

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Salah satu elemen penting dalam sejarah film adalah penggunaan film untuk propaganda sangat signifikan, terutama jika diterapkan untuk tujuan nasional atau kebangsaan berdasarkan jangkauannya yang luas, sifatnya yang riil, dampak emosional, dan popularitas (McQuail, 2011: 35).

Film sebagai alat propaganda erat kaitannya dengan upaya pencapaian tujuan nasional dan masyarakat. Hal tersebut berkenaan dengan pandangan yang menilai bahwa film memiliki jangkauan, realisme, pengaruh emosional, dan popularitas yang hebat. Upaya membaurkan pengembangan pesan dengan hiburan memang sudah lama diterapkan dalam kesusasteraan dan drama, namun unsur-unsur baru dalam film memiliki kelebihan dalam segi kemampuannya menjangkau sekian banyak orang dalam waktu yang cepat dan kemampuannya memanipulasi kenyataan yang tampak dengan pesan fotografis, tanpa kehilangan kredibilitas (McQuail, 1989: 14).

Salah satu propaganda yang paling dominan yang disajikan dalam film adalah masalah rasialisme. Seperti perang suku di Afrika yang dikisahkan dalam film Hotel Rwanda pada tahun 2004, film ini dibuat berdasarkan kejadian nyata di tahun 1994. Ketika itu terjadi pembantaian besar-besaran antara suku Hutu dan

Tutsi, dimana konflik ini mengakibatkan hampir satu juta orang tewas. Afrika memang terkenal minim toleransi antar kesukuan. Bukan hanya terjadi di Afrika, bahkan rasisme terjadi di seluruh dunia. Persamaan Hak Asasi Manusia seakan tidak berlaku bagi mereka, hingga saat ini rasisme masih sering terjadi.

Kata rasisme itu sendiri dapat membangkitkan reaksi emosional yang sangat kuat, terutama bagi mereka yang telah merasakan penindasan dan eksploitasi yang berasal dari sikap dan perilaku rasis. Untuk anggota Afrika Amerika, Asia Amerika, penduduk asli Amerika, dan budaya Latino, rasisme telah menciptakan sejarah sosial dibentuk oleh prasangka dan diskriminasi. Untuk individu anggota kelompok ini, rasisme telah mengakibatkan rasa sakit penindasan. Bagi mereka yang tergabung dalam kelompok budaya yang telah memiliki kekuatan untuk menindas dan mengeksploitasi orang lain, rasisme istilah yang sering membangkitkan pikiran sama kuat dan reaksi emosional yang mengingkari tanggung jawab dan partisipasi dalam tindakan rasis dan berpikir (Lustig dan Koester, 2003: 157).

Kenyataan yang menyedihkan dari rasisme adalah bahwa rasisme sudah ada di seluruh dunia selama ribuan tahun. Sejarah penuh dengan contohnya, di masa lalu kaum Afrika-Amerika dipaksa untuk berada di belakang ketika naik bus, orang Yahudi diharuskan untuk mengenakan lencana kuning Daud, orang Jepang-Amerika diisolasi dalam tenda selama perang dunia ke-2, orang Amerika-India dirampas tanahnya dan masyarakat Afrika terbagi secara ras. Saat ini kita melihat

manifestasi rasisme dalam bentuk *graffiti* (coretan di dinding) yang menghina ras, perusakan hak milik, intimidasi, bahkan kekerasan fisik. Orang-orang juga melakukan tindakan rasisme yang terang-terangan, seperti menghina atau menceritakan lelucon mengenai etnis.

Para rasis ini bukan hanya bodoh karena perilaku mereka itu tidak etis dan kejam, namun juga karena hal tersebut dapat membentuk premis yang salah. Menjadi hal yang umum bagi mereka yang ingin menerima pengetahuan bahwa perbedaan besar antara kelompok manusia disebabkan oleh budaya, bukan karena warisan biologis atau ras. Semua manusia berasal dari spesies yang sama dan bagian biologis yang penting bagi kehidupan manusia adalah sama bagi kita semua. Namun selain kebenaran dan kebijaksanaan ini, rasisme tetap menjadi penghalang utama dalam suksesnya komunikasi antar budaya (Samovar dkk, 2010: 212).

Hal yang inheren dalam pelbagai representasi rasis adalah pandangan yang mengandung pemahaman yang tidak terucapkan, tetapi dipahami secara empatik bahwa apapun yang 'putih' itu normal. Konotasi-konotasi negatif terhadap 'kehitaman' juga dianggap sebagai benar secara alami. Stuart Hall (1987) mendeskripsikan pandangan orang Amerika berkulit putih pada abad ke-19 tentang budak-budak hitam yang mendukung perbudakan terhadap mereka dan menempatkan mereka sebagai anak-anak alam, sebagai sesuatu yang kurang daripada manusia yang 'beradab', dilahirkan oleh alam sebagai pelayan. Kita

dapat memperluas pandangan tentang proses naturalisasi ini ketika melakukan tindakan mendukung pelbagai ketidaksetaraan kekuasaan dalam hal gender, kelas sosial, dan seterusnya. Menyatakan bahwa perempuan secara alami lebih baik daripada pria dalam merawat anak-anak sama berbahayanya dengan menyatakan bahwa orang-orang berkulit hitam secara alami lebih baik daripada orang-orang berkulit putih dalam menari (Burton, 1999: 145).

Rasisme adalah keyakinan bahwa ras membedakan karakter atau kemampuan manusia, dan sebagian ras adalah superior. Kemudian rasisme juga didefinisikan sebagai diskriminasi atau prasangka berdasarkan ras. Film telah membuat kontribusi yang signifikan dalam mengungkap penyakit ini di masyarakat, dan dengan demikian menciptakan kesadaran untuk masalah yang sangat nyata. Telah terdaftar sejumlah film mengenai rasisme, dari berbagai sudut, secara keseluruhan atau sebagian. Menurut situs [Imdb.com](http://www.imdb.com), pada tahun 1915 hingga 2010, terhitung 289 film mengandung unsur rasisme, dan pada 2011 sampai 2013 tema rasisme kembali mewarnai perfilman Hollywood, terdapat sebelas film yang memasukkan unsur rasialisme didalamnya, diantaranya adalah *Threading Needles*, *The Help*, *Ill Manors*, *Django Unchained*, *12 Years A Slave*, dan *Traffic Department*. Dari film-film rasis ini, salah satu yang paling menarik adalah *12 Years A Slave*.

12 Years A Slave merupakan film terbaru yang rilis pada tahun 2013, dibuat berdasarkan kejadian nyata di tahun 1841. Film rasis ini menggambarkan

kekejaman perbudakan pada masa nya. Orang-orang kulit hitam dinilai lebih rendah kasta nya dibanding orang kulit putih. Berbagai cara pun dilakukan untuk menyingkirkan orang kulit hitam, diantaranya dengan menyiksa hingga membunuh mereka. Dalam film ini orang kulit putih ditampilkan sebagai orang-orang yang kejam, namun orang kulit putih pula yang bertindak sebagai pahlawan dan penyelamat, yaitu saat akhirnya Bass (orang kulit putih) menolong Northup mengirim surat ke Saratoga dan Bass berhasil tanpa diketahui oleh Tuannya, Epps.

Rasisme yang terjadi pada tahun 1841 ini membuktikan bahwa diskriminasi ras telah ada sejak ratusan tahun yang lalu, dan saat ini rasisme masih sering terjadi di seluruh dunia. Dampaknya sangat nyata terlihat di tengah-tengah masyarakat dimana stereotip yang dimunculkan membuat kelompok inferior merasa tertindas. Diskriminasi ras pun masih sulit dihilangkan. Melalui film *12 Years A Slave*, Amerika tidak begitu saja memunculkan bahwa kulit putih adalah kejam tetapi kulit putih juga bertindak sebagai pahlawan, dengan berusaha memperlihatkan bahwa kulit hitam masih tidak berdaya tanpa pertolongan kulit putih. Pada satu sisi film ini menunjukkan tindakan keji para rasis dan dampaknya, sementara di sisi lain masih adanya ketidakrelaan bahwa kulit hitam adalah 'benar' dan kulit putih adalah 'salah'. Hal ini membuktikan bahwa rasis masih sulit dihilangkan.

Disinilah peneliti ingin melihat cara pandang kebudayaan lain mengenai tema rasisme yang disajikan dalam film ini. Penonton sebagai khalayak aktif tentu bertindak juga sebagai penghasil makna. Apa yang terjadi ketika audiens dengan ras minoritas menerima teks film tersebut. Apakah audiens tersebut dominan reading, negosiasi, atau oposisi. Dalam hal ini, analisis penerimaan audiens atau analisis resepsi digunakan untuk mengetahui pemaknaan yang didapat dari penonton *12 Years A Slave*.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih khalayak yang telah menonton film *12 Years A Slave*. Adapun kriteria yang dibutuhkan adalah perempuan atau laki-laki berasal dari ras yang berbeda, yang secara umum dapat dilihat melalui ciri biologis atau tampilan fisik, yaitu China, Timur Tengah, Aceh, dan Flores. Alasan memilih informan tersebut dikarenakan informan jenis ini yang paling memungkinkan memiliki pengalaman diskriminasi ras. Penelitian ini ditujukan untuk melihat bagaimana pemaknaan khalayak terhadap teks film yang menampilkan rasisme di Amerika Serikat, yaitu dalam film *12 Years A Slave*.

B. RUMUSAN MASALAH

Bagaimana pemaknaan khalayak terhadap film *12 Years A Slave* yang menampilkan rasisme di Amerika Serikat?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan makna yang didapat khalayak terhadap film *12 Years A Slave* yang menampilkan rasisme di Amerika Serikat.

D. MANFAAT PENELITIAN

a. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan studi ilmu sosial/komunikasi dalam kajian mengenai analisis resepsi dan rasisme di film.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagaimana pemaknaan penonton pada rasisme di film *12 Years A Slave*.

E. PENELITIAN TERDAHULU

Pada tahun 2013, seorang mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta bernama Ahmad Fauzan juga melakukan penelitian terkait analisis resepsi sebuah film. Dengan judul “Analisis Penerimaan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta Terhadap Nilai-Nilai Toleransi Antar Umat Beragama dan Pluralisme dalam Film “?” (Tanda Tanya)”. Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan pendekatan analisis resepsi *encoding-decoding* Stuart Hall. Hasil penelitian menunjukkan bahwa agama adalah eksklusif, dimana agama setiap

informan / mahasiswa adalah agama yang paling benar dan tidak bisa disamakan dengan agama lain.

Penelitian serupa lainnya adalah milik Ani Wardani, mahasiswi Universitas Diponegoro yang melakukan penelitian pada tahun 2010. Penelitian tersebut berjudul “Simbol-Simbol Keagamaan Dalam Film (Analisis Resepsi Film *Perempuan Berkalung Sorban*)”, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan analisis resepsi Ien Ang yang berfokus pada teks. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interpretasi para informan dapat dikelompokkan sesuai posisi *decoding* khalayak menurut Stuart Hall (posisi dominan-hegemonik, negosiasi dan oposisional). Namun secara keseluruhan posisi pemaknaan para informan lebih kepada dua posisi, yaitu dominan-hegemonik dan oposisional. Posisi negosiasi jarang terjadi karena tema gender yang diangkat dalam kehidupan agama lebih dinilai sebagai sesuatu yang berlawanan. Posisi dominan-hegemonik dimungkinkan terjadi pada penonton yang memiliki keterbukaan terhadap suatu wacana. Sedangkan posisi oposisional terjadi karena penonton membawa seperangkat nilai yang dijadikan standar dan tidak bisa diubah. Penonton lebih fokus pada simbol agama yang dikemas dalam film *Perempuan Berkalung Sorban*.

Berbeda dari kedua penelitian tersebut, penelitian ini tidak berkaitan dengan teks agama, tetapi terletak pada rasisme dimana perbedaan warna kulit menjadi masalah yang cukup besar di Amerika. Skripsi ini ditujukan untuk melihat

bagaimana pemaknaan khalayak terhadap teks film yang menampilkan rasisme di Amerika Serikat.

F. TINJAUAN PUSTAKA

a. Komunikasi Massa

Effendi mengartikan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa, meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada umum, dan film yang dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop (Effendi, 1993: 79).

Pendapat lain dijelaskan oleh Nurudin, menurutnya media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada audiens yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas (Nurudin, 2009: 9).

Charles R. Wright menggambarkan karakteristik komunikasi massa secara jelas. Menurutnya, bentuk baru komunikasi dapat dibedakan dari corak-corak yang lama karena memiliki karakteristik utama sebagai berikut:

- a. Diarahkan pada khalayak yang relatif besar, heterogen, dan anonim,
- b. Pesan disampaikan secara terbuka, seringkali dapat mencapai kebanyakan khalayak secara serentak, bersifat sekilas,

- c. Komunikator cenderung berada atau bergerak dalam organisasi yang kompleks yang melibatkan biaya besar (Ardianto & Komala, 2005: 5).

Proses komunikasi massa tidaklah sama dengan media massa (organisasi yang memiliki teknologi yang memungkinkan terjadinya komunikasi massa). Media massa juga dapat dimanfaatkan untuk tujuan orang perorangan (individu) atau organisasi. Media massa yang membawa pesan-pesan publik kepada masyarakat luas juga dapat memuat pesan-pesan pribadi (personal), seperti ucapan terima kasih, ucapan selamat atau duka cita yang sifatnya pribadi. Dengan demikian, telah terjadi penyatuan (konvergensi) komunikasi dimana garis batas antara bidang publik dan pribadi serta komunikasi skala luas dan komunikasi individu semakin tidak jelas batasnya (Morissan dkk, 2010:8).

McQuail menjelaskan bahwa terdapat empat elemen utama yang signifikan dalam kehidupan masyarakat yang lebih luas, yaitu:

1. Tujuan, kebutuhan, atau penggunaan komunikasi tertentu
2. Teknologi untuk berkomunikasi kepada massa dengan adanya jarak
3. Bentuk-bentuk organisasi sosial yang menyediakan keahlian dan kerangka untuk mengatur produksi dan distribusi
4. Bentuk-bentuk peraturan dan kontrol

Elemen-elemen tersebut tidak memiliki hubungan yang kaku antara satu sama lain dan sangat bergantung pada keadaan waktu dan tempat. Terkadang sebuah teknologi komunikasi diterapkan karena kebutuhan atau penggunaan yang sudah terlebih dulu ada, seperti teknologi cetak menggantikan salin tangan atau telegraf menggantikan perpindahan fisik dari pesan penting. Namun terkadang teknologi seperti film atau siaran radio yang muncul mendahului adanya kebutuhan yang jelas. Kombinasi elemen-elemen diatas yang sesungguhnya terjadi biasanya tergantung baik pada faktor bahan maupun ciri dari iklim sosial budaya yang sulit dijelaskan. Meskipun demikian, sangat mungkin bahwa pada derajat tertentu dari kebiasaan berpikir, berekspresi, dan bertidak merupakan kondisi utama yang paling penting bagi perkembangan media cetak dan media lainnya, walaupun tidak demikian pada saat penemuan awal (McQuail, 2011: 26-27).

b. Film

Baran menjelaskan bahwa ada tiga komponen dalam industri film. Pertama adalah produksi, produksi merupakan proses pembuatan film. Di Amerika Serikat, sekitar 900 fitur film panjang diproduksi setiap tahunnya. Dalam kaitannya, teknologi sangat mempengaruhi produksi. Misalnya format *videotape* yang digunakan pada tahun 1999, kemudian efek khusus (*special effect*) yang dapat dilihat dalam film besar pada tahun 2007 seperti *Titanic*, *Transformers*, *Spiderman*, *Pirates of the Caribbean: At World's End*, dan

Harry potter and The Order of The Phoenix. Sisi lain dari efek khusus computer canggih adalah bertambahnya biaya produksi.

Kedua adalah distribusi, distribusi merupakan hal yang paling mudah dilakukan dalam pembuatan film dan mengirimnya ke teater. Sekarang, distribusi adalah menyalurkan ke jaringan televisi, kabel, dan satelit dan para pembuat kaset video dan *videodisc*. Faktor penting dalam promosi film dan kesuksesan keuangan adalah keputusan distributor untuk memutar film dalam beberapa layar. Salah satu strateginya adalah *platform rollout*, yaitu memutar film dalam beberapa layar dan berharap ada respons kritik, sukses di festival film, dan ulasan dari mulut ke mulut yang menyatakan kelebihan film tersebut menjadi cara sukses. Keuntungannya adalah berkurangnya biaya produksi.

Ketiga adalah Pemutaran, setidaknya ada 38.000 bioskop film di Amerika dari lebih dari 6000 tempat. Delapan puluh persen teater memiliki dua bioskop atau lebih dengan 340 tempat duduk didalamnya. Tidak mengagetkan bagi para penonton jika pemutaran film mengambil keuntungan dari penjualan beberapa barang seperti popcorn dan Goobers dengan keuntungan 80% ditambah 40% dari keuntungan teater (Baran, 2011: 216-221).

Sejarah gambar bergerak dapat ditelusuri kembali pada abad ke-19 dari penemuan Thomas Edison. Bahkan sebelum gambar bergerak berbicara yang

meledak di tahun 1930-an dan 1940-an, sebuah film secara kuat menggambarkan dampak media massa pada masyarakat yang lebih luas. Pada tahun 1915, film *Birth of a Nation* mendapat pujian. Namun, dalam hal hubungan ras, film dikritik karena stereotip ras Afrika Amerika. Industri film telah lama mewakili modal miliaran dollar. Bagaimanapun, hal ini dapat dikatakan memperkuat stereotip budaya yang ada dari kelompok yang kurang terwakili (Jackson dalam Orbe, 2013: 239).

c. **Ras dan *Stereotype***

Ras merupakan konsepsi sosial yang timbul dari usaha untuk mengelompokkan orang ke dalam kelompok-kelompok yang berbeda. Identitas rasial biasanya berhubungan dengan ciri-ciri fisik luar seperti warna kulit, tekstur rambut, penampilan wajah, dan bentuk mata. Konsep identitas rasial berlaku di Amerika Serikat sebagai gagasan secara sosial yang tidak diragukan berhubungan dengan warisan historis seperti perbudakan, penganiayaan suku Indian di Amerika, isu hak sipil, dan yang terbaru peningkatan imigran. Sulit untuk menyatakan akibat dari rasisme, karena efeknya dapat secara sadar ataupun tidak sadar. Apa yang kita ketahui adalah bahwa rasisme membahayakan bagi penerima perilaku yang merusak ini juga kepada pelakunya sendiri. Tindakan rasisme merendahkan si target dengan mengingkari identitasnya, dan hal ini menghancurkan suatu budaya dengan

menciptakan pembagian kelompok secara politik, sosial, dan ekonomi dalam suatu negara (Samovar dkk, 2010: 187-211).

Robert Blauner menggambarkan rasisme sebagai kecenderungan untuk orang-orang yang dikategorikan budaya berbeda dalam hal ciri-ciri fisik mereka, seperti warna kulit, warna rambut, tekstur wajah, dan bentuk mata. Dalmas Taylor menawarkan pendekatan terkait yang fokus pada komponen perilaku rasisme. Taylor mendefinisikan rasisme sebagai efek kumulatif dari individu, lembaga, dan budaya yang mengakibatkan penindasan etnis minoritas. Pendekatan Taylor berguna dalam bahwa ia mengakui bahwa rasisme dapat terjadi pada tiga tingkatan yang berbeda: individu, kelembagaan, dan budaya (Lustig dan Koester, 2003: 157-158).

Dalam satu pengertian tampaknya adalah suatu kebenaran bahwa kita hendaknya berbicara tentang representasi dan stereotip pada saat yang sama. Meski banyak stereotip negatif yang menjadi wajah representasi-representasi yang tidak dapat diterima, stereotip itu memang wajah dan bukan tubuh dan substansi dari misrepresentasi. Media dapat menjajakan gagasan-gagasan tentang pria berkulit hitam sebagai pengedar narkoba atau germo, dan perempuan berkulit hitam sebagai perempuan tunasusila. Hal ini membentuk stereotip sebagai suatu deskripsi yang simplistik dan reduksionis yang menetapkan standar terhadap apa yang normal. Dan juga mungkin untuk mengidentifikasi kategorisasi melalui ras yang dapat dikenali

(*recognizable*), tetapi tidak stereotipik secara tegas. Hal ini lebih merupakan cara membentuk pandangan tentang kualitas perbedaan yang berkaitan dengan ras (Burton, 1999: 143-144).

Neubeck menjelaskan bahwa terdapat dua jenis rasisme. Tipe pertama adalah *Personal Racism* (individu atau kelompok kecil) yang mengungkapkan perasaan negatif dengan kata-kata dan/atau tindakan terhadap orang berkulit hitam. Tipe kedua adalah *Institutional Racism*, dimana institusi melakukan operasi rutin berskala besar seperti bisnis dan sistem kerja politik untuk merugikan kelompok minoritas umumnya.

1. *Personal Racism*

Personal Racism terjadi ketika individu (atau kelompok kecil individu) memiliki sikap curiga dan/atau terlibat dalam perilaku diskriminatif dan sejenisnya. Manifestasi *Personal Racism* adalah stereotip individu atas dasar dugaan perbedaan ras, menghina nama dan referensi, perlakuan diskriminatif selama kontak interpersonal, ancaman, dan tindak kekerasan terhadap anggota kelompok minoritas yang diduga menjadi ras inferior. Berikut adalah contoh tindakan *Personal Racism*;

- a. Seorang petugas mempekerjakan orang kulit hitam hanya untuk pekerjaan tingkat rendah, berdasarkan stereotip tentang kemampuan

atau takut bahwa kulit hitam akan membawa reaksi negatif dari para pekerja putih,

- b. Seorang guru berasumsi bahwa anak-anak di kelas yang bukan anggota dari mayoritas kulit putih tidak bisa belajar dan karena itu mereka hanya diberi sedikit perhatian,
- c. Pengemudi mobil berhenti di lampu merah, melihat ada pemuda berkulit hitam mendekati penyeberangan, pengemudi bergegas mengunci pintu mobil karena beranggapan bahwa mungkin pemuda berkulit hitam tersebut berbahaya.

Di sisi lain, *Personal Racism* juga dapat berupa tindakan nyata dari kebencian rasial. Ini sering mendapatkan perhatian media, terutama ketika tindakan yang mengancam jiwa atau membawa implikasi kekerasan. Dalam beberapa tahun terakhir "kejahatan kebencian" atau "kejahatan Bias" terhadap orang kulit hitam (juga terhadap orang-orang Yahudi, laki-laki gay, dan lesbian, dan lain-lain) telah mengakibatkan cedera serius dan kematian, menginspirasi beberapa negara untuk mengeluarkan undang-undang kejahatan rasial untuk pencegahan tindakan rasisme.

2. *Institutional Racism*

Rasisme kelembagaan melibatkan perlakuan yang diberikan khusus untuk masyarakat minoritas di tangan lembaga tersebut. *Institutional Racism* menarik perhatian pada fakta bahwa kelompok-kelompok seperti

penduduk asli Amerika, Afrika-Amerika, latino-Amerika, dan Asia-Amerika sering menemukan diri mereka menjadi korban rutin kerja struktur organisasi tersebut. Tidak seperti beberapa bentuk *Personal Racism*, rasisme yang terjadi melalui operasi sehari-hari dan tahun ke tahun dari lembaga berskala besar seringkali sulit untuk mendeteksi tanpa investigasi. Berikut contoh dari tindakan *Institutional Racism*;

- a. Aturan Senioritas diterapkan hanya kulit putih yang dipekerjakan. Baru-baru ini pekerja minoritas lebih tunduk pada PHK dibandingkan kulit putih,
- b. Tes atau akademik kredensial secara rutin digunakan untuk karyawan potensial ketika tes tersebut diarahkan untuk pengetahuan dan pengalaman yang paling mungkin dimiliki oleh anggota kelas menengah kulit putih,
- c. Kebijakan kredit dari bank dan lembaga keuangan lainnya dilaksanakan dengan cara-cara yang membuat sulit untuk mendapatkan hipotek atau pinjaman untuk perbaikan rumah di lingkungan minoritas.

Institutional Racism merupakan fenomena sosial dimana yang putih berada dalam posisi untuk menggerakkan dan mempertahankan. Kuncinya adalah kekuasaan atas struktur organisasi dan operasi mereka. Sejak orang kulit berwarna gelap umumnya tidak memiliki akses ke posisi kekuasaan di lembaga-lembaga utama yang mempengaruhi mereka, mereka tidak mampu

melakukan diskriminasi terhadap orang kulit putih pada tingkat ini. Satu bisa bicara, misalnya, tentang insiden "black racism" pada tingkat personal. Tapi harus diingat bahwa minoritas tidak pernah memiliki, dan tidak memiliki hari ini, sarana tindakan rasisme pada institusi yang sama dan dengan efek yang sama dengan kulit putih (Neubeck, 1997: 269-277).

Banyak teori rasisme difokuskan pada prasangka individu dan diskriminasi bukan pada organisasi atau masyarakat. Rasisme sendiri mengacu pada sikap, keyakinan, atau perilaku individu yang mengakibatkan perlakuan tidak adil atau peluang bagi kaum minoritas. Sebaliknya, rasisme institusional berfokus pada kebijakan dan praktik yang memiliki konsekuensi yang tidak sama untuk minoritas, terlepas dari apakah kebijakan ini disertai dengan keyakinan rasis organisasi. Dengan munculnya gerakan hak-hak sipil, itu tidak lagi dapat diterima secara sosial dalam banyak situasi untuk berbicara secara terbuka dengan cara berprasangka atau bertindak diskriminasi secara terang-terangan. Sebagai gantinya munculah jenis baru rasisme individu dan teori-teori rasis. Rasisme baru, bukannya mengelompokkan masalah-masalah sosial dalam hal inferioritas biologis, menggeser penjelasan ke salah satu inferioritas budaya. Efek determinisme budaya ini adalah sama (Briggs, dalam pers). Anggota kelompok minoritas tetap dipersalahkan atas kondisi mereka, sedangkan lembaga-lembaga sosial kulit putih mempertahankan bahwa kulit putih memiliki hak istimewa (Mattaini, 1996: 149).

d. *Audience*

Audience merupakan salah satu elemen dari komunikasi massa. *Audience* yang dimaksud dalam komunikasi massa sangat beragam. Masing-masing *audience* berbeda satu sama lain diantaranya dalam hal berpakaian, berpikir, menanggapi pesan yang diterimanya, pengalaman, dan orientasi hidupnya. Akan tetapi masing-masing individu bisa saling mereaksi pesan yang diterimanya. Menurut Hiebert dan kawan-kawan, *audience* dalam komunikasi massa setidaknya-tidaknya mempunyai lima karakteristik sebagai berikut:

1. *Audience* cenderung berisi individu-individu yang condong untuk berbagi pengalaman dan dipengaruhi oleh hubungan sosial di antara mereka. Individu-individu tersebut memilih produk media yang mereka gunakan berdasarkan seleksi kesadaran,
2. *Audience* cenderung besar. Besar disini berarti tersebar ke berbagai wilayah jangkauan sasaran komunikasi massa. Meskipun begitu, ukuran luas ini sifatnya bisa jadi relatif. Sebab, ada media tertentu yang khalayaknya mencapai ribuan, ada yang mencapai jutaan. Baik ribuan maupun jutaan tetap bisa disebut *audience* meskipun jumlahnya berbeda. Tetapi perbedaan ini bukan sesuatu yang prinsip. Jadi tak ada ukuran pasti tentang luasnya *audience* itu,

3. *Audience* cenderung heterogen. Mereka berasal dari berbagai lapisan dan kategori sosial. Beberapa media tertentu mempunyai sasaran, tetapi heterogenitasnya juga tetap ada,
4. *Audience* cenderung anonim, yakni tidak mengenal satu sama lain.
5. *Audience* secara fisik dipisahkan dari komunikator. Dapat juga dikatakan *audience* dipisahkan oleh ruang dan waktu (Nurudin, 2009: 104-106).

Konsep khalayak menunjukkan adanya sekelompok pendengar atau penonton yang memiliki perhatian, reseptif, tetapi relatif pasif yang terkumpul dalam latar yang kurang lebih bersifat publik. Khalayak merupakan produk konteks sosial (yang mengarah pada kepentingan budaya, pemahaman, dan kebutuhan informasi yang sama) serta respons terhadap pola pasokan media tertentu. Seringkali keduanya berada pada saat yang bersamaan, ketika sebuah media dirancang untuk menarik anggota kategori sosial tertentu atau penduduk di wilayah tertentu. Penggunaan media juga mencerminkan pola yang lebih luas dan penggunaan waktu, ketersediaan, gaya hidup, dan rutinitas sehari-hari (McQuail, 2011: 144).

Macam-macam profil khalayak:

1. Profil Geografis

Profil khalayak berdasarkan tempat tinggal. Contohnya, orang-orang yang tinggal di daerah yang sama diasumsikan memiliki kebutuhan dan keinginan yang sama.

2. Profil Sociodemografis

Data-data demografis meliputi usia, jenis kelamin, status perkawinan, pendidikan, pekerjaan, penghasilan, agama, dan faktor-faktor sosial, ekonomi, dan budaya lainnya.

3. Profil Gaya Hidup (*Life Style*) dan Psikografis

Gaya hidup adalah pola dimana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang. Gaya hidup adalah fungsi motivasi konsumen (khalayak) dan pengalaman sebelumnya, kelas sosial, demografi, dan variabel lain. Gaya hidup adalah konsepsi ringkasan yang mencerminkan nilai konsumen. Psikografi adalah teknik utama yang digunakan oleh peneliti khalayak (konsumen) sebagai ukuran operasional dari gaya hidup. Riset psikografi bisa dilakukan secara kuantitatif dengan sampel besar ataupun kualitatif seperti wawancara kelompok fokus atau wawancara mendalam. Profil psikografis merujuk pada kepribadian dan gaya hidup khalayak (Kriyantono, 2010: 336-337).

Khalayak kemudian didefinisikan ke dalam cara yang berbeda-beda dan saling tumpang tindih, yakni oleh tempat, jenis media, konten dari pesan, dan waktu. Nightingale menyatakan empat jenis tipologi baru untuk mencirikan jenis-jenis khalayak, sebagai berikut:

1. Khalayak sebagai 'kumpulan orang-orang'. Utamanya, kumpulan ini diukur ketika menaruh perhatian pada tampilan media atau produk tertentu pada waktu yang ditentukan. Inilah yang dikenal sebagai 'penonton',
2. Khalayak sebagai 'orang-orang yang ditujukan'. Merujuk pada kelompok orang yang dibayangkan oleh komunikator. Serta kepada siapa konten dibuat. Hal ini juga diketahui sebagai khalayak yang 'terlibat' atau 'terinterpelasi',
3. Khalayak sebagai 'yang berlangsung'. Pengalaman penerimaan sendirian atau dengan orang lain sebagai peristiwa interaktif dalam kehidupan sehari-hari, berlangsung dalam konteks tempat atau fitur lain,
4. Khalayak sebagai 'pendengar' atau 'audisi'. Utamanya merujuk pada pengalaman khalayak yang berpartisipasi, ketika khalayak ditempatkan didalam sebuah pertunjukkan atau diperbolehkan untuk berpartisipasi melalui alat yang jauh atau memberikan respons secara bersamaan (McQuail, 2011: 144-145).

Khalayak media massa modern berbagi beberapa ciri yang sama, tetapi juga sangat berbeda dalam beberapa hal. Khalayak media massa lebih beragam, dalam hal konten yang tersedia dan perilaku sosial yang terlibat. Tidak ada elemen perkumpulan publik. Khalayak tetap berada dalam kondisi yang berkelanjutan, alih-alih terbentuk sewaktu-waktu untuk pertunjukan tertentu. Khalayak media massa tertarik pada pasokan konten untuk

memenuhi kepuasan alih-alih terbentuk dalam respons terhadap pertunjukan atau ketertarikan berkala (McQuail, 2011: 146).

e. Analisis Resepsi

Suatu teks begitu terkonstruksi sehingga hanya dapat dipahami dengan satu cara, menimbulkan gagasan tentang pembacaan yang lebih disukai. Yaitu, satu makna lebih disukai atas makna-makna yang lain. Hal ini berkaitan dengan gagasan tentang kekuasaan atas audiens. Analisis resepsi menaruh perhatian terhadap keadaan-keadaan sosial spesifik dimana pembacaan berlangsung (Burton, 1999: 186-193).

Penonton adalah pencipta aktif makna dalam kaitannya dengan teks. Mereka sebelumnya membawa kompetensi budaya yang diperoleh untuk membaca teks sehingga audiens berbeda akan melihat dengan makna yang berbeda. Teks dapat menyusun aspek makna dengan membimbing pembaca, tetapi tidak dapat memperbaiki makna, yang merupakan hasil dari osilasi antara teks dan imajinasi pembaca (Barker, 2000: 32-33).

Ada tiga tahap riset *media culture*, yaitu:

1. *Reception Research*

Kelahiran *Reception Research* dalam penelitian komunikasi massa kembali pada *Encoding* dan *Decoding* Stuart Hall (1974) dalam wacana televisi. Apa yang dikenal sebagai *Reception Research* dalam studi media

adalah terkait dengan kajian budaya dan Birmingham Centre, meskipun kemudian menunjukkan bahwa teori resepsi memiliki akar lainnya. Pertama, sedikit banyak dijalankan dan tema yang telah diangkat dalam paradigma *uses and gratification*. Kedua, studi resepsi pada penelitian komunikasi massa didahului sejarah dan kemudian dipengaruhi oleh *german reception theory* yang dikembangkan pada akhir 1960. Media penelitian dipahami sebagai cabang dari gerakan intelektual yang lebih luas yang disebut *Cultural Studies*. Stuart Hall benar-benar menyajikan model yang cukup sederhana.

2. *Audience Ethnography*

Apa yang dikenal sebagai studi penerimaan khalayak kualitatif berarti bahwa menganalisis program dan mempelajari penerimaan di antara audiens tertentu dengan melakukan wawancara 'mendalam' dari penonton. Namun, seiring dengan peningkatan jumlah studi penerimaan empiris, terjadi serangkaian perubahan dalam paradigma resepsi, sehingga dapat dikatakan bahwa paradigma etnografi penonton baru diciptakan.

3. Pandangan Konstruksionis

Tujuan dari pandangan konstruksionis ini adalah untuk mendapatkan pemahaman dari budaya media kontemporer, karena dapat dilihat dalam peran media dalam kehidupan sehari-hari, baik sebagai topik atau sebagai suatu kegiatan terstruktur dan penataan wacana di mana ia dibahas.

Perkembangan riset media budaya telah diberitahu dalam tiga generasi studi. Pengembangan ini ditandai pertama sebagai *encoding / decoding* etnografi penonton dan kemudian ke tampilan diskursif atau konstruksionis media dan khalayak (Alaasutari, 1999: 2-8).

Encoding dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan sumber untuk menerjemahkan pikiran dan ide-idenya ke dalam suatu bentuk yang dapat diterima oleh indera pihak penerima. Jika anda akan mengatakan sesuatu, maka otak dan lidah akan bekerja sama untuk menyusun kata-kata dan membentuk kalimat. Seorang sutradara film mungkin akan meminta juru kamera untuk mengambil objek-objek tertentu yang dapat mewujudkan imajinasi yang ada di pikiran sutradara. *Encoding* dalam proses komunikasi dapat berlangsung satu kali namun dapat terjadi berkali-kali. Dalam percakapan tatap muka, pembicara melakukan *encoding* terhadap pikiran atau idenya ke dalam kata-kata (Morissan, 2013: 18-19).

Kegiatan penerimaan pesan diawali dengan proses *decoding* yang merupakan kegiatan yang berlawanan dengan proses *encoding*. *Decoding* adalah kegiatan untuk menerjemahkan atau menginterpretasikan pesan-pesan fisik ke dalam suatu bentuk yang memiliki arti bagi penerima (Morissan, 2013: 21).

Media melakukan kontrol terhadap isi pesan dengan melakukan *encoding* terhadap pesan. Sebagaimana dikemukakan Becker, untuk dapat

dimengerti maka isi media harus diubah ke dalam bentuk-bentuk simbolis. Komunikator memiliki pilihan terhadap sejumlah kode dan simbol yang akan mempengaruhi makna isi pesan bagi penerimanya. Karena kode, simbol, dan bahasa memiliki latar belakang ideologi. Maka pemilihan kode, simbol dan bahasa sadar atau tidak juga menjadi pilihan terhadap ideologi.

Pada saat bersamaan, audiensi akan menggunakan berbagai kategori yang mereka miliki untuk melakukan *decoding* terhadap pesan. Dan mereka sering kali menginterpretasikan pesan media melalui cara-cara yang tidak dikehendaki oleh sumber pesan sehingga menimbulkan makna yang berbeda. Sebagai akibat munculnya makna yang berbeda ini, ideologi yang berlawanan akan muncul di masyarakat. Makna yang diinginkan suatu pesan iklan dapat hilang atau tidak diterima oleh kelompok audiensi tertentu karena mereka memberikan interpretasi dengan cara berbeda (Morissan, 2013: 549).

Menurut Stuart Hall, khalayak melakukan *decoding* terhadap pesan media melalui tiga kemungkinan posisi, yaitu: posisi Hegemoni Dominan, Negosiasi, dan Oposisi.

1. Posisi Hegemoni Dominan. Stuart Hall menjelaskan Hegemoni Dominan sebagai situasi dimana “*the media produce the message; the masses consume it. The audience reading coincide with the preferred reading*” (media menyampaikan pesan, khalayak menerimanya. Apa yang disampaikan media secara kebetulan juga disukai oleh khalayak). Ini

adalah situasi dimana media menyampaikan pesannya dengan menggunakan kode budaya dominan dalam masyarakat. Dengan kata lain, baik media dan khalayak sama-sama menggunakan budaya dominan yang berlaku. Media harus memastikan bahwa pesan yang diproduksinya harus sesuai dengan budaya dominan yang ada dalam masyarakat. Jika misalnya khalayak menginterpretasikan pesan iklan di media melalui cara-cara yang dikehendaki media maka media, pesan, dan khalayak sama-sama menggunakan ideologi dominan

2. Posisi Negosiasi, yaitu posisi dimana khalayak secara umum menerima ideologi dominan namun menolak penerapannya dalam kasus-kasus tertentu (sepaimana dikemukakan Stuart Hall: *the audience assimilates the leading ideology in general but opposes its application in specific case*) Dalam hal ini, khalayak bersedia menerima ideologi dominan yang bersifat umum, namun mereka akan melakukan beberapa pengecualian dalam penerapannya yang disesuaikan dengan aturan budaya setempat.
3. Posisi Oposisi. Cara terakhir yang dilakukan khalayak dalam melakukan decoding terhadap pesan media adalah melalui oposisi yang terjadi ketika khalayak audiensi yang kritis mengganti atau mengubah pesan atau kode yang disampaikan media dengan pesan atau kode alternatif. Audiensi menolak makna pesan yang dimaksudkan atau disukai media dan menggantikannya dengan cara berpikir mereka sendiri terhadap topik yang disampaikan media. Stuart Hall menerima fakta bahwa media membingkai

pesan dengan maksud tersembunyi yaitu untuk membujuk, namun demikian khalayak juga memiliki kemampuan untuk menghindari diri dari kemungkinan tertelan oleh ideologi dominan. Namun demikian sering kali pesan bujukan yang diterima khalayak bersifat sangat halus. Para ahli teori studi kultural tidak berpandangan khalayak mudah dibodohi media, namun seringkali khalayak tidak mengetahui bahwa mereka telah terpengaruh dan menjadi bagian dari ideologi dominan (Morissan, 2013: 550-551).

E. METODE PENELITIAN

a. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif dengan menggunakan metode analisis resepsi. Menurut Denzin dan Lincoln, perkembangan metode kualitatif saat ini dibedakan menjadi tujuh tahap, yaitu tahap tradisional, modernisme atau abad emas, *genre* yang 'kabur', krisis representasi, postmodernisme sebagai periode eksperimen dan etnografi baru, posteksperimen, dan tahap kualitatif menuju masa depan. Ketujuh tahap ini menunjukkan bahwa metode kualitatif digunakan untuk menganalisis berbagai masalah ilmu sosial humaniora, seperti: demokrasi, ras, gender, kelas, negara bangsa, globalisasi, kebebasan, dan masalah-masalah kemasyarakatan pada umumnya (Ratna, 2010: 93).

Alaasutari memaknai studi resepsi sebagai analisis yang mempelajari penerimaan di antara audiens tertentu dengan melakukan wawancara ‘mendalam’ dari audiens (Alaasutari, 1999: 4). Dengan analisis resepsi, diharapkan penelitian ini dapat mendeskripsikan pemaknaan khalayak terhadap film *12 Years A Slave* mengenai rasisme yang terjadi di Amerika Serikat.

b. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu:

1. Data Primer

Sumber data pertama dalam penelitian ini berupa wawancara dan teks dokumen. Wawancara adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam (Kriyantono, 2010: 102). Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan informan yang memiliki darah tertentu atau ras yang berbeda-beda. Informan ini dipilih karena mereka adalah orang-orang yang paling memungkinkan mengalami diskriminasi ras dan mereka juga biasanya memiliki tingkat sensitifitas yang sangat tinggi terhadap pergaulannya, sehingga pengalamannya tersebut dapat menghasilkan makna yang berbeda ketika mereka menonton film *12 Years A Slave* dengan isu rasisme yang terkandung

didalamnya. Para informan ini adalah orang-orang berdarah China, Timur Tengah, dan Flores. Ras tersebut merupakan ras minoritas di tanah jawa, sama halnya dengan cerita di film ini yang menceritakan ras minoritas yang tinggal di Amerika Serikat.

Sementara teks dokumen yang digunakan adalah film *12 Years A Slave*, dengan memfokuskan pada masalah rasisme yang terjadi di Amerika Serikat.

2. Data Sekunder

Sumber data kedua diperoleh melalui studi kepustakaan. Peneliti menelaah buku-buku, penelitian terdahulu, internet, dan sumber-sumber lain untuk mendukung penelitian. Data sekunder ini digunakan sebagai pelengkap data primer.

c. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara dengan informan yang telah dipilih. Informan tersebut adalah beberapa orang dari ras berbeda yang telah menonton film *12 Years A Slave*. Wawancara digunakan untuk mendapatkan cerita pengalaman dari informan saat menonton film tersebut, dengan memfokuskan pada tema rasisme didalamnya.

Sampel dipilih secara acak dengan tujuan dan maksud tertentu namun sampel itu tetap yang paling kredibel untuk menjawab masalah, sampel jenis

ini biasa disebut dengan *purposive sampling*. Kriyantono menjelaskan bahwa *purposive sampling* mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat periset berdasarkan tujuan riset. Sedangkan orang yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut tidak dijadikan sampel (Kriyantono, 2010: 158). Kriteria yang dibutuhkan untuk menjadi informan dalam penelitian ini adalah orang dari etnis minoritas yang ada di pulau Jawa yang telah menonton film *12 Years A Slave*.

Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah film *12 Years A Slave*. Film ini merupakan adaptasi dari kisah nyata, film ini menarik karena menampilkan akibat buruk dari rasisme namun film ini sendiri sudah rasis yaitu ketika kulit hitam pada akhirnya menang atas bantuan kulit putih, artinya bahwa kulit hitam tetap tidak berdaya tanpa bantuan kulit putih.

d. Teknik Validitas Data

Validitas mengarah pada apakah temuan penelitian benar dan pasti, yaitu temuan penelitian merefleksikan situasi yang diteliti dan didukung oleh bukti. Peneliti membangun validitas dengan cara Triangulasi Data, jenis triangulasi ini adalah memakai berbagai sumber perolehan data.

e. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah model Millies dan Huberman, yaitu Reduksi Data, Penyajian Data, dan Penarikan Kesimpulan (Satori dan Komariah, 2013: 218). Dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Peneliti mengolah dan mempersiapkan data yaitu transkrip wawancara,
2. Menganalisis lebih detail dengan cara meng-koding data, yaitu proses mengolah materi menjadi segmen tulisan sebelum memaknainya.
3. Peneliti menganalisis hasil wawancara dan pemaknaan yang didapat dari para informan, kemudian menyimpulkan data tersebut dan ditulis pada hasil penelitian.

f. Kerangka Pemikiran