

**PENERIMAAN DAN RESPON FILM *THE ACT OF KILLING* PADA
MAHASISWA ORGANISASI EKSTRA KAMPUS**
(Studi kasus pada mahasiswa organisasi ekstra kampus
di Universitas Pendidikan Indonesia)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi



oleh

Afif Anwar Rasyid

NIM 1501891

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Penerimaan dan Respon Film The Act of Killing Pada Mahasiswa Organisasi Ekstra Kampus (studi kasus pada mahasiswa organisasi ekstra kampus di Universitas Pendidikan Indonesia)”** ini sepenuhnya karya saya sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan plagiat dari karya orang lain, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Desember 2021

Yang membuat pernyataan,



Afif Anwar Rasyid
NIM. 1501891

LEMBAR PENGESAHAN

AFIF ANWAR RASYID

NIM. 1501891

**PENERIMAAN DAN RESPON FILM *THE ACT OF KILLING* PADA
MAHASISWA ORGANISASI EKSTRA KAMPUS**

(Studi kasus pada mahasiswa organisasi ekstra kampus
di Universitas Pendidikan Indonesia)

disetujui oleh


Pembimbing I,



Dr. Karim Suryadi, M.Si.

NIP. 19700814 199402 001

Pembimbing II,



Firman Aziz, M.Pd.

NIP. 198302152009121004

Mengetahui

Ketua Departemen Ilmu Komunikasi UPI



Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, S.S, M.Si.

NIP. 19850717 201404 1001

ABSTRAK

Afif Anwar Rasyid (1501891) “Penerimaan dan Respon Khalayak terhadap Film *The Act of Killing*” (Studi kasus pada mahasiswa organisasi ekstra kampus di Universitas Pendidikan Indonesia). Skripsi Departemen Ilmu Komunikasi FPIPS UPI (2021).

Film sebagai media komunikasi massa telah diadopsi oleh kalangan individu, perusahaan, atau kelompok independen untuk tujuan menghibur, memberi informasi, dan mendidik orang lain, dan tidak jarang digunakan sebagai alat melawan propaganda politik. Film *The Act of Killing* (Jagal) arahan sutradara Joshua Oppenheimer menyorot bagaimana pelaku pembunuhan anti-PKI yang terjadi pada tahun 1965-1966 memproyeksikan dirinya ke dalam sejarah untuk menjustifikasi kekejamannya sebagai perbuatan heroik, film ini dinilai sebagai film yang melawan film propaganda milik pemerintah. Penelitian ini memiliki fokus untuk mengkaji penerimaan dan respon Mahasiswa yang tergabung ke dalam Organisasi Ekstra Kampus (HMI, KAMMI, PMII) di lingkungan kampus Universitas Pendidikan Indonesia terhadap film tersebut. Penelitian ini memanfaatkan penggunaan pendekatan berjenis kualitatif disertai metode studi kasus serta mempergunakan analisis resepsi dari Stuart Hall menjadi sumber untuk menganalisis secara utama. Sumber datanya didapatkan melalui wawancara yang dihasilkan, studi dokumentasi serta literatur yang dikumpulkan. Penelitian yang dihasilkan memberi penggambaran tiga posisi khalayak yang memaparkan makna dari isi film *The Act Killing*, yakni posisi **Hegemoni Dominan** yaitu informan yang menyukai, memaknai dan terpengaruh dengan isi film sehingga dengan menonton film ini dapat menambah sudut pandang baru terhadap peristiwa sejarah di Indonesia, sebab informasi yang didapatnya sebelumnya melalui film Pengkhianatan G30S/PKI maupun cerita yang disampaikan keluarga belum sempurna. Beberapa informan pada posisi **Negosiasi** menganggap film ini sebagai film menggambarkan sebuah informasi yang harus digali lebih lanjut lewat proses pembelajaran lain, baik melalui media lain maupun melalui proses diskusi, film *The Act of Killing* ini dijadikan sebagai bahan perbandingan. Informan yang berada pada posisi **Oposisi** yaitu informan yang beranggapan bahwa film tersebut hanya sebuah pandangan pembuatnya serta kekejaman yang dilakukan oleh Anwar Congo di film tersebut adalah sebuah tugas yang harus dikerjakan, dan memilih untuk tidak merekomendasikannya kepada orang lain.

Kata Kunci: Penerimaan, Respon, Analisis Resepsi, Film

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi

BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	14

BAB II KAJIAN TEORETIS.....	16
2.1 Komunikasi Massa	16
2.2 Film Sebagai Media Komunikasi Massa.....	20
2.3 Film Sebagai Propaganda dan <i>Counter</i> Propaganda Politik	23
2.4 Teori Penerimaan Pesan (Audience Reception Theory)	30
2.5 Respons Khalayak	34
2.5.1 Kognitif.....	35
2.5.2 Afektif.....	38
2.5.3 Evaluatif.....	41
2.6 Khalayak (Audience).....	43
2.7 Penelitian Terdahulu.....	46
2.8 Kerangka Berpikir	52

BAB III METODE PENELITIAN	53
3.1 Desain Penelitian	53
3.1.1 Metode Penelitan	53
3.1.2 Pendekatan Kualitatif	54
3.1.3 Strategi Penelitian	56
3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian	56
3.2.1 Partisipan Penelitian	56
3.2.2 Tempat Penelitian	57
3.3 Instrumen Penelitian	58
3.3.1 Pedoman Observasi	59
3.3.2 Pedoman Wawancara	60
3.3.3 Lembar Studi Dokumentasi	62
3.4 Teknik Pengumpulan Data	62
3.5 Tahapan Analisis Data	63
3.5.1 Analisis Sebelum di Lapangan	63
3.5.2 Analisis Data di Lapangan Model Miles dan Huberman	64
3.6 Uji Keabsahan Data	65
3.7 Membercheck	66
3.8 Pedoman Observasi	67
3.9 Pedoman Wawancara	68
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	72
4.1 Gambaran Umum Film <i>The Act of Killing</i> (Jagal) Karya Joshua Oppenheimer	73
4.2 Gambaran Umum Mahasiswa Organisasi Ekstra Kampus Universitas Pendidikan Indonesia	85
4.3 Profil Informan	88
4.3.1 Informan 1	88
4.3.2 Informan 2	88
4.3.3 Informan 3	89
4.3.4 Informan 4	89
4.3.5 Informan 5	89
4.3.6 Informan 6	89
4.4 Deskripsi Hasil Penelitian dan Pembahasan	89

4.4.1 Resepsi dan Respon Khalayak dalam Aspek Kognitif	90
4.4.2 Resepsi dan Respon Khalayak dalam Aspek Afektif	97
4.4.3 Resepsi dan Respon Khalayak dalam Aspek Evaluatif	104
4.4.4 Posisi Penerimaan pada Mahasiswa Organisasi Ekstra Kampus	112
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	120
5.1 Simpulan	120
5.1.1 Resepsi dan Respon Khalayak dalam Aspek Kognitif	120
5.1.2 Resepsi dan Respon Khalayak dalam Aspek Afektif	121
5.1.3 Resepsi dan Respon Khalayak dalam aspek Evaluatif	121
5.1.4 Posisi Penerimaan Film Mahasiswa Organisasi Ekstra Kampus ..	122
5.2 Implikasi Penelitian	122
5.2.1 Implikasi Akademis	122
5.2.2 Implikasi Praktis	123
5.3 Rekomendasi Penelitian	124
5.3.1 Rekomendasi Akademis	124
5.3.2 Rekomendasi Praktis	124
DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN	130
Verbatim Wawancara Informan	131

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Agee, K. W. dkk. 2001. *Introduction to Mass Communications*. New York: Longman.
- Albert, Widjaya. 1982. *Budaya Politik dan Pembangunan Ekonomi*. Jakarta: LP3ES.
- Almond G, Sidney Verba. 1990. *Budaya Politik, Tingkah Laku, dan Demokrasi di Lima Negara*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Arief, Andi, Nezar Patria. 1999. *Antonio Gramsci: Negara & Hegemoni*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa, Suatu Pengantar*. Bandung :Simbiosis Rekatama Media.
- Bandura, Albert. 2002. *Self efficacy : The Exercise of Control*. New York : W. H. Freeman & Company.
- Baran, Stanley J. dan Dennis K. Davis. 2010. *Teori Komunikasi Massa Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan*. Jakarta: Salemba Humanika
- Barker, Chris. 2004. *The Sage Dictionary of Cultural Studies*. London: Sage Publications
- Berger, P., & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality: Treatise in the Sociology of Knowledge*. New York. New York: Double Day & Company.
- Bungin, Burhan. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Cacioppo, J. T., & Patrick, W. 2008. *Loneliness: Human Nature and The Need for Social Connection*. New York: W.W. Norton & Co.
- Cohen, Jonathan & Cooper, Stuart. 2002. *Deconstructing Ally: Explaining Viewers' Interpretations of Popular Television*. Lawrence Erlbaum Associates
- Cresswell, J. 2009. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. California: Sage Publications, Inc.

- Danesi, Marcel. 2010. *Pengantar Memahami Semiotik Media*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Daymon, Christine., & Holloway, Immy. (2011). *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications Second Edition*. London: Routledge
- Dillard, J.P . 2012. *The Sage Handbook of Persuasion: Developments in Theory and Practice: SECOND EDITION*. Pennsylvania State University, USA
- Dominick, Joseph R. 2000. *The Dynamics of Mass Communication*. New York: Random House.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Elvinaro Ardianto, dkk. 2007. *Komunikasi Massa, Suatu Pengantar*, Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Fox, Jo. 2006. *Film Propaganda in Britain and Nazi Germany World War II Cinema*. Berg Publishers
- Hardiman, F. Budi. 1990. *Kritik Ideologi: Pertautan Antara Pengetahuan dan Kepentingan* .Yogyakarta: Jalasutra.
- Heryanto, Ariel. 2015. *Identitas dan Kenikmatan*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia
- Ida, Rachmah. 2010. *Metode Penelitian Studi Media dan Budaya*. Surabaya: Kencana.
- Irawanto, Budi. 1999. *Film, Ideologi, dan Militer. Hegemoni Militer dalam Sinema Indonesia*. Yogyakarta: Media Perssindo.
- Jowett, Garth dan Victoria O'Donnell. 2006. *Propaganda and Persuasion. Fourth Edition*. Sage Publication
- Kartono, Kartini. 1996. *Pendidikan Politik Sebagai Bagian dari Pendidikan Orang Dewasa*. Bandung: CV Mandar Maju
- Klapper, Joseph T. 1990. *The Effects of Mass Communication*. New York: Free Press.

- Leiser, Erwin. 1994. *Nazi Cinema*. New York: Macmillan Publishing
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi; Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Livingstone, Sonia, Marie Gillespie (ed.). 2005. *Media Audiences, Interpreters, and Users dalam Media Audiences*. London : The Alden Group.
London: Pearson Longman.
- McManus, Barbara F. 1998. *Female Text, Male Reader Response: Contemporary Marginalia in Rachel Speght*. Columbia: University of Missouri Press.
- McQuail, Denis. 1989, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta : Erlangga
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi*. Jakarta : Salemba Humanika
- Moleong, Lexy J. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Muda, Deddy Iskandar. *Jurnalistik Televisi*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2002. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung PT Rosda.
- Nimmo, D. 2011. *Komunikasi Politik (Komunikator, Pesan, dan Media)*. Jalaluddin Rakhmat (penyunting). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nimmo, Dan. 2005. *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Raja Gafindo Persada: Jakarta.
- Nurudin. 2008. *Komunikasi Propaganda*. Bandung; PT Remaja Rosdakarya.
- Putra, Fadillah. 2003. *Partai Politik dan Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Rahman, Arifin. 2002. *Sistem Politik Indonesia*. SIC. Surabaya.
- Rakhmat, Jalaludin. 2003. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

- Rivers, William L *Media Massa dan Masyarakat Modern*. Jakarta: Prenada Media.
- Rohaniah, Yoyoh dan Efriza. 2015. *Pengantar Ilmu Politik*. Malang: Intrans Publishing.
- Sahid, G., dkk., 2007. *Sosiologi Politik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sastropoetro, Santoso R.A. 1991. *Propaganda: Salah Satu Bentuk Komunikasi Massa*. Bandung. Penerbit Alumni
- Severin Werner J, James W. Tankard. Jr. 2001. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Shoelhi, Mohammad. 2012. *Propaganda dalam Komunikasi Internasional*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sobur, Alex. 2004. *Analisis Teks Media; Suatu Wacana Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Freming*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Storey, John. 2010. *Cultural Theory And Popular Culture An Introduction, Fifth Edition*.
- Strinati, Dominic. 2009. *Popular Culture: An Introduction to Theories of Popular Culture*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfa Beta
- Syari'ati, Ali. 1994. *Ideologi Kaum Intelektual Suatu Wawasan Islam*, Bandung: Mizan.
- Vera, Nawiroh. 2014. *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Zulkarnain, Iskandar. 2016. *Kepercayaan dalam Komunikasi Politik: Tinjauan Komunikasi Politik*. Medan: USU Press.

Jurnal

- Bandura, Albert. 1989. *Human Agency in Social Cognitive Theory Americans Psychologist*, Journal of Personality and Social Psychology, (vol. 44, No. 9).
- Fathurizki, A dan Ruth M. 2018. *Pornografi Dalam Film: Analisis Resepsi Dalam Film "Men, Women, and Children"*. Jurnal Universitas Telkom. Volume 2 Nomor 1, hlm. 19-35.
- Hadi, Ido Prijana. 2009. *Penelitian Khalayak dalam Perspektif Reception Analysis*. Jurnal Ilmiah Scriptura. Vol. (2). No.1.
- Hall, Stuart. 2001. *The Work of Representation. Theories of Representation: Ed. Stuart Hall*. London. Sage publication. Hal 10-11
- Hesmon, David dan Jason Toynbee. *The Media and Social Reality* . 2013. A Journal :British Library and Catalogue in Publication Data
- Lestari, Mega Ayu. 2013. *Analisis Resepsi Terhadap Film Dokumenter "Danau Bergantung" di Lanskap Katingan-Kahayan*. Jurnal Universitas Diponegoro.
- Lutviah, I.K. 2011. *Pengukuran Tingkat Literasi Media Berbasis Individual Competence Framework: Studi Kasus Mahasiswa Universitas Paramadina*.
- McGuire, W. J. 1985. *Attitudes and Attitude Change*. In G. Lindzey & Aronson (Eds.), *Handbook of Social Psychology* (3rd ed., Vol. 2, pp. 233 – 346). New York: Random House.
- Raney, A. A. 2005. *Punishing Media Criminals and Moral Judgment: The Impact on Enjoyment*. Media Psychology, 7(2), 145–163
- Rubin, A. M. 2002. *The uses-and-gratifications perspective of media effects*. Media effects: Advances in theory and research (p. 525–548). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Stojanova, Christina. 2017. *The Great War: Cinema, Propaganda, and The Emancipation of Film Language*. Canada: De Gruyter Open: DOI.
- Sullivan, John L. 2013. *Media Audiences: Effect, Users, Institutions, and Power*. US: Sage Publications.
- Suryadi, K. 2005. *Media Massa dan "Political Literacy": Pemanfaatan Berita Politik di Kalangan Remaja*

- Suryadi, K. 2014. *Komunikasi dan Partai Politik: Perspektif Budaya Komunikasi Politik*. *Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi* 3 (1)
- Tampubolon, M, Andri. 2015. *Pengaruh Film Habibie Ainun Terhadap Sikap Mahasiswa*. Portal Garuda
- Zillmann, D. (2003). *Theory of affective dynamics: Emotions and moods*. LEA's communication series. Communication and emotion: (p. 533–567). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.