

Komunikasi antar budaya dalam film Hotel Rwanda
(analisis semiotik tentang komunikasi antar budaya
dalam film Hotel Rwanda)

Oleh :

Maria Erlyna

D 0201071

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tidak dipungkiri lagi, bahwa media massa saat ini menjadi kebutuhan pokok manusia dan tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia itu sendiri. Media massa, baik cetak maupun elektronik (audio dan audio visual) dimanfaatkan oleh khalayak sebagai sumber akan informasi, pengetahuan dan hiburan yang keberadaannya sangat penting. Begitu pentingnya keberadaan media massa di tengah masyarakat, menjadikannya tumbuh dan berkembang dengan cepat seiring dengan perkembangan jaman dan perkembangan teknologi komunikasi.

Salah satu perkembangan teknologi komunikasi adalah film. Film merupakan media visual yang bekerja dengan gambar-gambar, simbol-simbol, dan tanda-tanda visual, kemudian disajikan dengan didukung teknologi yang semakin hari semakin berkembang, sehingga menghasilkan bahasa audio visual yang baru.

Film dalam perspektif praktik sosial, dimaknai sebagai ekspresi seni dari pembuatnya yang melibatkan interaksi yang kompleks dan dinamis dari elemen-elemen pendukung proses produksi, distribusi maupun konsumsinya.

Film berperan sebagai sarana baru yang digunakan untuk menyebarkan hiburan serta menyajikan cerita, peristiwa, musik, drama, lawak dan sajian teknis lainnya kepada masyarakat umum. Dalam sejarah perkembangan film, tema yang penting adalah pemanfaatan film sebagai alat propaganda, terutama dalam kaitannya dengan upaya pencapaian tujuan nasional dan masyarakat oleh para penguasa waktu itu. Hal itu berkenaan dengan kemampuan film yang memiliki jangkauan, realisme, pengaruh emosional, dan popularitas yang hebat. Film memiliki kemampuan dalam menjangkau sekian banyak orang dalam waktu yang cepat, mampu menarik perhatian orang dan bahwa film memiliki kemampuan mengantar pesan secara unik.¹

Seiring berkembangnya jaman dan teknologi, film menjadi karya seni yang lebih independen dan kreatif. Kelebihannya yang ada pada gambar yang hidup dan bergerak mendekati kenyataan serta suara yang sampai sekarang masih terus terjadi penyempurnaan, menjadikannya salah satu media yang canggih dan dinamis. Selain itu film juga tidak terikat pada ruang dan waktu, sehingga dapat diputar dan dinikmati kapan saja dan dimana saja sesuai dengan kehendak hati, menjadikan film sebagai media yang sangat populer.

Suatu film dapat menceritakan tentang berbagai hal yang memiliki hubungan dengan kehidupan, baik yang menyangkut sosial, agama, ekonomi,

¹ Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa suatu pengantar*, Erlangga, 1996, hal 13-14

politik, maupun ilmu pengetahuan. Pesan-pesan yang berhubungan dengan berbagai hal tersebut, dapat disampaikan melalui film, yang dituturkan dengan bahasa audio visual yang menarik, sesuai dengan sifat film yang berfungsi sebagai media hiburan, informasi, promosi maupun sarana pelepas emosi khalayak.

Penyampaian pesan melalui film, dapat dikomunikasikan melalui tema film itu sendiri, juga penokohan dan jalan ceritanya, secara eksplisit maupun implisit. Didukung dengan teknologi gambar dan suara sehingga mampu menarik emosi penontonnya, menjadikan upaya penyampaian pesan atau gagasan lebih bisa berjalan dengan baik. Namun perlu diperhatikan juga tentang perbedaan budaya, keyakinan, pengalaman dan pengetahuan seseorang, yang bisa menimbulkan perbedaan pemahaman atau persepsi akan arti sebuah simbol, serta pemaknaannya yang bisa berbeda dengan yang diharapkan oleh pembuat film.

Film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan muatan pesan yang terkandung didalamnya. Secara umum, film merupakan gambaran dari masyarakat dimana film itu dibuat. Film merupakan refleksi dari realitas yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat.

Sebagai salah satu bentuk media massa, film bisa menjadi media pengekspresian, yang berperan dalam usaha merepresentasikan suatu budaya dan gambaran realitas masyarakat. Kekuatannya terletak pada daya sugestifnya, karena pada dasarnya, film lahir dari realitas masyarakat dan lingkungan sesuai dengan kekuatan film merepresentasikan kehidupan, sehingga mampu memuat nilai budaya masyarakat.

Film sebagai salah satu objek pengamatan, sangat menarik untuk diteliti. Selain kelebihanannya sebagai bagian dari komunikasi massa, juga adanya bahasa, baik verbal maupun non verbal yang dipakai dalam film. Salah satu film yang menarik untuk diamati adalah Film Hotel Rwanda. Film tersebut merupakan salah satu refleksi dari realitas yang merepresentasikan adanya tindakan komunikasi antar budaya.

Komunikasi antar budaya merupakan bentuk interaksi yang terjadi di antara anggota-anggota budaya yang berbeda. Setiap interaksi antarbudaya selalu menggambarkan hubungan antara tindakan individu dari satu kebudayaan dengan tindakan individu dari kebudayaan lain yang maknanya belum tentu disamakan. Dari hal tersebut, maka sebenarnya komunikasi antar budaya merupakan komunikasi antar pribadi yang dilakukan oleh komunikator dan komunikan yang berbeda, bahkan dalam satu bangsa sekalipun.²

Karena adanya perbedaan budaya tersebut, maka dalam proses terjadinya interaksi, dimungkinkan timbulnya kesalahpahaman, bisa terjadi konflik. Sumber konflik atau kesalahpahaman yang lazim terjadi ini antara lain adalah stereotip-stereotip antar suku, yang biasanya merupakan penilaian yang negatif dan salah kaprah terhadap budaya komunitas atau suku lain. Tanpa disadari, masing-masing suku memiliki stereotip-stereotip terhadap suku yang lainnya, misalnya, orang Jawa yang lamban, orang Batak kasar, orang Padang pelit, dan sebagainya.

Sebagai salah satu upaya menghindari perpecahan nasional dan mengusahakan terjadinya perdamaian, dapat dilakukan dengan melakukan

² DR. Alo Liliweri, M.S., *Gatra-Gatra Komunikasi Antarbudaya*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2001, hal 14

komunikasi antar budaya. Secara sederhana, komunikasi antar budaya dapat diartikan sebagai interaksi diantara anggota-anggota budaya yang berbeda. Komunikasi antar budaya bertujuan menciptakan persamaan di antara orang-orang dari dua budaya yang berbeda tersebut.

Dalam mencapai tujuan dari komunikasi antar budaya, kedua belah pihak harus secara aktif berkomunikasi, serta memiliki pengetahuan yang memadai tentang alat-alat, struktur, proses komunikasi maupun isi dan psikologi budaya lain. Semakin banyak pengetahuan dan semakin terbuka pihak-pihak dari budaya yang berbeda itu dalam proses komunikasi, akan semakin berhasil mereka. Kedua belah pihak tersebut haruslah memiliki pengetahuan dan kesadaran yang sama serta pengertian terhadap yang lain tanpa prasangka. Ini juga berarti adanya rasa saling menghormati. Untuk dapat membangun persamaan antara dua budaya melalui komunikasi, perlu diketahui siapa, kapan, mengapa dan di mana akan diperoleh teman yang tepat untuk komunikasi tertentu, seseorang yang juga bersedia dan siap untuk saling membagi.

Karya film *Hotel Rwanda*, produksi United Artists yang bekerja sama dengan Lions Gate Films, merepresentasikan realitas yang terjadi di Rwanda, dimana saat itu terjadi sedang konflik antar suku, dan komunikasi antar budaya dilakukan sebagai usaha untuk menciptakan perdamaian, meredakan konflik bahkan sebagai upaya untuk memperoleh kebebasan .

Film *Hotel Rwanda* menjadi sangat menarik untuk diteliti, dikarenakan film tersebut merupakan representasi dari terjadinya Komunikasi Antar Budaya yaitu diantara dua suku yang ada di Rwanda, Hutu dan Tutsi, serta dengan pihak

asing. Kedua suku tersebut dibedakan berdasarkan kartu identitas yang dikeluarkan pemerintah yang pada waktu itu berada dibawah kekuasaan penjajahan Belgia. Mereka juga memberikan keistimewaan kepada suku Tutsi untuk ikut dalam jajaran pemerintahan, memiliki keistimewaan dalam hal pendidikan, politik dan ekonomi. Sedangkan Hutu memiliki pekerjaan dalam bidang pertanian, sementara Tutsi diidentifikasi sebagai pemilik peternakan yang kaya. Namun ketika Belgia meninggalkan Rwanda, ada keinginan untuk membagi kekuasaan dengan Hutu. Inilah yang menjadi awal konflik pertentangan antara Hutu dan Tutsi, karena masing-masing tidak menginginkan pembagian kekuasaan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut :

“Bagaimanakah praktek Komunikasi Antar Budaya digambarkan dalam film Hotel Rwanda”

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi antarbudaya digambarkan dalam Film Hotel Rwanda.

D. Kerangka Pemikiran dan Kerangka Teori

D.1. Kerangka Pemikiran

Dalam ilmu komunikasi, film merupakan bagian dari komunikasi massa. Karena film mempraktekkan komunikasi audio visual. Tidak ada konsep yang ringkas dan komprehensif yang mampu meraih semua ketentuan dalam berkomunikasi. Secara umum diketahui bahwa berbagai pesan audio visual merujuk kepada system komunikasi yang telah ada sebelumnya.³

Semiotika mencoba untuk mengkaji symbol-simbol yang terkandung dalam sebuah film dan mencoba memaknai pesan yang terkandung dalam film tersebut. Film Hotel Rwanda diangkat berdasarkan kisah nyata pada tahun 1994, dimana terjadi pembantaian dan konflik diantara dua suku yaitu Hutu dan Tutsi. Konflik terjadi dikarenakan kesenjangan dalam hal pembagian kekuasaan, dimana pada waktu Belgia menguasai Rwanda, Tutsi memiliki keistimewaan untuk ikut dalam pemerintahan, hingga pada suatu waktu Belgia meninggalkan Rwanda. Dan ketika pemerintahan pada waktu itu mengusulkan pembagian kekuasaan, masing-masing pihak tidak menyetujuinya, mereka ingin yang menguasai Rwanda adalah dari satu suku yang sama. Itulah yang menyebabkan kedua suku tersebut berebut kekuasaan dan menjadikan situasi menjadi tidak kondusif.

D. 2. Kerangka Teori

D.2.1. Film sebagai Alat Komunikasi Massa

Proses komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang, dalam hal ini komunikator, kepada orang lain yaitu yang disebut komunikan.

³ Helman Alicja, *Some Problems of Spatial Semiotic in Film*, Google search, jurnal internasional

Dalam proses komunikasi bahasa merupakan media primer dalam menyampaikan pesan. Bahasa menduduki peran sebagai media primer karena bahasa memiliki kemampuan untuk menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain. Selain bahasa, media primer lain yang digunakan dalam proses komunikasi adalah gesture, isyarat, gambar dan warna.⁴

Komunikasi sebagai kegiatan pertukaran pesan dari sumber pesan (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan), dapat terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan. Jadi antara komunikator dan komunikan harus memiliki *frame of reference* yang sama.⁵

Dalam ilmu komunikasi, film merupakan bagian dari komunikasi massa. Secara teoretis dan telah terbukti pula dalam praktek kebenarannya, film adalah alat komunikasi massa yang paling dinamis dewasa ini. Apa yang terlihat oleh mata dan terdengar oleh telinga, masih lebih cepat dan lebih mudah masuk akal dari apa yang hanya dapat dibaca dan memerlukan lagi pengkhayalan untuk mendapatkan makna.⁶

Film pertama kali lahir di paruh kedua abad 19, dibuat dengan bahan dasar seluloid yang sangat mudah terbakar, bahkan oleh percikan abu rokok sekalipun. Sesuai perjalanan waktu, para ahli berlomba-lomba untuk menyempurnakan film agar lebih aman, lebih mudah diproduksi, dan enak ditonton.⁷

⁴ Onong U. Effendi, *Ilmu Komunikasi : Teori & Praktek*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2000, hal 11

⁵ Jalaludin Rachmat, *Psikologi Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 1996, hal 280

⁶ Usmar Ismail, *Usmar Ismail mengupas Film*, Sinar Harapan, Jakarta, 1983, hal 47

⁷ Heru Effendy, *Mari Membuat Film, panduan untuk menjadi produser*, Panduan, Yogyakarta, 2002, hal 20

Jenis-jenis film yang biasa diproduksi untuk berbagai keperluan yakni :

1. Film Dokumenter (documentary films)

Dokumenter adalah sebutan yang diberikan untuk film pertama karya Lumiere bersaudara yang berkisah tentang perjalanan, yang dibuat sekitar tahun 1890-an. Seorang pembuat film dan kritikus asal Inggris John Grierson, berpendapat dokumenter merupakan cara kreatif merepresentasikan realitas. Film dokumenter menyajikan realita melalui berbagai cara dan dibuat untuk berbagai macam tujuan, seperti untuk penyebaran informasi, pendidikan, dan propaganda bagi kelompok atau orang tertentu.

2. Film Cerita Pendek (short film)

Film cerita pendek merupakan film yang biasanya berdurasi dibawah 60 menit. Beberapa sekelompok orang menjadikannya laboratorium eksperimen dan batu loncatan untuk kemudian memproduksi film cerita panjang.

3. Film Cerita Panjang (feature-length films)

Merupakan film dengan durasi lebih dari 60 menit, lazimnya berdurasi 90-100 menit. Film yang diputar di bioskop umumnya termasuk dalam kelompok ini.

4. Film-Film Jenis Lain-Profil Perusahaan (corporate profile)

Film ini diproduksi untuk kepentingan institusi tertentu berkaitan dengan kegiatan yang mereka lakukan, misalnya "Usaha Anda" di SCTV. Film ini sendiri berfungsi sebagai alat bantu presentasi.

5. Iklan Televisi (TV commercial)

Film ini diproduksi untuk kepentingan penyebaran informasi, baik tentang produk (iklan produk) maupun layanan masyarakat (iklan layanan masyarakat).

6. Program Televisi (TV Programme)

Program ini diproduksi untuk konsumsi pemirsa televisi. Secara umum, program televisi dibagi menjadi dua jenis yaitu cerita dan noncerita. Jenis cerita dibagi menjadi dua yaitu kelompok fiksi (film serial, film televisi/FTV dan film cerita pendek) dan kelompok non fiksi (aneka program pendidikan, film dokumenter atau profil tokoh). Sedangkan program non cerita menggarap *variety show*, *TV quiz*, *talkshow*, dan liputan/berita.

7. Video Klip (music video)

Sejatinya, video klip adalah sarana bagi para produser musik untuk memasarkan produknya lewat medium televisi.⁸

Film sebagai bentuk media massa baru, mempunyai kekuatan yang sama dengan televisi atau surat kabar dalam hal menyampaikan pesan. Film sebagaimana televisi merupakan media komunikasi massa yang lengkap. Hal ini disebabkan film dan televisi menggunakan media audio visual dimana pesan yang ingin disampaikan dialirkan melalui gambar dan suara. Komunikasi cenderung akan lebih mudah menangkap pesan yang ingin disampaikan tersebut saat pesan itu sendiri dapat dilihat dan didengar.

⁸ ibid, hal 11-14

Film berperan sebagai sarana baru yang digunakan untuk menyebarkan hiburan serta menyajikan cerita, peristiwa, musik, drama, lawak dan sajian teknis lainnya kepada masyarakat umum. Film memiliki kemampuan dalam menjangkau sekian banyak orang dalam waktu yang cepat, mampu menarik perhatian orang dan bahwa film memiliki kemampuan mengantar pesan secara unik.

Sejak pertama kali film dihasilkan sebagai karya teknik manusia, langsung ia dipakai sebagai alat komunikasi massa, populernya sebagai alat untuk bercerita. Apakah yang diceritakannya itu suatu khayalan atau kisah, pada pokoknya segala macam media bercerita, yaitu suatu media baru sebagai hasil karya elektro teknik dan karya optik.⁹

Sebagai alat komunikasi massa dewasa ini, film telah dipakai untuk berbagai tujuan. Bagi mereka yang melihat film itu hanya sebagai media seni dan menerapkan 'seni untuk seni', film hanyalah suatu media untuk menyatakan pikiran, perasaan, isi hati, kadang-kadang nafsu mereka pribadi dengan tidak memperdulikan norma, nilai-nilai selain daripada ukuran-ukuran mereka sendiri sebagai manusia.¹⁰

Sebuah film, sebagai produk kesenian maupun sebagai medium, adalah suatu cara untuk berkomunikasi, ada sesuatu yang ingin disampaikan pada penonton. Dalam hal ini, cara berkomunikasi adalah cara bertutur, ada tema, tokoh, cerita, secara audio visual, yang pada akhirnya mengkomunikasikan suatu pesan eksplisit maupun implisit, secara dramatik. Menurut David Bordwell, cara

⁹ Usmar Ismail, hal 98

¹⁰ ibid

bertutur ini adalah kehadiran kembali kenyataan, dengan makna yang lebih luas.¹¹

Cara bertutur adalah bagian bagian dari teknik berkomunikasi, yakni bagaimana sebuah film menancapkan pesan ke benak penonton, dengan cara yang mengesankan. Pengertiannya adalah penonton memahami sebuah pesan bukan karena pemberitahuan mentah-mentah, melainkan berdasarkan pengalaman yang didapatnya dari sebuah film. Dengan begitu, sebuah film dianggap berhasil berkomunikasi dengan baik, jika berhasil menyampaikan pesan secara mengesankan. Film yang paling tidak komunikatifpun ingin menyampaikan sesuatu. Makin komunikatif sebuah film, makin mulus penyampaian gagasan yang dikandungnya pada penonton.¹²

Film sebagai media dapat memberi gambaran yang konkrit mengenai orang-orang dalam suatu keadaan, yang tadinya hanya dapat dibaca dalam buku atau cara hidup yang berbeda dari para penontonya. Film, sebagai pemuas kebutuhan manusia akan hiburan, memberikan nilai lebih bagi penontonya. Sebab selain menghibur, film juga memberikan informasi dan pendidikan.

Dalam merepresentasikan realitas, sebuah film akan selalu terpengaruh oleh lingkup sosial, ideologi, dimana film tersebut dibuat, dan akan berpengaruh kembali pada kondisi masyarakatnya, karena pada dasarnya, film lahir dari realitas masyarakat dan lingkungan sesuai dengan kekuatan film merepresentasikan kehidupan, sehingga mampu memuat nilai budaya masyarakat.

¹¹ David Bordwell, *Narration in the fiction film*, (Wisconsin: the University of Wisconsin Press, 1985) dalam Seno Gumira Ajidarma, *Layar Kata*, Yayasan Bentang Buana, Yogyakarta, 2000, hal 6

¹² *ibid*,hal 7

Aspek produksi, distribusi, dan konsumsi film, membawa film sebagai bagian yang tidak terlepas dari kehidupan masyarakat. Sebuah realitas berhubungan dengan masyarakat dan berbagai dinamika kehidupannya. Pada proses komunikasi, masyarakat menjadi bagian penting yang menerima pengaruh dan menjadi penilai dari suatu ekspresi kreativitas yang ditampilkan dalam media. Selain itu penciptaan film pada dasarnya berpangkal dari realitas masyarakat dan lingkungannya. Hal ini sesuai dengan kekuatan film dalam merefleksikan kehidupan masyarakat, sehingga mampu memuat nilai budaya masyarakat.

Film sebagai media massa mampu memberikan pengaruh yang kuat pada masyarakat, karena film dan masyarakat memiliki suatu hubungan berupa pencerminan atau refleksi. Media film merefleksikan realita disekitarnya, dan hal ini tidak pernah terlepas dari khalayaknya.

Begitu besar pengaruh film terhadap jiwa manusia, sebabnya, pertama oleh suasana di dalam gedung bioskop sendiri, dan kedua karena sifat dari medium massa itu sendiri. Dalam hal ini, diperlukan keahlian dari para pembuat film untuk menimbulkan emosi penonton. Teknik perfilman, baik peralatan maupun pengaturannya telah berhasil menampilkan gambar-gambar yang semakin mendekati kenyataan. Dalam suasana gelap di bioskop itu penonton menyaksikan suatu cerita yang seolah-olah benar-benar terjadi di hadapannya.¹³

Dalam sebuah film, tidak hanya terjadi komunikasi verbal melalui bahasa-bahasa yang tertuang dalam dialog antara pemain, akan tetapi juga terjadi komunikasi non verbal yang tertuang dalam bahasa gambar berupa isyarat-isyarat

¹³ Onong U. Effendi, *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, Alumni, Bandung, 1981, hal 191

dan ekspresi dari pemain film tersebut. Film menggunakan bahasa dan gaya yang menyangkut gerak-gerak tubuh (gesture), sikap (posture), dan ekspresi muka (facial expression).¹⁴

D.2.2 Semiotik : memaknai sebuah film

Dalam kaitannya dengan film, semiologi akan menghasilkan makna-makna yang berasal dari kajian elemen-elemen film yang luas dan beragam, sehingga dapat diperoleh makna yang meliputi berbagai dimensi. Semiologi memberikan pemahaman bahwa sebuah makna dipahami secara aktif dalam proses interpretasi. Selain itu juga mengkaji simbol-simbol yang ada dalam sebuah film untuk direpresentasikan dalam kehidupan nyata, sehingga dapat diperoleh makna tertentu.

Secara etimologis, istilah *semiotik* berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti “tanda”. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain.¹⁵

Semiotik, yang sering pula disebut semiologi, keduanya kurang lebih dapat saling menggantikan karena sama-sama digunakan untuk mengacu kepada ilmu tentang tanda. Komaruddin Hidayat, misalnya menyebutkan :

Bidang kajian *semiotik* atau *semiologi* adalah mempelajari fungsi tanda dalam teks, yaitu bagaimana memahami sistem tanda yang ada dalam teks yang berperan membimbing pambacanya agar bisa menangkap pesan yang terkandung di dalamnya. Dengan ungkapan lain, *semiologi* berperan untuk melakukan interogasi terhadap kode-kode yang dipasang oleh penulis agar pembaca bisa memasuki bilik-bilik makna yang tersimpan dalam sebuah teks. Seorang pembaca, ibarat pemburu harta karun yang bermodalkan peta, harus paham terhadap sandi dan tanda-tanda yang menunjukkan dimana “makna-

¹⁴ Onong U. Effendi, *Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1993, hal 29

¹⁵ Drs. Alex Sobur, M.si., *Analisis Teks Media*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2001, hal 95

makna” itu disimpan dan kemudian dengan bimbingan tanda-tanda baca itu makna dibuka (Hidayat, 1996:163-164)¹⁶

Berkenaan dengan studi semiotik, pada dasarnya pusat perhatian pendekatan semiotik adalah pada tanda (sign). Menurut John Fiske, terdapat tiga area penting dalam studi semiotik, yakni :

1. Tanda itu sendiri. Hal ini berkaitan dengan beragam tanda yang berbeda, seperti cara mengantarkan makna serta cara menghubungkannya dengan orang yang menggunakannya. Tanda adalah buatan manusia dan hanya bisa dimengerti oleh orang-orang yang menggunakannya.
2. Kode atau sistem dimana lambang-lambang disusun. Studi ini meliputi bagaimana beragam kode yang berbeda dibangun untuk mempertemukan dengan kebutuhan masyarakat dalam sebuah kebudayaan.
3. Kebudayaan dimana kode dan lambang itu beroperasi.¹⁷

Semiotik digunakan sebagai pendekatan untuk menganalisis teks media dengan asumsi bahwa media itu sendiri dikomunikasikan melalui seperangkat tanda. Teks media yang tersusun atas seperangkat tanda tersebut tidak pernah membawa makna tunggal. Kenyataannya, teks media selalu memiliki ideologi dominan yang terbentuk melalui tanda tersebut.¹⁸

Pada dasarnya semiotik mempelajari tentang hakikat tentang keberadaan suatu tanda. Menurut Saussure, persepsi dan pandangan kita tentang realitas,

¹⁶ ibid, hal 106-107

¹⁷ ibid, hal 94

¹⁸ ibid, hal 95

dikonstruksikan oleh kata-kata dan tanda-tanda lain yang digunakan dalam konteks sosial, hal ini berarti tanda membentuk persepsi manusia, lebih dari sekedar merefleksikan realitas yang ada.¹⁹

Dalam pembahasan tentang tanda, Barthes mulai dengan pernyataan Saussurean: “Signified dan Signifier”. Yang artinya adalah komponen-komponen tanda. Jadi menurut Saussure, tanda selalu mempunyai tiga wajah: tanda itu sendiri (sign), aspek material (entah berupa suara, huruf, bentuk, gambar, gerak) dari tanda yang berfungsi menandakan atau yang dihasilkan oleh aspek material (signifier), dan aspek mental atau konseptual yang ditunjuk oleh aspek material (signified). Ketiga wajah ini sering juga diformulasikan sebagai sign-sign vehicle-meaning.²⁰ Saussure menyebut *signifier* sebagai bunyi atau coretan bermakna, sedangkan *signified* adalah gambaran mental atau konsep sesuatu dari *signifier*. Hubungan antara keberadaan fisik tanda dan konsep mental tersebut dinamakan *signification*. Dengan kata lain, *signification* adalah upaya dalam memberi makna terhadap dunia.²¹

Hubungan antara *signifier* dan *signified* ini dibagi menjadi tiga, yaitu:²²

1. Ikon, adalah tanda yang memunculkan kembali benda atau realitas yang ditandainya, misalnya foto atau peta.
2. Indeks, adalah tanda yang kehadirannya menunjukkan adanya hubungan dengan yang ditandai, misalnya asap adalah indeks dari api.

¹⁹ *ibid*, hal 87

²⁰ ST Sunardi, *Semiotika Negativa*, Kanak, Yogyakarta 2002, hal 48

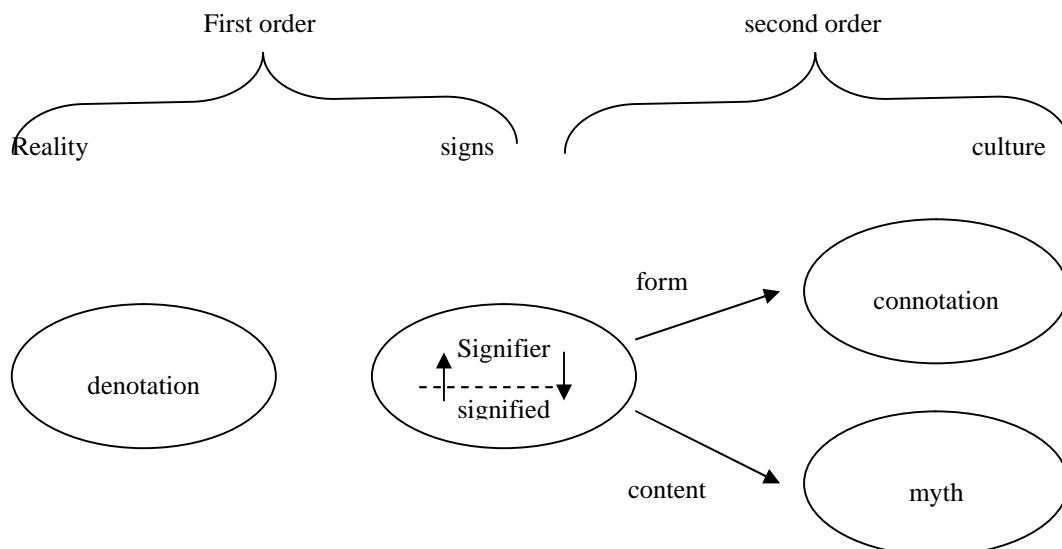
²¹ Drs. Alex Sobur, hal 125

²² *ibid*, hal 126

3. Simbol, adalah sebuah tanda di mana hubungan antara *signifier* dan *signified* semata-mata adalah masalah konvensi, kesepakatan atau peraturan.

Semiotik berusaha menggali hakikat sistem tanda yang beranjak keluar kaidah tata bahasa dan sintaksis dan yang mengatur arti teks rumit, tersembunyi, dan yang bergantung pada kebudayaan. Hal ini kemudian menimbulkan perhatian pada makna tambahan (*connotative*) dan arti penunjukan (*denotative*), kaitan dan kesan yang ditimbulkan dan diungkapkan melalui penggunaan dan kombinasi tanda.

Salah seorang pengikut Saussure, Roland Barthes, membuat sebuah model sistematis dalam menganalisis makna dari tanda-tanda. Fokus perhatian Barthes lebih tertuju kepada gagasan tentang signifikasi dua tahap (*two order of signification*), seperti terlihat dalam gambar²³ :



²³ ibid, hal 127

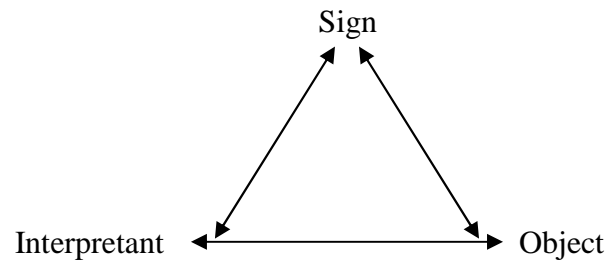
Signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* dan *signified* di dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal. Barthes menyebutnya sebagai denotasi, yaitu makna paling nyata dari tanda. Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaannya. Dengan kata lain, denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek, sedangkan konotasi adalah bagaimana mengambarkannya.

Bagi Barthes, semiologi hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa obyek-obyek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana obyek-obyek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda. Pada akhirnya, Barthes menganggap kehidupan sosial sendiri merupakan suatu bentuk dari signifikasi. Dengan kata lain, kehidupan sosial, apapun bentuknya, merupakan suatu sistem tanda tersendiri pula.²⁴

Sedangkan Pierce muncul dengan teori segi tiga makna (*triangle meaning*), yang terdiri atas *sign* (tanda), *object* (obyek), dan *interpretant* (interpretan). Menurut Pierce, salah satu bentuk tanda adalah kata. Sedangkan objek adalah sesuatu yang dirujuk tanda. Sementara interpretan adalah tanda yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda. Apabila ketiga elemen makna itu berinteraksi dalam benak seseorang, maka muncullah

²⁴ Kurniawan, *Semiologi Roland Barthes*, Indonesiatara, Magelang, 2001

makna tentang sesuatu yang diwakili oleh tanda tersebut. Teori segi tiga makna mengupas persoalan bagaimana makna muncul dari sebuah tanda ketika tanda itu digunakan orang pada waktu berkomunikasi. Hubungan segitiga makna Pierce ditampilkan dalam gambar berikut (Fiske, 1990:42)²⁵ :



Di dalam semiotik, tugas utamanya adalah mengamati atau mengobservasi fenomena-gejala yang ada disekelilingnya melalui berbagai “tanda” yang dilihatnya. Tanda sebenarnya representasi dari gejala yang memiliki sejumlah kriteria seperti: nama (sebutan), peran, fungsi, tujuan, keinginan. Tanda tersebut berada di seluruh kehidupan manusia, ini berarti tanda dapat pula berada pada kebudayaan manusia, dan menjadi sistem tanda yang digunakannya sebagai pengatur kehidupannya. Oleh karena itu, tanda-tanda tersebut melekat dalam kehidupan manusia yang penuh makna, seperti teraktualisasi pada bahasa, religi, seni, sejarah, serta ilmu pengetahuan.

D.2.3. Komunikasi Antar Budaya

Secara sederhana, komunikasi antar budaya dapat didefinisikan sebagai “interaksi di antara anggota-anggota budaya yang berbeda”.²⁶ Secara khusus, komunikasi antar budaya dapat diartikan sebagai “proses tukar-menukar

²⁵ Deddy Mulyana, hal 114-115

²⁶ Sitaram, *Foundations of Intercultural Communication*, (Columbus, 1976) dalam Franz Josef Eilers, , *Berkomunikasi Antara Budaya*, Penerbit Nusa Indah, NTT, 1995, hal 30

pemikiran dan pengertian antara orang dari budaya yang berbeda”²⁷ Komunikasi antar budaya terjadi bila pengirim pesan adalah anggota dari suatu budaya dan penerima pesannya adalah anggota dari suatu budaya lain.²⁸

Ada dua konsep yang mendasari proses komunikasi antar budaya. Komunikasi antar budaya atau lebih, pasti beranggapan bahwa ada budaya dan bahwa komunikasi merupakan kenyataan biasa dalam masyarakat manusia, jadi komunikasi merupakan bagian budaya.²⁹

Dalam banyak hal, hubungan antara budaya dan komunikasi bersifat timbal balik. Keduanya saling mempengaruhi yang lainnya. Apa yang kita bicarakan, bagaimana kita membicarakannya, apa yang kita lihat, perhatikan atau abaikan, bagaimana kita berpikir, dan apa yang kita pikirkan dipengaruhi oleh budaya. Pada gilirannya, apa yang kita bicarakan, bagaimana kita membicarakannya, dan apa yang kita lihat turut membentuk, menentukan, dan menghidupkan budaya kita. Budaya takkan hidup tanpa komunikasi, dan komunikasipun takkan hidup tanpa budaya. Masing-masing tak dapat berubah tanpa menyebabkan perubahan pada yang lainnya.³⁰

Komunikasi antar budaya terjadi bila produsen pesan adalah anggota suatu budaya dan penerima pesannya adalah anggota suatu budaya lainnya. Dalam keadaan demikian, masalah-masalah akan ada dalam suatu situasi di mana suatu

²⁷ Maletzke, *Intercultural and International Communication*, (New York, 1976) ibid

²⁸ Richard E. Porter & Larry A. Samovar, *Suatu Pendekatan Terhadap Komunikasi Antar Budaya*, dalam *Komunikasi Antar Budaya*, hal 13

²⁹ Frans Josef Eilers, *Berkomunikasi Antara Budaya*, Penerbit Nusa Indah, NTT, 1995, hal 17

³⁰ ibid hal 37

pesan disandi dalam suatu budaya dan harus disandi balik dalam budaya lain. Seperti bisa dilihat, budaya mempengaruhi orang yang berkomunikasi³¹

Dalam komunikasi antarbudaya, terdapat variabel-variabel yang merupakan konsep dan pemikiran dasar, yang merupakan bagian dari suatu peristiwa komunikasi antar budaya. Variabel komunikasi antar budaya sebagian besar ditentukan oleh alat komunikasi non verbal dan verbal yang digunakan. Selain dari itu struktur, kondisi, nilai budaya dan persepsi masyarakat yang berbeda serta struktur dan peranan komunikasi dan alat komunikasi dalam masyarakat ikut menentukan variabel-variabel tersebut.³²

Menurut F. Poyatos, komunikasi non verbal dapat didefinisikan sebagai “dihasilkannya tanda-tanda berdasar sistem isyarat tanpa bahasa melalui gerakan (somatis), melalui artefaktual dan melalui lingkungan sesuai dengan yang berlaku di suatu budaya”. Ini berarti komunikasi non verbal dapat dibagi menjadi komunikasi somatis (misalnya dengan gerakan tubuh), komunikasi artefaktual (misalnya dengan benda tertentu) dan komunikasi lingkungan. Randall Harrison dan Wayne W. Crouch mengusulkan empat pembagian komunikasi non verbal :

1. tanda-tanda dengan tindakan disampaikan melalui tubuh dengan suara, wajah dan tangan
2. tanda-tanda dengan benda misalnya menggunakan objek seperti pakaian, peralatan
3. tanda-tanda dengan media seperti penggunaan gambar, grafik, rekaman

³¹ ibid hal 21

³² Richard E. Porter, hal 52

4. tanda-tanda melalui ruang dan waktu yang dinyatakan melalui penggunaan ruang dan waktu dalam komunikasi.

Komunikasi non verbal memiliki fungsi-fungsi, yaitu yang pertama mengatur tindakan sosial yang langsung. Dalam fungsi ini, komunikasi non verbal menyatakan, sikap antar pribadi melalui posisi tubuh, ekspresi wajah, nada, suara, penampilan dan tatapan; menyatakan tingkat emosi pembicara yang diungkapkan lepas dari apa yang ingin disampaikan atau lepas dari nada suara, ekspresi wajah, gerakan anggota tubuh, bau, tatapan dan sebagainya; dan komunikasi antarbudaya sebagai tindakan sosial menjadi pemaparan diri pembicara melalui penampilan, pembicaraan, dan gaya penyampaiannya secara umum. Fungsi yang kedua adalah sebagai pendukung komunikasi verbal. Tanda-tanda gerakan tubuh ini dapat memberi arti atau mempengaruhi arti kalimat. Akhirnya komunikasi non verbal juga dapat berfungsi menggantikan komunikasi verbal pada situasi-situasi tertentu, misalnya jika orang tuli atau bisu atau sakit syaraf tertentu.

George Gerbner, merumuskan komunikasi sebagai “interaksi sosial melalui sistem simbol dan pesan”. Bahasa adalah sistem pesan yang dimaksud. Sistem itu terdiri atas kata-kata yang dikelompokkan menjadi kode-kode yang merupakan bagian dari sistem tertentu. Encoding berarti menyusun pesan dalam kode tertentu dan decoding menafsirkan kembali kode menjadi pesan. Dalam komunikasi antar budaya penyusunan dan penafsiran pesan dilakukan oleh orang-orang dari dua budaya yang berbeda.³³

³³ ibid, hal 67

Tidak seorangpun dapat hidup sendiri, dia selalu bergantung pada orang lain dan ini bukan saja orang lain sebagai pribadi tetapi juga pada struktur yang terdiri atas lembaga sosial dalam masyarakat manusia. Komunikasi antar budaya lebih mudah terjadi antara orang-orang yang dari kelas yang sama atau mirip, yang akan mempunyai minat yang sama dan lebih mudah saling memahami.³⁴

Individu-individu sangat cenderung menerima dan mempercayai apa yang dikatakan budaya mereka. Mereka dipengaruhi adat dan pengetahuan masyarakat dimana mereka dibesarkan dan tinggal, terlepas dari bagaimana validitas objektif masukan dan penanaman budaya ini pada diri masing-masing. Juga cenderung mengabaikan atau menolak apa yang bertentangan dengan yang mereka anggap kebenaran kultural atau kepercayaan yang mereka yakini. Ini seringkali menjadi landasan bagi prasangka yang tumbuh di antara anggota kelompok lain.

Selain karena adanya stereotip-stereotip tersebut, konflik juga timbul karena adanya sifat etnosentrime yang kuat di kalangan komunitas lokal, suatu sifat yang selalu menilai kebudayaan orang lain dengan ukuran atau standar kebudayaannya sendiri. Sifat ini membawa egoisme etnis, dengan asumsi, yang terbaik adalah budaya sendiri sedangkan budaya orang lain didefinisikan sebagai tidak sesuai dengan nilai budaya mereka.³⁵

Dalam komunikasi antar manusia, stereotip pada umumnya akan menghambat keefektifan komunikasi, bahkan pada gilirannya akan menghambat integrasi manusia yang sudah pasti dilakukan lewat komunikasi, baik komunikasi verbal ataupun komunikasi non verbal, baik komunikasi langsung (tatap muka)

³⁴ ibid hal 79

³⁵ Andrik Purwasito, *Komunikasi Multikultural*, Muhammadiyah University Press, Surakarta, 2003, hal 313

ataupun komunikasi bermedia (massa). Dengan demikian, keberadaan stereotip-stereotip antar suku di suatu negara dapat pula menghambat integrasi suku-suku bangsa tersebut.³⁶

Dalam komunikasi antar budaya, terdapat nilai-nilai yang dimiliki oleh seseorang dan pengaruhnya pada komunikasi, serta memahami nilai-nilai dan pengaruhnya pada kebudayaan lain. Dalam komunikasi dengan budaya lain, seringkali perlu membatasi atau mengatasi pengaruh nilai budaya sendiri agar dapat menyesuaikan dengan budaya pihak lain. Bila ada nilai-nilai yang sama antara dua budaya yang berkomunikasi, maka komunikasi akan lebih mudah. Nilai-nilai mempengaruhi cara orang berkomunikasi, yaitu melalui keputusan tentang alat komunikasi yang dipakai, dan cara menggunakannya. Biasanya nilai-nilai dalam suatu budaya berhubungan satu sama lain dalam suatu bentuk urutan, yang kemudian menentukan pemilihan alat komunikasi yang akan digunakan berdasar urutan tersebut. Ini berlaku bagi komunikator maupun penerima. Nilai-nilai tidak dapat diukur, tetapi kebiasaan dan jenis komunikasi yang dipakai dapat diamati, dikaji dan mungkin diperbandingkan.³⁷

E. Definisi Konsep

1. Makna

Dalam penjelasan Umberto Eco, makna dari sebuah wahana tanda (sign-vehicle) adalah satuan kultural yang diperagakan oleh makna-makna tanda yang

³⁶ Deddy Mulyana, *Menjadi Manusia Antar Budaya*, dalam *Komunikasi Antar Budaya*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 1990, hal 204

³⁷ *ibid*, hal 91-92

lainnya serta, dengan begitu, secara semantik mempertunjukkan pula ketidaktergantungannya pada wahana tanda yang sebelumnya.³⁸

2. Komunikasi Antarbudaya

Komunikasi antarbudaya merupakan salah satu bentuk komunikasi yang dilakukan oleh dua atau lebih pribadi yang kebudayaannya berbeda. Yang menandai komunikasi antar budaya adalah bahwa sumber dan penerimanya berasal dari budaya yang berbeda. Namun komunikasi antarbudaya tidak selalu dimaksudkan sebagai komunikasi antar bangsa, melainkan komunikasi antarpribadi yang dilakukan komunikator dan komunikan yang berbeda, bahkan dalam satu bangsa sekalipun. Hal ini dapat berarti bahwa komunikasi antarbudaya dapat terjadi diantara anggota kebudayaan yang berbeda suku, seperti di negara Rwanda yaitu antara Hutu dan Tutsi walaupun dalam satu bangsa. Selain itu komunikasi antarbudaya juga dapat terjadi dengan dunia diluar bangsa tersebut, yaitu dengan dunia internasional, yang berbeda bangsa, dan ras, yang ditunjukkan oleh warga asing melalui tentara PBB, tamu-tamu hotel yang berasal dari Eropa, serta orang-orang dari bangsa Belgia.

Individu-individu sangat cenderung menerima dan mempercayai apa yang dikatakan budaya mereka. Mereka dipengaruhi adat dan pengetahuan masyarakat dimana mereka dibesarkan dan tinggal, terlepas dari bagaimana validitas objektif masukan dan penanaman budaya ini pada diri masing-masing. Juga cenderung mengabaikan atau menolak apa yang bertentangan dengan yang mereka anggap

³⁸ Kris Budiman, *Kosa Semiotika*, LkiS, Jogjakarta, 1999, hlm.7

kebenaran kultural atau kepercayaan yang mereka yakini. Ini seringkali menjadi landasan bagi prasangka yang tumbuh di antara anggota kelompok lain. Selain itu juga munculnya persepsi serta perasaan *in group* yang kuat terhadap kelompoknya sendiri dapat menjadi alasan yang kuat untuk terjadinya konflik.

Dalam komunikasi antar manusia, stereotip (pandangan umum dari suatu kelompok masyarakat terhadap kelompok masyarakat yang lain, yang biasanya bersifat negatif) pada umumnya akan menghambat keefektifan komunikasi, bahkan pada gilirannya akan menghambat integrasi manusia yang sudah pasti dilakukan lewat komunikasi, baik komunikasi verbal ataupun komunikasi non verbal, baik komunikasi langsung (tatap muka) ataupun komunikasi bermedia (massa). Dengan demikian, keberadaan stereotip-stereotip antar suku di suatu negara dapat pula menghambat integrasi suku- suku bangsa tersebut.³⁹

Dalam komunikasi antar budaya, terdapat hal-hal yang perlu diketahui, yaitu nilai-nilai yang dimiliki oleh seseorang dan pengaruhnya pada komunikasi, serta memahami nilai-nilai dan pengaruhnya pada kebudayaan lain. Dalam komunikasi dengan budaya lain, setelah menyadari perbedaan nilai-nilai yang dimiliki, seringkali perlu membatasi atau mengatasi pengaruh nilai budaya sendiri agar dapat menyesuaikan dengan budaya pihak lain. Bila ada nilai-nilai yang sama antara dua budaya yang berkomunikasi, maka komunikasi akan lebih mudah.

Komunikasi antar budaya yang terjadi dalam film *Hotel Rwanda* ini, terjadi diantara dua kebudayaan yang berbeda, yang ditandai dengan perbedaan dalam hal pekerjaan, bukan berdasar etnis. Yaitu suku Hutu dianggap sebagai

³⁹ Deddy Mulyana, *ibid*

golongan para pekerja tani, sedangkan suku Tutsi termasuk dalam golongan atas, yaitu kalangan pemerintahan. Serta terbitnya kartu identitas yang dibuat pemerintah yang membedakan anggota kelompok satu dengan kelompok yang lainnya.

3. Tanda (Simbol)

Semua yang dapat diamati dan diidentifikasi dapat menjadi tanda, baik hal yang sangat kecil maupun yang bersifat kompleks karena terdiri atas sejumlah besar tanda lainnya yang lebih kecil. Tanda-tanda yang paling menarik barangkali adalah yang tidak disadari, tanda yang tidak dimaksudkan untuk dianggap seperti itu.⁴⁰

Oleh Peirce, simbol merupakan salah satu jenis tanda yang bersifat arbitrer dan konvensional. Dengan demikian, berdasarkan pengertian ini, simbol merupakan ekuivalen dari pengertian Saussure tentang tanda. Istilah simbol biasa dipergunakan secara luas dengan pengertian yang beraneka ragam, dan dengan demikian, tentu harus selalu dipahami secara hati-hati.

4. Film

Film dibangun oleh gambar-gambar dan bukan seluloid. Gambar-gambar yang terbentuk ini, menimbulkan ilusi yang kuat pada yang menontonnya, sehingga apa yang dilihat seolah-olah adalah kenyataan. Film merupakan salah satu jenis hiburan yang sekaligus dapat memuaskan mata dan telinga, karena

⁴⁰ Aart van Zoest, " Interpretasi dan Semiotika", dalam Panuti Sudjiman dan Aart van Zoest, *Serba-Serbi Semiotika*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1992, hlm 11-12

terdiri dari unsur gambar, kata-kata, musik dan efek suara. Gambar-gambar yang disajikan merupakan gambar hidup, sehingga mampu menimbulkan kesan yang mendalam pada penonton.⁴¹

Unsur gambar hidup dalam film, ditampilkan dengan membawa arti dan makna tertentu. Demikian juga dengan kata-kata yang diucapkan dalam dialog, memperjelas pesan yang telah disampaikan oleh gambar. Kemudian disempurnakan dengan musik serta efek suara lainnya, sehingga menjadi satu kesatuan yang menarik dan dapat dimengerti. Jalinan cerita yang dibangun oleh gambar-gambar serta dialog yang telah disempurnakan tadi, mengandung tema dan pesan tertentu yang ingin disampaikan oleh pembuat film kepada audiens yang menonton film tersebut.

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Istilah penelitian kualitatif, dimaksudkan sebagai jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya. Metode penelitian kualitatif dapat digunakan untuk mengungkap dan memahami sesuatu di balik fenomena yang sedikitpun belum diketahui dan dapat juga digunakan untuk mendapatkan wawasan tentang sesuatu yang baru sedikit diketahui. Demikian pula metode kualitatif dapat memberi rincian yang kompleks tentang fenomena yang sulit diungkapkan oleh metode penelitian kuantitatif.⁴²

⁴¹ Onong U. Effendy, *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, hal 173

⁴² Anselm Strauss & Juliet Corbin, *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2003, hal 4-5

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang tidak menggunakan angka-angka sebagai ukuran, tetapi menggunakan bentuk-bentuk teori yang sudah ada guna menguak isi yang terkandung dalam film Hotel Rwanda tersebut. Dengan demikian akan dapat diketahui tanda-tanda apa saja yang merupakan gambaran terjadinya komunikasi antar budaya di tengah konflik antar kelompok yang bertikai.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode semiotika, yaitu cara, teknik, atau metode untuk menganalisis dan menginterpretasikan data yang berupa teks media.

3. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer sebagai bahan penelitian diperoleh dari VCD film Hotel Rwanda.

2. Data Sekunder

Data sekunder berasal dari internet, majalah, buku-buku, dan lain sebagainya, selain juga melakukan studi kepustakaan untuk mendapatkan teori-teori yang relevan.

4. Analisa data

Dalam menganalisa data yang diperoleh, digunakan pendekatan tanda yang didasarkan pada pandangan Charles Sanders Pierce. Konsep tanda tersebut adalah ikon, indeks, dan simbol. Pierce menggunakan istilah ikon untuk

kesamaan, indeks untuk hubungan sebab akibat, dan simbol untuk asosiasi konvensional.⁴³

Sedangkan untuk memudahkan dalam analisa data, pertama akan dilakukan pengamatan untuk memilih adegan yang didasarkan pada kebutuhan penelitian. Setelah itu dilakukan penganalisaan untuk menginterpretasi makna pesan yang terkandung dalam masing-masing sequence yang merupakan gambaran terjadinya Komunikasi Antarbudaya, dengan cara menghubungkan antara tanda, penafsir, rujukan, efek, dan konteks atau kondisi yang terdapat dalam sequence yang akan dianalisa berdasarkan rujukan dari berbagai referensi yang berkaitan dengan tema yang sesuai dengan tujuan penelitian ini.

Dalam setiap sequence yang menjadi objek penelitian yang kemudian diinterpretasikan adalah unsur-unsur dalam film seperti berupa dialog, monolog, backsound, setting, pergerakan kamera, komposisi visual (berupa kostum, gerak tubuh, perpaduan warna, mimik, dsb.), serta unsur-unsur film lainnya. Setiap tanda yang muncul akan diinterpretasikan dan kemudian akan dibahas dengan merujuk pada referensi yang ada seperti studi pustaka, dsb. Unsur verbal yang dianalisa dalam penelitian ini berupa sound scene yang mencakup :

- Dialog, yaitu percakapan-percakapan antar tokoh dalam film, dimana dialog digunakan hampir dalam seluruh scene.
- Monolog, yaitu percakapan-percakapan yang dilakukan seorang diri tanpa lawan bicara

⁴³ Drs. Alex Sobur, hlm. 34

- Musik latar (back sound), yaitu musik yang mengiringi atau melatarbelakangi beberapa scene yang sangat mendukung suasana/situasi cerita dalam film, seperti musik birama cepat dan ceria untuk suasana pesta, musik mellow untuk suasana sedih, musik hymne untuk suasana sakral, dan lain sebagainya.

Sedangkan unsur non verbal yang dianalisa berupa visual image yang mencakup :

- Komposisi visual, yaitu perpaduan unsur-unsur gambar (visual) dalam setiap scene di film, antara lain berupa perpaduan warna, bahasa tubuh, kostum, make up, dsb.
- Pergerakan kamera (camera movement), yaitu suatu cara pengambilan gambar melalui medium kamera pada setiap scene dalam film, seperti pemotretan jarak dekat (close up), pemotretan jarak jauh (long shot), pembesaran gambar (zoom in), pengecilan gambar (zoom out). Pemotretan dua sisi (two shoot), gerakan dipercepat, gerakan diperlambat, gerakan memutar, gerakan dari bawah ke atas (till up), gerakan dari atas ke bawah (till down), dan sebagainya.
- Latar belakang, lokasi (setting), yaitu pemilihan lokasi yang digunakan dalam pengambilan gambar dalam setiap scene di film Hotel Rwanda, dimana pemilihan lokasi ini disesuaikan dengan alur cerita dan situasi cerita, seperti pemilihan setting di kamar, ruang tamu, kamar tidur, dan lain sebagainya.

- Pancahaya (lighting), yaitu suatu cara penyinaran khusus pada suatu obyek yang membuat gambar obyek itu menjadi lebih jelas daripada obyek lain di sekitarnya dalam film, dimana penataan cahaya turut mendukung situasi cerita, seperti cahaya redup untuk suasana sedih, terang untuk suasana ceria, dan sebagainya.