**ANALISIS SEMIOTIKA KISAH INSPIRATIF FILM *THE BILLIONAIRE***

* 1. **Konteks Penelitian**

Film merupakan salah satu media massa yang mengandung pesan sosial di dalamnya, itu dikarenakan film adalah sebuah gabungan pemikiran dan keyataan sosial yang dirasakan oleh seseorang dan dituangkan pada sebuah gambar audio visual dalam bentuk cerita. Pesan sosial yang terdapat dalam film dapat merubah perilaku, cara pikir, *style* (gaya), hingga cara berbicara seseorang.

Film adalah karya cipta seni dan budaya yang merupakan media komunikasi massa pandang-dengar yang dibuat berdasarkan asas sinematografi dengan direkam pada pita seluloid, pita video, piringan video, dan atau bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala bentuk, jenis, dan ukuran melalui proses kimiawi, proses elektronik, atau proses lainnya dengan atau tanpa suara yang dapat dipertunjukan dan atau ditayangkan dengan sistem Proyeksi mekanik, elektronik, dan atau lainnya. Film dapat mempengaruhi setiap orang yang menontonnya, baik dari persepsi, ekspresi, perasaan, hingga tingkah laku. Hal ini dikarenakan film dibuat khusus untuk mempengaruhi psikologi orang yang menontonnya.

Pengaruh film dalam kehidupan sangatlah besar, hal itu dikarenakan film direncanakan khusus untuk mempengaruhi jiwa, pemikiran, gaya hidup, tingkah laku, hingga perkataan, dengan cara memainkan emosi seseorang yang menontonnya. Film berperan sangat besar dalam kehidupan terutama dalam merubah pemikiran seseorang serta tingkah lakunya. Karena film merupakan sistem pembelajaran bagi manusia untuk memiliki nilai positif atau negatif, bermoral atau amoral.

Perkembangan film memiliki perjalanan cukup panjang hingga pada akhirnya menjadi seperti [film](https://id.wikipedia.org/wiki/Film) di masa kini yang kaya dengan efek, dan sangat mudah didapatkan sebagai media hiburan. Perkembangan film dimulai ketika digunakannya alat [kinetoskop](https://id.wikipedia.org/wiki/Kinetoskop) temuan [Thomas Alfa Edison](https://id.wikipedia.org/wiki/Thomas_Alfa_Edison) yang pada masa itu digunakan oleh penonton individual. Film awal masih [bisu](https://id.wikipedia.org/wiki/Film_bisu) dan tidak berwarna. Pemutaran film di [bioskop](https://id.wikipedia.org/wiki/Bioskop) untuk pertama kalinya dilakukan pada awal abad 20, hingga industri film [Hollywood](https://id.wikipedia.org/wiki/Hollywood) yang pertama kali, bahkan hingga saat ini merajai [industri perfilman](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Industri_perfilman&action=edit&redlink=1) populer secara global. Pada tahun 1927 [teknologi](https://id.wikipedia.org/wiki/Teknologi) sudah cukup mumpuni untuk memproduksi [film bicara](https://id.wikipedia.org/wiki/Film_bicara) yang dialognya dapat didengar secara langsung, namun masih hitam-putih. Hingga pada 1937 teknologi film sudah mampu memproduksi film berwarna yang lebih menarik dan diikuti dengan alur cerita yang mulai populer.

Pada tahun1970-an, film sudah bisa direkam dalam jumlah massal dengan menggunakan [*videotape*](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Videotape&action=edit&redlink=1) yang kemudian dijual. Tahun 1980-an ditemukan teknologi [*laser disc*](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Laser_disc&action=edit&redlink=1), lalu [VCD](https://id.wikipedia.org/wiki/VCD) dan kemudian menyusul teknologi [DVD](https://id.wikipedia.org/wiki/DVD). Hingga saat ini digital movie yang lebih praktis banyak digemari sehingga semakin menjadikan popularitas film meningkat dan film menjadi semakin dekat dengan keserarian masyarakat modern.

Sejarah film tidak bisa lepas dari sejarah [fotografi](https://id.wikipedia.org/wiki/Fotografi). Dan sejarah fotografi tidak bisa lepas dari peralatan pendukungnya, seperti [kamera](https://id.wikipedia.org/wiki/Kamera). Kamera pertama di dunia ditemukan oleh seorang Ilmuwan Muslim, [Ibnu Haitham](https://id.wikipedia.org/wiki/Ibnu_Haitham). Fisikawan ini pertama kali menemukan  Kamera Obscura  dengan dasar kajian ilmu [optik](https://id.wikipedia.org/wiki/Optik) menggunakan bantuan energi [cahaya matahari](https://id.wikipedia.org/wiki/Cahaya_matahari). Mengembangkan ide kamera sederhana tersebut, mulai ditemukan kamera-kamera yang lebih praktis, bahka inovasinya demikian pesat berkembang sehingga kamera mulai bisa digunakan untuk merekam gambar gerak.

Ide dasar sebuah film sendiri, terfikir secara tidak sengaja. Pada tahun 1878 ketika beberapa orang pria Amerika berkumpul dan dari perbincangan ringan menimbulkan sebuah pertanyaan : “Apakah keempat kaki kuda berada pada posisi melayang pada saat bersamaan ketika kuda berlari?" Pertanyaan itu terjawab ketika [Eadweard Muybridge](https://id.wikipedia.org/wiki/Eadweard_Muybridge) membuat 16 frame gambar kuda yang sedang berlari. Dari 16 frame gambar kuda yang sedang berlari tersebut, dibuat rangkaian gerakan secara urut sehingga gambar kuda terkesan sedang berlari. Dan terbuktilah bahwa ada satu momen dimana kaki kuda tidak menyentuh tanah ketika kuda tengah berlari kencang Konsepnya hampir sama dengan konsep film kartun.

Gambar gerak kuda tersebut menjadi gambar gerak pertama di dunia. Dimana pada masa itu belum diciptakan kamera yang bisa merekam gerakan dinamis. Setelah penemuan gambar bergerak Muybridge pertama kalinya, inovasi kamera mulai berkembang ketika Thomas Alfa Edison mengembangkan fungsi kamera gambar biasa menjadi kamera yang mampu merekam gambar gerak pada tahun 1888, sehingga kamera mulai bisa merekam objek yang bergerak dinamis. Maka dimulailah era baru [sinematografi](https://id.wikipedia.org/wiki/Sinematografi) yang ditandai dengan diciptakannya sejenis [film dokumenter](https://id.wikipedia.org/wiki/Film_dokumenter) singkat oleh [Lumière Bersaudara](https://id.wikipedia.org/wiki/Lumi%C3%A8re_Bersaudara). Film yang diakui sebagai sinema pertama di dunia tersebut diputar di  [Boulevard des Capucines](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Boulevard_des_Capucines&action=edit&redlink=1), [Paris](https://id.wikipedia.org/wiki/Paris), [Prancis](https://id.wikipedia.org/wiki/Prancis) dengan judul [*Workers Leaving the Lumière's Factory*](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Workers_Leaving_the_Lumi%C3%A8re%27s_Factory&action=edit&redlink=1) pada tanggal 28 Desember 1895 yang kemudian ditetapkan sebagai hari lahirnya sinematografi. Film inaudibel yang hanya berdurasi beberapa detik itu menggambarkan bagaimana pekerja pabrik meninggalkan tempat kerja mereka di saat waktu pulang.

Pada awal lahirnya film, memang tampak belum ada tujuan dan alur cerita yang jelas. Namun ketika ide pembuatan film mulai tersentuh oleh ranah industri, mulailah film dibuat lebih terkonsep, memiliki alur dan cerita yang jelas. Meskipun pada era baru dunia film, gambarnya masih tidak berwarna alias hitam-putih, dan belum didukung oleh efek audio. Ketika itu, saat orang-orang tengah menyaksikan pemutaran sebuah film, akan ada pemain musik yang mengiringi secara langsung gambar gerak yag ditampilkan di layar sebagai efek suara.

Seiring berkembangnya dunia perfilman, semakin banyak film yang diproduksi dengan corak yang berbeda-beda. Secara garis besar, film dapat diklasifikasikan berdasarkan cerita, orientasi pembuatan, dan berdasarkan genre. Berdasarkan cerita, film dapat dibedakan antara film Fiksi dan Non-Fiksi. Fiksi merupakan film yang dibuat berdasarkan imajinasi manusia, dengan kata lain film ini tidak didasarkan pada kejadian nyata. Kemudian film Non-Fiksi yang pembuatannya diilhami oleh suatu kejadian yang benar-benar terjadi yang kemudian dimasukkan unsur-unsur sinematografis dengan penambahan efek-efek tertentu seperti efek suara, musik, cahaya, komputerisasi, skenario atau naskah yang memikat dan lain sebagainya untuk mendukung daya tarik film Non-Fiksi tersebut. Contoh film non-fiksi misalnya film [The Iron Lady](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=The_Iron_Lady&action=edit&redlink=1) yang diilhami dari kehidupan [Margaret Thatcher](https://id.wikipedia.org/wiki/Margaret_Thatcher).

Kemudian berdasarkan orientasi pembuatannya, film dapat digolongkan dalam film komersial dan nonkomersial. Film komersial, orientasi pembuatannya adalah bisnis dan mengejar keuntungan. Dalam klasifikasi ini, film memang dijadikan sebagai komoditas industrialisasi. Sehingga film dibuat sedemikian rupa agar memiliki nilai jual dan menarik untuk disimak oleh berbagai lapisan khalayak. Film komersial biasanya lebih ringan, atraktif, dan mudah dimengerti agar lebih banyak orang yang berminat untuk menyaksikannya.

Berbeda dengan film non-komersial yang bukan berorientasi bisnis. Dengan kata lain, film non-komersial ini dibuat bukan dalam rangka mengejar target keuntungan dan asasnya bukan untuk menjadikan film sebagai [komoditas](https://id.wikipedia.org/wiki/Komoditas), melainkan murni sebagai seni dalam menyampaikan suatu pesan dan sarat akan tujuan. Karena bukan dibuat atas dasar kepentingan bisnis dan keuntungan, maka biasanya segmentasi penonton film non-komersial juga terbatas. Contoh film non-komersial misalnya berupa film [propaganda](https://id.wikipedia.org/wiki/Propaganda), yang dibuat dengan tujuan mempengaruhi pola pikir massal agar sesuai dengan pesan yang berusaha disampaikan.

Di Indonesia sendiri contoh film propaganda yang cukup melegenda adalah film [G30S/PKI](https://id.wikipedia.org/wiki/G30S/PKI). Atau film dokumenter yang mengangkat suatu tema khusus, misalnya dokumentasi kehidupan flora dan fauna atau dokumentasi yang mengangkat kehidupan anak jalanan, dan lain sebagainya. Selain itu, beberapa film yang memang dibuat bukan untuk tujuan bisnis, justru dibuat dengan tujuan untuk meraih penghargaan tertentu di bidang perfilman dan sinematografi.

Film seperti ini biasanya memiliki pesan moral yang sangat mendalam, estetika yang diperhatikan detail-detailnya, dengan skenario yang disusun sedemikian rupa agar setiap gerakan dan perkataannya dapat mengandung makna yang begitu kaya. Film seperti ini biasanya tidak mudah dicerna oleh banyak orang, karena memang sasaran pembuatannya bukan berdasarkan tuntutan pasar. Seni, estetika, dan makna merupakan tolak ukur pembuatan film seperti ini. Contohnya di Indonesia seperti film [Pasir Berbisik](https://id.wikipedia.org/wiki/Pasir_Berbisik) yang di produseri oleh [Christine Hakim](https://id.wikipedia.org/wiki/Christine_Hakim) dan [Daun di Atas Bantal](https://id.wikipedia.org/wiki/Daun_di_Atas_Bantal) yang berkisah mengenai kehidupan [anak jalanan](https://id.wikipedia.org/wiki/Anak_jalanan).

Kemudian klasifikasi berdasarkan [genre](https://id.wikipedia.org/wiki/Genre) film itu sendiri. Terdapat beragam genre film yang biasa dikenal masyarakat selama ini, di antaranya:

* Action
* Komedi
* Drama
* Petualangan
* Epik
* Musikal
* Perang
* *Science Fiction*
* Pop
* Horror
* Gangster
* Thriller
* Fantasi
* *Disaster* / Bencana

Terdapat delapan produser film raksasa yang selama ini sudah merajai industri perfilman dunia, di antaranya

* [Columbia](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Columbia&action=edit&redlink=1)
* [Fox](https://id.wikipedia.org/wiki/Fox)
* [MGM](https://id.wikipedia.org/wiki/MGM)
* [Paramount](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Paramount&action=edit&redlink=1)
* [Universal](https://id.wikipedia.org/wiki/Universal)
* [Warner Brothers](https://id.wikipedia.org/wiki/Warner_Brothers)
* [Buena Vista](https://id.wikipedia.org/wiki/Buena_Vista) (Disney)
* [TriStar](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=TriStar&action=edit&redlink=1) (Sony)

Mereka merupakan bagian dari integrasi vertikal [konglomerasi](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Konglomerasi&action=edit&redlink=1) yang mendominasi distribusi dan produksi film. Masing-masing perusahaan memiliki kemampuan untuk memproduksi 15 hingga 25 film setiap tahun. Namun sesungguhnya perusahaan produksi film tersebut telah mengurangi produktivitasnya dengan memproduksi lebih sedikit film pada kisaran tahun 2008-2009 dan menjadi lebih konservatif dan berhati-hati dalam segala keputusan distribusi dan produksi mereka. Sekarang, perusahaan besar berani menginvestasikan rata-rata sekitar US$66.000.000 perfilm, ditambah biaya pengiklanan dan promosi sekitar rata-rata US$36.000.0000.

Nama-nama aktor dan sutradara papan atas juga menjadi perhitungan sumber profit mereka yang dipersentasikan melalui permintaan pasar. Nama besar aktor seperti [Johnny Depp](https://id.wikipedia.org/wiki/Johnny_Depp) misalnya, yang mampu menghasilkan US$ 50.000.000 pada akhir kesusksesan sebuah film serta tambahan keuntungan sekitar US$ 20.000.000 hanya dengan penampilannya saja. Maka angka pertaruhannya sangat tinggi, sehingga tuntutan untuk mampu memproduksi film-film big hits menjadi sangat besar.

Sebuah perusahaan muda, [DreamWorks](https://id.wikipedia.org/wiki/DreamWorks), yang dirintis oleh [Steven Spielberg](https://id.wikipedia.org/wiki/Steven_Spielberg) pada 1995 kini juga sudah menuai sukses dalam bidang film animasi, namun masih harus menghadapi persaingan ketat dalam pangsa yang lain. Kesuksesan produksi film  [Shrek](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Shrek&action=edit&redlink=1)  dan  [Madagascar](https://id.wikipedia.org/wiki/Madagascar)  kontan menjadikan [DreamWorks](https://id.wikipedia.org/wiki/DreamWorks) sebagai kompetitor yang layak diperhitungkan oleh [PixarStudio](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=PixarStudio&action=edit&redlink=1), yang memproduksi film-film animasi populer, terutama film-film animasi keluaran [Disney](https://id.wikipedia.org/wiki/Disney).

Kebanyakan film keluaran tahun 2009 tidak lagi hanya diproduksi dalam studio. Banyak yang mulai memproduksi film-film [independen](https://id.wikipedia.org/wiki/Independen) (indie). Meski begitu, jarang dari mereka yang sukses didistribusikan ke pasaran. Sekitar 900 film independen diproduksi di Amerika pada tahun 2009. Namun hanya 500 film di antaranya yang benar-benar didistribusikan dan dipasarkan. Jadi, bagi sutradara film-film indie sendiri, target utamanya adalah berhasil mendistribusikan film mereka. Soal finansial, film indie biasanya tidak memakai terlalu banyak biaya. Sehingga keuntungan finansial bukan menjadi target utama pembuatan film indie.

The billionaire merupakan film komersial dari thailand yang di angkat dari kisah nyata seorang pengusaha muda bernama Itthipat Kulapongvanich atau biasa dipanggil “Top”. Pada awal pertama kali dia mengenal kegiatan bisnis/jual beli adalah pada saat dia sedang bermain game online, seseorang yang bernama Jack ingin membeli senjata kepada TOP. Awalnya TOP tidak ingin menjual senjatanya, namun setelah ditawari akan diberi uang sebesar 30 Bath, akhirnya TOP berani untuk menjualnya. Dari penjualan senjatanya itulah, dia semakin lama semakin meraup keuntungan yang cukup besar , dia terus melakukan kegiatan jual beli itu dan melakukan negosiasi harga, Top mendapatkan uang dari menjual item senjata-senjata miliknya di game online. Dengan bisnisnya ini dia bahkan meraih penghasilan mencapai 1 juta Baht dan dapat membeli sebuah mobil seharga 600 Baht (sekitar 200 juta rupiah).

Pada suatu hari top ingin mengambil uang hasil transaksi game online tersebut rekening game onlinenya di blokir karena diketahui bertransaksi jual beli. Dari kejadian tersebut top memulai bisnis awalnya dengan modal uang sisa transaksi game online ,ia membeli 50 dvd bajakan yang dia tidak tau dengan harga yang murah dan ternyata dvd tersebut rusak dan tidak bisa di kembalikan kepada penjual karena dvd tersebut tidak mempunyai garansi dikarenakan top pada saat itu membeli dvd bajakan.

Top memiliki semangat tinggi untuk menjadi pebisnis ,setelah tertipu dengan dvd bajakan top berlanjut memulai bisnis kacang goreng lalu menyewa tempat di mall ,ketika berbisnis kacang goreng top awalnya merugi karena tidak ada yang membeli kacang goreng tersebut karena lokasi di mall tersebut tidak strategis , lalu top memindahkan lapak jualannya ke tempat yag lebih strategis ,dan ternyata setelah di pindahkan ke lapak yang lebih strategis top mendapatkan pembeli yang banyak sampai sampai top berani meninggalkan kuliahnya demi bisnis nya tersebut. Tetapi masalah baru muncul karena pihak mall membatalkan kontrak dengan top yang artinya top tidak boleh berjualan di mall karena berjualan kacang goreng di dalam mall menyebabkan dinding atas mall kotor karena asap dari penggorengan kacang.

Dititik ini Top hampir putus asa karena tidak boleh berjualan lagi di mall karena pelanggannnya sudah mulai banyak.Pada saat yang bersamaan orang tua Top memutuskan untuk pergi ke China, pada awalnya Top juga akan pergi dengan kedua orang tuanya akan tetapi Top tetap memiliki semangat dan rasa percaya diri untuk membuat kembali bisnis yang baru, Sampai pada suatu ketika Top sedang berjalan-jalan dengan pacarnya dan dia memberi Top rumput laut goreng, tanpa disadari hal itu memberikan Top sebuah ide untuk berbisbis menjual rumput laut goreng juga.

Top menempuh jalan yang cukup berani pada fase ini karena ia menghabiskan sisa modal dia untuk membeli beberapa dus rumput laut untuk ia berisnis .masalah kembali datang kepada top ketika ia akan berbisnis rumput laut goreng ,mulai dari kemasan produk nya di tolak oleh pihak store karena kemasannya tidak menarik sampai top hampir merugi karena top berulang kali salah teknik dalam menggoreng rumput laut itu sehingga rasa dari rumput laut tersebut tidak enak. Di sini top menunjukan sikap semangat dan pantang menyerah ia terus berusaha agar bisnis rumput laut gorengnya bisa di pasarkan di store. Setelah ia memperbaiki kemasan produk nya dan sudah mengetahui tehnik menggoreng rumput lautnya ia menamai produk rumput lautnya dengan nama “Tao Kae Noi” dan kemudian memasarkan produknya ke sebuah convenience store yang cukup terkenal yaitu 7-Eleven.

Komunikasi merupakan kebutuhan manusia yang sangat penting. Komunikasi dibutuhkan untuk memperoleh atau member informasi dari atau kepada orang lain. Kebutuhan untuk mendapatkan informasi semakin meningkat, sehingga manusia membutuhkan alat komunikasi yang dapat digunakan kapanpun dan dimanapun mereka berada. Jadi komunikasi merupakan salah satu kebutuhan manusia yang sangat vital.

Manusia merupakan makhluk sosial yang sangat membutuhkan informasi, untuk mendapatkan informasi itu maka dilakukan dengan cara berkomunikasi baik secara verbal maupun non verbal. Komunikasi akan tercapai jika antara orang-orang yang terlibat komunikasi terdapat kesamaan makna mengenai sesuatu hal yang dikomunikasikan yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak.

Komunikasi sangat berperan penting dalam proses interaksi antara manusia karena disadarkan ataupun tidak, komunikasi adalah suatu proses sosial yang sangat mendesar dan vital dalam kehidupan manusia sehari-hari. Dikatakan mendasar karna setiap individu, atau anggota masyarakat keinginan untuk mempertahankan hidupnya. Dikatakan vital karena setiap individu memiliki kemampuan untuk berkomunikasi dengan individu lainnya, sehingga meningkatkan individu tersebut untuk tetap hidup. Dengan berkomunikasi menyebabkan pengalaman seseorang bertambah luas, sehingga dapat menyelesaikan sikap dan tingkah lakunya dengan sikap dan tingkah laku orang lain.

Komunikasi merupakan salah satu cara membuka pikiran untuk melangkah kedalam dunia yang lebih maju kaya akan informasi. Informasi tersebut menjadi kebutuhan yang sangat esensial untuk berbagai tujuan. Dengan adanya informasi masyarakat dapat mengikuti peristiwa-peristiwa yang terjadi di sekitarnya atau pristiwa-peristiwa yang terjadi di seluruh dunia sehingga wawasan masyarakat bertambah, memperluas opini dan pandangan, serta dapat meningkatkan kedudukan dan perannya dalam kehidupan bermasyarakat berbangsa dan bernegara.

Komunikasi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat. Sekarang ini keberhasilan dan kegagalan seseorang dalam mencapai sesuatu termasuk karir banyak ditentukan oleh kemampuannya berkomunikasi. Saat ini negara berubah menjadi sektor informasi. Ini ditandai makin banyaknya orang yang memilih profesi pada sektor-sektor informasi. Misalnya profesi di bidang *public relation* atau jurnalistik.

Jurnalistik adalah proses, teknik dan ilmu pengumpulan, penulisan, penyuntingan, dan publikasi berita. Jurnalistik berasal dari kata *journal* yang berarti catatan harianatau catatan mengenai kejadian sehari hari, atau di artikan dengan surat kabar. Jadi secara etimologis jurnalistik adalah laporan tentang peristiwa sehari hari yang saat ini kita kenal dengan istilah berita ( *news* ). Sedangkan secara singkatnya adalah kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiap hari.

Awal mulanya jurnalistik berawal dari komunikasi antar manusia yang bergantung dari mulut ke mulut. Catatan sejarah yang berkaitan dengan penerbitan media massa terpicu penemuan mesin cetak oleh Johannes Getenberg.

Di indonesia perkembangan kegiatan jurnalistik di awali oleh belanda. Sebagian pejuang kemerdekaan indonesia pun menggunakan kewartawanan sebagai alat perjuangan. Di era era inilah Bintang Timoer, Java Bode, Bintang Barat dan Medan Prijaji terbit.

Semenjak kemerdekaan indonesia yang membawakeuntungan bagi kewartawanan. Pemerintah indonesia menggunakan Radio Republik Indonesia sebagai media komunikasi. Menjelang penyelenggaraan Asia Games IV, pemerintah memasukan proyek televisi. Sejak tahun 1962 tersebut Televisi Republik Indonesia hadir dengan teknologilayar hitam putih.

Sejarah kemerdekaan pers berada di titik di saat soeharto di gantikan oleh B.J Habibie. Disaat itulah banyak media massa yang muncul dan PWI bukan satu satunya organisasi profesi. Kegiatan kewartawanan di atur oleh UU Pers No 40 Tahun 1999 yang di keluarkan Dewan Pers dan UU Penyiaran No 37 Thaun 2002 yang di keluarkan Komisi Penyiaran Indonesia atau KPI

Komunikasi massa adalah suatu proses melalui mana komunikator komunikator menggunkan media untuk menyebarluaskan pesan pesan secara luas dan terus menerus menciptakan makna mana serta di harapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan beragam melalui berbagai cara.

Media massa merupakan suatu penemuan teknologi yang luar biasa, yang memungkinkan orang untuk men gadakan komunikasi bukan saja dengan komunikasi yang mungkin tidak pernah akan dilihat, akan tetapi juga dengan generasi yang akan datang. Dengan demikian maka media massa dapat mengatasi hambatan berupa pembatasan yang di adakan oleh waktu, tempat dan kondisi geografis. Penggunaan media massa karenanya memungkinkan komunikasi dengan jumlah orang yang lebih banyak.

Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya adalah surat kabar, radio, televisi dan film bioskop, yang beroprasi dalam bidang informasi, edukasi, dan rekreasi atau dalam istilah lain penerangan, pendidikan, dan hiburan. Keuntungan komunikasi dengan menggunakan media massa adalah bahwa media massa menimbulkan keserempakan artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlahnya relatif banyak. Jadi untuk menyebarkan informasi, media massa sangat efektif yang mengubah sikap, pendapat, dan peilaku komunikasi.

Semiotika berasal dari kata Yunani, yaitu: *semeion* yang berarti tanda. Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk menguji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan didunia ini. Penjelajahan semiotika sebagai metode kajian ke dalam berbagai cabang keilmuan ini dimungkinkan karena ada kecenderungan untuk memandang berbagai wacana sosial sebagai fenomena bahasa. Dengan kata lain, bahasa dijadikan model dalam berbagai wacana sosial. Berdasarkan pandangan semiotika, bila seluruh praktek sosial dapat dianggap sebagai fenomena bahasa, maka semuanya dapat juga dipandang sebagai tanda. Hal ini dimungkinkan karena luasnya pengertian tanda itu sendiri.

Berdasarkan latar belakang, maka peneliti sangat tertarik untuk meneliti sebuah film yang disutradarai oleh Songyos Sugmakanan “The Billionaire” sebagai objek penelitian. Film ini dipilih oleh penelitian bukan tanpa alasan, tetapi dengan memilih banyaknya sebuah tanda dan juga makna yang terkandung dalam film tersebut. Bukan hanya itu, film ini memiliki sebuah pesan sosial dan moral yang sangat mendalam serta sangat menginspirasi bagi khalayak yang menontonnya khusus nya para remaja yang ingin menjadi pebisnis muda yang sukses. Maka dengan demikian peneliti ingin mengangkat permasalahan yang ada dalam film ini dengan mengambil judul **“ANALISIS SEMIOTIKA KISAH INSPIRATIF FILM THE BILLIONAIRE”**

* 1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, peneliti mengidentifikasi masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penanda *(signifier)* dalam film “The Billionaire”
2. Bagaimana petanda *(signified)* dalam film “The Billionaire”
3. Bagaimana kontruksi realitas sosial dalam film “The Billionaire”
	1. **Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini sebagai syarat ujian sidang strata satu (S1) fakultas ilmu sosial dan politik Universitas Pasundan Bandung, Jurusan Ilmu Komunikasi, bidang kajian Jurnalistik dan tujuan lain penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui penanda *(signifier)* dalam film “The Billionaire”
2. Untuk mengetahui petanda *(signified)* dalam film “The Billionaire”
3. Untuk mengetahui kontruksi realita sosial dalam film “The Billionaire”
	1. **Kegunaan Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Sesuai dengan tema yang diangkat. Maka kegunaan penelitian ini terbagi menjadi dua golongan yaitu kegunaan teiritis dan kegunaan praktis. Secara umum diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya pada kajian Jurnalistik. Berdasarkan tujuan penelitian diatas diharpkan penelitian ini memberikan manfaat

* + 1. **Kegunaan Teoretis**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat terhadap pengaplikasian teori semiotika. Selain itu dapat memberikan masukan secara umum mengenai perkembangan ilmu komunikasi yang dapat dilakukan melalui film serta dapat memberikan manfaat tentang penggunaan metode semiotika.

* + 1. **Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumbangan pemikiran kepada para pecinta film serta dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada masyarakat luas tentang bagaimana cara mensyukuri kehidupan. Peneliti ini pun berusaha memberikan sebuah pengetahuan tentang makna tanda dalam kehidupan yang nyata dengan meneliti makna tanda yang ada dalam media massa film dengan menggunakan kajian analisis semiotika. Maka dari itu peneliti mencoba memberikan persepsi bahwa film dapat memberikan sebuah makna tanda yang sama dengan kehidupan sebenarnya.

* 1. **Kerangka Pemikiran**

Film adalah karya cipta seni dan budaya yang merupakan media komunikasi massa pandang-dengar yang dibuat berdasarkan asas sinematografi dengan direkam pada pita seluloid, pita video, piringan video, dan atau bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala bentuk, jenis, dan ukuran melalui proses kimiawi, proses elektronik, atau proses lainnya dengan atau tanpa suara yang dapat dipertunjukan dan atau ditayangkan dengan sistem Proyeksi mekanik, elektronik, dan atau lainnya.

Film adalah media komunikasi massa yang ampuh sekali, bukan saja untuk hiburan tetapi untuk penerangan dan pendidikan. Film merupakan media massa yang untuk menikmatinya memerlukan penggabungan antara dua indra yakni indra penglihatan dan indra pendengaran. Maka dari itu film merupakan media komunikasi yang efektif dan kuat dengan menyampaikan pesannya secara audio visual. Sebagai salah satu bentuk media massa dalam hal ini film juga harus bertanggung jawab secara sosial kepada masyarakat tentang apa yang akan disampaikan. Film sebagai media massa juga dituntut untuk menjalankan fungsi edukatifnya untuk memberikan pencerahan dan pendidikan kepada masyarakat melalui sajian audio visual dalam film. Hal ini dikarenakan film mempunyai pengaruh yang kuat untuk mempengaruhi psikologi seseorang. Dalam cerita sebuah film biasanya terdapat pesan tersembunyi untuk masyarakat luas yang diisyaratkan melalui tanda atau adegan tertentu.

Film merupakan cabang kesenian yang menghimpun ragam seni. Dalam film ada seni peran, suara, tari, sastra atau rupa. Setting di dalam film merupakan seni rupa. Naskah skenario adalah seni sastra, gerakan yang ada merupakan seni tari. Melalui film sebenarnya kita belajar tentang budaya. Baik itu budaya masyarakat dimana kita hidup didalamnya, atau bahkan budaya yang sama sekali asing buat kita.

Pesan adalah seperangkat simbol verbal atau non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud. Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan seharusnya mempunya isi pesan atau tema sebagai pengaruh di dalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Pesan dapat berupa gagasan, pendapat dan sebagainya yang sudah dituangkan dalam suatu bentuk dalam melalui lambang komunikasi diteruskan kepada orang lain atau komunikan.

Pesan sosial adalah amanat yang terkandung dalam sebuah cerita, hingga dapat menjadi contoh pembelajaran untuk seseorang yang memilih ataupun mendengarnya. Pesan sosial dapat tersirat maupun tersurat, melalui audio visual, maupun audio saja. Hal ini dikarenakan pesan sosial atau moral ada di dalam sebuah cerita yang dikemas dalam berbagai bentuk seperti cerpen, iklan, lagu, puisi, film dll.

Pesan sosial tidak akan tercipta tanpa bahasa dan tanda. Dengan dua elemen tersebut maka pesan sosial akan menjadi alat pembelajaran bagi khalayak yang melihat atau mendengarnya. Pesan, tanda, dan bahasa akan mengacu kepada kebudayaan orang yang menuturkannya. Karena dalam hal tersebut, bahasa dan tanda memiliki struktur bahasa sesuai dengan kebudayaan yang dimiliki oleh seorang pembuat pesan dan penutur bahasa tersebut.

Penelitian ini menggunakan Teori Kontruksi Realita Sosial dari Peter L. Berger dan Thomas Luckman, menjelaskan konstruksi sosial atas realitas terjadi secara simultan melalui tiga tahap, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Tiga proses ini terjadi diantara individu satu dengan individu lainnya dalam masyarakat. Subtansi teori konstruksi sosial media massa adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan sebenarnya merata. Realitas yang terkonstruksi itu juga membentuk opini massa. Subtansi teori dan pendekatan kontruksi sosial Berger dan Luckman adalah proses simultan yang terjadi secara alamiah melalui bahasa dalam kehidupan sehari-hari pada sebuah komunitas primer dan semi-sekunder.

Linguistik atau bahsa sangat berkaitan dengan tanda atau *sign.* Tanda merupakan sebuah bentuk, peringatan, sifat atau juga bisa menyatakan suatu keadaan. Mengingat begitu pentingnya sebuah tanda dalam kehidupan, maka diciptakanlah ilmu khusus mempelajari tanda, yaitu Semiotika.

Semiotika adalah sebuah ilmu yang mempelajari tentang tanda atau *sign.* Tanda digunakan oleh manusia untuk menggambarkan suatu hal. Komunikasi pun berawal dari tanda, karena di dalam tanda mengandung makna dan pesan tersendiri. Dengan adanya tanda, maka akan mempermudah seseorang dalam berkomunikasi, karena tanda merupakan sebuah perantara antara seseorang dan pihak lain untuk melakukan interaksi. Apabila tidak ada tanda di dunia ini maka tidak akan tercipta komunikasi. Salah satu tokoh yang berkaitan dengan ilmu semiotika adalah Ferdinand De Saussure. Menurut **Saussure** yang dikutip **Sobur** dalam bukunya. **Semiotika Komunikasi** mengatakan bahwa**, Semiotika atau semiologi merupakan sebuah ilmu yang mengkaji kehidupan tanda-tanda di tengah masyarakat. (2009:12)**

**Gambar 1.1 : Visualisasi model Saussure**

  **Sign**

 **Compased of**

**Signifilter signification Referent**

 **Signified (external reality of meaning)**

**Sumber : Mcquail. *Mass Communication Theoty.* SAGE *publication* : London.Tahun 2000**

Petanda tidak mungkin disampaikan atau ditangkap lepas dari penanda, petanda atau yang ditandakan itu termasuk tanda sendiri dan dengan demikian merupakan suatu faktor linguistik. Dan proses petanda dan penanda, maka akan menghasilkan realitas ekternal atau penanda. Realitas ekternal adalah segala bentuk realitas yang terjadi pada diri dan di luar diri kita. Realitas ini adalah segala fakta yang terjadi dan berlangsung di dalam kehidupan kita.

**Gambar 1.2**

**Bagan Kerangka Pemikiran**

ANALISIS SEMIOTIKA KISAH INSPIRATIF FILM *THE BILLIONAIRE*

Teori Konstruksi Realitas Sosial

PeterL Berger & Thomas Luckman

Model

Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure

Penanda

Petanda

**(Sumber : Ferdinand De Saussure, modifikasi Peneliti & Pembimbing, 2016)**