

# **PERTARUNGAN KEPENTINGAN PRIBADI DENGAN KELOMPOK DALAM FILM ADA APA DENGAN CINTA 1 DAN 2**

Kusumajanti<sup>1</sup>, Hermina Manihuruk<sup>2</sup>, Ahmad Zakki Abdullah<sup>3</sup>  
Progdi Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Jakarta<sup>1</sup>  
kusumajantisuwarto@gmail.com<sup>1</sup>

## **ABSTRAK**

Kehidupan manusia dalam bermasyarakat seringkali terjadi benturan antara kepentingan pribadi dengan kepentingan kelompok. Realitas kehidupan ini tergambar dalam tayangan film *Ada Apa Dengan Cinta (AADC) 1 dan 2*. Penelitian ini menjadi menarik untuk dikaji secara mendalam berkaitan dengan bagaimana film *AADC 1 dan 2* menampilkan pertarungan yang terjadi antara kepentingan pribadi dengan kelompok? dan bagaimana dalam scenario digambarkan pemeran film menyelesaikan konflik yang terjadi dalam kehidupan pribadi maupun kelompok? Serta bagaimana komentar para penonton film terhadap realitas pertarungan yang terjadi?

Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure dipergunakan untuk tanda-tanda dan makna bahasa yang dipergunakan dalam film sebagai sebuah sistem yang utuh dan harmonis. Metode Netnografi juga dipergunakan untuk menggali informasi secara mendalam dari informan kunci dan para informan yang berasal dari Netizen. Tanda-tanda terjadinya pertarungan antara kepentingan pribadi dengan kelompok memang tergambar dengan jelas pada setiap adegan (scene). Pertarungan yang dikemas dengan tema percintaan seakan-akan tidak sekeras di adegan laga. Penyelesaian konflik yang ditampilkan dalam film *AADC 1 dan 2* dapat diselesaikan oleh seluruh anggota kelompok karena adanya keterbukaan dan jalinan hubungan yang erat antar anggota. Para Netizen menilai bahwa kepentingan pribadi seringkali terkalahkan dengan kepentingan kelompok yang sudah menjadi kesepakatan seluruh anggota. Meskipun demikian, kelompok masih memberikan kebebasan pada anggotanya untuk menjalankan kehidupan pribadinya.

Key word: Analisis Semiotika, Film, Komunikasi Kelompok

## **PENDAHULUAN**

Film dibuat seringkali sebagai gambaran realita kehidupan manusia. Kisah percintaan, keluarga, kehidupan kelompok, bahkan tindak kejahatan seringkali diangkat ke layar lebar. Tidak jarang film dibuat berdasarkan pengalaman seseorang (*true story*), meskipun banyak juga film yang diangkat hanya berdasarkan hayalan penulis semata.

Film sebagai sebuah karya sinematografi yang dapat dipergunakan sebagai pendidikan budaya (*cultural education*)<sup>1</sup>. Film juga dipergunakan oleh pelaku bisnis sebagai komoditas yang dapat menghasilkan keuntungan sejumlah rupiah. Perpaduan antara hiburan, realita kehidupan dan dunia bisnis menjadikan sebuah film sebagai tayangan yang menarik perhatian masyarakat. Bahkan masyarakat menganggap film sebagai tayangan yang nyata dan media pendidikan, transformasi budaya, dan gambaran kemajuan teknologi.

---

<sup>1</sup> Lihat selengkapnya pada Trianton Teguh, 2013. *Film sebagai Media Belajar*. Yogyakarta. Graha Ilmu. Halaman. ix.

Film merupakan bentuk seni yang paling “menyerupai” gerak kehidupan itu sendiri. Film hadir sebagai sepenggal kisah kehidupan yang kemudian muncul di layar lebar. Film fiksi justru adalah tampilan realitas yang lebih dalam artinya fantasi, lamunan, dan fiksi pada titik ini justru merupakan representasi kehidupan yang lebih nyata<sup>2</sup>.

Sejak tahun 1998, perfilman di Indonesia mulai mengalami kebangkitan setelah sempat terpuruk. Kebangkitan film Indonesia sesungguhnya tidaklah berjalan sendiri, melainkan dibangun oleh banyak peran, baik secara individu maupun komunitas. Nugroho dan Herlina (2015: 296-300) memaparkan peran-peran yang mendorong kebangkitan film Indonesia pasca 1998. Film *Daun Di Atas Bantal* (1997) yang dibintangi oleh Christine Hakim mampu menggerakkan kebangkitan film Indonesia di tengah krisis sosial politik. Film ini mampu menggerakkan masyarakat untuk memberikan perhatian pada anak-anak jalanan yang sebelumnya tidak boleh dan tidak pernah diangkat secara berani dengan bintang anak-anak jalanan itu sendiri. Film mampu memberikan gambaran tentang sebuah realita yang ada di masyarakat. Film layar lebar yang berangkat dari kehidupan masyarakat sehari-hari ternyata mampu menggerakkan dan mendorong masyarakat untuk lebih peduli dengan kehidupan disekitarnya.

Pasca tahun 1998, telah lahir berbagai genre film populer di Indonesia<sup>3</sup>. Film yang bertemakan tentang pengalaman dan kehidupan anak-anak berhasil diangkat ke layar lebar yaitu *Petualangan Sherina* pada tahun 1999 karya dari Riri Reza. Film remaja yang disutradarai oleh Rudi Soedjarwo (2001) berjudul *Ada Apa Dengan Cinta ?* mengangkat kehidupan sekelompok remaja yang duduk di bangku SMA berhasil juga diangkat ke layar lebar. Film ini menggambarkan kehidupan sehari-hari yang seringkali dijalani oleh para remaja dimana kehidupan pribadi mereka berjalan bersamaan dengan kehidupan mereka di dalam kelompok. Sineas film di Indonesia berusaha untuk membuat film-film dengan berbagai macam jenis, seperti film yang bertema percintaan remaja, horor. Film bertema horor dengan judul *Jelangkung* (2001) karya Rizal Mantovani dan Jose Poernomo seringkali luput dari catatan penulisan sejarah perkembangan film Indonesia pasca 1998.

Para penonton film seringkali terbawa oleh kehidupan yang ditampilkan di dalam cerita. Banyak penonton yang menganggap bahwa cerita dalam film sebagai realita dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Berbagai kehidupan masyarakat seperti di perkotaan, di pedesaan, percintaan remaja, cerita horror menjadi daya tarik tersendiri. Banyak cerita-cerita kehidupan masyarakat yang berangkat dari pengalaman baik secara perorangan maupun kelompok yang diangkat ke layar lebar dengan tujuan untuk berbagi pengalaman kepada masyarakat.

Film sebagai salah satu cara untuk menggambarkan realita kehidupan masyarakat memiliki makna yang berbeda-beda bagi setiap penontonnya. Tanda-tanda tersebut dapat dimaknai oleh penonton sesuai dengan interpretasi mereka bahkan dapat disesuaikan dengan pengalaman dan imajinasi yang mereka miliki. Semiotika memiliki sebuah cara berupa analisis untuk mengkaji berbagai macam tanda yang bukan hanya hadir dalam kehidupan manusia akan tetapi juga dapat dipakai untuk memaknai sebuah film. Artinya semua yang muncul dalam sebuah tayangan film dilihat sebagai tanda yakni sebagai sesuatu yang harus

---

<sup>2</sup> Film hadir terkadang hadir sebagai proyeksi dari konteks aktual nyata. Lihat selengkapnya pada kata pengantar Bambang Sugiharto (2015:vii) Pembentukan Wacana Film: Sebuah Pengantar dalam buku Garin Nugroho dan Dyna Herlina S yang berjudul *Krisis dan Paradoks Film Indonesia*. Jakarta. Penerbit Buku Kompas.

<sup>3</sup> Garin Nugroho, Dyna Herlina S. 2015. *Krisis dan Paradoks Film Indonesia*. Jakarta. Penerbit Buku Kompas. Halaman 297.

penonton beri makna. Tanda-tanda yang muncul dalam setiap adegan/scene saling berhubungan antara ekspresi sebuah tanda dengan isi cerita hingga membentuk sebuah cerita<sup>4</sup>.

Sebuah film yang menggambarkan kehidupan seseorang tidak hanya mengangkat kehidupan pribadinya, akan tetapi biasanya juga mengangkat tentang kehidupan kelompok maupun lingkungan dimana dia tinggal. Pada beberapa film justru memiliki misi khusus dengan mengangkat tema-tema tertentu yang sedang berkembang di masyarakat, seperti kepedulian sosial dan lingkungan, politik, ekonomi, budaya dan sebagainya. Tema-tema cerita yang berat sekalipun akan terasa ringan jika dikemas dalam sebuah film yang bersifat fiksi percintaan, humor, atau bahan horror. Pertentangan antara kehidupan pribadi dan kelompok yang dialami oleh masyarakat menjadi menarik dan memberikan pelajaran bagi masyarakat dengan kesan yang tidak menggurui.

Film *Ada Apa Dengan Cinta* yang diangkat ke layar lebar pertama kali pada tahun 2001 banyak menarik perhatian masyarakat untuk menontonnya. Tema percintaan remaja yang sarat dengan pesan-pesan moral berkaitan dengan keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan kepentingan pribadi dengan kelompok. Berbagai macam tanda dapat dimaknai dalam film tersebut sehingga penonton dapat memiliki beragam pendapat berkaitan dengan jalan cerita film ini.

Film *Ada Apa dengan Cinta 1* digambarkan sebagai realita kehidupan persahabatan remaja sejak duduk di bangku SMA (Sekolah Menengah Atas). Kehidupan kelompok remaja yang dibalut dengan percintaan dari salah satu anggota kelompoknya menggambarkan adanya pertarungan antara kepentingan kelompok dan pribadi. Cinta (Dian Sastrowardoyo) sebagai tokoh utama dalam film tersebut digambarkan sebagai sosok remaja yang merasa dilema antara kehidupan kelompok (persahabatan) dengan kehidupan pribadinya. “*Ada Apa dengan Cinta?*” menceritakan tentang kisah Cinta, seorang siswi SMA yang sering juara lomba puisi yang akhirnya pada akhirnya dikalahkan oleh seorang pria pendiam dan antisosial bernama Rangga (Nicholas Saputra). Akhirnya mereka berdua saling mengenal dan jatuh cinta. Kisah Cinta dan Rangga berhasil menarik 2,1 juta penonton. Film ini kemudian mengeluarkan sekuelnya tahun 2016, “*Ada Apa dengan Cinta 2*”. Pendapatan dari film AADC 1 sebesar Rp 65 miliar. Film ini disutradarai oleh Rudy Soedjarwo, dan Produsernya Mira Lesmana, Riri Riza. Para pemeran dalam AADC adalah Dian Sastrowardoyo, Nicholas Saputra, Titi Kamal, Ladya Cherill.

Film ini berlanjut menjadi *Ada Apa dengan Cinta 2* setelah sekitar 14 tahun film jilid 1 nya beredar di bioskop-bioskop. Film jilid 2 nya mengalami booming yang sangat fantastis. Hingga Selasa (31/5/2016), film garapan sutradara Riri Riza itu ditonton 3.626.929 orang<sup>5</sup> dengan masa tayang selama satu setengah bulan. Film ini serentak tayang di Indonesia, Malaysia, dan Brunei Darusalam pada tanggal 28 April 2016<sup>6</sup>.

Kohesivitas kelompok yang terbangun dengan erat dalam persahabatan yang dijalin oleh para remaja terus berlanjut hingga dewasa. Gambaran kehidupan persahabatan ditampilkan dalam Film AADC 2. Balutan percintaan digambarkan secara berlanjut antara Cinta dan Rangga. Kepentingan pribadi digambarkan secara utuh dalam film ini dan muncul adanya pertarungan antara kepentingan kelompok dan pribadi.

Berbagai tanda yang muncul dalam sebuah film bukan hanya berupa bahasa verbal secara lisan, akan tetapi gestur para pemain peran seperti gerak tubuh, mimik muka, jenis

---

<sup>4</sup> Barthes mengemukakan bahwa dalam kehidupan social budaya penanda adalah ekspresi (E) tanda, sedangkan isi (C). Jadi sesuai dengan teori de Saussure, tanda adalah relasi (R) antara E dan C. Ia mengemukakan konsep tersebut dengan model E-R-C.

<sup>5</sup> Tribun Seleb.com. 1 Juni 2016 [Diakses tanggal 13 Juli 2016]. *3,6 Juta Penonton Antarkan Ada Apa dengan Cinta 2? ke Puncak Box Office Indonesia*

<sup>6</sup> Syaiful Bahri. 24 April 2016. [Diakses tanggal 13 Juli 2016]. *AADC 2 Tayang di Tiga Negara, Mira Lesmana Deg-degan*. Liputan 6.com

pakaian yang dipergunakan, sound track, dan lingkungan yang mendukung dapat juga menjadi penanda dan petanda. Hal ini dalam Ilmu Semiotika memiliki arti / pemaknaan dalam setiap tanda yang muncul.

Permasalahan yang muncul dalam penelitian ini adalah

1. bagaimana penonton memaknai tanda-tanda yang muncul dalam Film Ada Apa Dengan Cinta 1 dan 2?
2. bagaimana pertarungan kepentingan kelompok dengan pribadi digambarkan dalam Film Ada Apa Dengan Cinta 1 dan 2 melalui analisis Semiotika?

Permasalahan ini dapat dijawab dengan menggali secara mendalam kedua film ini dan dialogkan dengan teori-teori komunikasi kelompok, komunikasi antarpribadi, teori film, teori semiotika, para tokoh perfilman, dan penonton sebagai komentator.

Penelitian ini didasarkan pada kajian pustaka sebagai berikut:

#### 1. Kelompok

Setiap orang dapat saja menjadi anggota dari beberapa kelompok yang disesuaikan dengan keberadaan dan kebutuhannya. Pada dasarnya kelompok merupakan kumpulan dari dua orang atau lebih yang berinteraksi dan saling bergantung, bergabung untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu. Robbins dan Judge (2007:358) berusaha untuk mengumpulkan alasan orang bergabung dalam suatu kelompok, yaitu (1) rasa aman, dengan bergabung dalam suatu kelompok, individu dapat menurangi rasa tidak aman karena berdiri sendiri; (2) status, bergabung dalam suatu kelompok yang dianggap penting oleh orang lain memberikan pengakuan dan status bagi anggota-anggotanya; (3) harga diri, kelompok dapat memberi perasaan harga diri kepada anggota; (4) afiliasi, kelompok dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan sosial para anggotanya; (5) kekuatan, yang tidak dapat dicapai secara individu seringkali menjadi mungkin melalui tindakan kelompok; (6) pencapaian tujuan anggota maupun kelompok.

Pada ilmu-ilmu sosial (Ekonomi, Demografi, Hukum, Sosiologi, termasuk juga Psikologi Sosial) terdapat berbagai macam istilah seperti kelompok umur, kelompok urban, kaum imigran, kelompok generasi muda, golongan menengah, dan sebagainya yang menggambarkan satu kumpulan (*agregat*) manusia dengan ciri-ciri tertentu walaupun individu-individu dari anggota kumpulan itu sama sekali belum pernah saling berhubungan. Apakah kumpulan seperti ini dapat disebut dengan kelompok? Johnson dan Johnson (1987) dalam Sarwono (2005:4-5) mengidentifikasi paling tidak ada tujuh jenis definisi kelompok yang berbeda-beda penekanannya yang berasal dari beberapa peneliti, yaitu

- a. Kumpulan individu yang saling berinteraksi;
- b. Satuan (unit) sosial yang terdiri atas dua orang atau lebih yang melihat diri mereka sendiri sebagai bagian dari kelompok itu;
- c. Sekumpulan individu yang saling tergantung;
- d. Kumpulan individu yang bersama-sama bergabung untuk mencapai satu tujuan;
- e. Kumpulan individu yang mencoba untuk memenuhi beberapa kebutuhan melalui penggabungan diri mereka (*joint association*);
- f. Kumpulan individu yang interaksinya diatur (distrukturkan) oleh atau dengan seperangkat peran dan norma;
- g. Kumpulan individu yang saling mempengaruhi.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut, Johnson & Johnson (1987) dalam Sarwono (2005:5) mencoba merumuskan definisi kelompok sebagai berikut

”sebuah kelompok adalah dua individu atau lebih yang berinteraksi tatap muka (*face to face*), yang masing-masing menyadari keanggotaannya dalam kelompok, masing-masing menyadari keberadaan orang lain yang juga anggota

kelompok, dan masing-masing menyadari saling ketergantungan secara positif dalam mencapai tujuan bersama.”

Rumusan Johnson & Johnson ini dengan sendirinya hanya berlaku bagi kelompok kecil. Kelompok kecil yang bertatap muka, saling berinteraksi, dan saling menyadari keberadaannya, hanya merupakan salah satu jenis kelompok saja (misalnya tim dan keluarga). Disamping itu, masih ada berbagai jenis kelompok lain, seperti *agregat statistik* (kelompok umur, kelompok jenis kelamin, dan golongan menengah), *audience* atau kelompok pemerhati (penonton TV, pendengar radio, pembaca buku, koran, atau majalah, dan penonton sandiwara atau konser), *crowd* atau kerumunan (pengunjung pasar raya, jemaah masjid, dan penumpang bis kota), dan organisasi formal (sekolah, TNI, kantor pemerintah, perusahaan) yang tidak memenuhi kriteria Johnson & Johnson, tetapi sangat berpengaruh pada individu, baik sebagai perorangan maupun masyarakat luas dan tetap berperilaku bersama-sama untuk mencapai suatu tujuan baik bersama maupun tidak.

Sarwono (2005:6) mencoba mendefinisikan kelompok sebagai kumpulan dari dua orang atau lebih dengan tingkat interaksinya yang bervariasi (mulai dari yang sangat intensif sampai yang tidak ada sama sekali), demikian pula tingkat kesadaran atau pencapaian tujuan bersamanya. Penjelasan ini bermaksud agar mencakup berbagai kelompok dalam pengertian seluas mungkin dan bermanfaat sebagai faktor untuk membedakan satu jenis kelompok dari yang lainnya, bukan untuk membatasi definisi.

Jenis (tipe) kelompok itu sendiri sangat beragam hingga sulit untuk membuat satu golongan yang baku. Cota, dkk (1995:572-580) berusaha untuk membuat penggolongan jenis kelompok yang didasarkan pada tujuan penggolongan, yaitu

- a. Kelompok formal, seperti organisasi militer, perusahaan, kantor pemerintahan. Kelompok Non formal, seperti arisan, geng, kelompok belajar, teman-teman dengan hobi yang sama.
- b. Kelompok kecil, seperti dua sahabat, keluarga, kelas. Kelompok besar, seperti divisi tentara, suku bangsa, bangsa.
- c. Kelompok jangka pendek, seperti panitia kegiatan, penumpang kendaraan umum, orang-rang yang membantu kecelakaan. Kelompok jangka panjang, seperti bangsa, keluarga, tentara, sekolah.
- d. Kelompok kohesif, seperti keluarga, panitia kegiatan, rombongan keagamaan, sahabat. Kelompok tidak kohesif, seperti penonton bioskop, pembaca majalah, pengunjung pusat pertokoan.
- e. Faktor lain yang perlu diperhatikan dalam hal penggolongan kelompok ini adalah bahwa tipe kelompok berpengaruh terhadap persepsi individu anggota kelompok terhadap rekan anggota yang lain dan pada gilirannya akan berpengaruh, baik pada kualitas maupun kuantitas pencapaian tujuan kelompok (Watson, Doster & Michaelson, 1990:231-248). Misalnya, rombongan piknik yang tergolong dalam tipe non-formal, berdasarkan persahabatan, ekspresif (bernyanyi-nyanyi, bergosip, dan sebagainya) sangat berbeda perilaku dan pencapaiannya daripada kelompok penjelajah gunung yang lebih formal, ada organisasinya, ada sasaran-sasaran tertentu, dan sebagainya.

## 2. Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi sebagai proses pertukaran pesan antara dua orang dalam situasi tatap muka<sup>7</sup>. Pemikiran komunikasi antarpribadi didasarkan pada ciri khasnya seperti komunikasi bersifat spontan, tidak memiliki struktur, terjadi secara kebetulan, tidak mengejar

---

<sup>7</sup> Wiryanto. 2004. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta. Grasindo. Halaman 32

tujuan yang ditargetkan, dapat terjadi kapan saja tidak terikat oleh waktu. Komunikasi antarpribadi didasarkan pada hubungan diadik, dimana hubungan yang dijalin dengan jelas.

Komunikasi diadik dijalin secara tatap muka, spontan, dan informal. Komunikator dan komunikan saling bertukar pesan yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing individu. Masing-masing individu dapat berpartisipasi secara aktif saling memberikan pesan dan memberikan reaksi atas pesan yang disampaikan tersebut.

### 3. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok kecil merupakan komunikasi antara tiga orang atau lebih yang berlangsung secara tatap muka<sup>8</sup>. Para anggota kelompok saling berinteraksi satu sama lain. Tipe komunikasi ini merupakan pengembangan dari komunikasi antarpribadi. Percakapan berupa pertukaran pesan antara satu individu dengan individu lainnya dapat terus berkembang menjadi komunikasi kelompok pada saat hadir orang ketiga dalam pembicaraan tersebut dan terbentuklah komunikasi kelompok kecil.

Anggota kelompok kecil dapat berkomunikasi dengan mudah. Hal ini dikarenakan para anggota kelompok memiliki tujuan kelompok yang sama. Kelompok tersebut memiliki derajat kepentingan yang sama bagi anggotanya untuk berinteraksi. Kepentingan kelompok seringkali mengalahkan kepentingan pribadi, yaitu pada saat pendapat dan kepentingan pribadi masuk ke dalam kelompok maka leburlah pendapat pribadi menjadi pendapat kelompok.

### 4. Film

Menurut UU No. 23 Tahun 2009 tentang Perfilman, Pasal 1 menyebutkan bahwa film adalah karya seni budaya yang merupakan pranata social dan media komunikasi massa yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi dengan atau tanpa suara dan dapat dipertunjukkan<sup>9</sup>. Batasan tentang film bergantung pada sudut pandang atau perspektif. Film dapat dianggap sebagai media hiburan, selain itu juga sebagai media informasi. Hal ini sesuai dengan fungsi film menurut Wright (2013:3) yaitu alat hiburan, sumber informasi, alat pendidikan, dan pencerminan nilai-nilai sosial budaya suatu bangsa.

Film merupakan media yang berperan penting dalam menanamkan pesan-pesan yang baik bagi para penontonnya. Film adalah media yang paling efektif untuk menyampaikan pesan, karena film sebagai salah satu media komunikasi.

Film dapat menggambarkan kehidupan sehari-hari di masyarakat layaknya sebuah realitas. Sugiharto (2015:vii) menyatakan “film merupakan bentuk seni yang paling menyerupai gerak kehidupan itu sendiri. Ia hadir bagai sepotongkehidupan yang diambil dan dityangkan di layar”. Film dapat dilihat dari konteks jamannya. Film dapat menjadi sebuah manifestasi dinamika kehidupan manusia yang banyak memiliki gejolak, konflik, persahabatan, percintaan, bahkan hingga terjadi perubahan konteks, sehingga manusia dapat mengenali riwayat kehidupannya. Nilai hakiki seni yang muncul dalam sebuah tayangan film memungkinkan manusia untuk mengenali dinamika dan kompleksitas kehidupannya. Sebuah film dapat memperlihatkan perkembangan reaksi masyarakat hingga mampu mempengaruhi pembentukan opini masyarakat terhadap sebuah fenomena.

Penelitian ini bertujuan memperoleh gambaran secara utuh pertarungan kelompok dengan pribadi digambarkan dalam Film Ada Apa Dengan Cinta 1 dan 2 melalui analisis Semiotika. Penelitian memiliki manfaat secara akademik dan praktis. Secara akademik, penelitian ini menerapkan analisis semiotika pada film sehingga mampu memberi gambaran

---

<sup>8</sup> Wiryanto. 2004. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta. Grasindo. Halaman 44

<sup>9</sup> Trianton, Teguh. 2013. *Film Sebagai Media Belajar*. Yogyakarta. Graha Ilmu

yang detail terhadap seluruh isi pesan. Isi pesan dapat dilihat dari simbol-simbol yang muncul serta memiliki makna dan dimaknai oleh penonton sesuai dengan keinginan pembuat film. Manfaat praktis yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah memberikan dorongan kepada para sineas dan produser film agar dapat memproduksi film yang sesuai dengan fenomena yang sedang berkembang di masyarakat. Tema-tema sosial kemasyarakatan dapat diangkat sebagai sebuah realitas dalam sebuah film, sehingga pesan-pesan yang ingin disampaikan kepada para penonton menjadi lebih mudah sampai serta memiliki kesamaan makna antara produser film dengan penontonnya.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan paradigma kritis untuk menggali tanda-tanda yang muncul dalam film AADC 1 dan 2. Paradigma kritis ini dipergunakan untuk menegaskan ontologi penelitian yang didasarkan pada realism kepentingan pribadi yang seringkali kalah menghadapi kepentingan kelompok. Epistemologi yang bersifat transaksional, dan sebuah metodologi yang bersifat dialogis dan dialektis.

Metode penelitian yang dipergunakan secara kualitatif dengan tujuan agar data dapat diperoleh secara mendalam. Data diperoleh juga menggunakan metode Netnologi yaitu menggabungkan antara metode etnografi dan Net. Pendapat dan pengalaman para penonton diperoleh dengan memanfaatkan media internet.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Analisis Semiotika**

Film *Ada Apa Dengan Cinta (AADC)* merupakan salah satu film Indonesia di tahun 2000-an yang paling laris dan sukses. Dirilis pada tahun 2002, tidak hanya unggul secara kualitas, namun film garapan Rudi Soejarwo ini pun menjadi standar bagi film-film Indonesia di era setelahnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan yang secara sistematis merujuk pada teori dan konsep yang sebelumnya telah dibahas pada bab - bab sebelumnya. Pendekatan historis dan budaya pun akan menjadi dasar landasan yang akan membentuk asumsi dan ekspektasi penonton pada komunikasi film dan semiotika film *Ada Apa Dengan Cinta 2 (AADC2)*. Kohesifitas teori dan hipotesis kemudian akan terbentuk melalui langkah – langkah pemetaan dan pembahasan permasalahan dalam penelitian ini. Pembahasan pendekatan - pendekatan dimulai dengan sifat umum kemudian akan membahas pada permasalahan yang khusus yakni, pertarungan kepentingan kelompok dengan pribadi melalui analisis Semiotika. Pendekatan ini dimulai dengan historis budaya yang akan membahas sejarah dan kemunculan dibalik kesuksesan film tersebut sebagai ikon budaya populer. Kemudian pendekatan Narasi cerita yang akan membahas kepenulisan serta premis dan etika moral yang membentuk “nilai” atau gagasan film tersebut.

Mustafa dan Pradesha (2015) dari CNN Indonesia menuliskan dalam ulasannya yang berjudul *10 Adegan Film 'AADC' yang Paling Dikenang* sebagai berikut

“film AADC 1 Memiliki premis sederhana dan plot tajam, AADC dikenal sebagai film populer dengan kualitas jempolan. Dengan jajaran aktor dan aktris seperti Dian Sastrowardoyo, Nicholas Saputra, Ladya Cheryl, Titi Kamal, Sissy Priscillia, Adinia Wirasti dan Dennis Adishwara, tanpa diragukan lagi ini adalah film dengan jajaran pemeran tercocok yang pernah ada di Indonesia. Belum lagi poster AADC yang ikonik, dengan desain elegan serta warna pelangi wajah Nicholas dan Dian yang menjadi fokus. Penonton film Indonesia pun tak dapat mengelak bahwa film ini masuk ke jajaran film Indonesia wajib tonton. Film sekelas AADC tentu memiliki

adegan-adegan tak terlupakan. CNN Indonesia mengumpulkan 10 adegan yang membuat AADC tak lekang oleh zaman”.

**Film AADC 1 merupakan film dengan genre drama percintaan anak remaja dan persahabatan sekelompok remaja.** Tiap adegan memiliki tanda dan makna tersendiri berdasarkan konotasinya. Tabel 1 memberikan pemaknaan dari 10 adegan yang menurut penilaian CNN Indonesia memiliki kekuatan tersendiri sebagai sebuah film yang berkualitas. Film ini memberikan gambaran yang nyata bahwa masih-masih peran dimainkan dengan sempurna sesuai dengan karakter tokoh yang diperankannya. Permasalahan pribadi seringkali muncul dan ternyata diangkat ke dalam permasalahan kelompok Cinta.

Film AADC 2 meneruskan perjalanan Cinta dengan Rangga yang dibalut dengan aktivitas sehari-hari kelompok Cinta. Tanda-tanda terjadinya pertarungan antara kepentingan pribadi dengan kepentingan kelompok yang dimulai dengan pembukaan Galeri milik Cinta. Pertemuan Cinta dengan sahabat-sahabatnya yang lain digambarkan dengan tanda-tanda seperti ekspresi wajah yang bahagia karena mereka telah bertemu kembali.

Kelompok Cinta memberikan tanda terjadinya pertarungan antara kepentingan pribadi dengan kelompok seperti rencana perjalanan berlibur mereka ke Yogyakarta tanpa membawa pasangan masing-masing. Pada awalnya, perjalanan liburan di Yogyakarta digambarkan sebagai kegiatan yang penuh dengan kepentingan kelompok dibandingkan dengan kepentingan pribadi hingga mereka bertemu dengan Rangga. Pertemuan kembali antara Rangga dengan Cinta digambarkan dengan tanda-tanda menangnya kepentingan pribadi dibandingkan kepentingan kelompok. Kelompok memberikan toleransi yang tinggi terhadap terlaksananya kepentingan pribadi Cinta.

### **Historis - budaya**

Produser film *Ada apa dengan Cinta* Mira Lesmana, hanya ingin mengangkat sebuah cerita yang sederhana yakni masalah kekerasan dalam keluarga, konflik ayah dan anak dan persahabatan. Tapi, masalah - masalah ini adalah masalah kecil dibandingkan masalah yang pokok, yakni masalah cinta remaja. Terbukti tema ini bisa meraup keuntungan yang sangat besar pada zamannya. Film *Ada Apa Dengan Cinta* (AADC) pada tahun 2001, mampu menjual tiket kepada lebih dari 1,3 juta penonton dari pemutaran di 76 layar. Bila harga tiket adalah minimal Rp. 15.000 maka keuntungan produser kira – kira Rp. 5000- 6000, sehingga kira - kira keuntungan produser sekitar Rp. 4.5 Milyar. Melalui beberapa taksiran, film ini melalui penjualan *residual* yakni CD/DVD, hak siar, serta endorsement melalui film ini bisa menghasilkan keuntungan Rp. 10 milyar. Walaupun banyak yang meragukan pengakuan produser film ini tentang pembuatan film ini dengan modal Rp. 4 milyar, maka dengan perhitungan diatas profit lebih dari 100%. (J.B Kristianto, resensi AADC, [Filmindonesia.or.id](http://Filmindonesia.or.id) 2004).

Film ini berhasil menjadi sebuah ikon budaya pada pergaulan anak muda yang signifikan. Frase dan ungkapan pergaulan serta gaya interaksi yang terjadi dalam film, digunakan pada pergaulan anak muda akibat pengaruh film tersebut. Sudah banyak reproduksi dan modifikasi pada ungkapan film ini yang menyebar secara *viral*, dan menjadi *meme* bahkan sebelum munculnya media internet. Anak muda menggunakan label “Ciyn” atau “Genk Cinta” sebagai ungkapan terhadap orang - orang dengan kompleksitas pergaulan remaja. Saduran puisi yang dipakai tokoh Rangga, dijadikan para-frase pada pergaulan, iklan dan bahkan mengalami modifikasi pada konten - konten siaran. Konsep tokoh Rangga menjadi sebuah cerminan maskulinitas remaja lelaki dan juga pada tokoh Cinta yang menjadi harapan feminitas yang ideal, sehingga wajah dan sosok mereka menjadi *pin-up* dan *cover* idealism dari berbagai *endorsement product* yang seiring berkembang pada masing - masing aktris dan aktor yang memainkan film tersebut.



Film ini bisa dikatakan menjadi sebuah pijakan dari sebuah *image* yang sangat lekat dengan “keremajaan” pada seluruh masyarakat Indonesia. Film dengan tema yang sangat lekat dengan problematika remaja ini kemudian diangkat kembali pada instalasi kedua, AADC2 dengan kelanjutan cerita tokoh Rangga dan Cinta. Kali ini, instalasi film dimulai dengan sebuah lanjutan cerita bahwa Rangga telah meninggalkan Cinta, dan baru setelah 14 tahun berpisah mereka akan bertemu kembali. Film ini menaruh sebuah penasaran terhadap para penonton, terhadap apa yang terjadi diantara Rangga dan Cinta, dan apa yang akan terjadi setelah pada kedua tokoh setelah perpisahan yang lama tersebut. Promosi film ini sangat didukung sebuah *brand campaign* oleh brand air mineral ternama, *Aqua* dan aplikasi komunikasi chat *LINE*. Sebelum film tayang pun sudah bermunculan *internet meme* dan beberapa reproduksi dari adegan dari cuplikan promosional berupa trailer dan iklan. Film ini jelas sudah mengundang ekspektasi dari penonton sebuah kemungkinan cerita yang generik dari kelanjutan interaksi antara tokoh Rangga dan Cinta. Branding rumah produksi Mirles yang sedang mengalami perkembangan yang signifikan setelah peluncuran film film sebelumnya juga menjadi bagian dari ekspektasi masyarakat dan calon penonton AADC2. Film ini menjanjikan sebuah *setting* yang peka dengan sosial kontemporer, seperti politik, masalah kelas kerja dan pertumbuhan pergaulan remaja yang sekarang sudah dewasa. Film ini juga menjanjikan sebuah tema yang akan mengangkat *scene* kebudayaan seni seperti memunculkan tokoh seniman Eko Nugroho, instalasi komunitas Daging Tumbuh di Jogja, kontemporer musik dari Jogja Hip Hop Foundation dan berbagai latar seni yang akan dijadikan setting dalam kisah ini.

Film ini memang sangat fenomenal dengan ungkapan keadaan sosial terkini, dan memang sengaja didekatkan dengan masalah - masalah kontemporer, kemudian juga dibalik narasi percintaan remaja ini terdapat kesan nostalgis yang sudah melekat masyarakat urban Indonesia. Ada sebuah harapan yang terpendam yang menambah ekspektasi penonton untuk mencoba mengurai konflik cerita film ini, yakni penantian untuk menonton kembali tokoh – tokoh yang telah lama hilang dan hampir terlupakan akan tetapi sekarang telah berubah, tumbuh dewasa namun masih mampu menangkap kedekatan emosi dan perasaan untuk menghadapi masalah yang selalu sama serta dekat dengan persepsi penonton.

### **Narasi cerita**

Dalam sebuah narasi cerita ada sebuah pendekatan umum mengenai karakter, keinginan dan konflik yang ketiganya dirangkum dalam sebuah konsep bernama “Premis”. Karakter disini adalah tokoh utama yang mengalami perubahan, dalam hal ini adalah tokoh Cinta. Dia adalah tokoh yang akan mengalami proses perkembangan pada awal cerita dan akan berubah di akhir cerita. Perubahan ini, memenuhi sebuah rumus yang paling berinti pada kehidupan manusia yakni “adaptasi” atau menyesuaikan diri dengan keadaan sekitar. Perubahan ini berhubungan erat dengan keinginan tokoh, dan oleh McKee dikatakan, bahwa seberapa jauh tokoh mau beradaptasi dengan keadaan itulah nilai pengorbanan untuk mencapai keinginannya.

Dan disinilah muncul konflik, yakni apa yang harus dia pilih untuk mencapai keinginannya karena kedua pilihan itu adalah masalah etika dan berlandaskan pada idealisme tokoh dan segala bentuk karakteristiknya. Konflik akan mencapai kesempurnaan ketika kontradiksi dari akibat pilihan itu sama sekali tidak ada, karena dari kedua pilihan itu, apapun pilihannya maka hasilnya akan sama. Disinilah *primordialisme* yang lekat dengan filsafat karakter utama tersebut, karena pada tahap ini karakter udah tidak memandang keterikatan fungsi melainkan tujuan. Snyder dan Sydfeild menggunakan istilah “*stake*” atau pertaruhan dalam mengambil keputusan ini, bahwa ada yang harus dikorbankan dari dua pilihan ini. Disinilah konflik batin yang akan dialami oleh Cinta.

Dari ketiga elemen cerita ini, yakni karakter, keinginan dan konflik terbentuklah premis cerita yang baik yang bisa menanamkan “nilai” (gagasan) pada penonton. “Nilai” yang sama yang juga telah menjadi aturan utama dalam mengatur realita kehidupan, yang sudah ajeg dalam nilai moral masyarakat (penonton). Inilah yang disebut dengan etika, yang juga akan ditabrak oleh “nilai” (gagasan) film tersebut. Inilah “nilai” atau gagasan yang akan mengalami resistensi pada pikiran penonton, dalam hal ini penonton pun harus mau “berubah” seiring dengan perubahan yang dialami oleh karakter pada cerita tersebut. Untuk bisa mengurai premis ini maka diperlukan pendekatan narasi yang dapat mendukung penelitian ini sehingga secara selaras dapat digunakan sebagai konsep dalam permasalahan. Disinilah diperlukan pendekatan naratif yang dijadikan pendekatan sehingga terbentuk dinamisme antara konsep pertarungan kepentingan kelompok dan pribadi dari analisa semiotika.

AADC2 dimulai dengan reuni kecil “Genk Cinta” yang dihadiri oleh Cinta, Milly, Maura dan Karmen. Pertemuan ini juga dihadiri dengan pasangan mereka masing – masing, dimana ternyata Milly dan Mamet sudah menikah dan sedang menanti kelahiran bayi mereka. Karmen yang datang agak terlambat menyimpan sebuah kisah yang menyedihkan dan menjadi bahan obrolan kelompok, bahwa dia baru keluar dari rehabilitasi narkoba akibat perselingkuhan yang telah dihadapinya. Walaupun demikian, kisah itu ditutup rapat - rapat dan dihilangkan dengan penyambutan hangat dirinya kembali pada persahabatan yang sudah bermula sejak SMA. Cinta akhirnya pun mengabarkan kepada kawan kawan mereka bahwa dirinya telah dilamar oleh pasangannya, Trian. Ditengah lamaran, penantian kelahiran dan se usai rehabilitasi; mereka merencanakan sebuah liburan di Yogyakarta untuk kembali mempererat persahabatan mereka.

Rangga, yang sekarang sudah berada di New York menjadi seorang jurnalis dan mengelola sebuah kedai kopi sedang gelisah dengan proyek besarnya, menulis buku. Kedainya yang sangat kecil dan sederhana, dijalankan dengan penuh kepayahan dan pengorbanan dimana sering kali dijadikan cemoohan dia dan kawannya. Dirinya pun menjadi harus menjadi barista karena tidak mampu menyewa pegawai. Dibalik pergolakan bisnis dan karirnya nampaknya ada kegelisahan yang lebih mendalam, yakni hubungan dirinya dengan Cinta. Walaupun sempat bertemu di New York beberapa tahun lalu, Rangga memilih untuk memutuskan asmara dengan Cinta. Pada saat itupun diketahui bahwa ayah Rangga sudah meninggal dan ternyata dia memiliki adik, yang kebetulan menyusul ke New York untuk menyampaikan sebuah berita bahwa ternyata Ibu-nya yang telah sekian lama meninggalkan dirinya ingin bertemu kemali. Walaupun terasa berat, Rangga akhirnya setuju untuk menemui ibunya di Yogyakarta.

Konflik dimulai dengan sebuah setting dari Karmen yang selama ini menjauh dari kawan kawan-nya. Karmen pun mengakui kesalahannya untuk tidak berbicara terbuka tentang masalahnya selama ini. Walaupun Karmen menyesali perbuatannya, persahabatannya dengan Cinta, Milly dan Maura tidak pernah luntur. Karmen diberikan hadiah sebuah gelang dan segala kelengkapan perjalanan ke Yogja termasuk tiket dan akomodasi. Di balik itu, dengan penyesalan dan keadaan psikologisnya yang masih terguncang dari nasib buruknya dia mensyukuri bahwa masih ada persabatan yang mau menerima dia apa adanya. Adalah juga tokoh Karmen yang pertama kali melihat Rangga melintas berjalan sendirian di Yogja. Ketika diketahui oleh Milly dan Maura, yang sebenarnya tidak ingin bercampur urusan dengan kehidupan pribadi Cinta; Karmen merasa bahwa Rangga dan Cinta harus dipertemukan. Karmen merasa bahwa berakhirnya jalinan asmara antara Rangga dan Cinta harus diselesaikan melalui pembicaraan diantara mereka berdua, karena bila tidak akan selalu menjadi ganjalan yang tidak pernah selesai sebelum melangkah lebih lanjut ke jenjang pernikahan. Maura awalnya tidak setuju, karena justru Cinta sudah mau menikah-lah, Rangga lebih baik tidak muncul di tengah sebuah langkah yang besar. Karmen meyakinkan Maura

dan Milly untuk menyerahkan masalah ini langsung ke Cinta, untuk dia yang memilih dengan sendirinya.

Cinta pada intinya sangat terganggu, dan merasa bahwa kehadiran Rangga di Yogya bukan hal yang biasa dan itu menjadi landasan Karmen kepada Cinta agar segera menyelesaikan dengan mencari tahu alasan dibalik keputusan Rangga untuk berpisah dengannya.

Konflik inilah yang menjadi inti dari film AADC2, yakni antara meninggalkan masalah yang memang sudah terlewatkan agar tenang atau meluruskan kembali masalah agar bisa melewati, serta melanjutkan kehidupan dengan tenang. Konflik disini adalah bahwa pilihan antara dua itu, antara bertemu ataupun tidak bertemu dengan Rangga adalah untuk mencapai ketenangan dalam kehidupan Cinta. Setting cerita inilah memang mengharapkan sebuah “perubahan” dari karakter Cinta. Apakah dia membiarkan dan menyalahkan Rangga atau mendengarkan pembelaan dari Rangga. Disinilah konsep “menggantung” dari sebuah hubungan asmara dijadikan premis cerita; Cinta ingin mencari ketenangan batinnya, dengan bertemu mantan kekasihnya yang sudah lama meninggalkan dirinya selama 14 tahun namun ditengah lamaran pernikahan yang sudah mendekati.

Cerita diperkaya dengan karakterisasi Cinta yang tidak mengharapkan apa - apa dari Rangga karena pada kenyataannya dia sudah lama melupakan dirinya dan sudah menggantikannya dengan seorang kekasih baru dan bahkan akan menikahinya, bahwa dia ingin melakukan ini bukan karena dia butuh tetapi agar mereka bisa melanjutkan dengan kehidupannya masing – masing.

Perubahan karakter pada Cinta dijadikan “nilai” atau gagasan utama narasi cerita film AADC2, disini sudah jelas bahwa genre drama akan memilih untuk menghadapi kebesaran hati dalam mencari kebenaran seutuhnya. Melalui genre drama, Cinta jelas akan lebih memilih menemui Rangga, namun apakah itu akan merubah pikirannya selama ini terhadap Rangga? Apakah itu kemudian akan mempengaruhi keberlangsungan pernikahan dirinya dengan Trian? Jika begitu, apakah selama ini asmara mereka hanyalah cinta monyet yang dialami remaja yang sedang dimabuk cinta? Atau memang ada sebuah makna yang terdalam dan sebuah alasan dibalik kebodohan Rangga yang memutuskan hubungan melalui surat ataupun Cinta yang mempertaruhkan masa depan pernikahannya yang sekilas mempermainkan Trian? Sehingga pada dinamika cerita, Cinta akan mempertaruhkan beberapa nilai nilai yang sudah dimilikinya; apakah dia akan mengorbankan persahabatan, cinta (terhadap Trian/pernikahan) atau masa depannya (hidupnya)?

Dorongan - dorongan etika dan moral inilah yang dipertaruhkan dalam cerita tersebut. Selintas memang masalah ini tidak-lah begitu rumit, tapi ekspektasi penonton yang berlandaskan pada etika dan moral sudah mendorong perlunya perubahan pada sikap Cinta. Dorongan itupun akan bertransformasi menjadi emosi, terhadap narasi besar kisah ini. Tanpa adanya keharusan pun, sudah ada peraturan mengenai agar mencapai ekspektasi asmara Cinta dan Rangga, yang ternyata terbukti lebih besar dari film ini. Akan tetapi secara etika dan moral disinilah harapan penonton dipertanyakan dan sekaligus menjadi daya tarik film tersebut.

## **PENUTUP**

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan sebagai berikut

1. Film dapat direpresentasikan sebagai realitas kehidupan yang ada di masyarakat. Hal ini dikarenakan masyarakat menganggap bahwa film sebagai kenyataan dalam kehidupan sehari-hari. Para penonton tidaklah merasa bahwa banyak unsur setting dalam proses produksi film.

2. Pada penelitian ini diperoleh gambaran secara utuh pertarungan kelompok dengan pribadi digambarkan dalam Film Ada Apa Dengan Cinta 1 dan 2 melalui analisis Semiotika. Tanda-tanda terjadinya pertarungan antara kepentingan pribadi dengan kelompok tergambar dengan jelas pada banyak adegan di kedua film ini. Produsen film mampu menggambarkan dengan baik, bagaimana pertarungan tersebut terjadi serta memberikan juga gambaran bagaimana pribadi dan kelompok menyelesaikan konflik mereka.
3. Film AADC 1 diproduksi dengan mengangkat tema percintaan yang sarat dengan muatan pertarungan antara kepentingan pribadi dengan kelompok. Jalan cerita film dikemas oleh produsen film secara sederhana yaitu menggambarkan kehidupan para remaja SMA. Belasan tahun kemudian Film AADC 2 diproduksi, moment yang sangat pas menjadikan film ini menjadi booming dan banyak ditonton oleh masyarakat. Para penonton AADC 1 yang sudah sangat merindukan dan ingin mengetahui kelanjutan dari film tersebut berusaha untuk menonton film AADC 2.

### Saran

Peneliti menyarankan kepada para produsen film dalam mengangkat tema-tema sosial kemasyarakatan di sebuah film agar memperhatikan fenomena yang sedang berkembang dalam masyarakat. Hal ini dimaksudkan agar pesan yang ingin disampaikan oleh produsen film dapat sampai kepada para penonton filmnya. Simbol-simbol yang muncul dalam setiap adegan harus memiliki kesamaan makna dengan penontonnya. Dengan demikian, para penonton bukan hanya menikmati jalan cerita sebuah film akan tetapi juga dapat menangkap isi pesan film tersebut.

### DAFTAR REFERENSI

- Cota, A.A., Evans,C.R., Dion,K.L., Kihk,L., Longman,R. (1995). *The Structure of Group Cohesion*. Personality and Social Psychology Bulletin, vol. 21, pp. 572-580
- Nugroho Garin, Dyna Herlina S. 2015. Krisis dan Paradoks Film Indonesia. Jakarta. Penerbit Buku Kompas
- Robbin, Stephen P. dan Judge, Timothy A., (2007), *Organizational Behavior, 12<sup>th</sup> ed.*, New Jersey, Pearson Education, Inc.
- Sarwono, Sarlito Wirawan, (2005), *Psikologi Sosial: Psikologi Kelompok dan Psikologi Terapan Cetakan ke-3*, Jakarta, Balai Pustaka Syaiful Bahri. 24 April 2016.[ Diakses tanggal 13 Juli 2016]. *AADC 2 Tayang di Tiga Negara, Mira Lesmana Deg-degan*. Liputan 6.com
- Stam Robert, Rangeo Alessandra. 2004. *A Companion Literature and Film*. Malden USA. Blackwell Publishing
- Trianton Teguh, 2013. *Film sebagai Media Belajar*. Yogyakarta. Graha Ilmu
- Tribun Seleb.com. 1 Juni 2016 [Diakses tanggal 13 Juli 2016]. *3,6 Juta Penonton Antarkan Ada Apa dengan Cinta 2? ke Puncak Box Office Indonesia*
- Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2009 Tentang Perfilman
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. Grasindo