

ANALISIS PESAN MORAL DALAM FILM CEK TOKO SEBELAH (2016)

Nurwahida¹, Muhammad Bisyri²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Fajar

¹email: nurwahida@gmail.com

²email: muhammadbisyr@unifa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai pesan moral yang terdapat dalam film Cek Toko Sebelah yang menceritakan mengenai realitas dalam sebuah keluarga. Konflik dalam film ini muncul ketika ketika sang ayah sakit dan berencana mewariskan tokonya kepada salah satu anaknya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pesan moral yang digambarkan dalam film Cek Toko Sebelah. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik analisis data yakni analisis isi. Hasil penelitian ini menunjukkan pesan moral yang terkandung dalam film yaitu rasa hormat anak kepada orangtua, kesabaran serta ketekunan yang membuahkan hasil, serta pentingnya sebuah kebahagiaan dan rasa cinta dihadirkan dalam sebuah keluarga.

Kata Kunci: film, pesan moral, analisis isi

PENDAHULUAN

Industri film Indonesia semakin maju seiring dengan perkembangan zaman. Ada berbagai macam jenis film Indonesia yang diproduksi dengan kualitas terbaik. Selain itu, para pelaku produksi film juga sudah mulai mengkaji berbagai alur cerita yang menarik secara komprehensif. Bahkan pembuat film memasukkan informasi moral yang penting dan berguna.

Tahun 2000an mulai bermunculan beberapa film anak yang menjadi legendaris yaitu Petualangan Sherina kemudian di tahun 2002 muncul pula film yang fenomenal di kalangan masyarakat yaitu ada apa dengan cinta, jelangkung, dan lain sebagainya. Hal positif yang terjadi ini membuat film Indonesia kembali bangkit dunia perfilman. Genre Film kemudian kian bervariasi, membuat penonton kembali tertarik untuk menonton Film-Film Nasional. Adapun Film-Film selanjutnya yang terus menciptakan harapan baik di industri perfilman Indonesia adalah Heart, Naga Bonar Jadi Dua dan Ayat-Ayat Cinta yang terbukti telah mendapatkan jumlah penonton yang tinggi.

Film kisah cinta, film horor, hingga film laga mulai diproduksi dengan serius dan membuat film-film Indonesia kini semakin menarik. Bahkan beberapa film mulai bersaing di ajang internasional demi membuktikan bahwa para sineas Indonesia mampu membuat film dengan kualitas yang sangat baik.

Rumusan Masalah

Apakah pesan moral yang terdapat dalam film Cek Toko Sebelah?

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pesan moral yang terdapat dalam film Cek Toko Sebelah.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Komunikasi

Sebuah definisi yang dibuat oleh kelompok sarjana komunikasi yang mengkhususkan diri pada studi komunikasi antarmanusia (*human communication*) bahwa komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungan dengan membangun hubungan antar sesama manusia, melalui pertukaran informasi, untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain serta, berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu (Cangara, 2012).

Everett M. Rogers seorang pakar sosiologi pedesaan Amerika yang telah banyak memberikan perhatian studi riset komunikasi, khususnya dalam hal penyiaran inovasi membuat definisi bahwa,

komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Definisi ini kemudian dikembangkan oleh Rogers bersama D. Lawrence Kincaid. Cangara (2012) sehingga melahirkan suatu definisi baru yang menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.

Definisi-definisi yang dipaparkan sebelumnya tentunya belum mewakili semua pengertian komunikasi yang sudah dikerjakan oleh beberapa pakar, tapi sedikit banyaknya kita telah mendapatkan gambaran yaitu apa yang disampaikan oleh Shannon dan Weaver. Cangara (2012) bahwa komunikasi merupakan bentuk interaksi individu yang saling mempengaruhi satu dengan yang lainnya. Tidak ada batasan dalam bentuk komunikasi memakai bahasa verbal, tetapi juga dalam hal mimik muka, teknologi, lukisan dan seni.

Oleh sebab itu, kalau kita dalam situasi berkomunikasi, kita mempunyai salah satu kesamaan dengan individu lainnya, contohnya yaitu tentang bahasa atau kesamaan arti dari simbol-simbol yang dipergunakan dalam berkomunikasi.

Sedangkan menurut Cangara (2012) komunikasi adalah langkah menyampaikan informasi/pesan dari individu untuk individu lainnya dengan maksud untuk mempengaruhi informasi/pengetahuan dan perilaku seseorang. Dari pengertian komunikasi yang simple ini, maka kita dapat memaknai bahwa suatu langkah komunikasi tidak akan dapat terjadi tanpa didukung oleh bagian-bagian, yaitu akibat/pengaruh (*effect*), penerima (*receiver*), saluran/media (*channel*), pesan (*message*) dan terakhir pengirim (*source*). Bagian-bagian ini juga dapat dikatakan komponen atau elemen komunikasi.

Unsur atau elemen adalah bagian yang dipergunakan untuk mendirikan suatu *body* (badan). Dalam ilmu pengetahuan unsur atau elemen adalah konsep yang dipergunakan untuk mendirikan beberapa ilmu pengetahuan (*body of knowledge*). Dalam bidang komunikasi unsur-unsur didalamnya terdapat 7 bagian yaitu:

a. Sumber

Semua kejadian-kejadian komunikasi memerlukan sumber untuk pengirim informasi atau pembuatnya. di dalam komunikasi antarmanusia, sumber dapat dikelompokkan contohnya organisasi atau lembaga, partai. sumber seringkali dikatakan penghantar, komunikator atau dalam bahasa Inggris dikatakan *source*, *encoder* atau *sender*.

b. Pesan

Pesan yang dimaksud pada bagian proses komunikasi merupakan sesuatu yang terjadi antara komunikator dan komunikan. pesan bisa terjadi atau disampaikan dengan cara langsung atau melalui tidak langsung seperti melalui perantara media komunikasi. isinya bisa berupa, ilmu pengetahuan, informasi, hiburan, propaganda dan nasehat. dalam bahasa asing adalah dapat diartikan *information*, *content* or *message*.

c. Media

Media yang diartikan di sini adalah alat yang dipergunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. ada salah satu pendapat tentang saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media dapat memiliki berbagai bentuk, contohnya pada komunikasi antar individu panca indra dikatakan sebagai media komunikasi. Selain indra manusia, terdapat juga saluran komunikasi seperti surat, telepon, dan telegram yang dikategorikan sebagai media komunikasi antar individu/pribadi.

Dalam komunikasi massa, media adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, di mana setiap orang dapat melihat, membaca, dan mendengarnya. Media pada komunikasi massa bisa dibedakan menjadi dua macam, yaitu media elektronik dan media cetak. media elektronik yaitu diantaranya radio, Tv, Film, Computer, Electronic board, dan audio cassette, terakhir video recording. Sedangkan media cetak dapat berupa surat kabar, buku, majalah, brosur dan lain sebagainya.

Hal positif yang terjadi akibat berkembangnya teknologi komunikasi khususnya di bagian komunikasi massa elektronik yang super cepat, media massa memiliki banyak kategori, dan makin mengaburkan batasan-batasan untuk membedakan antara media komunikasi massa dan komunikasi antar pribadi. Hal ini karena media komunikasi semakin canggih dan bisa dikombinasikan (multimedia) antara satu dan yang lainnya.

Selain media komunikasi yang dijelaskan di atas, rumah-rumah ibadah, balai desa, panggung kesenian, dan pesta rakyat yang banyak ditemui dalam masyarakat pedesaan ini dapat dikategorikan sebagai media komunikasi sosial.

d. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau Negara. Penerima biasa disebut dengan berbagai macam istilah, seperti khalayak, sasaran, komunikan, atau dalam bahasa Inggris disebut audience atau receiver. Dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber.

Penerima adalah elemen paling penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran dalam komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima, akan menimbulkan berbagai macam masalah yang sering kali menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan, atau saluran.

Kenalilah khalayakmu adalah prinsip dasar dalam berkomunikasi. Karena mengetahui dan memahami karakteristik penerima (khalayak), berarti suatu peluang untuk mencapai keberhasilan komunikasi.

e. Pengaruh

Setiap apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima pesan sebelum ataupun sesudah menerimanya dan dapat merubah pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang dapat diartikan sebagai definisi pengaruh dan efek. (Cangara, 2012:29).

Oleh karena itu, pengaruh dapat juga diartikan sebagai perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerima pesan.

f. Tanggapan Balik

Ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk dari pada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima. Misalnya sebuah konsep surat yang memerlukan perubahan sebelum dikirim, atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan itu mengalami gangguan sebelum sampai ke tujuan. Hal-hal seperti itu menjadi tanggapan balik yang diterima oleh sumber.

g. Lingkungan

Lingkungan atau situasi ialah factor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologi, dan dimensi waktu. Lingkungan fisik menunjukkan bahwa suatu proses komunikasi hanya bisa terjadi kalau tidak terdapat rintangan fisik, misalnya geografis. Komunikasi seringkali sulit dilakukan karena faktor jarak yang begitu jauh, di mana tidak tersedia fasilitas komunikasi seperti telepon, kantor pos, atau jalan raya.

Lingkungan sosial menunjukkan faktor sosial budaya, ekonomi dan politik yang bisa menjadi kendala terjadinya komunikasi, misalnya kesamaan bahasa, kepercayaan, adat istiadat, dan status sosial.

Jadi, setiap unsur memiliki peranan yang sangat penting dalam membangun proses komunikasi. Bahkan ke tujuh unsur ini saling bergantung satu sama lainnya. Artinya, tanpa keikutsertaan satu unsur akan memberi pengaruh pada jalannya komunikasi (Cangara, 2012).

2. Film

Film biasanya diartikan sebagai gambar yang bergerak yang didukung dengan suara, warna dan sebuah alur cerita. dan film juga biasanya disebutkan sebagai suatu gambar yang hidup. Para sineas sineas asing biasanya menyebutnya dengan sebutan movie. Film juga dapat dikatakan sinema secara kolektif.

Film memiliki nilai yang bervariasi dan memiliki nilai seni yang tinggi karena digarap oleh para pelaku kesenian yaitu tenaga-tenaga kreatif yang profesional dan sesuai bidangnya. Film sebagai karya seni sebaiknya diberikan nilai juga secara *artistic* bukan secara rasional. Film terbagi menjadi dua bagian penting yaitu film cerita dan non cerita. Film cerita merupakan film yang memiliki alur cerita dan disusun dengan sangat rapi dan dimainkan oleh beberapa orang berbakat, sedangkan film non cerita adalah film yang tidak direkayasa melainkan sebuah karya yang berkaitan dengan kenyataan sebagai subjeknya. (Marseli 1996).

3. Analisis Isi

Analisis isi adalah suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru (*replicable*) dan sah data dengan memperhatikan konteksnya. Sebagai suatu teknik penelitian, analisis isi mencakup prosedur-prosedur khusus untuk pemrosesan data ilmiah. Sebagaimana semua Teknik penelitian, ia bertujuan memberikan pengetahuan, membuka wawasan baru, menyajikan fakta dan panduan praktis pelaksanaannya.

Ini adalah sebuah alat, Suatu alat ilmu pengetahuan harus handal, terutama ketika peneliti lain, dalam waktu dan barangkali dengan keadaan yang berbeda, menerapkan teknik yang sama terhadap data yang sama, maka hasilnya harus sama. Ini adalah tuntutan agar analisis isi dapat ditiru.

Berdasarkan Krippendorff (1993) terdapat lima bagian yang memberikan kerangka kerja konseptual dimana analisis isi dapat digambarkan yaitu:

- a. Data sebagaimana yang dikomunikasikan kepada analisis.
- b. Konteks data.
- c. Bagaimana pengetahuan analisis membatasi realitasnya.
- d. Inferensi sebagai tugas intelektual yang mendasar.
- e. Kesahihan sebagai kriteria akhir keberhasilan.

Kerangka kerja dimaksudkan untuk membantu tercapainya tiga tujuan, preskriptif, analisis, dan metodologis. Tujuan preskriptif berarti ia harus membimbing konseptualisasi dan desain analisis isi yang praktis untuk suatu keadaan yang sudah ditentukan, analisis berarti ia harus membantu pengujian kritis terhadap hasil-hasil yang diperoleh orang lain, dan metodologis berarti harus mengarah kepada perkembangan dan perbaikan sistematis metode analisis.

Dalam sebuah analisis isi haruslah jelas data mana yang di analisis, bagaimana data tersebut ditentukan dan dari populasi mana data tersebut diambil. Data merupakan unsur-unsur dasar analisis isi dalam membentuk permukaan, dan analisis isi ingin menembusnya.

Dalam melakukan analisis isi, minat dan pengetahuan analisis menentukan konstruksi konteks untuk menarik inferensi. Karena itu, seorang analisis isi perlu mengetahui asal usul data, dan mengungkapkan asumsinya tentang bagaimana data dan lingkungannya berinteraksi. Dalam sebuah analisis isi, tujuan atau target inferensi harus dinyatakan secara jelas.

Target adalah apa masalah yang ingin diketahui oleh analisis. Karena analisis isi memberikan pengetahuan yang seolah-olah dialami sendiri, informasi tentang suatu tidak diobservasi secara langsung, target ini ditempatkan dalam bagian konteks yang berubah-ubah dari data yang ada.

Dalam analisis isi, jenis pembuktian yang diperlukan untuk mengkaji kesahihan harus dispesifikasikan terlebih dahulu sehingga cukup jelas, agar uji kesahihan (validasi) dapat dipahami. Terlalu sering hasil analisis ini dianggap sebagai contoh unik yang tak pernah diuji dengan hasil penelitian lainnya atau dikonseptualisasikan secara sangat sederhana sehingga ia tidak dapat memberikan tes kesahihan yang tepat dan dapat meyakinkan peneliti (Krippendorff, 1993).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada tahun 2020. Metode yang digunakan analisis isi Klaus Krippendorff dimana unit analisis yang teliti berupa unit tematik. Unit tematik adalah unit analisis yang lebih melihat tema atau topik pembicaraan dari suatu teks. Unit tematik ini menganalisis mengenai apa atau apa yang ingin disampaikan lewat film Cek Toko Sebelah.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer yang diperoleh langsung dari objek penelitian melalui metode observasi dan data sekunder yang diperoleh dari buku, majalah, dan website.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Adapun hasil penelitian yaitu isi pesan yang terkandung dalam film Cek Toko Sebelah, isi pesan yang dimaksud adalah pesan moral. Pesan moral yang terkandung dalam film ini terdapat sebanyak 10 scene, diantaranya:.

Scene 1

05 : 34

Pesan moral : Peduli terhadap alam



Gambar 1. Adegan yang menggambarkan pesan moral peduli terhadap alam

Dialog

Penjual roti : koh yang Namanya plastik ga baik buat lingkungan kaga bisa di *cycle*
Karyawan : ah?
Penjual roti : *be cycle*, daur ulang gitu aja kaga ngerti
Karyawan : *recycle..*
Penjual : sama sama *cycle* masalah amat
Penjelasan : Dalam adegan ini dikategorikan pesan moral karena terdapat nilai kebaikan didalamnya yaitu penjual roti yang peduli terhadap lingkungan.

Scene 6

22 : 24

Pesan moral : Tidak menggunakan kalimat kasar



Gambar 2. Adegan yang menggambarkan percakapan menggunakan kalimat yang kasar

Dialog

Aloy : Sekarang gue tanya ama lu, kalau lu ke supermarket, tomat ada di rak buah atau sayur?
Vincent : Yah rak sayur lah, sudah sudah.
Aloy : Nah, Vincent yang bego aja tau..
Vincent : Wah wah wah...
Aming : Tomat itu buah sama kayak timun..
Aloy : Lah, timun itu sayur ming, gile apa lu..
Penjelasan : Adegan ini dikategorikan sebagai pesan moral karena terdapat nilai moral di dalamnya sangat jelas dimana terdapat kata bego dan gile yang bermakna kasar meskipun disampaikan dengan nada bercanda.

Pada film *Cek Toko Sebelah* tidak hanya terdapat tontonan yang menghibur tetapi juga sebagai sarana edukasi kita berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan dengan memperhatikan secara detail makna pesan maka, ditemukan makna pesan moral dari film *Cek Toko Sebelah*. Kemudian pesan moral tersebut dikategorikan dalam kategori pesan. Moral adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan ajaran yang positif dan negatif yang berkaitan dengan perbuatan sikap dan budi pekerti setiap orang yang berhubungan dengan hal-hal yang dianggap penting dan bermanfaat bagi manusia.

Berdasarkan unit pencatatan berupa unit tematik yang diterapkan dalam penelitian ini ditemukan bahwa film *Cek Toko Sebelah* ingin menyampaikan pesan moral dari segi pandangan yang berbeda, ia memaparkan rasa cinta, tanggung jawab, semangat dalam meraih cita cita dan patuh kepada orangtua

Film *Cek Toko Sebelah* juga menghadirkan karakter-karakter yang dinamis, pada umumnya karakter yang ditampilkan adalah karakter-karakter bersahabat. Erwin yang berkarakter baik, gigih, pantang menyerah, patuh dan kreatif serta penyayang. Yohan yang berkarakter baik, sabar optimis dan hangat kepada keluarganya. Koh afuk pemilik usaha toko dalam film ini digambarkan sebagai

sosok yang sangat dekat dengan seluruh pegawainya yang berbeda karakter, ras & bahkan agama. Diakhir cerita pun Koh Afuk menjadi dekat dengan pemilik toko yang telah menjadi saingannya sejak lama yaitu Pak Nandar.

KESIMPULAN

Pada bulan Desember 2016 Starvision Plus meluncurkan sebuah film yang disutradarai oleh Ernest Prakasa dengan jumlah penonton 2,5 juta penonton. Film ini dinyatakan sebagai film terbaik Indonesia karena berhasil meraih reaksi positif dari kritikus film sekaligus masyarakat Indonesia dan mendapatkan 15 penghargaan dalam Festival Film Indonesia 2017.

Cerita dalam film ini berawal dari sebuah keluarga yang memiliki dua anak dan ayah mereka seorang pemilik toko kelontong. Anak keduanya yang bernama Erwin adalah seseorang yang memiliki karir yang sukses dan telah memiliki seorang kekasih. Sedangkan anak pertamanya yang bernama Yohan yang sudah memiliki istri memiliki nasibnya tidak sebaik saudaranya, ia sering kali tersandung masalah hingga membuat hubungannya dengan ayahnya yang bernama Koh Afuk tidak begitu baik dikarenakan sang ayah merasa kecewa dengan anak pertamanya.

Titik masalahnya berawal ketika sang ayah mulai sakit dan berencana mewariskan tokonya kepada anak keduanya dibanding anak pertamanya. Namun saat itu anak keduanya berkesempatan untuk mendapatkan jenjang karir di Singapura. Di sisi lain, anak pertamanya merasa kecewa dengan keputusan sang ayah, sebab ia berpendapat bahwa yang lebih berkesempatan mendapatkan warisan itu adalah dia. Pada akhirnya Koh Afuk merasa sangat kecewa dan lebih memilih menjual toko daripada mempertimbangkan anak pertamanya menjadi ahli warisnya. Film ini memiliki cerita yang sangat menarik dan memiliki serat akan pesan moral yang dapat diambil hikmahnya.

REFERENSI

- Ali, Asrori Mohammad. 2012. *Psikologi Remaja; Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Bungin, Burhan. 2007. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Elvinaro, Ardianto. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Eriyanto. 2011. *Analisis Isi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Endang, S Sari. 1993. *Audience Research*. Yogyakarta: Andi Offset
- Farid, Miftha. 2000. *"Dakwah Kontemporer Pola Alternatif Dakwah Melalui Televisi"*. Bandung: Pusdai Press.
- Himawan, Pratista. 2009. *Memahami Film*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Irawanto, Budi. 1999. *Film, Ideologi dan Militer*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Jalaluddin, Rakhmat. 2012. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Krippendorff, Klaus. 1993. *Analisis Isi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Moleong, Lexy. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Pranajaya, Adi. 1999. *Film dan Masyarakat: Sebuah Pengantar*. Jakarta: BP SDM Citra Pusat Perfilman Haji Usmar Ismail.
- Sumarno, Marselli. 1996. *Dasar-Dasar Apresiasi Film*. Jakarta: Gramedia Widiasarana.
- Tamburaka, Apriadi. 2013. *Literasi Media*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Trianto, Teguh. 2013. *Film Sebagai Media Belajar*. Yogyakarta: Raja Grafindo Persada.
- Uchjana, Effendy Onong. 1993. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Wicaksono, Andri. 2014. *Pengkajian Prosa Fiksi*. Yogyakarta: Garudhawaca.