

ANALISIS ISI FILM “THE PLATFORM”

Dea Angga Maulana Prima

Department of communication and Design, Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya

Article Info

Article history:

Received July 15, 2022

Revised August 05, 2022

Accepted August 31, 2022

Keywords:

Analisis Isi

Film

Media

ABSTRAK

Perkembangan perfilman sudah berkembang dengan pesat dari tahun ke tahun. Berbagai macam tema sebuah film telah dimunculkan sebagai sebuah sarana hiburan ataupun untuk menyampaikan pesan bagi orang-orang. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pesan yang disampaikan dari sebuah film “*The Platform*” dengan cara menganalisis isi (*content analysis*) secara kualitatif mengenai paparan cerita yang disajikan. Film “*The Platform*” ini yang bergenre horror fiksi ilmiah sosial yang mendeskripsikan tentang seorang relawan yang masuk ke sebuah penjara berbentuk vertikal yang mana di dalamnya terdapat tahanan-tahanan yang serakah. Pesan dalam cerita film “*The Platform*” ini menyampaikan tentang fenomena kehidupan kapitalis.

ABSTRACT

The development of the film industry has grown rapidly from year to year. Various themes of a film have emerged as a means of entertainment or to convey messages to people. This study aims to describe the message conveyed from a film “The Platform” by analyzing the content (content analysis) qualitatively regarding the presentation of the story presented. The film “The Platform” is a social science fiction horror genre that describes a volunteer who enters a vertical prison in which there are greedy prisoners. The message in the story of the film “The Platform” conveys the phenomenon of capitalist life.

Corresponding Author:

Dea Angga Maulana Prima

Department of communication and Design,

Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya,

Jalan Sekolah Internasional 1-2, Kota Bandung, Indonesia

Email: deaanggamaulanaprima@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Film merupakan media komunikasi yang bersifat audio visual untuk menyampaikan suatu pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat tertentu. Film juga dianggap sebagai media komunikasi massa yang ampuh terhadap massa yang menjadi sasarannya, karena sifatnya yang audio visual, film mampu bercerita banyak dalam waktu yang singkat. Ketika menonton film, penonton seakan-akan dapat menembus ruang dan waktu yang dapat menceritakan kehidupan dan bahkan dapat mempengaruhi khalayak (Baran, 2012: 231).

Ada yang menganggap film merupakan sebuah tayangan hiburan semata, ada pula yang menganggap film adalah sebuah media yang dapat memberikan pembelajaran bagi penontonnya.

Bagi pembuat film, tak jarang mereka membuat film atas dasar pengalaman pribadi atau pun kejadian nyata yang diangkat ke dalam layar lebar. Karena pada dasarnya Film selalu merekam realitas yang tumbuh dan berkembang di dalam suatu masyarakat dan kemudian memproyeksikannya ke dalam layar (Sobur, 2006: 127).

Menurut Redi Panuju, film dapat menjadi media pembelajaran yang baik bagi penontonnya tidak semata menghibur, Film juga mampu menyampaikan pesan langsung lewat gambar, dialog, dan lakon sehingga menjadi medium yang paling efektif untuk menyebarkan misi, gagasan, dan kampanye, apapun itu. Hal itu disampaikannya dalam acara bedah buku “Film Sebagai Proses Kreatif” di Wisma Kalimetro dan juga menghadirkan Nuruddin sebagai pembahas yang menekankan proses kreatif dalam film harus mendapatkan apresiasi dalam medium beragam juga. Nurudin menjelaskan, apresiasi yang beragam terhadap film dan industrinya agar menjadi faktor pendorong kemajuan film itu sendiri. Ilmu Komunikasi sudah serius melakukan beragam penelitian tentang film-film di Indonesia.

Film bisa mempersuasi dan menggerakkan penonton berdasarkan isi pesan (*message*) dibalikinya, namun tidak berlaku sebaliknya. Film menampilkan realitas yang sedang tren dalam masyarakat, lalu diproyeksikan ke layar lebar. Padahal, film merupakan media audiovisual yang dapat dinikmati oleh semua lapisan masyarakat. Kekuatan film untuk menjangkau semua kelas sosial telah membuat para ahli percaya bahwa film memiliki potensi untuk mengubah persepsi penonton. Salah satu faktor yang dapat mencirikan sebuah film adalah identitas psikologis. Pengaruh sebuah film terhadap karakter penonton tidak hanya duduk di kursi bioskop, tetapi bisa bertahan lama. Suka meniru cara berpakaian atau gaya rambut. Ini disebut imitasi. Jenis penonton yang rentan adalah anak-anak dan generasi muda, meski terkadang ada juga yang dewasa. Tentu tidak masalah jika penonton hanya meniru cara mereka berpakaian. Namun, jika peniruan merupakan cara hidup yang tidak sesuai dengan norma budaya nasional Indonesia, pasti ada yang salah. Efek ini dihindari (Ardianto, 2007: 32). Komunikasi Massa. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Film merupakan produk budaya yang menambah wawasan intelektual dan artistik. Namun Selain sebagai produk budaya, film merupakan produk teks yang dapat dimaknai secara bebas. Dengan demikian, nilai yang tersirat pada sebuah film bisa memicu pikiran penonton. Selanjutnya, film bukan produk budaya yang memiliki sifat pasif, tetapi aktif. Film bisa mempersuasi, baik terhadap proses rekonstruksi budaya ataupun pada proses dekrusi budaya dalam masyarakat.

Berbagai tema film telah diproduksi sebagai sarana hiburan maupun penyampaian pesan bagi khalayak yang menonton. Kekuatan format audio-visual dalam film dinilai mampu menyentuh perasaan dan moral khalayak. Film sering menjadi wadah bagi pembuatnya untuk menyampaikan pesan moral yang tersirat bagi penonton (*audience target*) dari film tersebut. Pesan-pesan tertentu dalam sebuah film dikomunikasikan untuk dibaca, atau di-decodekan oleh penonton, dan selanjutnya memengaruhi pemahaman individu penonton.

Dapat dikatakan, film merupakan bagian dari komunikasi media massa bersifat audio-visual dan bertujuan untuk menyampaikan pesan sosial atau moral tertentu kepada penontonnya. Atasnya adanya realitas yang tumbuh dan berkembang di masyarakat, film pun dapat diciptakan hampir sama dengan apa yang penonton rasakan. Sehingga, saat menonton dan selesai menonton, penonton dapat merasakan sensasi kedekatan dengan adegan yang ada pada film tersebut. Tidak hanya adegan pada film, tapi maksud, tujuan, dan pesan pada film yang ditonton.

Komunikasi massa menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebarkan, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dan jarak waktu yang tetap, misal harian, mingguan, dwimingguan, atau bulanan. Proses produksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga, dan membutuhkan teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri film.

Perkembangan dunia perfilman saat ini sudah berkembang pesat, tak terkecuali di Indonesia. Menurut Ricky Joseph Pesik, Wakil Kepala Bekraf menyampaikan Indonesia dikenal sebagai pasar untuk film-film box office terbesar ke-16 di dunia dengan nilai pasar US\$ 345 juta atau sekitar Rp 4,8 triliun. Berbagai macam film dari berbagai belahan dunia diproduksi dan tak jarang film-film tersebut ditayangkan juga pada bioskop di Indonesia.dengan beragam genre mulai dari horror sampai dengan *action*.

Menurut HB Naveen selaku Ketua Bidang Promosi dan Peredaran Asosiasi Perusahaan Film Indonesia (APFI) “Industri film sedang berada di puncak kejayaan, dengan *box-office* global

mencapai rekor tertinggi pada 2019 sebesar 42,5 miliar dolar AS. Semua indikator tampak sangat baik dan jelas bahwa dunia kreatif -lah yang jadi pendorongnya.”

Menurut Chand Parwez Ketua Umum APFI, industri perfilman Indonesia memang menunjukkan pertumbuhan sejak 2016. Dia bersama APFI pun berkomitmen untuk menghadirkan karya-karya yang diminati penonton film di bioskop. “[Kami] berinvestasi dengan terus menghadirkan variasi genre dan kerja sama dengan berbagai pemangku kepentingan di bidang usaha, khususnya eksibitor, bidang kreatif, komunitas, dan pendidikan,”

Satu diantara judul film rilis tahun 2020 berjudul “The Platform” yang disutradarai Galder Gaztelu-Urrutia, dengan bintang seperti Iván Massagué sebagai Goreng yang namanya diambil dari bahasa Indonesia atau Melayu yaitu goreng, Zorion Eguileor sebagai Trimagasi yang namanya diambil dari ‘terima kasih’ dari bahasa Indonesia dan Melayu, Antonia San Juan sebagai Imoguri yang namanya diambil dari Imogiri yang merupakan tempat pemakaman kaum ningrat di Indonesia, Emilio Buale Coka sebagai Baharat yang namanya diambil dari baharat yang merupakan rempah-rempah yang biasanya digunakan dalam kuliner Turki dan Yunani, Alexandra Masangkay sebagai Miharuru dan Eric L. Goode sebagai Sr. Brambang yang namanya diambil dari brambang atau bawang merah.

Galder Gaztelu-Urrutia menyatakan bahwa pesan kunci dari film ini adalah “...umat manusia harus bergerak maju menuju distribusi kekayaan yang adil”, dengan eksplorasi tentang pentingnya inisiatif individu dalam mendorong perubahan politik yang mengkritik sistem kapitalisme dan sosialisme. Naskah film berdasarkan naskah teater yang ditulis oleh David Desola dan Pedro Rivero, untuk film naskah ini ditambah lebih banyak elemen fisik dan aksi. Penulisan ulang yang “ekstensif” dibutuhkan untuk mengubah naskah teater yang tidak diproduksi ini menjadi naskah film. Sutradara menyatakan bahwa proses ini merupakan “cobaan yang berliku-liku” karena penulis berusaha mempertahankan visi artistik dan tidak mau beberapa perubahan dilakukan.

Sel penjara dibangun untuk produksi film ini di fasilitas Palang Merang yang terletak di pelabuhan di kota Bilbao. Sutradara meminta agar sel terlihat “ekonomis, kuat, [dan] tidak dapat ditembus” yang menekankan proporsi arsitektur dan teknik. Hanya dua tingkatan sel yang dibangun, penampakan banyak tingkatan sel di bagian bawah dan atas setiap sel (terlihat dari lubang di tengah sel) ditambahkan saat pasca produksi menggunakan special effects. Sutradara berkata bahwa sel di menara vertikal “...merupakan representasi dingin yang tidak manusiawi dari *Vertical Self-Management Center*”.

Sutradara menyatakan bahwa “makanan mewah di film ini diperlakukan seperti karakter lain dari cerita, yang secara estetis berlawanan dengan kesederhanaan arsitektur penjara”. Penampakan mewah makanan ditampilkan menggunakan peralatan makan yang digunakan di Istana Versailles yang menggambarkan “keinginan yang berlebihan, erotis, berlimpah” yang “dinodai” ketika platform yang hampir kosong mencapai sasaran, yaitu narapidana yang kelaparan di lantai-lantai bawah.

Sutradara mengakui bahwa film bisa jadi sulit ditonton, tetapi ia menyatakan bahwa pendekatan ini untuk mendorong diskusi dan perdebatan dari penonton mengenai pesan-pesan politik. Ketika ditanya mengenai sisi brutal dan kanibalisme dalam film, sutradara menyatakan bahwa “lubang penjara merupakan refleksi dari masyarakat, kekerasan tersebut tidak bisa disembunyikan. Hal tersebut menunjukkan bagaimana kita menghancurkan satu sama lain.

Film ini menggunakan dua aktor yang berlawanan dengan peran yang biasa mereka jalani, Iván Massagué dan Antonia San Juan, yang biasanya memerankan tokoh komedi, mereka dipilih untuk meringankan subjek film dengan menambahkan “...humor, ironi, dan surrealism”. Film ini mengambil gambar secara berurutan, dimana aktor utama Iván harus mengurangi berat badannya sebanyak 12 kilo selama enam minggu syuting untuk menunjukkan keadaan fisiknya yang menurun.

Maka dengan latar belakang permasalahan tersebut, peneliti akan menggunakan pendekatan analisis isi (content analysis) kualitatif dalam melakukan kajian terhadap isi atau pesan yang ada dalam cerita film “The Platform.” Tujuan dari penelitian ini diharapkan akan memberikan deskripsi dari isi atau pesan dalam cerita film ini sehingga khalayak bisa lebih memahami inti pesan dari penceritaan dalam sebuah film.

Saat ini seiring perjalanan peradaban manusia melalui penemuan teknologi termasuk di dalamnya teknologi komunikasi, bisa dikatakan hampir seluruh masyarakat sudah menggunakan atau mengkonsumsi media massa dalam format beragam dan tingkat kecanggihan teknologi yang

berbeda. Media massa sendiri adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi.¹ Dalam buku *Crisis Public Relations*, Firsan Nova (2009) mengutip McLuhan yang mengemukakan, bahwa media massa merupakan perpanjangan alat indera kita. Melalui media massa kita memperoleh informasi tentang benda, orang, atau tempat yang tidak kita alami secara langsung.²

Pengertian lain komunikasi massa adalah proses penyampaian informasi, ide, dan sikap kepada banyak orang (biasanya dengan menggunakan mesin atau media yang diklasifikasikan ke dalam media massa, seperti radio, televisi, surat kabar/majalah dan film).³ Komunikasi massa harus dilakukan dengan menggunakan media massa dimana yang termasuk media massa adalah radio dan televisi (media elektronik), surat kabar dan majalah (media cetak) serta media film. Film sebagai media komunikasi massa adalah film bioskop.⁴

Berikut ini beberapa karakter yang dimiliki komunikasi massa:

- (1) bersifat satu arah,
- (2) komunikasi massa melembaga,
- (3) melahirkan Keserempakan, serentak,
- (4) komunikasi yang menjadi target sifatnya heterogen.

Media komunikasi massa merupakan saluran komunikasi yang digunakan untuk menghasilkan dan mendistribusikan berita, konten hiburan, visual, dan produk budaya lainnya ke sejumlah besar orang. Oleh karena itu media komunikasi berkaitan dengan sejumlah orang atau massa, maka disebut media komunikasi massa atau lebih disingkat dengan media massa.

Fungsi media massa secara umum adalah sebagai berikut:

1. Media massa memiliki fungsi sebagai pengantar (pembawa) bagi segenap macam pengetahuan.
2. Media massa menyelenggarakan kegiatan dalam lingkungan publik.
3. Pada dasarnya hubungan antar pengirim dan penerima pesan seimbang dan sama.

Komunikasi massa dapat di definisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak melalui alat-alat yang bersifat mekanis. Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik media cetak maupun media elektronik. Sebab awal perkembangannya, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata '*media of mass communication*'. Media massa bekerja menyampaikan informasi, untuk khalayak. Dari informasi itu kita dapat membentuk, mempertahankan, atau mendefinisikan citra.

Membaca Film Sebagai Sebuah Teks

Film di artikan sebagai lakon, artinya film tersebut mempresentasikan sebuah cerita dari tokoh tertentu secara utuh dan berstruktur. Istilah ini yang lebih sering dikaitkan dengan drama, yakni sebuah seni peran yang divisualkan.

Pengertian lebih lengkap dan mendalam tercantum jelas dalam pasal 1 ayat (1) UU Nomor 8 Tahun 1992 tentang Perfilman, dimana disebutkan bahwa yang dimaksud dengan film 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 lainnya.

Sedangkan menurut pasal 1 ayat (1) Undang Undang Republika Nomor 33 Tahun 2009 Tentang Perfilman, "Film adalah karya seni budaya yang merupakan pranata sosial dan dapat dipertunjukkan". Tetapi secara umum film adalah media komunikasi yang mampu mempengaruhi cara pandang individu yang kemudian akan membentuk karakter suatu bangsa.

Dalam konteks komunikasi massa, sebuah film dimaknai sebagai pesan yang disampaikan dalam komunikasi filmis yang memahami hakikat, fungsi, dan efeknya. Sedangkan dalam praktik sosial, film dilihat tidak sekedar ekspresi seni pembuatannya, tetapi interaksi antar elemen-elemen pendukung, proses produksi, distribusi maupun ekspidisinya. Bahkan lebih jauh dari itu, Perspektif ini mengasumsikan interaksi antar film dengan ideologi serta kebudayaan dimana film di produksi dan di konsumsi.

Menurut Baskin (2003), film merupakan salah satu bentuk media komunikasi massa dari berbagai macam teknologi dan berbagai unsurunsur kesenian. Film jelas berbeda dengan seni sastra, seni lukis, atau seni memahat. Seni film sangat mengandalkan teknologi sebagai bahan baku untuk memproduksi maupun eksibisi ke hadapan penontonnya.

Dari pengertian ini bisa disimpulkan bahwa film merupakan salah satu media atau perantara yang dipakai untuk menyampaikan pesan komunikasi kepada sekelompok orang yang bersifat besar yaitu komunikasi massa. Pesan yang disampaikan pun bermacam-macam, tergantung dengan apa yang ingin disampaikan oleh para pembuat film itu sendiri. Pesan yang sampai dan diterima oleh audience atau khalayak pun akan berbeda antara satu individu dan individu lainnya.

Film merupakan media yang dapat menjadi cermin realitas sosial di masyarakat, sekaligus juga sebagai agen konstruksi realitas. Film sebagai cermin realitas merupakan gambaran bahwa melalui film diberikan gambaran ide - ide, makna dan pesan yang terkandung dalam cerita sebuah film yang merupakan interaksi dan pergulatan wacana antara sineas pembuat film dan masyarakat serta realitas yang ditemui para sineas tersebut. Sedangkan film sebagai sarana konstruksi realitas adalah ketika para sineas telah membangun suatu objektivasi tentang sebuah ide dan pemikiran, lalu hal itu dikonstruksikan ulang dalam bentuk symbol dan teks dalam film berupa adegan, dialog, setting, dan lain sebagainya. Maka film menjadi produk budaya yang kemudian berinteraksi dengan masyarakat dalam suatu eksternalisasi sebagai awal dari siklus konstruksi realitas sosial.

Dalam film antara realitas sosial dan konstruksi realitas dipadukan, yang menjadikan sebuah film dapat menjadi sarana untuk memahami fenomena yang terjadi dalam masyarakat. Film sering menjadi tolak ukur keadaan masyarakat yang sebenarnya, sebagai refleksi realitas sosial yang ada.

Menurut Peter L. Berger dan Thomas Luckman dalam *The Social Construction of Reality A Treatise in the Sociology of Knowledge* (1966), konstruksi digambarkan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksi, dimana individu menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. Realitas tidaklah terbentuk secara alami tetapi dibentuk dan dikonstruksikan melalui proses eksternalisasi (penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia), objektivasi (interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan) dan internalisasi (proses dimana individu mengidentifikasi dirinya ke dalam lembaga sosial dimana dirinya berada).

Namun Bungin berpandangan, posisi konstruksi realitas sosial dilengkapi dengan konstruksi realitas media dengan menempatkan seluruh kelebihan media massa. Realitas media merupakan bagian dari rekonstruksi sosial masyarakatnya. Karena itu, ketergantungan mereka yang hidup dalam realitas media adalah orang-orang yang selalu memiliki kesadaran realitas ini, sebagaimana ia menyadari dirinya sebagai bagian dari realitas itu sendiri.

Sejarah film dimulai pada 28 Desember 1895, pemutaran film komersial pertama di dunia berlangsung di Grand Cafe di Paris. Film ini dibuat oleh Louis dan Auguste Lumiere, keduanya berasal dari Perancis yang mengembangkan proyektor kamera Cinematographe. Lumiere. Penemuan dua bersaudara itu diawali dengan peluncuran penemuan mereka kepada publik pada Maret 1895 dengan sebuah film pendek yang memperlihatkan para pekerja meninggalkan pabrik Lumiere.

Film adalah media yang bersifat visual dan audio untuk menyampaikan pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat. Menurut pengertian lain, film adalah media audio-visual yang menggabungkan kedua unsur, yaitu naratif dan sinematik. Unsur naratif sendiri berhubungan dengan tema, sedangkan unsur sinematik jalan alur atau jalan ceritanya.

Definisi lain terkait film adalah karya seni budaya yang merupakan pranata sosial dan media komunikasi masa yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi dengan atau tanpa suara yang dipertunjukkan. Pranata yang dimaksud adalah tataan atau menata, dalam arti singkat film mempunyai peran untuk menata kehidupan para penontonnya baik secara positif maupun negatif dimana film-film tersebut mempunyai suatu pesan yang disisipkan untuk penonton.

Film Sebagai Alat Propaganda

Dalam sejarah perkembangan film terdapat dua tema besar yang menjadi tonggak sejarah penting: Tema pertama, adalah pemanfaatan film sebagai alat propaganda, tema ini penting terutama dalam kaitannya dengan upaya pencapaian tujuan aslinya dan masyarakat. Hal tersebut berkenaan dengan pandangan yang menilai bahwa film memiliki jangkauan, realism, pengaruh emosional, dan popularitas yang hebat. Tema Kedua, dalam sejarah film munculnya beberapa

aliran seni film dan lahirnya aliran film dokumentasi sosial. Kedua kecenderungan tersebut merupakan suatu penyimpangan dalam pengertian bahwa keduanya hanya menjangkau minoritas penduduk dan berorientasi realism. Terlepas dalam hal itu, keduanya mempunyai kaitan dengan tema” film sebagai alat propaganda.”

Dalam sejarah perang dunia, film juga telah menjadi sarana efektif untuk menjadi mesin propaganda pihak tertentu untuk menguatkan misi maupun psywar untuk menjatuhkan mental musuh atau lawannya. Berikut lima film propaganda dikutip dari okezone.com:

1. Ivan The Terrible- Part I (1944), proses film ini diberikan ijin produksi oleh Diktator Soviet, Joseph Stalin untuk membangkitkan semangat rakyat Uni Sovyet sedang terlibat perang melawan Jerman di perang dunia, WW II.
2. Casablanca (1942), film ini dibuat sebelum Amerika terlibat dalam perang dunia WW II, dan dinilai sukses membangun simpati rakyat Amerika untuk menentang Nazi Jerman. Dan ketika pihak Amerika turut perang, rakyat sudah memahami mereka berada di pihak mana, pihak Sekutu menghadapi Nazi Jerman.
3. The Birth of a Nation (1915), film berlatar sejarah perang saudara Amerika dianggap telah memberikan stereotype terhadap orang kulit hitam dan dikritik keras karena rasis.
4. Battleship Potemkin (1925), film yang memberikan penggambaran tentara Rusia yang membantai rakyat sipil yang fakta sebenarnya tidak pernah terjadi. Film propaganda Partai Komunis Rusia itu berhasil mendramatisasi untuk menggambarkan pemerintah Rusia di bawah kekuasaan Tsar yg jahat.
5. Triumph of The Will (1935), film propaganda Nazi ini dinilai sebagai film propaganda terbaik dan juga membuat banyak revolusi teknis perfilman melalui cinematography seperti shooting dari udara, pergerakan dan komposisi kamera yang dinamis, penggunaan lensa fokus panjang dan penggunaan musik berbeda. film ini mendapatkan penghargaan di Venice Biennale dan Grand Prix exhibition di Paris.

Ada beberapa film heroik berlatar perang dinilai juga berisi propaganda Amerika: Pearl Harbor (2001) ikhtiar pencitraan militer Amerika Serikat, The Sum Of All Fears (2001), Amerika Serikat berusaha menaikkan citra dirinya sebagai bangsa, Iron Man (2008), pameran kekuatan udara Amerika Serikat, Argo (2012), kampanye mencitrakan Iran sebagai negara buruk, The Interview (2014), potret kebencian Amerika Serikat terhadap Korea Utara.

Bahkan menurut Listverse.com (6/2/2017) yang dikutip oleh liputan6.com pada masa perang dunia, WW II perusahaan film Walt Disney mendapat tugas pemerintah AS dan Kanada untuk membuat propaganda perang terkait bond pendanaan perang dan pembayaran pajak. Digambarkan dalam sebuah adegan, sosok-sosok Disney berbaris bersama dari berbagai film-film seperti Snow White, Pinocchio, Mickey, Goofy dan kawan-kawan berjalan beriringan dalam sebuah defile pawai.

Di Indonesia, film propaganda yang begitu dirasakan pada film “Pengkhianatan G30S/PKI”, “Operasi Trisula”, “Janur Kuning” dan masih banyak lagi yang biasanya dibuat oleh Pusat Perfilman Nasional (PPFN) sebagai lembaga penerangan pemerintah. Dari berbagai film dengan berbagai latar belakang dan tema cerita, pasti semuanya memuat ‘pesan’ tertentu dalam filmnya. Sifat pesan yang ingin disampaikan tidak selalu berupa propaganda, melainkan juga gagasan, ide, atau sudut pandang pemikiran, perspektif yang berbeda atau baru dalam melihat permasalahan yang berkembang di masyarakat.

Terkait pengaruh efek media massa kepada khalayak atau audiens yang menjadi target sasarannya, McQuail (2005) yang menjadi premis seluruh penelitian tentang komunikasi massa adalah adanya pengaruh dan efek yang ditimbulkan oleh media massa kepada khalayak atau audiens yang menjadi target sasarannya. Film termasuk ke dalam media massa, adapun terdapat pesan yang disampaikan dalam film, dan juga efek yang ditimbulkan setelah menonton film. Efek yang ditimbulkan dibagi menjadi efek kognitif, efek afektif, dan efek behavioral.

1. Efek Kognitif, terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak.
2. Efek Afektif, muncul bila ada perubahan pada apa yang, dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak.
3. Efek Behavioral, merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati; yang meliputi pola - pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku.

2. METODE PENELITIAN

Metode analisis isi (*content analysis*) merupakan teknik penelitian untuk membuat replikan dan terjemahan valid dari teks kepada konteks yang perlu diteliti. Sebagai sebuah teknik, analisis isi memerlukan beberapa prosedur, analisis isi bisa dipelajari dan tidak digunakan tergantung otoritas peneliti. Metode analisis isi (*content analysis*) menyediakan pandangan baru, dan meningkatkan pemahaman peneliti untuk fenomena tertentu atau menginformasikan sebuah aktivitas praktikal.

Dalam kajian ilmu komunikasi, metode analisis isi (*content analysis*) digunakan sebagai metode untuk meneliti komponen sebuah pesan komunikasi (*message*). Dalam rumpun ilmu lain seperti teologi, bahasa, sastra-seni, dan sejarah, metode analisis isi sering dijadikan metode dalam penelaahan teks kitab suci, karya sastra dan seni, foto, gambar, lukisan, buku, syair lagu, dan catatan-catatan tertulis (*manuscript*). Analisis isi dapat dilakukan secara kualitatif maupun kuantitatif.

Metode analisis isi (*content analysis*) berfokus pada karakteristik bahasa sebagai komunikasi dengan perhatian pada isi atau arti kontekstual teks. Analisis isi kualitatif diartikan sebagai metode riset untuk interpretasi subjektif dari isi data melalui proses klasifikasi sistematis koding dan indentifikasi tema atau pola. Ada 3 pendekatan dalam metode analisis isi kualitatif: konvensional, terarah dan penggabungan.

Penelitian atau studi ini akan menggunakan pendekatan *conventional content analysis* yang berawal dari pengamatan (*observation*).

3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Film sebagai medium (media massa) penyampai pesan pada dasarnya adalah sebuah teks yang memiliki makna. Sebagai 'teks' yang menyampaikan sebuah pesan, maka kegiatan menonton film tak berbeda seperti layaknya membaca buku.

Dalam proses "pembacaan" sebuah film, segenap khazanah memori kita terlibat dan akan menjadi landasan, dasar bagaimana kita mengupas makna film tersebut. Khazanah dalam benak kita itu meliputi berbagai bahan bacaan lain dari berbagai sumber akan menjadi wawasan, pengalaman apapun yang dimana kita menyerapnya baik pengalaman baik maupun traumatis. Dan juga sistem nilai masyarakat yang sudah terbentuk dalam diri kita akan turut menjadi sandaran saat kita membaca teks dalam sebuah film. Bisa jadi, pembaca teks terhadap sebuah film adalah pengalaman subyektif sesuai dengan wawasan, pengalaman dan tata nilai masyarakat yang dianut seseorang.

Medium film sebagai format media massa selain memfungsikan dirinya sebagai sarana hiburan, film juga dapat menjadi media pembelajaran sekaligus proses 'sosialisasi' dimana nilai-nilai disampaikan kemudian diserap oleh khalayak dan akan terjadi proses internalisasi yang kemudian menjadi sikap seseorang. Melalui film akan disampaikan pesan tertentu (*message*) melalui gambar, dialog, setting gambar, penokohan, plot alur cerita, simbol-simbol, musik dan apa yang disajikan di layar lebar. Film mampu secara efektif digunakan sebagai media untuk menyebarkan misi, gagasan, dan kampanye apapun pesan yang akan disebarkan atau disampaikan seseorang, lembaga atau pemerintah.

Film ini berkisah mengenai menara berukuran besar bernama "*Vertical Self-Management Center*" (Pusat Manajemen Mandiri Vertikal) dimana penghuni yang secara berkala bertukar secara acak antara lantai, diberi makan melalui platform yang awalnya berisi makanan, yang secara bertahap turun ke setiap lantai. Sistem ini diberlakukan agar tercipta konflik, dimana tahanan di lantai atas bisa mengkonsumsi makanan sebanyak-banyaknya dan meninggalkan sedikit makanan untuk tahan di lantai selanjutnya.

Goreng terbangun dalam sel beton yang di dindingnya terdapat tulisan nomor 48. Rekan satu sel-nya bernama Trimagasi menjelaskan bahwa mereka berada di fasilitas berbentuk menara dimana makanan setiap harinya dikirimkan melalui platform yang berhenti di setiap lantai dalam waktu tertentu. Seseorang yang berada di lantai bawah hanya bisa mengkonsumsi makanan yang disisakan oleh penghuni di atasnya, dan mereka tidak bisa menimbun makanan (sel akan menjadi panas atau dingin sampai ketinggian yang fatal jika ada makanan yang disimpan). Setiap bulannya, penghuni akan ditempatkan secara acak di lantai yang baru. Setiap penghuni diperbolehkan untuk membawa satu benda bersama mereka dimana Goreng memilih membawa buku Don Quixote dan Trimagasi membawa pisau asah.

Suatu hari, seorang wanita yang bersimbah darah bernama Miharur turun bersamaan dengan menumpang platform, dan Trimagasi menjelaskan bahwa Miharur turun ke bagian bawah menara setiap bulan untuk mencari anaknya. Goreng melihat Miharur diserang oleh dua orang penghuni di lantai bawah, dia mempertimbangkan untuk loncat menolongnya tetapi Miharur berhasil membunuh kedua penyerangnya dan melanjutkan perjalanan menuju lantai bawah.

Melanjutkan pembicaraan, terungkap bahwa Goreng secara sukarela menjadi tahanan selama 6 bulan di *Vertical Self-Management Center* agar ia mendapatkan gelar diploma, dan Trimagasi menjalani hukuman selama satu tahun atas dakwaan pembunuhan. Selama sebulan mereka menjadi akrab, tetapi saat lantai kembali di acak, Goreng bangun dengan kondisi terikat ke kasur. Mereka ditaruh di lantai 171, dimana tidak ada makanan yang tersisa di platform. Trimagasi menjelaskan rencananya untuk memotong sedikit demi sedikit daging Goreng agar mereka berdua bisa selamat, Trimagasi berencana memotong daging secukupnya agar Goreng tidak mati kehabisan darah. Pada hari kedelapan, Trimagasi mulai memotong daging Goreng tetapi diserang oleh Miharur saat ia turun menggunakan platform. Miharur membebaskan Goreng dan membunuh Trimagasi. Miharur memotong daging Trimagasi, dan memberik makan Goreng dan memakan daging tersebut sebelum melanjutkan perjalanannya.

Bulan berikutnya, Goreng bangun di lantai 33 dengan seorang wanita teman satu sel barunya bernama Imoguiri. Dia membawa anjingnya. Goreng mengenai Imoguiri sebagai salah satu petugas resmi administrasi yang mewawancarinya sebelum dirinya dikirim ke penjara. Dia memberitahu Goreng bahwa penjara ini terdiri dari 200 lantai. Dia berkata bahwa dirinya tidak menyadari kondisi yang mengerikan dan secara sukarela mencoba untuk memperbaiki hal tersebut saat dirinya di diagnosa terkena kanker. Imoguiri mencoba untuk menjatah makanannya dan mendorong agar tahanan di lantai bawah mengikutinya tetapi mereka tidak peduli sampai goreng mengancam untuk buang air besar di makanan.

Goreng kembali bertemu dengan Miharur saat dirinya turun ke bawah tetapi kondisi Miharur cedera parah diduga karena berkelahi dengan penghuni lantai atas. Goreng dan Imoguiri menyelamatkannya dan mengobati luka-lukanya. Goreng menjelaskan kepada Imoguiri bahwa Miharur sedang mencari anaknya, tetapi Imoguiri berkata bahwa tidak ada penghuni penjar yang berusia dibawah 16 tahun dan berkata bahwa Miharur masuk sendirian ke dalam penjara.

Goreng bangun tidur dan melihat Miharur dan Imoguiri saling berjauhan saat Miharur memakan anjing milik Imoguiri. Goreng bangun pada satu bulan kemudian di lantai 202 dan menemukan Imoguiri telah gantung diri. Goreng memakan dagingnya untuk bertahan hidup, dan Goreng berhalusinasi tentang Imoguiri dan Trimagasi mendorong Goreng untuk membunuh dirinya sendiri. Ia kemudian bangun kembali pada bulan berikutnya di lantai 6. Rekan satu selnya bernama Baharat, berusaha untuk naik ke atas menggunakan tali yang dibawa saat memasuki penjara. Pasangan yang menghuni satu lantai di atas membantunya tetapi berakhir saat mereka membuang hajat di muka Baharat yang membuatnya kembali ke lantai asal. Mengira-ngira bahwa terhadap 250 lantai, Goreng membuat rencana untuk turun ke bawah dengan menjatah makanan dan meyakinkan Baharat untuk ikut dengannya.

Saat mereka turun, mereka memberikan porsi makanan kepada para tahanan, menyerang mereka yang menolak bekerja sama. Saat turun mereka berjumpa dengan Miharur yang berkelahi dengan dua penghuni dan berusaha menolongnya tetapi Miharur terbunuh. Goreng dan Baharat terus turun dan melewati lantai 250 dan mencapai lantai 333 dimana platform berhenti. Goreng menyadari terdapat seorang anak kecil yang bersembunyi di bawah kasur dan berasumsi bahwa anak tersebut merupakan anak Miharur. Dia turun dari platform, diikuti oleh Baharat yang ragu-ragu, platform terus turun meninggalkan mereka. Mereka menyadari bahwa anak kecil tersebut adalah anak perempuan, yang ternyata anak Miharur. Walaupun Baharat menolak, mereka memberikan panna cotta kepada anak tersebut yang sebenarnya mereka simpan sebagai "pesan" untuk admin penjara di lantai teratas.

Goreng pingsan dan bermimpi Baharat berkata bahwa "perempuan tersebut adalah pesan", sehari kemudian Goreng menemukan Baharat tewas karena luka-lukanya dan mengajak anak perempuan tersebut untuk naik ke platform, mereka turun ke dasar menara dimana Goreng melihat Trimagasi yang berkata kepadanya bahwa "pesan tidak membutuhkan pengantar". Goreng turun dari platform dan menjauh bersama Trimagasi, mereka berdua kemudian mengamati platform naik ke atas.

Film *The Platform* ini bergenre horror fiksi ilmiah sosial yang menceritakan tentang keserakahan manusia terhadap sesuatu. Pesan yang disampaikan dari film ini adalah bahwa umat

manusia harus bergerak maju agar terciptanya pendistribusian kekayaan yang adil dengan eksplorasi tentang pentingnya inisiatif individu dalam mendorong perubahan politik yang mengkritik sistem kapitalisme dan sosialisme. Agar tidak terjadi kesenjangan sosial dan ekonomi di kalangan masyarakat menengah ke bawah.

Pesan yang tersurat karena terlihat dalam cerita, adegan film dari acting yang dilakukan oleh para pemerannya. Pesan yang tersirat dalam ungkapan dialog antar actor, *setting* akan dirasakan secara subyektif pada masing-masing orang sesuai dengan pengetahuan dan pengalamannya.

4. SIMPULAN

Mengenai kajian analisis isi (*content analysis*) yang dilakukan pada film "*The Platform*" dapat disimpulkan bahwa film dapat dijadikan sebuah medium untuk menyampaikan sebuah pesan tentang penggambaran kehidupan sehari-hari yang mana masyarakat kelas atas dapat melakukan sepuasnya demi kepentingan pribadi sehingga berdampak buruk kepada masyarakat kelas menengah ke bawah atau dengan kata lain disebut juga dengan kapitalis.

Pembacaan teks dalam film *The Platform* ini menggambarkan dominannya peran yang bernama Goreng sebagai seorang relawan yang mendaftarkan diri untuk masuk ke penjara tersebut.

5. REFERENSI

- Alfonso, R. (2020). "*Galder Gaztelu-Urrutia • Director of The Platform*". *cineuropa.org*. Cineuropa. Diakses tanggal 10 September 2022.
- Baran, S.J. (2012). *Pengantar Komunikasi Massa Literasi Media dan Budaya (terjemahan)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Berger, P.L., Luckmann, P.L. (1966). *The Social Construction of Reality A Treatise in the Sociology of Knowledge*. New York: Penguin Books.
- Bharata, B.S. (2011). *Analisis Isi Kuantitatif, Sebuah Pengantar Untuk Penelitian Teks Komunikasi dalam Mix Metodologi Dalam Penelitian Komunikasi*. Aswad Ishak, et. al. (ed.). Badan Litbang ASPIKOM. Yogyakarta: Buku Litera.
- Bisnis.com. (2022). *Generasi Muda Masih Suka Tonton Film Nasional*. <https://lifestyle.bisnis.com/read/20200116/220/1191082/generasi-muda-masih-suka-tonton-film-nasional>
- Boombastis.com. "*Jenius! Ini 5 Propaganda Terselubung di Balik Film Heroik Amerika*" <https://www.boombastis.com/propaganda-film-amerika/65061> diakses pada 10 September 2022.
- Bungin, B. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa. Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi & Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter, L. Berger & Thomas Luckmann*. Jakarta: Kencana Prenada Media. Hal. 214.
- Carlos. (2020). *It Had to Show How We Rip Each Other Apart: Galder Gaztelu-Urrutia on His Vertical Class-Warfare Netflix Dystopia The Platform*". *filmmakermagazine.com*. Filmmaker. Diakses tanggal 10 September 2022.
- Elvinaro. (2007). *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- H.F. Hsieh and Shannon, S.E. (2005). *Three Approaches to Qualitative Content Analysis*. *Thousand Oaks*, California: Sage Publication.
- Hilmawan, P. (2008). *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka. Hal. 24
- History. (2009). *First commercial movie screen*. <https://www.history.com/thisday-in-history/first-> diakses pada 10 September 2022.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: an introduction to its methodology (2nd ed.)*. London: Sage Publications.
- liputan6.com. (n.d.). "*10 Kartun Disney Ini Ternyata Propaganda Perang?*" <https://www.liputan6.com/global/read/2848040/10-kartun-disney-ini-ternyatapropaganda-perang> diakses pada 10 September 2022.
- Mabruri, A. (2013). *Manajemen Produksi Program Acara TV*. Jakarta: Gramedia Widiasarana.
- Nadie, L. (2019). *Media Massa dan Pasar Modal: Strategi Komunikasi Bagi Perusahaan GoPublic*. Jakarta: Pustaka Kaji.
- Nova, F. (2009). *Crisis Public Relation: Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta: Grasindo.

- Nurbayati, Husnan Nurjuman, Sri Mustika. 2017 "Konstruksi Media Tentang Aspek Kemanusiaan Pada Poligami (Analisi Isi Terhadap Film Surga Yang Tak DiRindukan)". *Jurnal Riset Komunikasi* Vol 8, No 2 (2017). Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Hal 103-124
- Nurudin. 2011. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada. Hal. 3-4.
okezone.com."Ini 5 Film Propaganda Terpopuler" <https://nasional.okezone.com/read/2017/09/19/337/1779137/ini-5-filmpropaganda-terpopuler> diakses pada 10 September 2022.
- Onong Uchjana Effendy. 2007. *Kamus Komunikasi*. Bandung: CV Mandar Maju. Hal. 210.
- Rakhmat. J. (2011). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta: Kompas Gramedia. Hal. 2.
- Sobur, A. (2006). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suprpto, T. (2009). *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: MedPress.
- Susanto, H. (2019). *Tumbuh Pesat Indonesia Pasar Potensial bagi Industri Film*. <https://katadata.co.id/berita/2019/03/16/tumbuh-pesat-indonesia-pasarpotensial-bagi-industri-film>
- Zoebazary. M.I. (2010). *Kamus Istilah Televisi dan Film*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama. Hal. 159.