

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Komunikasi**

Istilah komunikasi atau dalam Bahasa Inggris yaitu *communication* berasal dari kata latin yaitu *communicatio* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Maksud dari sama adalah sama dalam pemaknaannya. Definisi komunikasi secara umum adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Berikut ini adalah beberapa definisi dari komunikasi:

Menurut **Hovland, Janis dan Keley** yang dikutip **Djuarsa** dalam buku **Pengantar Komunikasi**, definisi komunikasi adalah:

**Suatu proses melalui seseorang (komunikator) menyampaikantimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lain. (1990:7)**

**Tubbs dan Moss** mendefinisikan komunikasi sebagai **Proses penciptaan makna antara dua orang atau lebih. (2004:59)**

**Effendy** dalam buku **Ilmu Komunikasi Teori dan Filsafat Komunikasi** mengatakan:

**Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia, pernyataan tersebut berupa pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalur. (2003:28)**

Dalam proses komunikasi tidak selamanya berjalan dengan baik, terkadang pesan yang disampaikan komunikator tidak sampai ke komunikan

karena terjadi gangguan di dalam proses penyampaiannya, dan bila pesan tersebut sampai ke komunikan biasanya akan terjadi *feed back*.

Komunikasi memiliki peranan penting dalam kehidupan manusia. Dengan berkomunikasi manusia dapat menyampaikan pikiran, pendapat serta perasaannya. Seperti halnya masalah yang akan peneliti angkat dalam penelitian ini, yaitu nilai-nilai sosial dalam film “99 Cahaya di Langit Eropa”. Film dapat digunakan sebagai media komunikasi audio visual untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat serta mengubah pola pikir dan tingkah laku masyarakat. Maka, pada saat ini, film dapat menjadi media efektif bagi para sineas film dalam menyampaikan sebuah pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak.

### **2.1.1 Tipe Komunikasi**

Menurut **Dedy Mulyana** pada buku **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** terdapat beberapa tipe komunikasi yang disepakati oleh para pakar, yaitu:

- 1. Komunikasi Intrapribadi**  
**Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik kita sadari atau tidak.**
- 2. Komunikasi Antarpribadi**  
**Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal atau nonverbal.**
- 3. Komunikasi Kelompok**  
**Komunikasi kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lainnya untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut.**
- 4. Komunikasi Publik**  
**Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak) yang tidak bisa dikenal satu persatu.**

**5. Komunikasi Organisasi**

**Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok.**

**6. Komunikasi Massa (*Mass Communication*)**

**Komunikasi Massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak atau elektronik. (2005:72-75)**

Apabila dikaitkan dengan masalah yang akan diteliti, maka dalam hal ini film “99 Cahaya di Langit Eropa” menggunakan tipe komunikasi massa dalam melakukan proses komunikasinya. Dimana pesan yang disampaikan dalam sebuah film tersebut ditujukan kepada khalayak yang berada di tempat-tempat berbeda, sehingga diperlukan media massa sebagai saluran untuk melakukan kegiatan komunikasinya. Maka, film adalah bagian dari komunikasi massa.

### **2.1.2 Komunikasi Massa**

Komunikasi massa berasal dari istilah bahasa Inggris yaitu *mass communication*. Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa. Istilah *mass communication* diartikan sebagai salurannya, yaitu media massa. Massa mengandung pengertian orang banyak, mereka tidak harus berada di lokasi tertentu yang sama, mereka dapat tersebar atau terpencar di berbagai lokasi, yang dalam waktu yang sama atau hampir bersamaan dapat memperoleh pesan-pesan komunikasi yang sama.

Dalam **Komunikasi Massa: Suatu Pengantar** karya **Ardianto dan Komala** dijelaskan definisi dari Komunikasi Massa adalah sebagai berikut:

**Pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*Mass communication is messages*)**

*communicated through a mass medium to large number of people).* (Rakhmat dkk. 1999).

Sedangkan dalam buku **Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek** karangan **Effendi** komunikasi massa memiliki pengertian yaitu: **“Komunikasi yang menggunakan media massa.”** (1984: 20)

Dalam buku **Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat** karya **Widjaja**, Komunikasi Massa didefinisikan: **“Komunikasi yang ditujukan kepada massa”** (1993: 19).

Berbagai pengertian atau definisi mengenai komunikasi massa terlihat bahwa inti dari proses komunikasi ini adalah media massa sebagai salurannya untuk menyampaikan pesan kepada komunikan untuk mencapai tujuan tertentu secara masal.

### **2.1.2.1 Ciri Komunikasi Massa**

Komunikasi massa mempunyai beberapa karakteristik khusus yang membedakan tipe komunikasi ini dengan tipe komunikasi yang lain. Komunikasi massa mempunyai ciri-ciri yang juga dijelaskan oleh **Ardianto dan Komala** dalam buku **Komunikasi Massa: Suatu Pengantar** yaitu:

- 1. Komunikasi massa berlangsung satu arah. Ini berarti bahwa tidak terdapat arus balik dari komunikan ke komunikatornya. Dengan kata lain komunikatornya tidak mengetahui tanggapan para pembacanya atau penontonnya tentang pesan yang ia sampaikan.**
- 2. Komunikator pada komunikasi massa terlembaga. Media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga, yakni suatu institusi atau organisasi. Oleh karena itu komunikatornya melembaga.**

3. Pesan bersifat umum. Pesan ini bersifat umum karena ditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum.
4. Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan. Ciri lain dari komunikasi massa yaitu kemampuannya untuk menimbulkan keserempakan pada pihak khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarkan.
5. Komunikasi massa bersifat heterogen. Komunikasi massa bersifat heterogen yakni tidak saling mengenal satu sama lain dan berasal dari seluruh status sosial, umur, jenis kelamin, agama, ras, suku, budaya dan lain-lain (1984: 35).
6. Umpan balik tertunda. Umpan balik sebagai respon memiliki faktor penting dalam bentuk komunikasi seringkali dapat dilihat dari feedback yang disampaikan oleh komunikan.

Selain itu komunikasi massa mempunyai ciri – ciri yang juga dijelaskan dalam karya **Cangara**, yaitu :

1. Sumber dan penerima dihubungkan oleh saluran yang telah diproses secara mekanis. Sumber juga merupakan lembaga atau institusi yang terdiri dari banyak orang, misalnya reporter, penyiar, editor, teknisi dan sebagainya. Karena itu proses penyampaian pesannya lebih formal, terencana dan lebih rumit.
2. Pesan komunikasi massa berlangsung satu arah dan tanggapan baiknya lambat (tertunda) dan sangat terbatas. Tetapi dengan perkembangan komunikasi yang begitu cepat, khususnya media massa elektronik seperti radio dan televisi maka umpan balik dari khalayak bisa dilakukan dengan cepat kepada penyiar.
3. Sifat penyebaran pesan melalui media massa berlangsung begitu cepat, serempak dan luas, ia mampu mengatasi jarak dan waktu, serta tahan lama bila didokumentasikan. Dari segi ekonomi, biaya produksi komunikasi massa cukup mahal dan memerlukan dukungan tenaga kerja relatif banyak untuk mengelolanya (1998: 36).

Pernyataan di atas menunjukkan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang berlangsung satu arah, media massa saluran komunikasi merupakan lembaga, bersifat umum dan sasarannya pun beragam.

### **2.1.2.2 Fungsi Komunikasi Massa**

Fungsi dari komunikasi massa dijelaskan **Dominic (2001)** dan dikutip oleh **Elvinaro Ardianto dan Komala** dalam buku **Komunikasi Massa: Suatu Pengantar** yaitu:

1. *Surveillance* (pengawasan)
2. *Interpretation* (penafsiran)
3. *Linkage* (Pertalian)
4. *Transmission of Value* (Penyebaran nilai-nilai)
5. *Entertainment* (Hiburan)

Manfaat yang begitu besar dari komunikasi massa harusnya patut kita syukuri dengan memanfaatkannya serta mengembangkannya komunikasi massa tersebut sebaik mungkin, agar dengan komunikasi massa ini interaksi antar masyarakat satu bangsa bisa terjalin dengan baik sesuai dengan tujuan dari komunikasi massa itu sendiri.

## **2.2 Pengertian Jurnalistik**

Pengertian jurnalistik baik itu oleh pakar maupun pengertian yang diutarakan oleh praktisi. Istilah jurnalistik berasal dari bahasa Belanda “*journalistiek*” atau dalam bahasa Inggris “*journalism*” yang bersumber pada perkataan “*journal*” sebagai terjemahan dari bahasa Latin “*diurnal*” yang berarti

“harian” atau “setiap hari”. Hal itu dapat diartikan suatu peristiwa yang mempunyai fakta dan kemudian dikemas menjadi sebuah laporan yang dapat diinformasikan kepada khalayak.

Pencarian, penyeleksian, dan pengolahan informasi yang mengandung nilai berita dan unsur berita dapat dibuat menjadi karya jurnalistik, dan Media yang digunakan pun sangat beragam, baik menggunakan Media massa cetak, maupun media massa elektronik, dan internet mengolah suatu fakta menjadi berita memerlukan keahlian, kejelian dan keterampilan tersendiri, yaitu keterampilan jurnalistik.

Dalam **Kamus Besar Bahasa Indonesia** karya **Poewodarminta**, “jurnalistik” berarti pekerjaan mengumpulkan, menulis, mengedit dan menerbitkan berita di media cetak maupun di media elektronik (2001:482).

Adapun pengertian jurnalistik menurut pendapat **Romli** dalam buku **Jurnalistik Praktis**, mengemukakan:

**Jurnalistik dapat dipahami sebagai proses kegiatan meliput, membuat dan menyebarkan peristiwa yang bernilai berita (*news*) dan pandangan (*views*) kepada khalayak melalui saluran media massa baik cetak maupun elektronik. Sedangkan pelakunya disebut jurnalis atau wartawan. (2001:70)**

Dari berbagai literatur, dapat dikaji bahwa definisi jurnalistik adalah suatu pengelolaan laporan harian yang menarik minat khalayak mulai dari peliputan sampai penyebarannya kepada masyarakat melalui media massa baik cetak maupun elektronik.

Kegiatan jurnalistik memiliki prinsip-prinsip hal ini juga dijelaskan dalam karya **Sudirman Tebba**, **Jurnalistik Baru**, yakni:

- 1. Tidak boleh memasukkan opini pribadi.**
- 2. Berita yang disajikan hanya fakta yang mengandung kebenaran.**
- 3. Unsure 5W + 1H tetap ada.**
- 4. Penulisan berita harus tepat, ringkas, jelas, sederhana dan dapat dipercaya.**
- 5. Naskah berita harus lugas dan mengandung daya gerak (2005: 3).**

Proses jurnalistik adalah setiap kegiatan mencari, mengumpulkan, menyeleksi, dan mengolah informasi yang mengandung nilai berita, serta menyajikan pada khalayak melalui media massa periodik, baik cetak maupun elektronik.

Karya jurnalistik adalah uraian fakta dan atau pendapat yang mengandung nilai berita, dan penjelasan masalah hangat yang sudah ada disajikan kepada khalayak melalui media massa periodik, baik cetak maupun elektronik.

Pencarian, pengumpulan, penyeleksian, penyebaran, dan pengolahan informasi yang mengandung nilai berita menjadi karya jurnalistik dan penyajian kepada khalayak melalui media massa periodik cetak atau elektronik, memerlukan keahlian, kejelian, dan keterampilan tersendiri, yaitu keterampilan jurnalistik. Penerapan keterampilan jurnalistik harus dilandasi oleh prinsip yang mengutamakan kecepatan, ketepatan, kebenaran, kejujuran, keadilan, keseimbangan, dan berprasangka (praduga tak bersalah).

Ilmu jurnalistik dituangkan dalam bentuk karya jurnalistik yang disajikan pada khalayak melalui media massa periodik, baik cetak, elektronik, maupun internet.



### 2.2.1 Bentuk Jurnalistik

Menurut **Sumadiria** dalam karyanya **Jurnalistik Indonesia**, dilihat dari segi bentuk dan pengolahannya, jurnalistik dibagi dalam tiga bagian besar yaitu:

**1. Jurnalistik Media Cetak**

**Jurnalistik media cetak meliputi, jurnalistik surat kabar harian, jurnalistik surat kabar mingguan, jurnalistik tabloid mingguan, dan jurnal majalah.**

**2. Jurnalistik Auditif**

**Jurnalistik auditif yaitu jurnalistik radio siaran.**

**3. Jurnalistik Media Elektronik Audiovisual**

**Jurnalistik media elektronik audiovisual adalah jurnalistik televisi siaran dan jurnalistik media on line (*internet*) (2006: 4).**

Jenis-jenis jurnalistik yang telah disebutkan di atas, dapat diketahui bahwa jurnalistik mengandung aliran-aliran sendiri yang beragam jenisnya. Hal ini terjadi karena perbedaan visi misi, tujuan dan kepentingan tersendiri dalam tubuh masing-masing media.

## 2.3 Film Sebagai Sarana Komunikasi

### 2.3.1 Pengertian Film

Film adalah gambar hidup yang biasa disebut *movie*. Film, secara kolektif, sering disebut sinema. Sinema itu sendiri bersumber dari kata kinematik atau gerak. Film juga sebenarnya merupakan lapisan-lapisan cairan selulosa, biasa dikenal di dunia para sineas sebagai seluloid.

Pengertian secara harfiah film (sinema) ialah *cinemathographie* yang berasal dari cinema + tho = phytos (cahaya) + graphie (tulisan = gambar = citra), jadi pengertiannya ialah melukis gerak dengan cahaya. Agar kita dapat melukis

gerak dengan cahaya, kita harus menggunakan alat khusus yang biasa disebut dengan kamera.

Istilah film pada mulanya mengacu pada suatu media sejenis plastik yang dilapisi dengan zat peka cahaya. Media peka cahaya ini sering disebut selluloid. Dalam bidang fotografi film, ini menjadi media yang dominan digunakan untuk menyimpan pantulan cahaya yang tertangkap lensa. Pada generasi berikutnya fotografi bergeser pada penggunaan media digital elektronik sebagai penyimpanan gambar.

Dalam bidang sinematografi perhilan media penyimpanan ini telah mengalami perkembangan yang pesat. Berturut-turut dikenal media penyimpanan selluloid (fim), pita analog dan yang terakhir media digital (pita, cakram, memori chip). Bertolak dari pengertian ini maka film pada awalnya adalah karya sinematografi yang memanfaatkan media selluloid sebagai penyimpanannya.

Seiring dengan perkembangan media penyimpan dalam bidang sinematografi, maka pengertian film telah bergeser. Sebuah film cerita dapat diproduksi tanpa menggunakan selluloid. Bahkan, pada saat ini sudah semakin sedikit film yang menggunakan media selluloid pada tahap pengambilan gambar. Pada tahap pasca produksi gambar yang telah diedit dari media analog ataupun digital dapat disimpan pada media yang fleksibel. Hasil akhir dari sebuah karya sinematografi dapat disimpan pada media selluloid, analog ataupun digital.

Film merupakan salah satu karya seni pandang dan dengar yang digunakan sebagai sarana komunikasi antara pembuat cerita dengan khalayak. Film dapat menjadi suatu sarana pembelajaran yang baik, maupun buruk sesuai dengan pesan

yang disampaikan dan yang ditangkap oleh penonton film tersebut. Film dapat mempengaruhi khalayak, karena kemampuan dan kekuatan film menjangkau banyak segmen sosial. Dengan demikian, film menjadi salah satu media yang berpotensi untuk mempengaruhi pikiran penonton melalui sebuah cerita.

Film ialah karya cipta seni dan budaya yang merupakan bagian dari media komunikasi massa pandang-dengar (*audiovisual*) yang dibuat berdasarkan asas sinematografi dengan direkam pada pita seluloid, pita video, piringan video atau dengan bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala bentuk, jenis dan ukuran melalui proses kimiawi, elektronik dan proses lainnya.

Film dapat mempengaruhi penontonnya, baik dari segi persepsi, ekspresi, perasaan hingga tingkah laku. Dengan menonton film, maka seseorang sedang dimainkan perasaannya oleh pembuat film, entah itu rasa cemas, senang, sedih, terharu, atau bahkan perasaan marah atau kecewa. Semua perasaan tersebut dapat muncul ketika seseorang sedang menonton film.

**Danesi** menjelaskan film dalam bukunya yang berjudul **Semiotika Media** sebagai berikut:

**Pada tingkat penanda, film merupakan sebuah teks yang membuat serangkaian citra fotografi dan mengakibatkan adanya ilusi gerak dan tindakan dalam kehidupan nyata. Sedangkan dalam tingkat petanda, film merupakan cermin kehidupan metaforis. (2010:134)**

Pengertian tersebut menjelaskan bahwa topik yang diangkat dalam sebuah film dapat dijadikan pokok pembahasan semiotika media karena di dalam jenis film terdapat sistem signifikasi yang ditanggapi orang-orang masa kini dan

melalui film mereka mencari hiburan, inspirasi dan wawasan pada tingkat *interpretant*.

**Sobur** dalam bukunya yang berjudul **Semiotika Komunikasi** menjelaskan bahwa:

**Film pada umumnya dibangun dengan tanda. Tanda-tanda itu termasuk berbagai tanda yang bekerja sama dengan baik dalam upaya mencapai efek yang diharapkan. Yang paling penting dalam film adalah gambar dan suara : kata yang diucapkan (ditambah dengan suara-suara lain yang serentak mengiringi gambar-gambar) dan musik film. (2003:128).**

Komunikasi pada umumnya, dibangun oleh kumpulan tanda. Tanpa tanda kemungkinan tidak akan tercipta komunikasi. Dengan kata lain, tanda merupakan sebuah sarana dalam proses komunikasi. Sedangkan dalam sebuah film, tanda berperan besar. Seperti yang diungkapkan Sobur, film dibangun oleh tanda. Jadi, dalam konteks komunikasi, film adalah sebagai sarana komunikasi karena komunikasi dibangun melalui tanda, sedangkan film adalah media yang menghasilkan tanda.

**Elvinaro** dalam bukunya yang berjudul **Komunikasi Massa** menjelaskan bahwa:

**Film (gambar bergerak) adalah bentuk dominan dari komunikasi massa visual di belahan dunia ini. Lebih dari ratusan juta orang menonton film di bioskop, film televisi dan film video laser setiap minggunya. (2007:143).**

Film memiliki sejarah yang panjang dalam kajian para ahli komunikasi. Sebagai media massa, film digunakan sebagai media yang merefleksikan realitas atau bahkan membentuk realitas. Cerita yang ditayangkan melalui sebuah film dapat berbentuk fiksi atau nonfiksi. Melalui sebuah film, informasi dapat

dikonsumsi dengan mendalam karena bentuk film adalah media audio visual. Media ini banyak digemari orang karena dapat dijadikan sebagai hiburan.

Kemampuan film dapat menjangkau banyak segmen sosial, maka kemudian para ahli berpendapat bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayak. Sejak saat itulah, merebak berbagai penelitian yang melihat dampak dari sebuah film terhadap khalayak.

### 2.3.2 Kategori Film

**Danesi** dalam bukunya yang berjudul **Semiotika Media** menjelaskan tiga kategori film, yaitu:

**Tiga kategori utama dalam film adalah film fitur, film dokumentasi, dan film animasi yang secara umum dikenal sebagai film kartun. Film fitur merupakan karya fiksi, yang strukturnya selalu berupa narasi, yang dibuat dalam tiga tahap, tahap praproduksi, tahap produksi dan tahap post produksi (*editing*). Film dokumenter merupakan film nonfiksi yang menggambarkan situasi kehidupan nyata dengan setiap individu menggambarkan perasaan dan pengalamannya dalam situasi yang apa adanya, tanpa persiapan, langsung kepada kamera atau pewawancara. Film animasi merupakan film dengan pemakaian teknik ilusi gerak dan serangkaian gambaran benda dua atau tiga dimensi. (2010:134)**

Dengan adanya tiga kategori film tersebut, artinya film tidak dibuat semanya. Melainkan memiliki kategori disetiap produksi pembuatannya. Walaupun saat ini sudah banyak dimodifikasi ke arah yang lebih kreatif lagi, namun tetap kategori utama dalam sebuah film adalah yang telah dijelaskan di atas.

Kelebihan film adalah karakternya yang audio visual menjadikan film lebih kuat dalam menyampaikan pesan kepada khalayak yang multikultur dan lintas

kelas sosial. Perasaan dan pengalaman yang ada saat menonton film pun menjadikan film sebagai media yang istimewa karena dapat membuat penontonnya terbawa ke dalam film tersebut. Bagi para pembuat film, film merupakan media representatif atas ide-ide kreatif yang dimiliki. Keakraban film terhadap khalayak menjadikan ide dan pesan pembuat film lebih mudah untuk diterima khalayak.

Kekurangan dari film adalah sangat multitafsir. Dimana diperlukan analisa tersendiri untuk memahami unsur-unsur semiotik yang ditampilkan dalam film. Kemampuan film menembus batas-batas kultural di sisi lain justru membuat film yang membawa unsur tradisional susah untuk ditafsirkan bahkan menjadi salah tafsir oleh penonton yang berasal dari budaya lain. Sedangkan kekurangan lain dari film adalah film yang dibuat dalam universalitas akan turut membentuk apa yang disebut *common culture* yang dapat mengikis lokalitas masyarakat tertentu. Film juga memberikan efek pada penontonnya terutama anak-anak, sehingga untuk jenis film tertentu seperti horor, kekerasan dan pornografi akan menjadi pengaruh negatif bagi penonton anak-anak. Dari segi industri dan komersialisasi, film telah dijadikan sebagai media yang dikomodifikasi. Sehingga saat ini banyak film-film yang hanya mengejar pangsa pasar atau profit semata tanpa mementingkan kualitas dalam film tersebut. Hingga ideologi yang diusung pun tidak jelas.

## 2.4 Pengertian Semiotika

Secara etimologis semiotik berasal dari bahasa Yunani *semeion* yang berarti penafsir tanda atau tanda dimana sesuatu dikenal. Semiotika ialah ilmu tentang tanda atau studi tentang bagaimana sistem penandaan berfungsi. Semiotika ialah cabang ilmu dari filsafat yang mempelajari “tanda” dan bisa disebut filsafat penanda.

Semiotika adalah teori analisis berbagai tanda dan pemakaian, secara umum, semiotika didefinisikan sebagai teori filsafat umum yang berkenaan dengan produksi tanda-tanda dan simbol-simbol sebagai bagian dari sistem kode yang digunakan untuk mengkomunikasikan informasi. Semiotik meliputi tanda-tanda visual dan verbal serta tactile dan olfactory (semua tanda atau sinyal yang bisa di akses dan diterima oleh seluruh indera yang kita miliki) ketika tanda-tanda tersebut membentuk sistem kode yang secara sistematis menyampaikan informasi atau pesan secara tertulis disetiap kegiatan dan perilaku manusia.

Secara ringkas semiotika ialah ilmu tanda. Bagaimana menafsirkan dan bagaimana meneliti bekerjanya suatu tanda dalam membentuk suatu kesatuan arti atau suatu makna baru saat ia di gunakan. Semiotika merupakan suatu metode analisa isi media atau suatu teks, dimana analisa tersebut mengadaptasi model analisa linguistik dari **Ferdinand De Saussure (1960)**. Saussure memberikan pengertian semiotika sebagai : **sebuah ilmu yang mempelajari tentang bekerjanya tanda-tanda sehingga dapat dipahami dalam masyarakat.** Dengan semiotika akan dapat ditampilkan apa saja yang membentuk tanda-tanda dan bagaimana bekerjanya.

Menurut Berger, dalam **Pengantar Semiotika: Tanda-tanda dalam kebudayaan Kontemporer**, adalah :

**Peirce menyebut ilmu yang dibangunnya adalah semiotika (semiotics). Bagi Peirce yang ahli filsafat dan logika, penalaran manusia senantiasa dilakukan lewat tanda. Artinya, manusia hanya dapat bernalar lewat tanda. Dalam pikirannya, logika sama dengan semiotika dan semiotika dapat ditetapkan pada segala macam tanda. (2000:11-22)**

Semiotik atau semiologi merupakan terminologi yang merujuk pada ilmu yang sama. Istilah semiologi lebih banyak digunakan di Eropa sedangkan semiotik lazim dipakai oleh ilmuwan Amerika. Istilah yang berasal dari kata Yunani semeion yang berarti ‘tanda’ atau ‘sign’ dalam bahasa Inggris itu adalah ilmu yang mempelajari sistem tanda. Dalam perkembangan selanjutnya, istilah semiotika lebih populer dari pada semiologi.

#### **2.4.1 Semiotika Charles Sanders Peirce**

Semiotika komunikasi karya Charles Sander Peirce yang lebih berfokus pada produksi tanda. Tanda (*representamen*) ialah sesuatu yang dapat mewakili sesuatu yang lain dalam batas-batas tertentu tanda merupakan sarana utama dalam komunikasi. Dalam buku **Analisis Teks Media** dari Sobur, ditegaskan Peirce yaitu: **“Kita hanya dapat berfikir dengan sarana tanda. Sudah pasti bahwa tanpa tanda kita tidak dapat berkomunikasi” (2001:124).**

Tanda akan selalu mengacu pada sesuatu yang lain, oleh Peirce di sebut objek (denotatum). Mengacu berarti mewakili atau menggantikan. Tanda baru dapat berfungsi diinterpretasikan dalam benak penerima tanda melalui



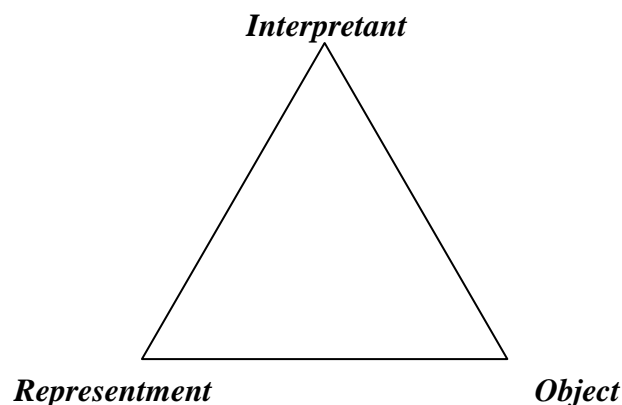
*interpretant*. Jadi *interpretant* adalah pemahaman makna yang muncul dalam diri penerima tanda. Artinya, tanda baru dapat berfungsi sebagai tanda bila dapat ditangkap dan pemahaman terjadi berkat *ground*, yaitu pengetahuan tentang sistem tanda dalam suatu masyarakat. Lebih lanjut dalam buku **Semiotika Komunikasi** yang dikutip oleh Sobur, Peirce mengatakan bahwa:

**Suatu tanda digunakan agar tanda dapat berfungsi oleh Peirce disebut *ground*. Konsekwensinya, tanda (sing atau representamen) selalu dalam hubungan triadik yakni *ground, object, interpretant*. (2009:41)**

Hubungan ketiga unsur yang dikemukakan oleh Peirce terkenal dengan nama segitiga semiotik.

Peran subyek dalam menghasilkan makna terdapat pada komunikator adalah dalam pemilihan *ground* atau *representamen* untuk menjelaskan konsep. Model triadik ini memperlihatkan bahwa suatu penanda dan objek baru bisa menjadi tanda setelah adanya proses pemaknaan yang dilakukan oleh pemakna (*interpretant*). Element pemaknaan Peirce dapat digambarkan dengan model berikut:

**Gambar 2.1:** Unsur makna dari Peirce



Bagi Peirce Tanda merupakan sesuatu yang digunakan agar tanda bisa berfungsi, oleh Peirce disebut *ground*. Konsekuensinya, tanda selalu terdapat dalam hubungan triadik, yakni *ground*, *object*, dan *interpretant*. Atas dasar hubungan ini, Peirce mengadakan klasifikasi tanda (Pateda, 2001:44), menjadi *qualisign*, *sinsign*, dan *legisign*.

1. **Qualisgn** adalah kualitas yang ada pada tanda. Kata yang keras menunjukkan suatu tanda. Misalnya, suara bernada keras yang menandakan orang itu sedang marah atau menginginkan sesuatu.
2. **Sinsign** adalah Tanda yang merupakan tanda atas dasar tampilan dalam kenyataan. Semua pernyataan individual yang tidak dilembagakan dapat merupakan *sinsigns*. Misal jerit kesakitan, heran atau tertawa riang. Kita dapat mengenal orang dan cara jalan, cara tertawanya, dan nada suara yang semuanya itu merupakan *sinsigns*.
3. **Legisign** Tanda-tanda yang merupakan tanda atas dasar suatu aturan yang berlaku umum atau konvensi. Tanda-tanda lalu-lintas merupakan *legisigns*. Hal itu juga dapat dikatakan dari gerakan isyarat tradisional, seperti mengangguk yang berarti 'ya', atau mengerutkan dahi.

Kaitan tanda juga dapat dilihat berdasarkan *denotatum*-nya. Menurut **Peirce**, denotatum dapat pula disebut objek. "Denotatum tidak selalu harus konkret, dapat juga sesuatu yang abstrak. Denotatum dapat berupa sesuatu yang ada, pernah ada, atau mungkin ada" (Ratmanto, dalam Mediator: Jurnal komunikasi, Vol. 5 No.1, 2004:32).

Berdasarkan Objeknya, Peirce membagi tanda atas *icon* (ikon), *index* (indek), dan *symbol* (simbol).

1. ***Ikon***, adalah tanda yang dicirikan oleh persamaannya (*resembles*) dengan objek yang digambarkan. Tanda visual seperti fotografi adalah *ikon*, karena tanda yang ditampilkan mengacu pada persamaannya dengan objek.
2. ***Indeks***, adalah hubungan langsung antara sebuah tanda dan objek yang keduanya dihubungkan. *Indeks*, merupakan tanda yang hubungan eksistensialnya langsung dengan objeknya. Runtuhnya rumah-rumah adalah *indeks* dari gempa. Gosongnya bangunan adalah indeks dari kebakaran. Sebuah *indeks* dapat dikenali bukan hanya dengan melihat seperti halnya dalam *ikon*, tetapi juga perlu dipikirkan hubungan antara dua objek tersebut.
3. ***Simbol***, adalah tanda yang memiliki hubungan dengan objeknya berdasarkan konvensi, kesepakatan, atau aturan. Makna dari suatu *simbol* ditentukan oleh suatu persetujuan bersama, atau diterima oleh umum sebagai suatu kebenaran tanda.

Selain kaitan tanda dengan *ground* dan *denotatum*-nya, tanda juga dapat dilihat pada interpretan-nya. **Peirce** menyebutkan bahwa:

**Hal ini sangat bersifat subjektif karena hal ini berkaitan erat dengan pengalaman individu. Pengalaman objektif individu dengan realitas di sekitarnya sangat bermacam-macam. Hal ini menyebabkan pengalaman individu pun berbeda-beda, yang pada gilirannya nanti akan menyebabkan pengalaman subjektif individu pun berbeda (Ratmanto, dalam Mediator: Jurnal komunikasi, Vol. 5 No.1, 2004:33).**

Terdapat tiga hal, menurut Peirce, dalam kaitan tanda dengan interpretasinya: *rheme*, *dicent sign* atau *dicisign* dan *argument*.

1. *Rheme* adalah tanda yang memungkinkan orang menafsirkan berdasarkan pilihan. Tanda merupakan *rheme* bila dapat diinterpretasikan sebagai representasi dari kemungkinan denotatum. Misal, orang yang matanya merah dapat saja menandakan bahwa orang itu baru menangis, atau menderita penyakit mata, atau mata dimasuki serangga, baru bangun atau sedang ingin tidur.
2. *Dicentsign* adalah tanda sesuai kenyataan. Tanda merupakan *dicisign* bila ia menawarkan kepada interpretasinya suatu hubungan yang benar. Artinya, ada kebenaran antara tanda yang ditunjuk dengan kenyataan yang dirujuk oleh tanda itu, terlepas dari cara eksistensinya.
3. *Argument* adalah tanda yang langsung memberikan alasan tentang sesuatu. Bila hubungan interpretatif tanda itu tidak dianggap sebagai bagian dari suatu kelas. Contohnya adalah silogisme tradisional. Silogisme tradisional selalu terdiri dari tiga proposisi yang secara bersama-sama membentuk suatu argumen; setiap rangkaian kalimat dalam kumpulan proposisi ini merupakan argumen dengan tidak melihat panjang pendeknya kalimat-kalimat tersebut (Ratmanto, dalam Mediator: Jurnal komunikasi, Vol. 5 No.1, 2004:33).

## 2.5 Nilai

Nilai adalah sesuatu yang berharga, bermutu, menunjukkan kualitas dan berguna bagi manusia. Sesuatu itu bernilai berarti sesuatu itu berharga atau

berguna bagi kehidupan manusia. Adanya dua macam nilai tersebut sejalan dengan penegasan Pancasila sebagai ideologi terbuka. Perumusan Pancasila sebagaimana tertuang dalam pembukaan UUD 1945 alinea ke-4 dinyatakan sebagai nilai dasar dan penjabarannya sebagai nilai instrumental. Nilai dasar tidak berubah dan tidak boleh diubah lagi.

Penjelasan UUD 1945 sendiri menunjuk adanya undang-undang sebagai pelaksanaan hukum dasar tertulis itu. Nilai-nilai dasar yang terkandung dalam pembukaan UUD 1945 itu memerlukan penjabaran lebih lanjut. Penjabaran itu sebagai arahan untuk kehidupan nyata. Penjabaran itu kemudian dinamakan nilai instrumental.

Nilai instrumental harus tetap mengacu kepada nilai-nilai dasar yang dijabarkannya. Penjabaran itu bisa dilakukan secara kreatif dan dinamis dalam bentuk-bentuk baru untuk mewujudkan semangat yang sama dan dalam batas-batas yang dimungkinkan oleh nilai dasar tersebut. Penjabaran pun jelas tidak boleh bertentangan dengan nilai-nilai dasarnya.

## **2.6 Sosial**

Sosial adalah sesuatu yang dibangun dan terjadi dalam sebuah situs komunitas. Sosial merupakan cara tentang bagaimana para individu saling berhubungan. Kita harus mengakui bahwa manusia merupakan makhluk sosial karena manusia tidak bisa hidup tanpa berhubungan dengan manusia yang lain bahkan untuk urusan sekecil apapun kita tetap memerlukan orang lain untuk membantu kita.

## 2.7 Konstruksi Realitas Sosial

Teori ini berakar pada paradigma konstruktivis yang melihat realitas sosial sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu yang merupakan manusia bebas. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya. Manusia dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak di luar batas kontrol struktur dan pranata sosialnya, dimana individu melalui respon terhadap stimulus dalam dunia kognitifnya. Dalam proses sosial, individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya.

Istilah konstruksi sosial atas realitas menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman melalui bukunya yang berjudul “The Social Construction of Reality, A Treatise in the Sociological of Knowledge” (1966). Ia menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, yang mana individu menciptakan secara terus menerus-suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif.

Paradigma konstruksi sosial tumbuh berkat dorongan kaum interaksi simbolik. Paradigma ini memandang bahwa kehidupan sehari-hari terutama adalah kehidupan melalui dan dengan bahasa. Bahasa tidak hanya mampu membangun simbol-simbol yang diabstraksikan dan pengalaman sehari-hari, melainkan juga mengembalikan simbol-simbol itu dan menghadirkannya sebagai unsur yang objektif dalam kehidupan sehari-hari.

**Deddy** mengemukakan dalam bukunya yang berjudul **Paradigma dan Perkembangan Penelitian Komunikasi:**

**Ontologi paradigma konstruktivis memandang realitas sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Namun demikian, kebenaran suatu realitas sosial bersifat nisbi, yang berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku sosial. (1999:39).**

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan dalam melihat berbagai karakteristik dan substansi inti pemikiran dari teori konstruksi sosial nampak jelas, bahwa teori ini berparadigma konstruktivis.

Peter L. Berger dan Thomas Luckman juga mengatakan setiap realitas sosial dibentuk dan dikonstruksi oleh manusia. Mereka menyebutkan proses terciptanya konstruksi realitas sosial melalui adanya tiga tahap, yakni eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi.

Eksternalisasi ialah proses penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia. Dimulai dari interaksi antara pesan iklan dengan individu pemirsa melalui tayangan televisi. Tahap pertama ini merupakan bagian yang penting dan mendasar dalam satu pola interaksi antara individu dengan produk-produk sosial masyarakatnya. Yang dimaksud dengan dalam proses ini ialah ketika suatu produk sosial telah menjadi sebuah bagian penting dalam masyarakat yang setiap saat dibutuhkan oleh individu, maka produk sosial itu menjadi bagian penting dalam kehidupan seseorang untuk melihat dunia luar.

Objektivasi ialah tahap dimana interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan, atau mengalami proses institusionalisasi. Objektivasi ini bertahan lama sampai melampaui batas tatap muka dimana mereka bisa dipahami secara langsung. Dengan demikian, individu melakukan objektivasi terhadap produk sosial baik dengan penciptanya maupun dengan individu lainnya, kondisi ini berlangsung tanpa harus saling bertemu. Artinya, proses ini bisa terjadi

melalui penyebaran opini sebuah produk sosial yang berkembang di masyarakat melalui diskursus opini masyarakat tentang produk sosial dan tanpa harus terjadi tatap muka antarindividu dan pencipta produk sosial.

Yang terakhir, ialah internalisasi, yaitu proses dimana individu mengidentifikasi dirinya dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya. Terdapat dua pemahaman dasar dari proses ini secara umum, yaitu pemahaman mengenai 'sesama saya' yaitu pemahaman mengenai individu dan orang lain dan pemahaman mengenai dunia sebagai sesuatu yang maknawi dari kehidupan sosial.

Terdapat beberapa asumsi dasar Teori Konstruksi Sosial Berger dan Luckmann, yaitu:

- a. Realitas merupakan hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial terhadap dunia sosial di sekelilingnya.
- b. Hubungan antara pemikiran manusia dan konteks sosial tempat pemikiran itu timbul bersifat berkembang dan dilembagakan.
- c. Kehidupan masyarakat itu dikonstruksi secara terus menerus.
- d. Membedakan antara realitas dengan pengetahuan. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam kenyataan yang diakui sebagai memiliki keberadaan (*being*) yang tidak bergantung kepada kehendak kita sendiri. Sementara pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik.

Substansi teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Berger dan Luckmann adalah pada proses simultan yang terjadi secara alamiah melalui



bahasa dalam kehidupan sehari-hari pada sebuah komunitas primer dan semi-sekunder.

Melalui Teori Konstruksi Sosial Media Massa, Realitas Iklan Televisi dalam Masyarakat Kapitalistik, teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Berger dan Luckmann telah direvisi dengan melihat variabel atau fenomena media massa menjadi sangat substansi dalam proses eksternalisasi, subjektivasi dan internalisasi. Dengan demikian sifat-sifat dan kelebihan media massa telah memperbaiki kelemahan proses konstruksi sosial atas realitas yang berjalan lambat. Substansi teori konstruksi realitas sosial adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan penyebarannya merata. Realitas yang terkonstruksi juga dapat membentuk opini massa. Massa cenderung apriori dan opini massa cenderung sinis.

Film merupakan bidang kajian yang sangat relevan untuk analisis semiotika, karena film dibangun dengan berbagai macam tanda. Tanda-tanda tersebut termasuk berbagai sistem tanda yang bekerja sama dengan baik untuk mencapai efek yang diharapkan. Film mempunyai makna sebenarnya, makna kiasan dan makna yang kebenarannya belum dapat dibuktikan. Penonton biasanya hanya mengetahui makna film secara menyeluruh, namun ketika film tersebut dianalisis, banyak sekali makna yang bisa dipahami oleh penonton film tersebut.