**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

* 1. **Semiotika Ferdinan de Saussure**

Semiotika berasal dari bahasa Yunani: *Semion*, yang berarti tanda. Semiotika menurut Berger memiliki dua tokoh, yakni Ferdinan de Saussure (1857-1913) dan Charles Sanders Peirce (1839-1914). Latar belakang Saussure adalah linguistik dan menyebut ilmu yang dikembangkannya semiologi (*semiology*).

Semiologi menurut Saussure seperti dikutip **Hidayat**, didasarkan pada anggapan bahwa selama perbuatan tingkah laku manusia membawa makna atau selama berfungsi sebagai tanda, di belakangnya harus ada sistem pembeda dan konvensi yang memungkinkan makna itu. Di mana ada tanda, di sana ada sistem (Hidayat, 1998:26).

**Tinarbuko**  dalam bukunya **Semiotika Komunikasi Visual** mengatakan bahwa:

**Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda (*sign*), berfungsinya tanda dan produksi makna. Tanda adalah sesuatu yang bagi seseorang berarti sesuatu yang lain.**

**(2009:12)**

Sobur dalam bukunya Semiotika Komunikasi, definisi semiologi Saussure adalah “**sebuah ilmu yang mengkaji kehidupan tanda-tanda di tengah masyarakat**.” (Budiman, 1999:107).

Kajian semiotika sampai sekarang telah membedakan dua jenis semiotika yakni semiotika komunikasi dan semiotika signifikasi. Semiotika komunikasi menekankan pada teori tentang produksi tanda yang salah satu diantaranya mengasumsikan adanya enam faktor dalam komunikasi, yaitu pengirim, penerima, kode (sistem tanda), pesan, saluran komunikasi dan acuan (hal yang dibicarakan). Semiotika signifikasi memberikan tekanan pada teori tanda dan pemahamannya dalam suatu konteks tertentu. (Sobur, 2013:15).

Menurut Saussure, seperti yang dikutip **Pradopo** (1951:54), tanda adalah kesatuan dari dua bidang yang tidak dapat dipisahkan, seperti halnya selembar kertas. Di mana ada tanda, di sana ada sistem. Artinya, sebuah tanda (berwujud kata atau gambar) mempunyai dua aspek yang ditangkap oleh indra kita yang disebut dengan *signifier*, bidang penanda atau bentuk. Aspek lain disebut *signified*, bidang penanda atau konsep atau makna. Aspek kedua terkandung dalam aspek pertama. Jadi petanda merupakan konsep atau apa yang dipersentasikan oleh aspek pertama.

Menurut **Berger** dalam bukunya **Pengantar Semiotika**, menjelaskan mengenai pengertian tanda, bahwa:

**Tanda adalah sesuatu yang berdiri pada sesuatu yang lain atau menambah dimensi yang berbeda pada sesuatu, dengan memaknai apapun yang dapat dipakai untuk mengartikan suatu hal lainnya. (2010:1)**

* 1. **Aplikasi Semiotika Komunikasi dalam Film**

Film merupakan bidang kajian yang amat relevan bagi analisis struktural atau semiotika. Seperti dikemukakan oleh van Zoes (van Zoes, 1993:190), film dibangun dengan tanda semata-mata.

Film umumnya dibangun dengan banyak tanda. Tanda-tanda itu termasuk berbagai sistem tanda yang bekerja sama dengan baik, dalam upaya untuk mencapai efek yang diharapkan. Yang paling penting dalam film adalah gambar, suara dari kata-kata yang diucapkan (ditambah dengan suara-suara lain yang serentak mengiringi gambar-gambar) dan musik film. Sistem semiotika yang lebih penting lagi adalah digunakannya tanda-tanda ikonis, yakni tanda-tanda yang menggambarkan sesuatu (Sobur, 2013:128).

* 1. **Teori Konstruksi Sosial**

Berbicara mengenai teori konstruksi sosial, ada beberapa ahli yang membahasnya, salah satunya adalah Peter L Berger dan Thomas Luckman, Peter L Berger sendiri merupakan sosiolog dari *New School for Social Research*, New York, sedangkan Thomas Luckman merupakan sosiolog dari *University of Frankfrut*. Teori konstruksi sosial dirumuskan oleh keduanya sebagai suatu kajian teoritis dan sistematis mengenai sosiologi pengetahuan.

Menurut **Berger** dan **Luckman** dalam bukunya ***The Contruction of Reality*** dan ***The Treatise In The Sociological of Knowledge***, mengatakan bahwa:

**Konstruksi sosial adalah proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, di mana individu secara intens menciptakan suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif (1996).**

**Berger** dan **Luckman** dalam bukunya ***The Contruction of Reality*** yang diterjemahkan oleh Hasan Basari, menjelaskan bahwa teori konstruksi sosial adalah:

**Teori sosiologi kontemporer yang berpijak pada sosiologi pengetahuan. Dalam teori ini terkandung pemahaman bahwa kenyataan dibangun secara sosial, serta kenyataan dan pengetahuan merupakan dua istilah kunci untuk memahaminya. Kenyataan adalah suatu kualitas yang terdapat dalam fenomena-fenomena yang diakui memiliki keberadaan (*being*)-nya sendiri sehingga tidak tergantung kepada kehendak manusia, sedangkan pengetahuan adalah kepastian bahwa fenomena-fenomena itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik (1990:1)**

Menurut **Basari** dalam buku **Tafsir Sosial atas Kenyataan: Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan**,terdapat beberapa asumsi dasar dari teori kontruksi sosial Berger dan Luckman. Adapun asumsi-asumsi tersebut adalah:

1. **Realitas merupakan hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konsturuksi sosial terhadap dunia sosial di sekelilingnya,**
2. **Hubungan antara pemikiran manusia dan konteks sosial tempat pemikiran itu timbul, bersifat berkembang dan dilembagakan,**
3. **Kehidupan masyarakat itu dikonstruksikan secara terus menerus,**
4. **Membedakan antara realitas dan pengetahuan. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam yang diakui sebagai pemilik keberadaan (*being*) yang tidak bergantung pada kehendak kita sendiri. Sementara pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik (1990:1)**

Sosiologi pengetahuan yang dikembangkan oleh Berger dan Luckman, mendasarkan pengetahuannya dalam dunia kehidupan sehari-hari masyarakat sebagai kenyataan. Bagi mereka kenyataan kehidupan sehari-hari dianggap menampilkan diri sebagai kenyataan *per-excelence* sehingga disebutnya sebagai kenyataan utama (*paramount*). Berger dan Luckman menyatakan bahwa dunia kehidupan sehari-hari menampilkan kenyataan yang ditafsirkan oleh manusia. Maka dari itu, apa yang menurut manusia nyata dalam dunia kehidupan sehari-hari merupakan suatu kenyataan seperti yang dialaminya. (Berger dan Luckman dalam Basari, 1990:28-32)

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

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

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

Konsep mengenai konstruksi pertama kali diperkenalkan oleh Peter L Berger, seorang interpretatif. Peter L Berger bersama-sama dengan Thomas Luckman mengatakan bahwa setiap realitas sosial dibentuk dan dikonstruksi oleh manusia. Mereka menyebutkan proses terciptanya konstruksi realitas sosial melalui adanya tiga tahap, yakni eksternalisasi, objektivitas dan internalitasi.

1. Eksternalisasi adalah proses penyesusaian diri dengan dunia sosiokulutural sebagai produk manusia. Dimulai dari interaksi antara pesan iklan dengan individu pemirsa melalui tayangan televisi. Tahap pertama ini merupakan bagian penting dan mendasar dalam satu pola interaksi antara individu dengan produk-produk sosial masyarakatnya. Yang dimaksud 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.
2. Objektivitas adalah tahap dimana interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi. Pada tahap ini, sebuah produk sosial berada pada proses institusionalisasi, sedangkan individu memanifestasikan dalam produk-produk kegiatan manusia yang tersedia, baik bagi produsen-produsennya maupun bagi orang sebagai unsur dari dunia bersama. Objektivitasi ini bertahan lama sampai melampaui batas tatap muka dimana mereka bisa difahami secara langsung. Dengan demikian individu melakukan objektivitasi terhadap produk sosial, baik penciptanya maupun individu lain, kondisi ini berlangsung tanpa mereka harus saling bertemu. Artinya, proses ini bisa terjadi melalui penyerahan opini masyarakat yang berkembang di masyarakat melalui diskursus opini masyarakat tentang produk sosial, dan tanpa harus terjadi tatap muka antar individu dan pencipta produk.
3. Internalisasi adalah proses dimana individu mengidentifikasikan dirinya dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya. Terdapat dua pemahaman dasar dari proses internalisasi secara umum; pertama bagi pemahaman mengenai ‘sesama saya’ yaitu pemahaman mengenai individu dan orang lain; kedua, pemahaman mengenai dunia sebagai sesuatu maknawi dari kenyataan sosial.

Substansi teori kronstuksi realitas sosial adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan sebarannya merata. Realitas yang terkonstruksi juga membentuk opini massa, massa cenderung apriori dan opini massa cenderung sinis.

Posisi konstruksi realitas sosial adalah mengoreksi kelemahan dan melengkapi konstruksi sosial akan realitas, dengan menempuh seluruh kelebihan media massa dan effek media pada keunggulan konstruksi sosial media massa atas konsturuksi sosial realitas. Dari konten konstruksi sosial media massa, proses kelahiran konstruksi sosial media massa melalui tahap-tahap sebagai berikut:

1. **Tahap menyiapkan materi konstruksi**

**masing-masing media memiliki *desk*  yang berbeda-beda sesua dengan kebutuhan visi suatu media. Isu-isu penting setiap hari menjadi fokus media massa, terutama yang berhubungan dengan tiga hal, yaitu harta tahta dan wanita,**

1. **Tahap sebaran konstruksi**

**Pilihan pilihan wilayah sebaran adalah strategi lain dalam sebaran konstruksi media berdasarkan pada segmentasi. Pilihan-pilihan sumber informasi juga dapat dipilih berdasarkan pemetaan kekuatan sosial informasi di masyarakat,**

1. **Pembentukan konstruksi sosial realitas**

**Dibagi dalam dua tahap, yaitu tahap pembentukan konstruksi realitas dan pembentukan konstruksi citra,**

1. **Tahap konfirmasi**

**Konfirmasi adalah tahap ketika media massa maupun pembaca dan pemirsa memberikan argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlihat dalam pembentukan konstruksi.**

* 1. **Pengertian Komunikasi**

Pengertian komunikasi ini mempunyai banyak ragam definisi yang dikemukakan oleh para ahli. Namun, secara umum komunikasi yaitu suatu proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan

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

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

Selain itu **Tubs** dan **Moss** mendefinisikan komunikasi sebagai “**proses penciptaan makna antara dua orang atau lebih.”(2004:59)**

Menurut **Efendy** dalam buknya **Ilmu Komunikasi Teori dan Ilmu dan Filsafat Komunikasi** mengatakan:

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

Dalam proses komunikasi, tidak selamanya komunikasi berjalan dengan baik, terkadang pesan yang disampaikan oleh komunikator tidak sampai ke komunikan karena terjadi gangguan (*noise*) di dalam proses penyampaiannya, dan bila pesan tersebut sampai ke komunikan biasanya akan terjadi umpan balik (*feed back*).

* + 1. **Tipe Komunikasi**

Tipe komunikasi ini mempunyai klasifikasi yang berbeda-beda di kalangan para pakar. Menurut **Cangara** dalam buku **Pengantar Ilmu Komunikasi** mengatakan, kelompok sarjana komunikasi Amerika yang menulis buku *Human Communication* (1980) membagi komunikasi atas lima macam tipe yaitu:

1. **Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal*)**
2. **Komunikasi Kelompok Kecil (*Small group Communication*)**
3. **Komunikasi Organisasi (*Organization Communication*)**
4. **Komunikasi massa (*Mass Communication*)**
5. **Komunikasi Publik (*Public Communication)***

**Joseph A. DeVito** seorang profesor komunikasi di *City University of New York* dalam bukunya ***Communicology*** (1982) membagi komunikasi ke dalam empat macam, yakni Komunikasi Antarpribadi, Komunikasi Kelompok Kecil, Komunikasi Publik dan Komunikasi Massa.

Menurut **Deddy 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 disadari atau tidak,**

1. **Komunikasi Aantarpribadi**

**Komunikasi Antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun non-verbal,**

1. **Komunikasi Kelompok**

**Komunikasi Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lainnya untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut,**

1. **Komunikasi Publik**

**Komunikasi Publik adalah komunikasi antara seseorang pembicara dengan sejumlah orang besar (khalayak) yang tidak bisa dikenal satu persatu,**

1. **Komunikasi Organisasi**

**Komunikasi Organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam satu jaringan yang lebih besar dari pada komunikasi kelompok,**

1. **Komunikasi Massa**

**Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak atau elektronik**

**(2005:72-75)**

Jika dikaitkan dengan penelitian yang diteliti, maka dalam hal ini, film merupakan salah satu yang menggunakan tipe komunikasi massa. Dimana pesan yang disampaikan ditujukan pada khalayak yang berbeda di berbagai tempat. Sehingga film dapat dimasukan ke dalam kategori media komunikasi massa.

* 1. **Pengertian Komunikasi Massa**

Komunikasi massa dalam tinjauan praktis adalah proses penyampaian pesan dari komunikator (pengirim) kepada komunikan (penerima) dengan menggunakan media massa sebagai perantaranya. Dalam komunikasi massa ini, saluran yang lazim digunakan dapat berupa media massa cetak, elektronik, atau media massa *on-line.*

Media massa cetak meliputi koran, majalah, tabloid, buletin, poster, pamflet dan sebagainya. Sedangkan media massa elektronik meliputi televisi, radio dan film. Saat ini generasi terbaru dalam media massa adalah media *on-line* atau yang lebih kita kenal dengan internet.

Dalam peninjauan para pakar komunikasi, definisi komunikasi massa paling sederhana dikemukakan oleh **Bittner** yang dikutip dari buku **Komunikasi Massa**, karangan **Ardianto**, yaitu: “***Mass communication is messages communicated trough a mass medium to a large number of people”* (2003:3)**. Definisi tersebut mengartikan bahwa komunikasi massa merupakan bentuk pengiriman pesan kepada komunikan yang jumlahnya banyak melalui media massa.

* + 1. **Fungsi Komunikasi Massa**

Fungsi komunikasi masa menurut **Dominick**, dalam buku **Ardianto** yang berjudul **Komunikasi Massa**  adalah:

1. ***Surveilance* (Pengawasan)**
2. ***Interpretation* (Penafsiran)**
3. ***Linkage* (Keterkaitan)**
4. ***Transmission of Value* (Penyebaran Nilai)**
5. ***Entertaiment* (Hiburan) [2007:14].**

Dari fungsi-fungsi komunikasi massa di atas, secara tidak langsung telah memberikan unsur pengaruh terhadap khalayak atau publik. Pengaruh tersebut terjadi dikarenakan adanya pertemuan antara pesan komunikasi massa dan persepsi dalam komunikasi *Intrapersonal*.

**Wilbur Schramm** dalam buku **Peranan Komunikasi Massa dalam Pembangunan** karangan **Eduard Depari** dan **Colin Mc Andrews** menyatakan bahwa media massa adalah sarana paling efektif untuk:

1. **Menjangkau masyarakat dalam usaha memperkenalkan ide baru, dan**
2. **Membujuk masyarakat agar memanfaatkan inovasi tersebut [1978:29]**
   * 1. **Karakteristik Komunikasi Massa**

Seseorang yang akan menggunakan media massa sebagai sarana untuk melakukan kegiatan komunikasi, maka perlu untuk memahami karakteristik komunikasi massa.

Menurut **Effendy** dalam bukunya **Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikas**, menyebutkan karakteristik komunikasi massa sebagai berikut:

1. **Komunikasi massa bersifat umum**
2. **Komunikasi massa bersifat heterogen**
3. **Media massa menimbulkan keserempakan**
4. **Hubungan komunikator-komunikan bersifat non-pribadi [2003:81-83]**

Pandangan lain mengenai karakteristik komunikasi massa ini disebutkan juga oleh  **A.W. Widjaja** dalam bukunya **Komunikasi dan Hubungan Masyarakat (1986:25)**. Dia mengatakan bahwa karakter dari komunikasi massa yaitu sifat komunikasinya yang hanya berlangsung satu arah. Saat proses komunikasi sedang berlangsung, bahwa *feedback* (umpan balik) yang terjadi pada komunikasinya bersifat *delayed feedback,* atau tertunda, tidak cepat didapat.

* 1. **Pengertian Jurnalistik**

Dalam buku **Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature** karangan **Sumadiria (2005:2)**, secara etimologis jurnalistik berasal dari kata *journ*. Dalam bahasa Perancis, *journ* berarti catatan atau laporan harian. Secara sederhana jurnalistik dapat diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiap hari. Dengan demikian jurnalistik bukanlah pers dan bukan juga media massa. Jurnalistik adalah kegiatan, yang memungkinkan pers atau media massa bekerja dan diakui eksistensinya lebih baik.

Laporan yang dimaksud dalam pengertian jurnalistik diatas adalah laporan informasi. **Roland E. Wosley** dalam ***Understanding Magazines* (1996:3)** menyebutkan jurnalistik adalah pengumpulan, penulisan, penafsiran, pemrosesan, dan penyebaran informasi umum, pendapat pemerhati, hiburan umum secara sistematik dan dapat dipercaya untuk diterbitkan pada surat kabar, majalah dan disiarkan di stasiun siaran.

Secara teknis **Sumadiria** dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature**, merangkum sebuah definisi dari banyak pakar komunikasi mengenai definisi jurnalistik itu sendiri, menurutnya:

**Jurnalistik adalah kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dan secepat-cepatnya (2005:3)**

* 1. **Film**

Film merupakan media komunikasi yang berusaha menyampaikan pesan melalui perpaduan antara audio (suara), visual (gambar) dan juga suara musik yang dihadirkan lewat komposisi teknik kamera dan sejumlah teknologi yang membuatnya menjadi gambar bergerak. Sebagai salah satu bentuk media massa, dalam hal ini film juga memiliki tanggung jawab secara sosial kepada masyarakat tentang apa yang akan disampaikan. Bukan hanya sekedar menyampaikan informasi dan menghibur tetapi dituntut untuk menjalankan fungsi edukatifnya untuk memberi pencerahan dan pendidikan kepada masyarakat.

**Film adalah media komunikasi massa yang ampuh sekali, bukan saja untuk hiburan tetapi untuk penerangan dan pendidikan. Dalam ceramah-ceramah penerangan atau pendidikan kini banyak digunakan film sebagai alat bantu untuk memberikan penjelasan(Effendy, 2004:209).**

* 1. **Jenis-jenis Film**

Film merupakan salah satu alat komunikasi dalam *audio* dan *visual*, dan memiliki berbagai macam jenis. **Effendy** dalam bukunya **Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi** membedakan jenis-jenis film sebagai berikut:

1. **Film Cerita (*Story Film)***

**Film cerita adalah jenis film yang mengandung cerita, yaitu lazim ditunjukan di gedung-gedung bioskop dengan bintang film tenar. Film seperti ini didistribusikan sebagai barang dagangan dan diperuntukan bagi semua publik di mana saja,**

1. **Film Berita (*Newsreel*)**

**Film berita atau *newsreel* adalah film mengenai fakta atau peristiwa yang benar-benar terjadi. Karena sifatnya berita, maka film yang disajikan kepada publik harus mengandung nilai berita (*News Value*),**

1. **Film Dokumenter**

**Titik berat film dokumenter adalah fakta atau peristiwa yang terjadi. Bedanya dengan film berita adalah bahwa film berita harus mengenai sesuatu yang mempunyai nilai berita (*News Value*) untuk dihidangkan kepada penonton apa adanya dan dan dalam kurun waktu yang sesingkat-singkatnya,**

1. **Film Kartun (*Cartoon Film*)**

**Titik berat dalam pembuatan film kartun adalah lukis. Dan setiap lukisan memerlukan ketelitian. Satu persatu dilukis dengan seksama untuk kemudian dipotret satu persatu pula. Dan rangkaian lukisan itu setiap detiknya diputar dalam proyetor film, maka lukisan-lukisan itu menjadi hidup. (2003:210-217)**