokal maka pada tahap ini peneliti akan mengkonfirmasi hasil penelitian tersebut dengan teori simbol Sussane Langer yang sudah dipaparkan pada bab sebelumnya, menghasilkan beberpa kesimpulan diantaranya :

1. Apa saja Petanda (*signified*) dan Penanda (*signifier)* Ada Apa Dengan Cinta 2

   Berupa gambaran visual yang menggambarkan tentang karakteristik yang meliputi bentuk. Proses tawar menawar, Gudeg sebagai kearifan lokal, Batik, Pakaian Adat, dan Kebersamaan keluarga serta analisis melalui gambar yang ada dan sesuai dengan jalanya cerita. Untuk penanda denotatif kearifan lokal dalm film Ada Apa Dengan Cinta 2 pengembangan dari makna denotasi bentuk pariwisata, pakaian adat , Rumah adat, transpotasi tradisional yang terdapat dalam film tersebut.

2. Makna Denotasi dan Konotasi Ada Apa Dengan Cinta 2

   Analisis yang diperoleh dapat disimpulkan dalam scene 1 makna denotasi adalah dalam scene 1 makna denotasinya adalah masyarakat Indonesia dalam berbelanja di pasar tradisioanal, selalu adanya proses tawar menawar. Proses tawar menawar

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ditandai oleh. Karmen mencoba menawar harga dengan pedagang, dalam scene 2 makna denotatif yang terdapat dalam film Ada Apa Dengan Cinta 2 yaitu Nasi Gudeg merupakan menu favorit masyarakat Yogyakarta hal tersebut ditunjuka suasana keramaian dalam warung tersebut. Dalam film tersebut juga menunjukkan bahwa hampir di setiap warung di Yogyakarta menjual nasi Gudeg. Dalam scene 3 makna denotatif pada film Ada Apa Dengan Cinta 2 yakni adalah Batik merupakan salah satu warisan budaya khas Yogyakarta yang sudah diakui UNESCO, dan Batik sudah dikenal oleh masyarakat Internasioanl. Dalam scene 4 makna denotatif yang muncul yakni masyarakat Yogyakarta memakai apakaian adat khas Jawa dalam kehidupan sehari-hari. *Scene* 5 makna denotatif yaitu salah satu kesenian khas Yogyakarta yang ssedang disenanangi oleh masyarakat Yogyakarta

B. Rekomondasi

Dengan keterbatasan penelitian, maka saran yang dapat diberikan bagi peneliti selanjutnya agar lebih baik :

1. Bagi Masyarakat, Diperlukan sifat rasa memiliki terhadap peninggalan-penninggalan bersejarah baik itu berupa budaya ataupun peninggalan kerajaan yang ada di Indoensia, sehingga dengan memiliki rasa tersebut masyarakat ikut juga dalam melestarikan kebudayaan Indonesia agar tidak rusak oleh orang yang tidak bertanggung jawab.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Bagi produser film, hendaknya dapat menghadirkan kembali kearifan lokal yang mengeksplore kebudayaan suatu daerah dan mengeksplore destinasi pariwsata yang belum diketahui masyarakat untuk meningkatkan pariwisata daerah tersebut. Sehingga audien atau penonton aktif tertarik menikmati film tersebut.
3. Bagi Akademisi, diharapkan dapat mengagkat dan meneliti fenomena penelitian seupa tetapi dengan konteks dan fokus penelitian yang berbeda.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Ardianto, Elvinaro. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Astrid, Susanto, 1982. *Komunikasi Massa.* Bandung: Bina Cipta

Ayatrohaedi. 1986. *Kepribadian Budaya Bangsa Local Genius*. Jakarta: Pustaka Jaya

Banjari, Atwar. 2011. *Komunikasi Konstektual: Teori dan Praktik Komunikasi Kontemporer*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Baksin, Askurifa. 2009. *Membuat film Indie itu Gampang.* Bandung : Katarsis

Barker, Cris. 2004. *Culture Studies Theory and Practice.* New Delhi : Sage

Effendy. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti

Hermandito, Seto. 2014. *New Media Teori dan Aplikasi*. Salatiga: Satya University Press

Ibrahim, Subandy. 2011. *Komunikasi dan Komodifikasi : Mengkaji Media dan Budaya IslamDinamika*. Yogyakarta:Pustaka Obor Indonesia

J. Moleong Lexy.2007. *Metode Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

McQuail, Denis.1987. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga

Mc.Quail, Denis. 2010. *Mass Communication Theory.* Singapore : SAGE Pubication Asia Pasific Pvt Ltd

Rivers, William L, Theodore Peterson & Jay W. Jensen. *Media Massa & Masyarakat Modern.* Jakarta : Kencana2004.

Subandy, Indy.2011. *Budaya Populer sebagai Komunikasi; Dinamika Popscape danMediascape di Indonesia Kontemporer.* Yogyakarta: Jalasutra

Suharsini. 1998. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta

Sobur, Alex.2003. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Sobur, Alex. 2006. *Analisis Teks Media: suatu pengantar untuk analsisi wacana, analisis semiotik, dan analisis framing. Bandung: Remaja Rosdakarya*

Stoke, Jane. 2007. *How To Do Media and Culture Studies.* Yogyakarta : PT. Bentang ustaka

Syamsudin dan Palapah. *Studi Ilmu Komunikasi*. Bandung: Universitas Padjajaran

Pratista, Himawan. 2008. *Memahami Film.* Yogyakarta : Homerian Pustaka

Tamburaka, Apridi. 2013. *Agenda setting Media Massa*. Jakarta: Rajawali Press

Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, 1990. *Kamus Besar Bahasa Indonesia.* Jakarta: Balai Pustaka

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Trianto, Tehuh. 2007. *Film Sebagai Media Belajar*. Jakarta: Mutiawarna

Uchjana Effendi, Onong. 1993. *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek.* Bandung: Remaja Rosdakarya

Vera, Nawiroh. 2014. *Semiotika Dalam Riset Komunikasi.* Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia

Jurnal

Aslan. 2017. *Nilai Nilai Kearifan Lokal Dalam Budaya Pantang Larang Suku Melayu Sambas.* ISSN 2549 - -3752. Fakultas Sosial Ilmu Politik Universitas Andalas. Vol 16 No. 1

Handi. 2015. *Penerimaan Penonton Terhadap Praktek Eksorsis di Dalam Film Conjuring.* Progam Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Petra .Vol. 3 No.2

Lucky. 2016. *Dinamika Pranata Sosial Terhadap Kearifan Lokal Masyarakat Nelayan Dalam Melestarikan Wisata Bahari*. ISSN 1410-8355. Fakultas Ilmu Politik Universitas Andalas. Vol 18 No.1

Internet

www. Academia.edu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id