

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi massa, sebagai sebuah proses penyampaian informasi melalui media massa, memegang peranan krusial dalam membentuk dinamika sosial masyarakat modern. Media massa, yang mencakup spektrum luas dari media cetak hingga media elektronik, berfungsi sebagai mekanisme strategis dalam mendistribusikan pesan secara simultan kepada khalayak yang tersebar di berbagai wilayah geografis. Perkembangan teknologi dan informasi yang pesat telah mengubah secara fundamental struktur dan paradigma komunikasi massa, menjadikannya kekuatan transformatif yang mampu memengaruhi berbagai aspek kehidupan sosial (Tambunan, 2018).

Media massa tidak lagi sekadar berperan sebagai penyampai informasi, namun juga sebagai pembentuk opini publik, agen perubahan sosial, dan bahkan memiliki potensi untuk melakukan rekayasa struktural terhadap pola perilaku masyarakat (Niryawan, 2007: 54-56) dalam (Makhshun & Khalilurrahman, 2018). Dalam konteks ini, film sebagai salah satu bentuk media massa yang memiliki karakteristik audio-visual, menawarkan pengalaman yang lebih mendalam dan memiliki kekuatan untuk mempengaruhi emosi, pikiran, dan perilaku khalayak. Film tidak hanya berfungsi sebagai hiburan semata, tetapi juga sebagai media pembelajaran yang efektif, yang mampu menyampaikan pesan moral, nilai-nilai sosial, serta merekonstruksi realitas sosial melalui representasi visual (Asri, 2020).

Film merupakan alat untuk menyampaikan pesan yang sifatnya audio visual kepada khalayak atau sekelompok orang yang berkumpul di tempat tertentu. Karena sifatnya yang audio visual, film juga dianggap sebagai alat yang efektif untuk berkomunikasi dengan populasi tertarget dan sampai pada sasaran. Pada saat mereka menonton film, mereka dapat terpengaruh oleh film

tersebut karena isi dari film tersebut yang menceritakan kehidupan. Bagi sebagian penonton film juga bisa digunakan sebagai media pembelajaran bukan hanya untuk hiburan semata. Proses produksi film pada umumnya memiliki landasan epistemologis yang dibongkar dari konstruksi pengalaman individu atau peristiwa empiris yang tereksplorasi (Asri, 2020).

Prakosa (1997) dalam (Wibowo, 2019) mengatakan film dapat dianggap sebagai konstruksi visual yang tersusun dari serangkaian gambar pada medium seluloid, yang diproyeksikan melalui teknologi proyeksi canggih. Teknologi tersebut tidak sekadar memberikan mekanisme reproduksi visual, melainkan juga menghadirkan ruang diskursif yang memungkinkan interpretasi multidimensi. Medium film dirancang untuk menciptakan pengalaman imersif yang memungkinkan penonton mengalami kedekatan emosional dengan narasi dan konteks yang disajikan. Hal ini tidak hanya terbatas pada dimensi visual semata, melainkan mencakup kompleksitas maksud, tujuan, dan pesan substantif yang disampaikan. Sebagai ilustrasi empiris, film “Lafran” dapat dipandang sebagai manifestasi konkret bagaimana medium sinematik berpotensi mentransformasi narasi ke dalam konstruksi pesan yang bermakna dan memiliki kapasitas inspiratif. Melalui kisah hidup Lafran Pane, film ini tidak hanya menghibur penonton, tetapi juga memberikan kontribusi positif bagi masyarakat, terutama dalam hal pendidikan sejarah dan pembentukan karakter generasi muda.

Meskipun terdapat banyak penelitian yang mengkaji dampak film sebagai media komunikasi massa terhadap perilaku penontonnya (Fitriansyah, 2018; Asri, 2020), namun masih terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) mengenai pengaruh film biografis tokoh organisasi terhadap motivasi berorganisasi dari perspektif teori *Uses and Gratification*. Teori ini menekankan bahwa audiens aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan spesifik mereka (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973). Studi-studi terdahulu cenderung berfokus pada aspek kognitif dan afektif penonton secara umum (Karlina, 1999), tetapi belum menganalisis bagaimana film biografis dapat mempengaruhi motivasi berorganisasi mahasiswa melalui variabel kepuasan

audiens, relevansi dan kredibilitas konten (faktor X), serta dampaknya pada motivasi dari dalam diri dan motivasi dari luar diri (faktor Y), khususnya dalam organisasi ideologis seperti HMI. Selain itu, penelitian sebelumnya lebih banyak mengkaji motivasi berorganisasi dari perspektif manajemen (N, 2021; Raharjo et al., 2023), namun masih minim kajian yang mengintegrasikan komunikasi massa dan psikologi sosial dalam konteks pengaruh film menggunakan teori *Uses and Gratification*.

Film "Lafran", yang diproduksi oleh Korps Alumni Himpunan Mahasiswa Islam (KAHMI), dan diproduksi oleh *Reborn Initiatives* merupakan contoh nyata bagaimana medium film dapat mentransformasi narasi sejarah menjadi pesan yang bermakna dan inspiratif (Muhtar, 2024). Karya sinematografi ini merupakan hasil kolaborasi kreatif dari Jujur Prananto dan Oka Aurora sebagai penulis skenario, dengan Faozan Rizal yang mengemban tanggung jawab sebagai sutradara. Dengan durasi 89 menit, dengan tokoh Dimas Anggara yang memerankan tokoh sentral Lafran Pane, beserta sejumlah tokoh lainnya. Film ini mengisahkan perjuangan Lafran Pane, seorang tokoh visioner yang berani mengambil inisiatif untuk mendirikan Himpunan Mahasiswa Islam (HMI), sebuah organisasi kemahasiswaan yang memiliki peran penting dalam sejarah pergerakan mahasiswa di Indonesia (Irawan, 2024). HMI, yang didirikan pada tanggal 5 Februari 1947, lahir dari kepedulian sekelompok mahasiswa Islam terhadap kondisi umat Islam dan bangsa Indonesia pada saat itu, di tengah perjuangan kemerdekaan dan pembangunan pasca-kolonial (Anwar, 2024).

Sebagai sebuah karya seni yang menggunakan media audiovisual, film "Lafran" tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media komunikasi massa yang memiliki kekuatan untuk mempengaruhi cara pandang masyarakat terhadap nilai-nilai perjuangan. Melalui narasi tokoh inspiratif dan penyampaian pesan moral yang kuat, film ini menyampaikan nilai kebangsaan, semangat berorganisasi, serta pentingnya integritas dalam kehidupan bermasyarakat. Penyajian cerita yang emosional dan menyentuh menjadikan film ini tidak hanya menyampaikan informasi secara kognitif,

tetapi juga membangkitkan empati audiens.

Dalam penelitian yang akan dilakukan, menonton film dipandang sebagai salah satu metode yang efektif dalam membentuk sikap audiens terhadap isi informasi yang disampaikan. Melalui pengalaman menonton, audiens tidak hanya menerima pesan secara kognitif, tetapi juga dapat terlibat secara emosional, sehingga memungkinkan terbentuknya sikap positif terhadap nilai-nilai yang diangkat dalam film tersebut. Oleh karena itu, media film dapat berkontribusi dalam memotivasi audiens, termasuk dalam meningkatkan minat dan kesadaran akan pentingnya berorganisasi. Hal ini sejalan dengan teori efek media dalam komunikasi massa, yang menjelaskan bahwa paparan media termasuk film dapat memengaruhi audiens melalui tiga dimensi utama, yaitu efek kognitif, afektif, dan behavioral (Amri, 1988) dalam (Fitriansyah, 2018).

Pertama, efek kognitif membahas bagaimana media dapat membantu khalayak memperoleh pengetahuan bermanfaat dan keterampilan kognitif. Efek kognitif juga membahas bagaimana komunikasi membuat dirinya informatif. Media massa menawarkan cara untuk mendapatkan informasi tentang objek, individu, atau lokasi yang belum pernah dikunjungi secara langsung. Media massa juga menunjukkan hubungan yang telah dipilih. Media massa berkontribusi pada kepentingan masyarakat, bukan sekadar pengaruh kognitif.

Kedua, dampak afektif lebih besar daripada dampak kognitif. Dalam komunikasi massa, tujuan lebih dari hanya memberi tahu khalayak tentang sesuatu; diharapkan khalayak memiliki perasaan tentang apa yang mereka pelajari. Berbagai faktor, seperti keadaan emosional seseorang, struktur pikiran yang menjelaskan alur peristiwa, dan predisposisi individu yang menunjukkan seberapa terlibat orang dengan karakter yang ditampilkan dalam media massa, dapat memengaruhi efek afektif dari komunikasi massa.

Ketiga, efek behavioral berasal dari tindakan, perilaku, atau kegiatan orang yang menonton. Dalam film atau televisi, adegan kekerasan akan membuat orang beringas, dan dalam program memasak, ibu rumah tangga

akan meniru resep yang diberikan program tersebut (Karlinah, 1999) dalam (Fitriansyah, 2018).

Dalam konteks film "Lafran", efek kognitif dapat dilihat dari bagaimana film ini memberikan informasi tentang sejarah berdirinya HMI dan perjuangan Lafran Pane. Efek afektif dapat muncul melalui penggambaran emosi dan semangat perjuangan tokoh-tokoh dalam film, yang dapat membangkitkan rasa nasionalisme dan motivasi pada penonton. Sementara itu, efek konatif dapat berupa tindakan nyata dari penonton setelah menonton film, seperti bergabung dengan organisasi kemahasiswaan atau terinspirasi untuk melakukan perubahan positif di lingkungan sekitar.

Adapun definisi organisasi adalah tempat dimana orang-orang dengan perspektif dan pemahaman yang berbeda berkumpul untuk mencapai tujuan yang sama. Anggota adalah komponen paling penting dari setiap proses keorganisasian. Jika anggota memiliki keinginan yang kuat untuk berpartisipasi secara aktif, semua proses akan berjalan lancar. Di masa sekarang ini, organisasi menghadapi tantangan yang semakin berat. Jika mereka ingin bertahan dalam dunia yang semakin kompleks, mereka harus bertindak lebih responsif. Selain faktor anggota, organisasi juga perlu mempertimbangkan faktor-faktor eksternal seperti transformasi lingkungan dan intensitas persaingan (N, 2021). Namun, keberhasilan organisasi tidak hanya bergantung pada faktor eksternal, tetapi juga pada motivasi internal setiap anggotanya.

Motivasi merupakan Keinginan kuat untuk melakukan sesuatu. Karena tidak ada motivasi, orang akan menjadi pasif. Oleh karena itu, munculnya motivasi untuk setiap upaya yang dilakukan sangatlah penting. Terry mengatakan motivasi adalah keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu, yang ada dalam diri seseorang tetapi tidak terlihat dari luar, hanya terlihat melalui perilaku yang dapat dilihat. Selain itu, motivasi juga diperlukan untuk perkembangan seseorang. Menurut pemahaman ini, motivasi adalah perangsangan yang berasal dari keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu dalam meningkatkan keinginan seseorang agar mengoptimalkan

kemampuan dan keahliannya untuk mencapai tujuan tertentu. (Oktiani, 2017). Dalam konteks organisasi, motivasi anggota merupakan "bahan bakar" yang mendorong organisasi untuk mencapai tujuannya.

Penelitian ini menawarkan kebaruan (*novelty*) dalam beberapa aspek fundamental. Pertama, penelitian ini mengintegrasikan teori *Uses and Gratification* dalam konteks menonton film biografis. Kedua penelitian ini secara spesifik mengkaji film "Lafran" sebagai media yang mempengaruhi motivasi berorganisasi kader HMI, suatu fokus yang belum banyak dieksplorasi sebelumnya. Ketiga, penelitian ini menekankan pada bagaimana kepuasan dalam mengkonsumsi konten film dapat meningkatkan motivasi berorganisasi yang terukur pada kader HMI Cabang Cirebon. Keempat, penelitian ini mengembangkan kerangka analitis untuk mengevaluasi efektivitas media *audio-visual* dalam pengembangan motivasi *organisasional* pada organisasi kemahasiswaan berbasis nilai-nilai ideologis.

Namun, efektivitas film "Lafran" dalam memengaruhi motivasi berorganisasi kader HMI Cabang Cirebon masih memerlukan pengujian empiris yang lebih lanjut. Motivasi, sebagai dorongan internal yang kuat untuk melakukan suatu tindakan (Oktiani, 2017) tindakan ini berasal dari kebutuhan suatu organisasi maka perlunya untuk memberikan motivasi organisasi kepada setiap anggota agar setiap anggota mendapatkan rangsangan atau arahan untuk meningkatkan dalam mengoptimalkan keahliannya (Raharjo et al., 2023).

Tingkat motivasi yang tinggi akan mendorong anggota untuk terlibat secara aktif dalam berbagai kegiatan organisasi, berkontribusi pada pencapaian tujuan bersama, serta mengembangkan potensi diri secara optimal. Dalam konteks ini, film "Lafran" memiliki potensi untuk menjadi stimulus yang kuat bagi peningkatan motivasi berorganisasi kader HMI Cabang Cirebon. Film ini menyajikan narasi inspiratif tentang perjuangan Lafran Pane dalam mendirikan dan mengembangkan HMI, sebuah organisasi yang memiliki sejarah panjang dalam perjuangan bangsa. Melalui penggambaran tokoh Lafran Pane yang visioner dan penuh semangat, film ini

diharapkan dapat membangkitkan semangat yang sama pada kader HMI Cabang Cirebon.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi awal yang dilakukan pada tanggal 25 November 2024 di Sekertariat Insan Cita HMI Cabang Cirebon, dengan Dian Tardiansyah selaku ketua umum HMI Cabang Cirebon, mengemukakan bahwa banyak kader yang kurang aktif, seperti banyak anggota HMI yang jarang hadir di setiap kajian ataupun jarang mengikuti program terstruktur lainnya yang ada di komisariatnya masing-masing. Demikian juga hasil wawancara dengan saudara Tsamrotul Fuady selaku ketua umum HMI komisariat addin Cabang Cirebon, diketahui bahwa anggota yang tidak aktif salah satunya yaitu kurangnya motivasi organisasi dan rangsangan untuk melakukan suatu keinginannya. Sehingga dengan adanya isu ini organisasi HMI berinisiatif untuk mengadakan nonton bareng Film Lafran di Transmart Kota Cirebon, pada tanggal 22 Juni 2024. Berdasarkan permasalahan yang Penulis sebutkan di atas dan mengingat pentingnya motivasi, maka Penulis mengangkat judul “Pengaruh Menonton Film Lafran Terhadap Motivasi Berorganisasi Kader Himpunan Mahasiswa Islam Cabang Cirebon”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang disampaikan, maka terdapat beberapa perumusan masalah berdasarkan pada identifikasi, pembatasan, pertanyaan dan tujuan yaitu sebagai berikut:

1. Rendahnya tingkat motivasi kader himpunan mahasiswa islam yang menyebabkan kurangnya partisipasi aktif di organisasi.
2. Minimnya partisipasi kader HMI Cabang Cirebon dalam program-program terstruktur organisasi.
3. Belum diketahui sejauh mana efektivitas menonton film Lafran dapat mempengaruhi motivasi berorganisasi kader HMI, khususnya di di Cabang Cirebon.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi diatas, maka untuk menghindari terjadinya pembahasan yang terlalu luas, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini di antaranya:

1. Pembatasan ini mencakup pengaruh menonton film "Lafran" terhadap peningkatan motivasi berorganisasi kader Himpunan Mahasiswa Islam Cabang Cirebon.
2. Pembatasan ini juga mencakup kontribusi elemen-elemen dalam film Lafran terhadap perubahan motivasi berorganisasi.

D. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan batasan masalah yang telah dijelaskan, maka pertanyaan yang sesuai dengan fokus permasalahan yang telah ditetapkan diantaranya:

1. Apakah ada pengaruh signifikan antara menonton film Lafran dengan motivasi berorganisasi kader Himpunan Mahasiswa Islam Cabang Cirebon?
2. Bagaimana hubungan menonton film Lafran dengan tingkat motivasi berorganisasi?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan yang sudah dijelaskan di atas, tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Mengukur seberapa besar pengaruh film "Lafran" terhadap motivasi berorganisasi kader Himpunan Mahasiswa Islam Cabang Cirebon.
2. Mengetahui hubungan menonton film Lafran dengan tingkat motivasi berorganisasi.

F. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

a. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya pada Kader HMI Cabang Cirebon tentang pengaruh film lafran dan motivasi berorganisasi.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi peneliti, dalam memahami pengaruh film terhadap motivasi berorganisasi serta sebagai dasar untuk penelitian lebih lanjut.

2. Secara Praktis

a. Bagi Kader HMI Cabang Cirebon

Penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang pengaruh media, khususnya film Lafran, dalam meningkatkan motivasi kader HMI untuk lebih aktif dalam berorganisasi.

b. Bagi Pengurus HMI Cabang Cirebon

Penelitian ini dapat menjadi referensi dalam merancang program yang dapat memanfaatkan media untuk meningkatkan motivasi dan keterlibatan kader dalam kegiatan organisasi.