

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Massa

Seiring dengan perkembangan komunikasi, media komunikasi massa pun semakin canggih dan kompleks, serta memiliki kekuatan yang lebih dari masa-masa sebelumnya, terutama dalam hal menjangkau komunikan. Aneka pesan melalui sejumlah media massa (Koran, majalah, radiosiaran, televisi, film, dan internet) dengan sajian berbagai peristiwa yang memiliki nilai berita ringan sampai berita tinggi, itu semua mencerminkan proses komunikasi massa yang selalu menerpa kehidupan manusia. Bagi yang tidak suka membaca Koran, setidaknya ia akan mendengarkan radio atau menonton televisi, maka bisa dikatakan tidak ada orang yang terlepas dari terpaan media massa.

2.1.1 Definisi Komunikasi Massa

Komunikasi massa berasal dari istilah bahasa Inggris yaitu *mass communication* atau *mass media communication*. Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa. Istilah *mass communication* atau *communications* 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.

Komunikator dalam proses komunikasi massa selain merupakan sumber pesan, mereka juga berperan sebagai *gate keeper* (McQuail, 1987; Nurudin, 2003). Yaitu berperan untuk menambah, mengurangi, menyederhanakan, mengemas agar semua informasi yang disebarkan lebih mudah dipahami oleh audiens-nya. Bitner (Tubbs, 1996) menyatakan bahwa pelaksanaan peran gate keeper dipengaruhi oleh ekonomi, pembatasan legal, batas waktu, etika pribadi dan profesionalitas, kompetisi diantara media, dan nilai berita. Dalam **Pengantar Ilmu Komunikasi** karya **Cangara** dijelaskan definisi dari Komunikasi Massa adalah sebagai berikut:

“Proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada masyarakat atau khalayak yang sifatnya sosial melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar dan film” (1998: 36).

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

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

Buku karangan **Kuswandi, Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi**, komunikasi massa memiliki pengertian: **“Berkomunikasi dengan massa (*audiens* atau khalayak sasaran)” (1996:16).**

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.

Ardianto dalam bukunya yang berjudul **Komunikasi Massa Suatu Pengantar**, mengatakan bahwa komunikasi massa adalah:

“Komunikasi massa pada satu sisi adalah proses dimana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada public secara luas, dan pada sisi lain diartikan sebagai bentuk komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonym melalui media cetak maupun elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat (2005: 31).

Pernyataan diatas menunjukkan bahwa komunikasi massa merupakan proses dimana suatu organisasi menyebarkan dan memproduksi informasi atau berita kepada khalayak yang tersebar dimana saja melalui media cetak ataupun elektronik seperti surat kabar, televisi, radio siaran, sehingga apa yang disampaikan dapat diterima secara serentak dan sesaat.

2.1.2 Karakteristik Komunikasi Massa

Elvinaro mengemukakan karakteristik komunikasi massa dalam buku yang berjudul **Komunikasi Massa Suatu Pengantar**, yakni :

- 1. Komunikator Terlembagakan**
- 2. Pesan Bersifat Umum**
- 3. Komunikannya Anonim dan Heterogen**
- 4. Media massa menimbulkan keserampakan**
- 5. Komunikasi mengutamakan isi ketimbang Hubungan**

- 6. Massa Bersifat Satu Arah
- 7. Stimulasi Alat Indra
- 8. Umpan Balik Tertunda (Delayed) dan Tidak Langsung (indirect)

Penjelasannya:

1. Komunikator Terlembagakan

Ciri komunikasi massa yang pertama adalah komunikatornya bergerak dalam sebuah organisasi (lembaga) yang kompleks, nyaris tak memiliki kebebasan individual. Lebih dari itu, pesan-pesan yang disebarkan melalui media massa merupakan hasil kerja sama (*collective*), komunikatornya disebut sebagai *collective communicator*.

2. Pesan Bersifat Umum

Komunikasi massa bersifat terbuka artinya komunikasi massa ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa dan opini. Pesan komunikasi yang dikemas dalam bentuk apapun harus memenuhi kriteria penting atau menarik, atau penting sekaligus menarik bagi sebagian besar komunikan.

3. Komunikannya Anonim dan Heterogen

Komunikan pada komunikasi massa bersifat anonim dan heterogen. Dalam komunikasi massa, komunikator tidak

mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Disamping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang terdiri dari berbagai lapisan masyarakat berdasarkan factor : usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama, dan tingkat keamanan.

4. Media massa menimbulkan keserampakan

Kelebihan komunikasi massa dibandingkan komunikasi lainnya, adalah jumlah sasaran khayalak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama pula.

5. Komunikasi mengutamakan isi ketimbang Hubungan

Setiap komunikasi melibatkan dimensi isi dan dimensi hubungan (Mulyana, 2000:99). Pada komunikasi massa yang penting adalah isi. Dalam komunikasi massa, pesan harus disusun sedemikian rupa berdasarkan distem tertentu dan disesuaikan dengan karakteristik media massa yang akan digunakan.

6. Massa Bersifat Satu Arah

Komunikasi massa adalah komunikasi dengan menggunakan media massa, karena melalui media massa maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator yang aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog. Dengan demikian, komunikasi massa itu bersifat satu arah.

7. Stimulasi Alat Indra

Ciri komunikasi lainnya yang dapat dianggap salah satu kelemahan adalah stimulasi alat indra yang terbatas. Dalam komunikasi massa stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat.

8. Umpan Balik Tertunda (Delayed) dan Tidak Langsung (indirect)

Komponen umpan balik (feedback) merupakan factor penting dalam bentuk komunikasi. Efektivitas komunikasi dapat dilihat dari feedback akan diperoleh setelah komunikasi berlangsung. (2005:7-15)

2.1.3 Ciri-ciri Komunikasi Massa

Komunikasi massa pada hakikatnya adalah dengan menggunakan saluran media massa dan menyiarkan informasi, gagasan, yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media, meskipun jumlah komunikan bisa mencapai jutaan kontak yang fundamental adalah dua orang didalam benak komunikator harus mengenai benak setia komunikan, tetapi komunikasi massa mempunyaiciri-ciri tersendiri berbeda dengan komunikasi antar personal maupun komunikasi kelompok.

Buku yang ditulis oleh **Assegaff** berjudul **Jurnalistik Masa Kini** menjelaskan tentang ciri-ciri komunikasi massa diantaranya adalah :

1. **Umumnya komunikasi bersifat komunikasi searah.**
2. **Menyajikan rangkaian dan aneka pilihan yang luas, baik ditinjau dari khalayak yang akan dicapai maupun dari segi pilihan olh khalayak media massa.**
3. **Sifat dari media massa dapat menjangkau sejumlah besar khalayak tersebar karena jumlah medianya sedikit dari pada khalayaknya.**
4. **Karena sifatnya untuk menarik perhatian khalayak yang luas dan besar, maka ia harus dapat mencapai tingkat intelek rata-rata (umum).**
5. **Organisasi yang menyelenggarakan komunikasi massa merupakan lembaga masyarakat, yang harus peka terhadap lingkungannya. (1998:11)**

Pernyataan diatas menunjukkan bahwa komunikasi massa merupakan komunikasi yang bersifat satu arah dan komunikasi menjangkau khalayak tersebar dalam jumlah besar tetapi medianya lebih sedikit dari pada khalayaknya.

2.1.4 Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi dari komunikasi massa dijelaskan **Sean MacBride** dan dikutip oleh **Widjaja** di dalam karyanya yang berjudul **Komunikasi dan Hubungan Masyarakat**, adalah:

1. Fungsi informasi
2. Fungsi sosialisasi
3. Fungsi motivasi
4. Fungsi diskusi atau perdebatan
5. Fungsi pendidikan
6. Fungsi memajukan kebudayaan
7. Fungsi hiburan
8. Fungsi integrasi (1993: 25)

Cangara, dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi** dijelaskan oleh pakar komunikasi **Goran Hedebrö** tentang 12 fungsi Komunikasi Massa, yakni:

1. Menciptakan iklim perubahan dengan memperkenalkan nilai-nilai baru untuk mengubah sikap dan perilaku ke arah modernisasi.
2. Mengajarkan penampilan baru.
3. Berperan sebagai pelipat ganda ilmu pengetahuan.
4. Menciptakan efisiensi tenaga dan biaya terhadap mobilitas seseorang.
5. Meningkatkan aspirasi seseorang.
6. Menumbuhkan partisipasi dalam pengambilan keputusan terhadap hal-hal yang menyangkut orang banyak.
7. Membantu orang menemukan nilai baru dan keharmonisan dari suatu situasi tertentu.
8. Mempertinggi rasa kebangsaan.
9. Meningkatkan aktivitas politik seseorang.
10. Mengubah struktur kekuasaan dalam suatu masyarakat.
11. Menjadi sarana untuk membantu pelaksanaan program-program pembangunan.
12. Mendukung pembangunan ekonomi, sosial dan politik suatu bangsa (1998: 63).

John Vivian dalam bukunya *The Media of Mass Communication*

mendefinisikan fungsi komunikasi massa sebagai berikut:

- a. Providing information,*
- b. Providing entertainment,*
- c. Helping to persuade, dan*
- d. Contributing to social cohesion (mendorong koheisi sosial) (1991).*

Dikemukakan oleh **McQuail (1987 “Mass Communication Theory”)**

bahwa fungsi komunikasi massa ada dua kategori:

- a. Fungsi komunikasi massa untuk masyarakat**
- b. Fungsi komunikasi massa untuk individu.**

Kedua kategori tersebut dapat di uraikan sebagai berikut :

a. Fungsi Komunikasi Massa untuk Masyarakat.

McQuail menyatakan bahwa fungsi komunikasi massa untuk masyarakat meliputi:

a. Informasi:

- 1. Menyediakan informasi tentang peristiwa dan kondisi dalam masyarakat dan dunia.**
- 2. Menunjukkan hubungan kekuasaan.**
- 3. Memudahkan inovasi, adaptasi dan kemajuan**

b. Korelasi:

- 1. Menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi.**
- 2. Menunjang otoritas dan norma-norma yang mapan.**
- 3. Melakukan sosialisasi.**

4. Mengkoordinasi beberapa kegiatan. Membentuk kesepakatan.
5. Menentukan urutan prioritas dan memberikan status.

c. Kesenambungan:

1. Mengepresikan budaya dominan dan mengakui keberadaan kebudayaan khusus (*subculture*) serta perkembangan budaya baru.
2. Meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai.

d. Hiburan:

1. Menyediakan hiburan, pengalihan perhatian, dan sarana relaksasi.
2. Meredakan ketegangan.

e. Mobilisasi:

Mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, perang, pembangunan ekonomi, pekerjaan dan kadang kala juga dalam bidang agama (2001: 10).

Segala sesuatu yang berhubungan dengan informasi atau peristiwa yang penting dan layak untuk diketahui karena hal ini menyangkut kepentingan umum dan individu dalam komunikasi massa.

c. Fungsi Komunikasi Massa untuk Individu

Fungsi komunikasi massa untuk individu meliputi :

a. Informasi:

1. Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia.
2. Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat dan hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.
3. Memuaskan rasa ingin tahu dan minat minum.
4. Belajar, pendidikan diri sendiri.
5. Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.

b. Identitas pribadi:

1. Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi.
2. Menemukan model perilaku.
3. Mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain (dalam media).
4. Meningkatkan pemahamannya tentang diri-sendiri.

c. Integrasi dan interaksi:

1. Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain; empati.
2. Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki.
3. Menemukan bahan percakapan dan interaksi.
4. Memperoleh teman selain dari manusia.
5. Membantu menjalankan peran.
6. Memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak –keluarga, teman, dan masyarakat.

d. Hiburan:

1. Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan.
2. Bersantai.
3. Memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis.
4. Mengisi waktu. Penyaluran emosi (2002: 22).

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.

2.1.5 Model Komunikasi Massa

Di dalam buku karangan **Widjaja, Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat** dikatakan bahwa ada 4 model komunikasi massa, yakni:

a. Model Jarum Hipodermik.

Model komunikasi massa ini didasarkan atas anggapan bahwa media massa mampu menimbulkan efek yang amat kuat. Artinya bahwa komunikan dapat dianggap bersifat pasif, dengan demikian media massa dianggap sangat ampuh terhadap komunikannya.

b. Model Komunikasi Satu Tahap.

Model ini didasarkan atas anggapan bahwa media massa secara langsung sampai pada komunikannya. Tidak menggunakan pemuka sebagai penerus pesan arti media massa tersebut. Namun model ini juga mengakui bahwa media bukan merupakan alat yang teramat kuat pengaruhnya dan efek bagi tiap komunikannya berbeda satu sama lain.

c. Model Komunikasi Dua Tahap.

Model komunikasi ini beranggapan bahwa dalam penyampaian melalui media massa, tidak dapat langsung kepada publiknya tetapi pemuka pendapat. Artinya dari media massa sampai pada pemuka pendapat kemudian baru para pemuka inilah yang meneruskannya kepada komunikan yang dimaksud oleh media massa tadi. Di sini sering terjadi erosi dari pada volume informasi atau juga dapat terjadi penambahan volume informasi dari yang sebenarnya oleh para pemuka pendapat.

d. Model komunikasi tahap ganda.

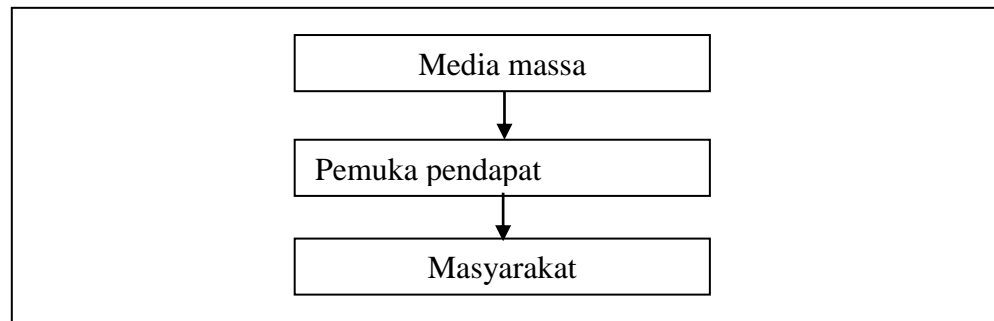
Model ini beranggapan bahwa media massa tidak selalu langsung menuju atau sampai pada komunikannya yang dituju dan juga tidak selalu harus melalui pemuka pendapat.(1993:22)

Pernyataan di atas menunjukkan bahwa komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang diajukan kepada sejumlah kepada khalayak yang terbesar,

heterogen dan anonym melalui media cetak maupun elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak atau sesaat.

Berikut adalah bagan yang menggambarkan model komunikasi ini:

GAMBAR 2.1



Sumber : H A W Widiaia Tahun 2001

Berbagai pengertian komunikasi yang dipaparkan oleh pakar komunikasi bisa disimpulkan bahwa model komunikasi massa dibuat dan dikembangkan secara berbeda satu sama lain.

2.2 Media Massa

Pusat dari studi mengenai komunikasi massa adalah media. Media adalah organisasi yang menyebarkan informasi yang berupa produk budaya atau pesan yang mempengaruhi dan mencerminkan budaya dalam masyarakat. Media juga diartikan alat yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan, meneruskan atau menyebarkan pesannya agar dapat sampai kepada komunikan (khalayak).

Media massa menurut **Kuswandi** di dalam buku, **Komunikasi Massa**

Sebuah Analisis Media Televisi adalah:

“Sarana komunikasi dalam kehidupan manusia yang memunyai kemampuan untuk mengungkapkan aspirasi antar manusia secara universal berbagai isi pesan.” (1996 :110)

Cangara menjelaskan tentang definisi media massa dalam karyanya,

Pengantar Ilmu Komunikasi, yakni :

“Media massa adalah alat yang di gunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, televisi, radio dan film.” (1998:122).

Media tersebut sangatlah banyak ragam dan bentuknya. Media massa terbagi menjadi dua seperti yang dikatakan **Kuswandi** di dalam buku,

Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi:

- 1. Media massa cetak : surat kabar, majalah, dll.**
- 2. Media elektronik : radio, televisi, film (1996: 98).**

Ada beberapa unsur penting dalam media massa yang dikatakan di buku

Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi yakni:

- 1. Adanya sumber informasi**
- 2. Isi pesan (informasi)**
- 3. Saluran informasi (media)**
- 4. Khalayak sasaran (masyarakat)**
- 5. Umpan balik khalayak sasaran (1996: 98).**

Penjelasan di atas sudah jelas bahwa media massa berfungsi sebagai media informasi, mendidik, menghibur, serta mempengaruhi khalayak dalam berbagai kehidupan sehari-hari masyarakat.

2.2.1 Efek Pesan Komunikasi Massa

Pesan pada komunikasi massa sudah pasti mempunyai efek yang sangat signifikan pada masyarakat luas. Beberapa efek pesan komunikasi massa menurut **Ardianto** dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** adalah :

a. Efek Kognitif

b. Efek Afektif

c. Efek Behavioral (2007: 52-57)

Efek kognitif yaitu efek yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Efek afektif ini berpengaruh lebih tinggi dari efek kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan hanya sekedar memberitahu khalayak tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu, khalayak diharapkan dapat merasakan perasaan itu, terharu, sedih, gembira, marah, dan sebagainya. Efek behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan.

2.2.2 Film Sebagai Media Massa

Budiono dalam **Menafsir Buruan Cium Gue** mengemukakan :

Film adalah media komunikasi seseorang atau sekelompok orang yang bermaksud menyampaikan pesan dan makna tertentu kepada para penonton melalui rangkaian gambar atau dasar skenario (2004:21)

Film sebagai media massa yang merupakan sebuah bentuk seni selain bertujuan untuk dinikmati, juga merupakan media yang efektif penyadaran terhadap masyarakat. Kekuatan dan kemampuan film menjangkau banyak segmen sosial, hingga membuat para ahli sepakat bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi penontonnya. Sejak itu, merebakkan berbagai penelitian yang melihat dampak film terhadap masyarakat.

Film umumnya dibangun dengan banyak tanda. Tanda-tanda itu termasuk berbagai sistem tanda yang bekerjasama dengan baik dalam upaya mencapai efek yang diharapkan. **Sobur** dalam **Semiotika Komunikasi** berpendapat :

**Yang paling penting dalam film adalah gambar dan suara ;
kata yang diucapkan (ditambah dengan suara-suara lain yang
mengiri gambar-gambar) dan musik fil (2009:127-128)**

Film merupakan suatu makna, sedang gambar merupakan bahasanya. Bahasa merupakan suatu sistem yang sistematis dan sistemis. Dalam bahasa terdapat subsistem-fonologi, gramatika, dan leksikon-dunia bunyi dan dunia makna yang bertemu dan membentuk struktur. Di antara keduanya itu terdapatlah konteks yang mempengaruhi keserasian sistem suatu bahasa. Konteks yaitu unsur d luar bahasa yang kemudian dikaji dalam pragmatik ini.

Film sementara itu adalah merupakan suatu media komunikasi massa yang digunakan bukan hanya sekedar sarana hiburan saja, melainkan dapat juga

digunakan sebagai sarana penerangan dan pendidikan. Seperti yang diungkapkan

Effendy dalam Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi :

Film juga banyak digunakan sebagai alat bantu untuk memberikan suatu penjelasan, baik dari gambar maupun suaranya, ataupun dalam segi atur ceritanya. (2003:209)

Film merupakan suatu makna, sebagai alat bantu untuk memberikan suatu penjelasan, sedang gambar merupakan bahasanya. Bahasa merupakan suatu sistem yang sistematis dan sistemis.

2.3 Pengertian Film

Film merupakan bagaian dari kehidupan modern. Oleh karena itu, film tidak mungkin dipisahkan dari kehidupan masyarakat modern. Film merupakan seni mutakhir di abad ke-20. Ia dapat menghibur, mendidik, melibatkan perasaan, merangsang pemikiran, dan memberikan dorongan. Seperti yang diungkapkan

Sumarno dalam Dasar-Dasar Apresiasi Film :

Film dan pendekatan yang serius terhadapnya, seperti studi sastra, musik, teater, dapat menyambung pengalaman dan nilai-nilai kemanusiaan.(1996:85)

Film, *sinema*, *movie* atau gambar bergerak (dalam bahasa inggris disebut motion picture) adalah serangkain gambar-gambar yang diproyeksikan pada sebuah layar agar tercapai ilusi (tipuan) gerak yang hidup.

Pengertian film kini juga diartikan sebagai sebuah genre (cabang) dalam kesenian. Sama seperti seni tari, seni musik, film juga dianggap merupakan salah satu seni. Karena didalam sebuah film atau rekaman gambar bergerak, kita dapat

menemukan berbagai jenis seni yang direkam. Contoh dalam film ada seni artistik, dimana pengambilan gambarnya harus indah, bagus dan enak dipandang. Seni musik juga menjadi hal yang erat dalam film. Sebuah film tanpa seni musik hanya akan menjadi film yang hambar. Seni peran atau akting juga sangat dituntut dalam sebuah film.

2.3.1 Fungsi Dan Pengaruh Film

Fungsi dan pengaruh film sepanjang sejarah perkembangannya telah banyak mengalami perubahan. Selama lebih dari sepertiga abad ini, film sebagaimana radio, merupakan sumber hiburan yang murah. Karena sedemikian pentingnya bagi masyarakat imigran film merupakan media sosialisasi utama bagi mereka. Mereka pergi ke “sekolah-malam” untuk mempelajari dasar-dasar bahasa Inggris dan kewarganegaraan, tetapi pelajaran itu dilaksanakan seperti di rumah sendiri sebagai mana mereka mendengar radio. Mereka mempelajari bagaimana seharusnya seorang Amerika berbicara dan bertingkah laku, dan aspirasi mereka ditingkatkan dengan pameran kekayaan atau kemakmuran di layar film.

Fungsi film telah banyak mengalami perubahan secara substansial sebagaimana perubahan pada audience-nya. Film-film yang ditonton kalangan imigran dewasa ini, terutama yang diputar di kota-kota besar, pada umumnya berasal dari negara asal mereka serta memakai dialek asli mereka. Dengan demikian film tidak lagi berfungsi sebagai sarana sosialisasi di kalangan mereka

sendiri, tapi lebih dari itu film dapat membantu mereka untuk tetap menjaga keterikatan mereka terhadap tanah kelahiran serta kebudayaannya. Film-film Hollywood dewasa ini membuat film untuk kalangan berusia belasan sampai dua puluh tahunan, selain melayani kebutuhan sosial mereka, film telah memberikan kepada mereka tempat kemana sebaiknya pergi untuk berbincang-bincang dengan teman-teman. Untuk mereka yang setengah baya, film dapat berfungsi sebagai salah satu sarana pergaulan, suatu tempat kencan.

Film sebagai bentuk tontonan memiliki waktu putar tertentu, rata-rata satu setengah jam sampai dengan dua jam, selain itu film tidak hanya menjanjikan pengalaman yang mengasikkan, melainkan pengalaman hidup sehari-hari yang dikemas secara menarik. Sedangkan alasan khusus mengapa orang menyukai film adalah karena adanya usaha manusia untuk mencari hiburan dan meluangkan waktu.

Film yang menyajikan gambar hidup telah memikat khalayak sehingga mereka bersedia duduk berlama-lama di depan layar, karena bagi khalayak menonton film dapat dijadikan untuk pemahaman nilai-nilai baru dengan melihat hal-hal yang telah terjadi di dunia. Alasan lain khalayak penonton film adalah menjadikan film sebagai pelepas ketegangan dari realitas nyata yang dihadapinya dan merupakan tempat pelarian dari beban hidup sehari-hari. Marselli Sumarno menyebut fungsi film memiliki nilai pendidikan. Nilai pendidikan sebuah film tidak sama dengan kata pendidikan di bangku sekolah atau kuliah. Nilai

pendidikan sebuah film mempunyai makna sebagai pesan- pesan moral film yang semakin halus pembuatannya akan semakin baik. Pesan pendidikan di sebuah film bila dibuat dengan halus akan menimbulkan kesan bahwa khalayak tidak merasa digurui.

Hampir semua film mengajari atau memberi tahu khalayak tentang sesuatu, karena dengan menonton film khalayak dapat belajar bagaimana bergaul dengan orang lain, bertingkah laku, berpenampilan dan sebagainya²⁶ . Film cerita yang dibuat dengan tujuan komersial sekalipun biasanya memberikan pesan moral yang terselip di dalamnya. Film cerita action yang sarat dengan adegan kekerasan sekalipun juga mengandung suatu makna atau pesan moral tertentu. Film diproduksi tidak mungkin tanpa tujuan tertentu, walaupun film-film yang beredar di pasaran bersifat komersial, tetapi tidak dapat dipungkiri bahwa peranannya begitu penting dalam kehidupan. Fungsi persuasif suatu film dapat dilihat dari kandungan pesan yang berusaha untuk mengendalikan sikap atau perilaku penontonnya.

Berbeda dengan fungsi hiburan dari film yang hanya menyampaikan hal-hal menyenangkan, dalam pengertian hanya untuk memenuhi kepuasan batin. Beberapa fungsi film yang diproduksi dan dieksebisikan sering kita temui misalnya ; fungsi informasional dapat ditemukan pada film berita (newsreel), fungsi instruksional dapat dilihat dalam film pendidikan, fungsi persuasif terkandung dalam film dokumenter, sedangkan fungsi hiburan dapat ditemukan

pada jenis film cerita. Perlu diketahui dan diingat bahwasanya setiap film selalu mengandung unsur hiburan. Film informasional, instruksional, maupun persuasif selain mengandung pesan yang memungkinkan terlaksananya fungsi juga harus memberikan kesenangan atau hiburan kepada khalayak. Marselli Sumarno menambahkan bahwa film selain memiliki empat fungsi tersebut diatas juga memiliki suatu nilai artistic. Nilai artistic sebuah film dapat terwujud bila nilai keartistikannya ditemukan pada seluruh unsurnya.

2.3.2 Jenis-Jenis Film

Effendy, dalam bukunya **Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi** mengemukakan dilm terdiri dari jenis-jenis berikut:

- a. **Film Cerita *Story Film***
- b. **Film Berita (*News reef*)**
- c. **Film Dokumenter (*Documentary*)**
- d. **Film Kartun (*Cartoon Movie*). (2003:210-215)**

Film cerita adalah jenis film yang mengandung suatu cerita, yaitu yang lazim dipertunjukan di gedung-gedung bioskop dengan para bintang film yang tenar. Film cerita adalah film yang menyajikan kepada publik sebuah cerita, sebagai cerita harus mengandung unsur-unsur yang dapat menyentuh rasa manusia.

Film berita atau *new rreel* adalah film mengenai fakta peristiwa yang benar-benar terjadi.

Film dokumenter biasanya diputar di kampus-kampus, sekolah, ruang-ruang pertemuan pabrik-pabrik dan bangsal-bangsal lainnya. Tetapi dengan adanya televisi dan televisi kabel film dokumenter yang hanya bisa di lihat oleh publik terbatas kini bisa di tonton oleh banyak orang.

Film kartun atau lebih akrab disebut dengan film animasi, adalah film yang merupakan hasil dari pengolahan gambar tangan sehingga menjadi gambar yang bergerak. Pada awal penemuannya, film animasi dibuat dari berlembar-lembar kertas gambar yang kemudian di-"putar" sehingga muncul efek gambar bergerak. Imajinasi dan daya cipta sang seniman memiliki porsi yang sangat tinggi dalam membuat sebuah film kartun.

2.3.3 Unsur-unsur Film

Unsur-unsur film yang dihasilkan seorang tenaga kreatif hendaknya dilihat keterikatannya dengan unsur-unsur film yang lain. Namun, masing-masing unsur film memang bisa dinilai secara terpisah-pisah. Hal ini biasa ditemukan dalam ajang penghargaan atau festival film. Berikut adalah unsur-unsur film (**Sumarno dalam Dasar-Dasar Apresiasi Film**) :

- a. Sutradara**
- b. Penulis Skenario**
- c. Juru Kamera (*Cameramen*)**
- d. Penata Artistik**
- e. Penata Suara**
- f. Penata Musik**
- g. Pemeran (1996:31-84)**

Sutradara mempunyai tanggung jawab dalam aspek kreatif dan artistik, baik interpretasi maupun teknis, dari sebuah produksi film. Dalam praktis kerjanya, sutradara melaksanakan apa yang disebut dalam bahasa Prancis *mise en scene*, yang diterjemahkan menjadi menata dalam adegan.

Penulis skenario merupakan proses bertahap yang bermula dengan ide orisinal dan berdasarkan ide tertulis yang lain. Misalnya dari cerita pendek, cerita berdasarkan kisah nyata, naskah drama, dan novel. Tugas penulis skenario sendiri adalah membangun jalan cerita yang baik dan logis. Pengembangan gagasan (ide) tertuang jelas melalui jalan cerita dan perwatakan tokoh-tokohnya.

Juru kamera bekerjasama dengan sutradara dalam kerja di lapangan, untuk menentukan jenis-jenis *shot* (pengambilan gambar). Disamping itu, ia bertanggung jawab memeriksa hasil syuting dan menjadi pengawas pada proses akhir film di laboratorium agar mendapatkan hasil akhir yang bagus.

Editor bertugas menyusun hasil syuting hingga membentuk suatu kesatuan cerita. Ia bekerja dibawah pengawasan sutradara tanpa mematikan kreatifitasnya. Tugas editor sangat penting dalam hasil akhir sebuah produksi film.

Tata artistik berarti penyusun segala sesuatu yang melatarbelakangi cerita film, yakni menyangkut pemikiran tentang *setting* (tempat dan waktu berlangsungnya cerita film).

Seorang penata suara akan mengolah materi suara dari berbagai sistem rekaman. Proses rekaman suatu pada film, sama pentingnya pada saat pengeditan atau prnyuntingan.

Musik menjadi sangat penting dalam dunia perfilman sekarang, hampir semua jenis film menggunakan musik sebagai salah satu instrumen produksinya. Musik bukan hanya menjadi latar belakang dari sebuah film tapi juga membangun emosi penonton dan memperkaya keindahan suatu film. Tugas penata musiknya untuk mencari dan menggabungkan suatu *scene* film dengan musik yang pas melatar-belakanginya.

Pemeran film menjadi sosok yang menjadi ujung tombak dalam sebuah produksi film. Betapa tidak, hasil kerja dari semua pekerja film akan menjadi taruhan dalam akting seorang pemeran film. Karena itulah penampilan aktor dan aktris gemerlapan, gaya hidup mereka menyemarakkan dunia produksi film. Kehidupan mereka disekspos banyak media untuk diberitakan ke khalayak luas.

2.4 Semiotika

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.

Littlejohn yang dikutip **Sobur** dalam bukunya **Semiotika Komunikasi** bahwa **Tanda-tanda (*signs*) adalah basis dari seluruh komunikasi. (2009:15)**

Barthes yang dikutip **Sobur** dalam buku **Semiotika Komunikasi** menyatakan bahwa :

Semiotika adalah surtu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika, atau dalam istilah semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampurkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek-objek itu hendak membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonsitusi sistem tersebut dari tanda (2009:15)

Dengan tanda-tanda kita mencari keterarturan ditengah-tengah dunia, dari definisi ini bahwa bagaimana manusia bisa memakai tanda tersebut tanpa harus dicampuradukan dalam hal lain, karena tanda-tanda tersebut juga dapat membawa informasi tersendiri.

Barger menjelaskan tentang semiotika yang dikutip oleh **Sobur** dalam bukunya **Semiotika Komunikasi** bahwa:

Semiotika menaruh perhatian pada apa pun yang dapat dinyatakan sebagai tanda. Sebuah tanda adalah semua hal yang dapat diambil sebagai penanda yang mempunyai arti penting untuk menggantikan sesuatu yang lain. Sesuatu yang lain tersebut tidak perlu harus ada, atau tanda itu secara nyata ada di suatu tempat pada suatu waktu tertentu. Dengan begitu, semiotika pada prinsipnya adalah sebuah disiplin yang mempelajari apa pun yang bisa digunakan untuk menyatakan sesuatu kebohongan. Jika sesuatu tersebut tidak dapat digunakan untuk mengatakan sesuatu kebohongan, sebaiknya tidak bisa digunakan untuk mengatakan kebenaran. (2009:18)

Teori **Semiotika** ini dikemukakan oleh **Ferdinand De Saussure (1857-1913)**.

Dalam teori ini semiotika dibagi menjadi dua bagian (dikotomi) yaitu penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Penanda dilihat sebagai bentuk atau wujud fisik dapat dikenal melalui wujud karya arsitektur, sedang petanda dilihat sebagai makna yang terungkap melalui konsep, fungsi dan/atau nilai-nilai yang terkandung didalam karya arsitektur. Eksistensi semiotika Saussure adalah relasi antara penanda dan petanda berdasarkan konvensi, biasa disebut dengan signifikasi. Semiotika signifikasi adalah sistem tanda yang berdasarkan aturan atau konvensi tertentu. Kesepakatan sosial diperlukan untuk dapat memaknai tanda tersebut.

Dari pengertian diatas bahwa sebuah penanda dan petanda itu sangat berkaitan satu sama lain yang tidak dapat dipisahkan, karena petanda merupakan arti dari sebuah penanda. Dan suatu kesepakatan yang sudah dimaknai secara

umum itu merupakan arti bagi semuanya dengan aturan yang telah disepakati bersama.

2.5 Konstruksi Realitas Sosial

Istilah konstruksi sosial atas realitas (*social construction of reality*) didefinisikan sebagai prosesn sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif.

Hal terpenting dalam objektivasi adalah pembuatan signifikasi, yaitu pembuatan tanda-tanda oleh manusia. Berger dan luckman mengatakn bahwa, sebuah tanda (*sign*) dapat dibedakan dari objektivasi-objektivasi lainnya, karena tujuannya yang eksplisit untuk digunakan sebagai isyarat atau bagi pemaknaan subyektif, maka objektivasi juga dapat digunakan sebagai tanda, meskipun semula tidak dibuat untuk maksud itu.

Sebuah wilayah penanda (signifikasi) menjebatani wilayah-wilayah kenyataan, dapat didefinisika sebagai sebuah simbol dan modus linguistik, dengan apa tressedensi seperti itu dicapai, dapat juga dinamakan bahasa simbol. Kemudian pada tingkat simbolosme, signifikasi, linguistik, terlepas secara maksimal dari “disini dan sekarang” dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu bahasa memegang peranan penting dalam objektivasi terhadap tanda-tanda dan bahkan tidak saja dapat memasuki wilayah de facto, melainkan juga *a priory* yang berdasarkan kenyataan lain, tidak dapat dimasuki dalam pengalaman sehari-hari.

Barger dan Luckman dalam bukunya **Tafsir Sosial Atas Kenyataan**

mengatakan :

Insitusi masyarakat tercipta dan dipertahankan atau diubah melalui tindakan dan interaksi manusia. Meskipun masyarakat dan insitusi sosial terlihat nyata secara obyektif namun pada kenyataan semuanya dibangun dalam definisi subjektif melalui proses interaksi. (1990:50)

Objektivitas baru bisa terjadi melalui penegasan berulang-ulang yang diberikan oleh orang lain yang memiliki definisi subjektif yang sama. Paada tingkat generalitas yang paling tinggi, manusia menciptakan dunia dalam makna simbolis yang universal, yaitu panangan hidupnya yang menyeluruh, yang memberi legitimasa dan mengatur benrtuk-bentuk sosial serta memberi makna pada berbagai bidang kehidupannya.

Proses kontruksinya, jika dilihart dari perspektif teori Berger dan Luckman berlangsung melalui interaksi sosial yang dialektis dari tiga benruk realitas yang menjadi *entry concept*, yakni *subjective reality*, *symbolic reality* dan *objective reality*. Selain itu juga berlangsung dalam suatu proses dengan tiga momen simultan, eksternalisasi, objektifikasi dan internalisasi.

- a. **Objective reality**, merupakan suatu kompleksitas definisi realitas (termasuk ideologi dan keyakinan) serta rutinitas tindakan dan tingkah laku yang telah mapan terpola, yang kesemuanya dihayati oleh individu secara umum sebagai fakta.
- b. **Symbolic reality**, merupan semua ekpresi simbolik dari apa yang dihayasti sebagai “objective reality” misalnya

- teks produk industri media, seperti berita di media cetak atau elektronika, begitupun yang ada di film-film.**
- c. Subjective reality, merupakan konstruksi definisi realitas yang dimiliki individu dan dikonstruksi melalui proses internalisasi.**

Realitas subjektif yang dimiliki masing-masing individu merupakan basis untuk melibatkan diri dalam proses eksternalisasi, atau proses interaksi sosial dalam individu lain dalam sebuah struktur sosial. Melalui proses eksternalisasi itulah individu secara kolektif berpotensi melakukan objektifikasi, memunculkan sebuah konstruksi *objective reality* yang baru.

Eksternalisasi, objektifikasi dan internalisasi adalah tiga dialektis yang simultan dalam proses (re)produksi. Secara berkesinambungan adalah agen sosial yang mengeksternalisasi realitas sosial. Pada saat yang bersamaan, pemahaman akan realitas yang dianggap objektif pun terbentuk. Pada akhirnya, melalui proses eksternalisasi dan objektifikasi, individu dibentuk sebagai produk sosial. Sehingga dapat dikatakan, tiap individu memiliki pengetahuan dan identitas sosial sesuai dengan peran institusional yang terbentuk atau yang diperankannya.

Dalam kehidupan masyarakat, adanya aturan-aturan dan hukum yang menjadi pedoman bagi institusi sosial adalah merupakan produk manusia untuk melestarikan keteraturan sosial. Sehingga meskipun peraturan dan hukum itu terkesan mengikat dan mengekang, tidak menutup adanya kemungkinan terjadi pelanggaran sosial. Hal itu dikarenakan ketidakmampuan individu untuk menyesuaikan dengan aturan yang digunakan untuk memelihara ketertiban sosial.

Dalam proses eksternalisasi bagi masyarakat yang mengedepankan ketertiban sosial individu berusaha sekeras mungkin untuk menyesuaikan diri dengan peranan-peranan sosial yang sudah dilembagakan.

Masyarakat dalam pandangan Berger & Luckmann adalah sebuah kenyataan objektif yang didalamnya terdapat *proses pelebagaan* yang dibangun diatas pembiasaan (*habitualisation*), dimana terdapat tindakan yang selalu diulang-ulang sehingga kelihatan polanya dan terus direproduksi sebagai tindakan yang dipahaminya. Jika habitualisasi ini telah berlangsung maka terjadilah pengendapan dan tradisi. Keseluruhan pengalaman manusia tersimpan dalam kesadaran, mengendap dan akhirnya dapat memahami dirinya dan tindakannyadidalam konteks sosial kehidupannya dan melalui proses pentradisian. Akhirnya pengalaman yang terendap dalam tradisi diwariskan kepada generasi penerusnya. Proses transformasi pengalaman ini salah satu medianya adalah menggunakan bahasa.

Menurut Berger dan Luckmann , realitas sosial tidak berdiri sendiri melainkan dengan kehadiran individu, baik di dalam maupun di luar realitas tersebut. Realitas sosial tersebut memiliki makna ketika realitas sosial tersebut dikonstruksi dan dimaknakan secara subjektif oleh individu lain sehingga memantapkan realitas itu secara objektif. Individu mengkonstruksi realitas sosial dan merekonstruksinyadalam dunia realitas, memantapkan realitas itu berdasarkan subjektifitas individu lain dalam institusi sosialnya.

Lebih lanjut Berger dan Luckmann mengatakan bahwa institusi masyarakat tercipta dan dipertahankan atau diubah melalui tindakan dan interaksi manusia. Meskipun masyarakat dan institusi sosial terlihat nyata secara objektif, pada kenyataannya semua dibangun dalam definisi subjektif melalui proses interaksi. Objektifitas baru bisa terjadi melalui penegasan berulang-ulang yang diberikan oleh orang lain yang memiliki definisi subjektif yang sama. Pada tingkat generalitas yang paling tinggi manusia menciptakan dunia dalam makna simbolik yang universal, yaitu pandangan hidupnya yang menyeluruh, yang memberi legitimasi dan mengatur bentuk-bentuk sosial serta memberi makna pada berbagai bidang kehidupannya.

Institusionalisasi muncul bersamaan dengan munculnya tipifikasi (*typification* : proses menggolongkan sesuatu menjadi tipe-tipe tertentu) oleh orang-orang tertentu yang disebut sebagai aktor. Tipifikasi inilah yang disebut institusi. Tipifikasi ini selalu dibagi oleh sesama anggota kelompok sosial. Tiap institusi ini memilih mekanisme kontrolnya masing-masing. Mekanisme kontrol ini sering dilengkapi dengan sanksi. Tiap anggota wajib untuk meraih penghargaan sosial bila menaati realitas dalam institusinya atau menanggung resiko mendapat konsekuensi hukuman bila menyimpang dari kontrol yang ada.

Institusionalisasi, secara *manifest*, mengikutsertakan sejumlah orang, di mana setiap orang bertanggung jawab atas “pengkonstruksian dunia”-nya karena

merekalah yang membentuk dunia tersebut. Mereka memahami dunia yang sebenarnya mereka bentuk sendiri.

Dari penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa pemahaman individu terhadap dunia sekitarnya dan bagaimana perilaku individu yang dianggap sesuai dengan harapan masyarakatnya merupakan sebuah proses dialektis yang terjadi terus menerus diantara mereka. Selain itu, mereka tidak hanya hidup dalam dunia yang sama, masing-masing dari mereka juga berpartisipasi dalam keberadaan pihak lain (Bungin, 2001 : 19-20). Baru setelah mencapai taraf internalisasi semacam ini, individu menjadi anggota masyarakat.

Realitas Sosial Objektif

Realitas sosial objektif adalah gejala-gejala sosial yang terdapat dalam kehidupan sehari-hari dan sering dihadapi oleh individu sebagai fakta.

Realitas Sosial Subjektif

Realitas sosial subjektif adalah realitas sosial yang terbentuk pada diri khalayak yang berasal dari realitas sosial objektif dan realitas sosial simbolik

Realitas Sosial Simbolik

Realitas sosial simbolik adalah bentuk – bentuk simbolik dari realitas sosial objektif, yang biasanya diketahui oleh khalayak dalam bentuk karya seni, fiksi serta isi media (Bungin,2011 : 24)

Setiap peristiwa merupakan realitas sosial objektif dan merupakan fakta yang benar-benar terjadi. Realitas sosial objektif ini diterima dan diinterpretasikan

sebagai realitas sosial subjektif dalam diri pekerja media dan individu yang menyaksikan peristiwa tersebut. Pekerja media mengkonstruksi realitas subjektif yang sesuai dengan seleksi dan preferensi individu menjadi realitas objektif yang ditampilkan melalui media dengan menggunakan simbol-simbol. Tampilan realitas di media inilah yang disebut realitas sosial simbolik dan diterima pemirsa sebagai realitas sosial objektif karena media dianggap merefleksikan realitas sebagaimana adanya.

Konsep ketiga ini memperjelas konsep yang dikemukakan oleh Berger & Luckmann, yang hanya menyebutkan adanya penggambaran realitas melalui proses sedimentasi dan penjelasan sebuah realitas melalui proses legitimasi. Sedimentasi adalah proses dimana beberapa pengalaman mengendap dan masuk ke dalam ingatan, memori ini selanjutnya menjadi proses yang intersubjektif bila individu-individu yang berbeda berbagi pengalaman dan gambaran yang sama.

Legitimasi memiliki dua fungsi yaitu sebagai landasan untuk menginterpretasi realitas objektif dan untuk membantu membuat interpretasi yang dapat diterima secara luas. Dalam proses ini, individu tidak hanya membutuhkan “*a common stock of knowledge*” (sedimentasi), tetapi juga harus belajar untuk menerima dan menjalankannya sebagai sebuah kenyataan objektif sebagaimana adanya (Berger & Luckmann, 1967).

Jika konstruksi sosial adalah konsep, kesadaran umum dan wacana publik, maka menurut Gramsci, negara melalui alat pemaksa seperti birokrasi,

administrasi maupun militer yang berada lebih tinggi dari masyarakat akan mendominasi kepemimpinan moral dan intelektual secara kontekstual. Sistem hukum pada negara-negara Barat telah lama mengasumsikan bahwa individu tahu perilaku apa yang diharapkan oleh penegak masyarakatnya dan bila mereka melanggarnya secara sengaja, mereka akan dihukum (Defleur & Ball-Rokeach). Inilah yang menjadi dasar diberlakukannya hukum dan aparat.