**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

* 1. **Lingkup Komunikasi**
		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*).

**2.1.2 Proses Komunikasi**

**Effendy,** dalam bukunya **Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi,**

menjelaskan proses komunikasi dari dua perspektif, yaitu :

1. **Proses Komunikasi dalam Perspektif Psikologi**

**Proses perspektif ini terjadi pada diri komunikator dan komunikan. Ketika seorang komunikator berniat akan menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, maka didalam dirinya terjadi suatu proses. Pesan komunikasi terdiri dari dua aspek, yakni isi pesan dan lambang. Isi pesan umumnya adalah pikiran, sedangkan lambang umumnya adalah bahasa. Walter Lippman menyebut isi pesan itu *“oicture in our lead”,* sedangkan Walter Hagemann menamakannya *“das bewustsninhalte”.* Proses “mengemas” atau “membungkus” pikiran dengan bahasa, yang dilakukan komunikator itu dalam bahasa komunikasi dinamakan *encoding.* Hasil *encoding* berupa pesan, kemudian ia transmisikan atau kirimkan kepada komunikan. Proses komunikasi dalam diri komunikan disebut decoding seolah-olah membuka kemasan atau bungkus pesan yang ia terima dari komunikator. Apabila komunikan mengerti isi pesan atau pikiran komunikator, maka komunikasi terjadi. Sebaliknya bilamana komunikan tidak mengerti, maka komunikasi tidak terjadi.**

1. **Proses Komunikasi dalam Proses Mekanistis**

**Proses ini berlangsung ketika komunikator mengoper atau melemparkan dengan bibir kalau lisan atau tangan jika tulisan, pesannya sampai ditangkap oleh komunikan. Penangkapan pesan dari komunikator oleh komunikan itu dapat dilakukan dengan indera telinga atau indera mata atau indera-indera lainnya. Proses komunikasi dalam perspektif ini kompleks atau rumit, sebab bersifat situasional, bergantung pada situasi seperti itu dinamakan komunikasi interpersonal atau antarpribadi, kadang-kadang komunikannya sekelompok orang; komunikasi dalam situasi seoerti itu disebut komunikasi kelompok, acapkali pula komunikannya tersebar dalam jumlah yang relative agak banyak sehingga untuk menjangkaunya diperlukan suatu media atau sarana, maka komunikasi dalam situasi seperti itu dinamakan komunikasi massa. (2003:31-32)**

Manusia sebelum melakukan komunikasi dengan orang lain, mereka melakukan proses dalam dirinya yakni ketika seorang komunikator berniat akan menyampaikan suatu pesan, lalu ia membungkus pesan yang akan disampaikan kepada komunikannya. Setelah itu, baru ia akan menyampaikan pesan tersebut secara lisan maupun secara tulisan kepadda komunikannya.

**2.1.3 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.

**2.2 Komunikasi Massa**

**2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa**

Komunikasi massa merupakan suatu proses komunikasi yang menggunakan media massa Media massa dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu media massa cetak dan media massa elektronik. Menurut **Elvinaro** dalam bukunya **Komunikasi massa suatu pengantar**  memberikan pengertian bahwa komunikasi massa adalah:

**Pengertian komunikasi massa pada satu sisi adalah proses dimana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada publik secara luas dan pada sisi lain diartikan sebagai bentuk komunikasi yang ditunjukkan pada sejumlah kahalayak yang tersebar heterogen dan anonym melalui media cetak maupun elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat (2005:31)**

Komunikasi massa (mass comunication) di kemukakan oleh **Effendy** dalam buku **Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi** adalah :

**Komunikasi melalui media massa modern yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas siaran radio dan televisi dan ditunjukkan kepada umum dan film yang diperuntukkan di gedung bioskop (1993:79)**

Maksudya adalah komunikasi massa ditunjukkan kepada khlayak umum yang dapat berlangsung melaui berbagai macam media massa modern seperti siaran radio surat kabar dan film.

Media massa modern yang disebutkan merupakan alat penyampai informasi yang sangat sesuai dengan peranan media massa modern saat ini yaitu mampu untuk melakukan proses komunikasi massa dan memberikan pengaruh yang sangat besar bagi khalayak.

**2.2.2 Karakterstik Komunikasi Massa**

Karekteristik komunikasi massa menurut **Effendy** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek** adalah:

1. **Komunikasi bersifat satu arah**

**Ini berarti bahwa tidak terdapat arus balik dari komunikan kepada komunikator Dengan lain perkataan wartawan sebagai komunikator tidak mengetahui tanggapan para pembacanya terhadap pesan atau berita yang disiarkan itu. Demikian pula penyiar radio tidak mengetahui tanggapan khalayak yang dijadikan sasarannya.**

1. **Komunikator pada komunikasi massa melembaga**

**Media sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga yakni suatu intuisi atau organisasi. Karena komunikatornya melembaga atau dalam bahasa asing disebut institusionalized communicator atau organized communicator. Komunikator pada komunikasi massa misalnya wartawan surat kabar atau penyiar dikarenakan media yang dipergunakan adalah suatu lembaga dalam menyebarluaskan esan komunikasinya ia bertindak atas nama lembaga sejalan dengan kebijaksanaan surat kabar dan stasiun radio yang diwakilinya.**

1. **Komunikan komunikasi yang diwakilkan**

**Komunikan atau khalayak yang merupakan kumpulan anggota masyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi massa sebagai sasaran yang dituju komunikator bersifat heterogen. Dalam keberadaanya secara terpencar dimana antara satu sama lainnya tidak saling mengenal dan tidak dapat kontak pribadi masing dalam berbagai hal jenis kelamin agama usia ideologi pendidikan pekerjaan dan lain sebagainya.**

1. **Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan**

**Ciri lain dari media massa adalah kemampuan untuk menimbulkan kesempakan (simultaneity) pada piak khalayak dalam menerima pesan yang disebarkan. Hal ini yang merupakan ciri yang paling hakiki dibandingkan dengan media komunikasi massa lainnya.**

1. **Pesan pada komunikasi massa bersifat umum**

**Pesan yang disebarkan melalui media massa bersifat umum karena ditunjukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum jadi tidak ditunjukkan kepada perorangan atau sekelompo orang tertentu.**

**Elvinaro** dalam bukunya **Komunikasi massa suatu pengantar**. Menyebutkan karakteristik komunikasi massa yaitu sebagai berikut:

1. **Komunikator terlembagakan**
2. **Pesan bersifat umum**
3. **Komunikannya anonim dan heterogen**
4. **Media massa menimbulkan keserempakan**
5. **Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan**
6. **Komunikasi bersifat satu arah**
7. **Stimulasi alat indra terbatas**
8. **Umpan balik tertunda (*Delayed*) (2005:7-12)**

Dilihat dari karakteristik komunikasi massa yang disebutkan oleh **Effendy** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek** serta **Elvinaro** dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** pemaparan keduanya hampir sama mengenai karakteristik komunikasi massa namun kita masih bisa melihat perbedaan dari pemaparannya.

**Elvinaro** menyebutkan bahwa komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan stimulasi alat indra terbatas serta umpan balik tertunda. Ketiga karakteristik diatas disebutkan oleh **Effendy** dan terlihat jelas berarti **Elvinaro** lebih lengkap pemaparan karakteristik massa dengan meneliti dan membahas semua karater tersebut dari berbagai aspek.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa komuniaksi itu bersifat sangat dinamis dan sebagai masyarakat awam kita tidak bisa menduga apa yang akan terjadi nanti setelah melakukan proses komunikasi.

**2.2.3 Fungsi Komunikasi Massa**

Khalyak yang terlibat dalam komunikasi massa sanagat luas sehingga dapak atau efek yang dihasilkan dalam proses berlangsungnya komunikasi bermanfaat bagi khlayak. Berikut fungsi komunikasi massa bagi masyarakat menurut **Elvinaro** dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengatar** :

1. **Surveillance (Pengawasan)**

**Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama:Warning or beware surveillance (pengawasan peringatan); Instrumental surveillance (pengawasan instrumental).**

**2. Interpretation (Penafsiran)**

**Fungsi penafsiran hampir sama dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih atau memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan.**

**3. Linkage (Pertalian)**

**Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membantuk linkage (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.**

**4. Transmission Of Values (Penyebaran Nilai-Nilai)**

**Fungsi ini juga disebut sosialitation (sosialisasi), sosialisasi mengacu pada cara, dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar, dan dibaca.**

**5. Entertainment (Hiburan) (2005:15-17)**

Televisi radio film serta surat kabar meupun media online memang merupakan sarana yang paling tepat untuk penyebaran informasi dalam proses komunikasi massa. Pesan yang disampaikan melalui media massa tersebut dapat diserap dengan mudah oleh masyarakat luas.

Zaman sekarang arus informasi sudah tidak lagi disampaikan melaui media komunikasi massa merupakan informasi yang tidak bermafaat bagi masyarakat ada informasi yang bersifat negatif dan dikhawatirkan dapat merusak moral bangsa khusunya indonesia dengan adat yang condong ketimurannya oleh karena itu masyarakat yang berperan sebagai khalayak baik itu pendengar pembaca maupun pemirsa di tuntut agar lebih pintar dan cerdas serta teliti untuk menyaring berbagai informasi yang disampaikan oleh media massa.

**2.3 Jurnalistik**

**2.3.1 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.

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

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.

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.

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

**2.3.2 Bentuk-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.**

1. **Jurnalistik Auditif**

 **Jurnalistik auditif yaitu jurnalistik radio siaran.**

1. **Jurnalistik Media Elektronik Audiovisual**

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

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

**2.3.3 Produk Jurnalistik**

Enam produk jurnalistik dijelaskan oleh **Sumadiria** dalam bukunya yang berjudul Jurnalistik Indonesia :

1. **Tajuk Rencana**

**Tajuk Rencana atau editorial adalah opini berisi pendapat dan sikap resmi suatu media sebagai institusi penerbitan terhadap persoalan aktual, fenomenal, dan atau kontroversial yang berkembang dalam masyarakat.**

1. **Karikatural**

**Secara teknis jurnalistik, karikatur diartikan sebagai opini redaksi media dalam bentuk yang sarat dengan muatan kritik sosial dengan memasukan unsur kelucuan, anekdot, atau humor agar siapapun yang melihatnya bisa tersenyum, termasuk tokoh atau objek yang dikarikaturkan itu sendiri.**

1. **Pojok**

**Pojok adalah kutipan penyataan singkat narasumber atau peristiwa tertentu yang dianggap menarik atau kontroversial, untuk kemudian dikomentari oleh pihak redaksi dengan kata-kata atau kalimat yang mengusik, menggelitik, dan ada kalanya reflektif.**

1. **Artikel**

**Artikel adalah tulisan lepas berisi opini seseorang yang mengupas tuntas suatu masalah tertentu yang sifatnya aktual dan atau kotroversial dengan tujuan untuk memberitahu (informatif), mempengaruhi dan meyakinkan (persuasif argumentatif), atau menghibur khalayak pembaca (rekreatif).**

1. **Kolom**

**Kolom adalah opini singkat seseorang yang lebih banyak menekankan aspek pengamatan dan pemaknaan terhadap suatu persoalan atau keadaan yang terdapat dalam masyarakat.**

1. **Surat Pembaca**

**Surat pembaca adalah opini singkat yang ditulis oleh pembaca dan dimuat dalam rubrik khusus pembaca.**

**2.3.4 Jenis-Jenis Jurnalistik**

Terdapat beberapa jenis jurnalistik yang dapat dijadikan acuan bahkan menjadi karakteristik (ciri khas) dari suatu media massa, baik media massa cetak maupun media massa elektronik. Hal ini terjadi karena perbedaan visi misi, tujuan dan kepentingan tersendiri dalam tubuh masing-masing media.

 **Romli** dalam bukunya yang berjudul **Jurnalistik Praktis** menjelaskan bahwa jenis-jenis jurnalistik meliputi :

1. ***Jazz Journalism,* yaitu jurnalistik yang mengacu pada pemberitaan hal-hal sensasional, menggemparkan atau menggegerkan.**
2. ***Adversary Journalism,* yaitu jurnalistik yang membawa misi pertentangan, yakni beritanya sering menentang kebijakan pemerintahan atau penguasa.**
3. ***Goverment-say-sojournalism,* yaitu jurnalistik yang memberitakan apa saja yang disiarkan pemerintah layaknya koran pemerintah.**
4. ***Checkbook Journalism,* yaitu jurnalistik yang untuk memperoleh bahan harus memberi uang pada sumber berita.**
5. ***Alcohol Journalism,* yaitu jurnalistik liberal yang tidak menghargai urusan pribadi seseorang atau lembaga.**
6. ***Crusade Journalism,* yaitu jurnalistik yang memperjuangkan nilai-nilai tertentu.**
7. ***Electronic Journalism,* yaitu pengetahuan tentang berita-berita yang disiarkan melalui media massa modern seperti televisi, radio kaset, film, dan sebagainya.**
8. ***Junket Journalism* (jurnalistik foya-foya), yaitu praktik jurnalistik yang tercela, yakni wartawan yang mengadakan perjalanan yang berlebihan yang diongkosi di pengundang.**
9. ***Gutter Journalism* (jurnalistik got), yaitu teknik jurnalistik yang lebih menonjolkan pemberitaan tentang seks dan kejahatan.**
10. ***Gossip Journalis* (jurnalistik kasak-kusuk), yaitu jurnalistik yang lebih menekankan berita-berita kasak-kusuk dan isu yang kebenarannya masih sangat diragukan.**
11. ***Gossip Journalism* (jurnalistik pembangunan), yaitu jurnalistik yang mengutamakan peranan pers dalam rangka pembangunan nasional negara dan bangsanya. (1999:70)**

**2.4 Media Massa**

**2.4.1 Pengertian Media Massa**

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 juga dianggap industri yang berubah dan berkembang yang dapat menciptakan lapangan kerja, barang, dan jasa, serta menghidupkan industri lain yang berkaitan dengan media itu sendiri.

Media massa menurut **Denis McQuail** di dalam buku, **Teori Komunikasi Massa** adalah :

**Media massa merupakan sumber kekuatan, alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan dan sumberdaya yang lainnya. (1989:115)**

**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** yakni **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.

**2.4.2 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 :

1. **Efek Kognitif**
2. **Efek Afektif**
3. **Efek Behavioral (2007:52)**

Efek Kognitif yaitu efek yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informative bagi dirinya. Efek Afektif ini berpengaruh lebih tinggi dari efek kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan sekedar memberitahu khalayak tentang sesuatu, tetap lebih dari itu, khalayak diharapkan dapat merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah, dan lain sebagainya. Efek Behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan.

**2.4.3 Film Sebagai Media Massa**

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

 **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 umumnya dibangun dengan banyak tanda. Tanda-tanda itu termasuk berbagai sistem tanda yang bekerja sama 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 mengiringi gambar-gambar) dan musik film. (2009:127-128)**

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

Sementara itu, film adalah 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 alur ceritanya. (2003:209)**

**2.5 Film**

**2.5.1 Pengertian Film**

Film adalah media komunikasi yang bersifat audio visual untuk menyampaikan suatu pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat tertentu. **(Effendy, 1986: 134).**

Pesan film pada komunikasi massa dapat berbentuk apa saja tergantung dari misi film tersebut. Akan tetapi, umumnya sebuah film dapat mencakup berbagai pesan, baik itu pesan pendidikan, hiburan dan informasi. Pesan dalam film adalah menggunakan mekanisme lambang – lambang yang ada pada pikiran manusia berupa isi pesan, suara, perkataan, percakapan dan sebagainya.

Film juga dianggap sebagai media komunikasi yang ampuh terhadap massa yang menjadi sasarannya, karena sifatnya yang audio visual, yaitu gambar dan suara yang hidup. Dengan gambar dan suara, film mampu bercerita banyak dalam waktu singkat. Ketika menonton film penonton seakan-akan dapat menembus ruang dan waktu yang dapat menceritakan kehidupan dan bahkan dapat mempengaruhi audiens.

Film, juga dikenal sebagai movie, gambar hidup, film teater atau foto bergerak, merupakan serangkaian gambar diam, yang ketika ditampilkan pada layar akan menciptakan ilusi gambar bergerak karena efek [fenomena phi](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Fenomena_phi&action=edit&redlink=1). Ilusi optik ini memaksa penonton untuk melihat gerakan berkelanjutan antar objek yang berbeda secara cepat dan berturut-turut . Proses [pembuatan film](https://id.wikipedia.org/wiki/Pembuatan_film) merupakan gabungan dari [seni](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Seni_film&action=edit&redlink=1) dan [industri](https://id.wikipedia.org/wiki/Industri_film). Sebuah film dapat dibuat dengan [memotret](https://id.wikipedia.org/wiki/Fotografi) adegan sungguhan dengan [kamera film](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Kamera_film&action=edit&redlink=1); memotret gambar atau model miniatur menggunakan teknik [animasi](https://id.wikipedia.org/wiki/Animasi) tradisional; dengan [CGI](https://id.wikipedia.org/wiki/Pencitraan_hasil_komputer) dan [animasi komputer](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Animasi_komputer&action=edit&redlink=1); atau dengan kombinasi beberapa teknik yang ada dan [efek visual](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Efek_visual&action=edit&redlink=1) lainnya.

Film secara kolektif sering disebut sinema. Sinema itu sendiri bersumber dari kata kinematik atau gerak. Film juga sebenarnya merupakan lapisan-lapisan cairan selulosa, biasa di kenal di dunia para sincas sebagai seluloid. Pengertian secara harfiah film (sinema) adalah Cinemathographie yang berasal dari Cinema + tho = phytos (cahaya) + graphie = grhap (tulisan = gambar = citra), jadi pengertiannya adalah melukis gerak dengan cahaya. Agar kita dapat melukis gerak dengan cahaya, kita harus menggunakan alat khusus, yang biasa kita sebut dengan kamera.

Seiring berkembangnya dunia perfilman, semakin banyak film yang diproduksi dengan corak yang berbeda-beda. Secara garis besar, film dapat diklarifikasikan berdasarkan cerita, orientasi pembuatan, dan berdasarkan genre.

Film lebih dahulu menjadi media hiburan dibanding radio siaran dan telivisi. Menonton film ke bioskop ini menjadi aktifitas popular bagi orang orang Amerika pada tahun 1920-an sampai 1950-an.

**Dominick** yang dikutip oleh **Ardianto** dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** :

**Industri film adalah industri bisnis. Predikat ini telah menggeser anggapan orang yang masih meyakini bahwa film adalah karya seni, yang diproduksi secara kreatif dan memenuhi imajinasi orang-orang yang bertujuan memperoleh estetika (keindahan) yang sempurna. Meskipun pada kenyataannya adalah bentuk karya seni, industri film adalah bisnis yang memberikan keuntungan, kadang-kadang menjadi mesin uang, keluar dari kaidah artistik film itu sendiri. (2000:306)**

Pada dasarnya film lahir dari sebuah gambar atau foto yang dihubungkan melalui sederet kamera dengan benang yang disambung kamera *shutter.* Setelah objek tersebut bergerak, maka benang yang terhubung dengan kamera *shutter* akan diputuskan secara berurutan dan membuka kamera *shutter.* Dengan demikian lahirlah sebuah seni gambar bergerak *(motion picture).*

**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 diatas menjelaskan bahwa topik yang terdapat dalam sebuah film dapat dijadikan pokok pembahasan semiotika media karena di dalam jenis aliran film terdapat sistem signifikasi yang ditanggapi orang-orang masa kini dan melalui film mereka mencari hiburan atau rekreasi inspirasi dan wawasan pada tingkat *interpretant.*

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

**Film (gambaran 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)**

Harus kita akui bahwa hubungan antara film dan masyarakat memiliki sejarah yang panjang dalam kajian para ahli komunikasi. **Oey Hong Lee** yang dikutip **Sobur** dalam bukunya **Semiotika Komunikasi** menyebutkan :

**Film sebagai alat komunikasi massa yang kedua muncul di dunia, mempunyai massa waktu unsur-unsur yang merintangi perkembangan surat kabar sudah dibikin lenyap. (1905:40)**

Industri film adalah industri yang tidak ada habisnya. Sebagai media massa, film digunakan sebagai media yang mereflksikan realitas, atau bahkan membentuk realitas. Cerita yang ditayangkan lewat film berbentuk fiksi atau non-fiksi. Lewat film, informasi dapat dikonsumsi dengan lebih mendalam karena film adalah media audio visual. Media ini banyak digemari orang karena dapat dijadikan sebagai hiburan dan penyalur hobi.

Kekuatan dan kemampuan film menjangkau banyak segmen sosial, lantas membuat para ahli berpendapat bahwa film memliki potensi untuk memperngaruhi khalayak. Sejak itu, maka merebaklah berbagai penelitian yang hendak melihat dampak film terhadap masyarakat.

**Irwanto** yang dikutip **Turner** dalam buku **Semiotika Komunikasi** mengatakan bahwa :

**Menolak perspektif yang melihat film sebagai refleksi masyarakat. Maka film sebagai representasi dari realitas masyarakat, bagi Turner, berbeda dengan film sekear sebagai refleksi dari realitas. Sebagai refleksi dan realitas, film sekedar “memindah” realitas ke layar tanpa mengubah realitas itu. Sementara itu, sebagai dari representasi dari realitas, film membentuk dan “mengahdirkan kembali” realitas berdasarkan kode-kode, konvensi-konvensi. Dan ideologi dari kebudayaannya. (1999:14)**

Pengertian diats menjelaskan bahwa film yang diambil dari sebuah kisah nyata, harus sesuai dengan fakta-fakta yang ada didalamnya tanpa menambah dan mengurangi kenyataan yang terjadi disana. Namun tetap dengan kode-kode, konvensi, dan ideologi dari kebudayaan yang ada di lingkungan film itu dibuat.

**2.5.2 Jenis –Jenis Film**

Mengetahui jenis-jenis film agar sebagai seorang komunikator mampu memanfaatkan film tersebut sesuai dengan karakteristiknya, dijelaskan oleh **Ardianto** dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar :**

**a. Film cerita *(story film).* Jenis film yang mengandung suatu cerita yang lazim dipertujunjukan di gedung-gedung bioskop dengan bintang film tenar dan dalam film yang didistribusikan sebagai barang dagangan. Cerita ini diangkat menjadi topic film bisa berupa cerita fiktif atau berdasarkan kisah nyata yang dimodifikasi, sehingga ada unsur menarik, baik dari jalan ceritanya maupun dari segi gambarnya. Sejarah dapat diangkat menjadi film cerita yang mengandung informasi akurat, sekaligus contoh teladan perjuangan para pahlawan.**

**b. Film berita *(newsreel)*. Film mengenai fakta, peristiwa yang benar-benar terjadi. Karena sifatnya berita, maka film yang disajikan kepada public harus mengandung nilai berita *(news value).* Kriteria berita itu adalah penting dan menarik. Jadi beritanya juga harus penting atau menarik atau penting dan juga menarik. Film berita dapat langsung terekam dengan suaranya, atau film beritanya bisu, pembaca berita yang membacakan narasinya.**

**c. Film documenter *(documentary film).* Berbeda dengan film berita, film dokumenter merupakan hasil interpretasi pribadi (pembuatnya) mengenai kenyataan tersebut. Biografi seseorang yang memiliki karya pun dapat dijadikan sumber bagi dokumenter.**

**d. Film kartun *(cartoon film)*. Dibuat untuk dikonsumsi oleh anak-anak. Sebagian besar film kartun, sepanjang film itu diputar akan membuat kita tertawa karena kelucuan para tokohnya. Namun ada juga film kartun yang membuat iba penontonnya dengan penderitaan tokohnya. Sekalipun tujuan utamanya adalah menghibur, film kartun bisa juga mengandung unsur pendidikan. Minimal akan terekam bahwa kalau ada tokoh jahat dan tokoh baik, maka pada akhirnya tokoh baiklah yang selalu menang.**

**2.5.3 Kategori Film**

 **Danesi** dalam bukunya yang berjudul **Pengantar Memahami Semiotika Media** menjelaskan tiga kategori film, yakni sebagai berikut :

**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 post-produksi *(editing).* Film documenter merupakan film non fiksi 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 serangkaian gambaran benda dua atau tiga dimensi. (2010:134)**

**2.5.4 Karakteristik Film**

 **Ardianto,** menjelaskan dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** faktor-faktor yang dapat menunjukkan karakteristik film sebagai berikut :

1. **Layar yang luas/lebar. Layar film yang luas telah memberikan keleluasaan penontonnya untuk melihat adegan-adegan yang disajikan dalam film. Apalagi dengan adanya kemajuan teknologi, layar film di bioskop-bioskop pada umumnya sudah tiga dimensi, sehingga penontonnya seolah-olah melihat kejadian nyata.**
2. **Pengambilan gambar. Sebagai konsekuensi layar lebar, maka pengambilan gambar atau shot dalam film bioskop memungkinkan dari jarak jauh atau extreme long shot, dan panoramic shot, yakni pengambilan pemandangan menyeluruh. Shot tersebut dipakai untuk memberi kesan artistic dan suasana yang sesungguhnya, sehingga film menjadi lebih menarik.**
3. **Konsentrasi penuh. Disaat kita menonton film di bioskop, bila tempat duduk sudah penuh atau waktu main sudah tiba, pintu-pintu ditutup, lampu dimatikan, tampak di depan kita layar yang luas dengan gambar-gambar cerita film tersebut. Terbebas dari hiruk pikuknya suara diluar karena biasanya ruangan kedap suara. Semua mata hanya tertuju pada layar, sementara pikiran dan perasaan tertuju pada alur cerita. Dalam keadaan demikian emosi kira juga terbawa suasana, kita akan tetawa terbahak-bahak manakala adegan film lucu, atau sedikit senyum apabila ada adegan menggelitik. Bandingkan dengan pada saat kita menonton televisi di rumah, selain lampu tidak dimatikan, orang-orang disekeliling kita berkomentar atau hilir mudik mengambil minuman dan makanan atau sedang melihat adegan seru tiba-tiba pesawat telepon berbunyi ditambah lagi dengan selingan iklan.**
4. **Identifikasi psikologis. Kita semua dapat merasakan bahwa suasana di gedung bioskop telah membuat pikiran dan perasaan kita larut dalam cerita yang disajikan. Karena penghayatan kita yang amat mendalam, seringkali secara tidak sadar kita menyamakan (mengidentifikasikan) pribadi kita dengan salah seorang pemeran dalam film itu, sehingga seolah-olah kita lah yang sedang berperan. Gejala ini menurut ilmu jiwa sosial disebut sebagai identifikasi psikologis.**

Sudah jelas dari karakteristik film diatas bahwa ada perbedaan yang akan dirasakan pada saat kita menonton film dengan layar lebar dan luasnya bioskop atau dengan menggunakan televisi dirumah. Meskipun pada saat kita menonton film dirumah dengan menggunakan layar televisi yang lebar, akan ada perbedaannya.

**2.5.5 *Genre-Genre* Film**

Pembuatan film menggunakan bahan dari novel, vaudevile, sirkus, dan berbagai sumber sebagai skenario di dalam film mereka. Tetapi mereka juga menciptakan *genre* mereka sendiri yang tetap mempengaruhi pembuatan film.

 **Danesi** menyebutkan *genre-genre* film yang paling populer dalam bukunya yang berjudul **Pengantar Memahami Semiotika Media** sebagai berikut:

1. **Drama Kriminal: seperti *Little Caesar* (1930).**
2. **Fiksi Ilmiah: seperti *A Trip To The Moon* (1902).**
3. **Animasi: seperti *Snow White and Seven Dwarfs* (1937).**
4. **Komedi: seperti *It Happened One Night* (1934).**
5. **Drama Karakter: seperti *Citizen Kane* (1941).**
6. **Drama Sejarah: seperti *Intoerance* (1916).**
7. **Dokumenter: seperti *Nanook Of The North* (1921).**
8. **Film Detektif: seperti *The Maltese Falcon* (1941).**
9. **Film Suspense: seperti *M* (1931).**
10. **Film: seperti *Kingkong* (1933).**
11. **Film Horor: seperti *Nesferatu* (1922) dan *Dracula* (1931).**
12. **Film Musik: seperti *Flying Down to Rio* (1993) dan *The Wizardof Oz* (1931).**
13. **Film Perang: seperti *Birth of A Nation* (1915) dan *Wings* (1931).**
14. **Aksi-Petualangan: seperti *Thief of Bhagdad* (1921).**
15. **Film Noir: seperti *Double Indemnity* (1944).**
16. **Wastern: seperti *The Great Train Robbery* (1903).**
17. **Roman: seperti *The Sheik* (1921).**
18. **Melodrama: seperti *The Perils of Pauline* (1941).**

**(2010:159).**

Sistem signifikasi yang mendasari bagaimana menarik makna dari film juga merupakan metafora dari pengalaman hidup kita yang terpecah. Film memungkinkan kita saling mengkaitkan cerita criminal, kejadian misterius, romantika dan seks, serta banyak hal lainnya yang membentuk realitas sosial kita melalui mata kamera yang selalu menyelidikinya.

**2.5.6 Unsur-Unsur Film**

Unsur-unsur film yang dihasilkan seorang tenaga kreatif hendaknya dilihat keterkaitannya dengan unsur-unsur film yang lain. Namun, masing-masing unsur film memang bisa dinilai secara terpisah. Hal ini biasa ditemukan dalam ajang penghargaan atau festival film. **Sumarno** dalam bukunya yang berjudul **Dasar-Dasar Apresiasi Film**, menyebutkan unsure-unsur film yakni :

1. **Sutradara**
2. **Penulis Skenario**
3. **Juru Kamera (*Cameramen*)**
4. **Penata Artistic**
5. **Penata Suara**
6. **Penata Musik**
7. **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 scenario merupakan proses bertahap yang bermula dengan ide orisinil dan berdasarkan ide tertulis yang lain. Misalnya dari cerita pendek, cerita berdasarkan kisah nyata, naskah drama, dan novel. Tugas penulis scenario sendiri adalah membangun jalan cerita yang baik dan logis. Pengembangan gagasan/ide tertuang jelas melalui jalan cerita dan perwatakan tokoh-tokohnya.

Juru kamera bekerja sama dengan sutradara saat 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 di bawah pengawasan sutradara tanpa mematikan kreativitasnya. Tugas editor sangat penting dalam hasil akhir sebuah produksi film.

 Penata artistic 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 system rekaman. Proses rekaman suatu film, sama pentingnya pada saat pengeditan atau penyuntingan.

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

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

**2.6 Teori Kontruksi Sosial**

Membahasa teori konstruksi atas realitas, tentu tidak bias terlepaskan dari bangunan teoritik yang telah dikemukakan oleh **Peter L. Berger** yang merupakan sosiolog dari *New School For Social Research. New York,* sementara **Thomas Luckman** adalah sosiolog dari *University Of Frankfurt,* teori konstruksi social sejatinya dirumuskan kedua akademis ini sebagai suatu kajian teoritis dan sistemis mengenai sosiologi pengetahuan.

**Berger** dan **Luckman** dalam bukunya ***The Social Construction Of Reality*** yang diterjemahkan oleh **Hasan Basri** menjelaskan bahwa **Teori Konstruksi Sosial** adalah:

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

Penjelasan diatas dapat menyimpulkan bahwa teori konstruksi social merupakan pengetahuan sosiologi dimana implikasinya harus menekuni pengetahuan yang ada dalam masyarakat sekaligus proses-proses yang membuat setiap perangkat pengetahuan yang di tetapkan sebagai kenyataan. Sosiolog pengetahuan harus menekuni apa saja yang dianggap sebagai pengetahuan dalam masyarakat.

**Basari** dalam **Buku Tafsir Social Atas Kenyataan : Risalah Tentang Sosiolog Pengetahuan** terdapat beberapa asumsi dasar Teori Konstruksi Social Berger dan Luckman. Adapun asumsinya tersebut adalah :

1. **Realitas merupakan hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi social terhadap dunia social di sekelilingnya.**
2. **Hubungan antara pemikiran manusia dan konteks social temapat pemikiran itu sendiri, bersifat berkembang dandilembagakan.**
3. **Kehidupan bermasyarakat dikonstruksi secara terus-menerus.**
4. **Membedakan antara realitas dengan pengetahuan. Realitas diartikan sebagai kualitas 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.(1990:1)**

Sosiologi pengetahuan yang dikembangkan **Berger dan Luckman**, mendasar pengetahuan dalam dunia kehidupan sehari-hari masyarakat sebagai kenyataan. Bagi mereka, kenyataan kehidupan dianggap menampilkan diri sebagai kenyatan par *excellence* sehingga disebut sebagai kenyataan utama (*paramount*).

**Berger** dan **Luckman** menyatakan dunia kehidupan sehari-hari menampilkan diri sebagai kenyataan yang ditafsirkan oleh manusia. Maka dari itu, apa yang menurut manusia nyata ditemukan dalam dunia kehidupan sehari-hari merupakan suatu kenyataan seperti yang dialaminya.(**Berger** dan **Luckman** dalam **Basari**.**(1990:28-23)**

Teori konstruksi social berakar pada paradigm konstruksivitas social yang diciptakan oleh individu yang merupakan manusia bebas. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya. Menjadi dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak diluar batas control struktur dan pranata sosialnya dimana individu melalui respon-respon terhadap stimulus dalam dunia kognitifnya. Dalam proses sosial, individu manusia di pandang sebagai pencipta realitas sosial yang relative bebas dalam dunia sosialnya.

Substansi teori dan pendekatan konstruksi social atas realitas Berger dan Luckman adalah proses simultan yang terjadi secara alamiah melalui Bahasa dalam kehidupan sehari-hari pada sebuah komunitas primer dan semi sekunder.

Melalui konstruksi sosial media massa, realitas iklan televisi dalam masyarakat kapitalistik, teori dan pendekatan konstruksi social dan realitas Berger dan Luckman telah direvisi dengan melihat variable atau fenomena media massa menjadi sangat substansi dalam proses eksternalisasi, subjektivitasi, dan internalisasi. Dengan demikian sifat-sifat dan kelebihan media massa telah memperbaiki kelemahan proses konstruksi social atas realitas yang berjalan lambat itu.

Substansi teori konstruksi realitas adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi social berlangsung dengana sangat cepat dan sebarnya merata. Realitas yang berkonstruksi itu juga membentuk opini massa, massa cenderung aprioridan cenderung sinis.

Posisi konstruksi sosial adalah mengkonstruksi kelemahan dan melengkapi konstruksi sosial atas realitas, dengan menempatkan seluruh kelebihan media massa dan efek media massa pada keunggulan konstruksi social media atas konstruksi social realitas.

Film merupakan bidang kajian yang sangat relevan untuk analisis semiotika, karena film dibangun dengan berbagai tanda. Tanda-tanda itu termasuk berbagai system tanda yang bekerja sama dengan baik untuk mencapai efek yang diharapkan. Film biasanya mempunyai makna seperti yang dikemukakan Roland Barthes yaitu penanda (signifier) dan pertanda (signified). Biasanya penonton hanya mengetahui makna dari film secara menyeluruh, tapi ketika film tersebut dianalisi, banyak sekali makna denotasi, konotasi dan mitos yang setiap penonton yang menyaksikan film tersbut.

**2.7 Semiotika**

Semiotika merupakan ilmu mempelajari tentang tanda. Tanda-tanda tersebut menyampakan suatu informasi sehingga bersifat komunikatif. Keberadaanya, mampu menggantikan sesuatu yang lain, dapat dipikirkan atau dibayangkan. Cabang ilmu ini semula berkembang dalam bidang Bahasa dan kemudian berkembang dibidang sains dan seni rupa.

Pengaruh tanda dalam film sangat berpengaruh besar terhadap kehidupan. Dari tanda, manusia memulai segala sesuatunya. Hal inilah yang menjadi alasan ilmu semiotika mengkaji film, bukan tanpa alasan tetapi melihat begitu banyaknya peran tanda yang ada di film, membuat ilmu semiotika sebagai ilmu tanda berusaha mengkaji tentang film sebagai media massa.

**Barthes** yang dikutip dari **Sobur** dalam bukunya **Semiotika Komunikasi** menjelaskan :

**Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya mencari jalan di dunia, ditengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika atau dalam istilah barthes, semologi pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (humanity) memakai hal-hal (things). Memaknai (to signify) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (to communicate). Memaknai berarti bahwa objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi system struktur dari tanda. (2006:53)**

Secara ringkas semiotika adalah ilmu tentang tanda. Bagaimana menafsirkan dan bagaimana meneliti bekerjanya suatu kesatuan arti atau suatu makna baru saat dia digunakan. Semiotika merupakan suatumetode analisa isi medi attau suatu teks, dimana analisa tersebut mengadoptasi model analisa linguistic **Ferdinand de Saussure (1960).** **Saussure** memberikan pengertian semiotika sebagai **sebuah ilmu yang bekerjanya tanda-tanda sehingga dapat dipahai dalam masyarakat**. Dengan semiotika akan dapat ditampilkan apa saja yang membentuk tanda-tanda dan bagaimana kerjanya.

Tanda terdapat dimana-mana : “kata” adalah tanda, dmikian pula gerak isyarat, lampu lalu lintas, bender dan sebagainya. Struktur karya sastra, struktur film, bangunan atau nyanyian burung dapat dianggap sebagai tanda. Segala sesuatu dapat menjadi tanda.

Dalam kehidupan sehari-hari tanapa kita sadari kita tleah mempraktekkan semiotika dalam berkomunikasi, misalkan saja ketika melihat lampu yang menunjukkan warna merah maka otomatis kita menghentikan kendaraan kita dan kita memakai lampu hijau untuk menjalankan kendaraan kita. Atau pada rambu-rambu lalu lintas tanda P dicoret berarti kita tidak boleh memarkirkan kendaraan kita di area tersebut. Ketika memakna tanda tersebut kita telah berkomunikasi, kita telah melakukan proses pemaknaan terhadap tanda.

Ketika semua komunikasi adalah tanda, maka di dunia ini penuh dengan tanda. Ketika berkomunikasi, kita menciptakan tanda sekaligus makna. Dalam perspektif semiotika atau semiologi, pada akhirnya komunikasi akan menjadi suatu ilmu untuk mengungkapkan pemaknaan dari tanda yang diciptakan oleh proses komunikasi tersebut.

Semiotika menurut **Umberco Eco**, yang dikutip **Sobur** dalam bukunya **Analisis Teks Media** mengatakan :

**Secara etimologis, semiotika berasal dari kata yunani, semion yang berarti tanda. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi social yang terbangun sebelumnya dapat mewakili yang lain.(2009:128)**

Sedangkan menurut **Saussure** yang dikutip dari **Sobur** dalam bukunya **Semiotika Komunikasi** mengatakan bahwa, **semiologi atau semiotika merupakan sebuah ilmu yang mengkaji kehidupan tanda-tanda ditengah masyarakat. (2009:12)**

Semiotika merupakan ilmu tentang tanda, **Pierce** menjelaskan tentang tanda yang dikutip oleh **Sobur** dalam bukunya **Semiotika Komunikasi** yaitu :

**Tanda *“is something which stands to somebody for something some respect or capacity.”* Sesuatu yang digunakan agar tanda bias berfungsi, oleh pierce disebut ground. Konsekuensinya tanda (sign atau triadic, yakni ground, object dan interpretant.(2006:11)**

Jadi tanda disini adalah berdiri memisahkan antara seseorang untuk sesuatu serta sebuah kapasitas yang menjelaskan tanda tersebut.

**2.8 Roland Barthes**

Roland Barthes adalah penerus pemikiran Saussure. Saussure tertarik pada cara kompleks pembentukan kalimat dan cara bentuk-bentuk kalimat menentukan makna, tetapi kurang tertarik pada kenyataan bahwa kalimat yang sama bisa saja menyampaikan makna yang berbeda pada orang yang berbeda situasinya. Berdasarkan semiotika yang dikembangkan Saussure, Barthes mengembangkan dua sistem penanda bertingkat, yang disebutnya system denotasi dan sistem konotasi. Sistem denotasi adalah sistem pertandaan tingkat pertama, yang terdiri dari rantai penanda dan petanda, yakni hubungan materialitas penanda atau konsep abstrak di baliknya. Pada sistem konotasi atau sistem penandaan tingkat kedua rantai penanda atau petanda pada sistem denotasi menjadi penanda, dan seterusnya berkaitan dengan petanda yang lain pada rantai pertandaan lebih tinggi.

Roland Barthes meneruskan pemikiran tersebut dengan menekankan interaksi antara teks dengan pengalaman personal dan kultural penggunanya, interaksi antara konvensi dalam teks dengan konvensi yang dialami dan diharapkan oleh penggunanya. Gagasan Barthes ini dikenal dengan “two order of signification”, mencakup denotasi (makna sebenarnya sesuai kamus) dan konotasi (makna ganda yang lahir dari pengalaman kultural dan personal). Di sinilah titik perbedaan Saussure dan Barthes meskipun Barthes tetap mempergunakan istilah signifier-signified yang diusung Saussure.

**2.8.1 Denotasi dan Konotasi**

Dalam semiologi, makna denotasi dan konotasi memegang peranan penting jika dibandingkan peranannya dalam ilmu linguistik. Makna denotasi bersifat langsung, yaitu makna khusus yang terdapat dalam suatu tanda, dan pada intinya dapat disebut juga sebagai gambaran sebuah petanda. Dalam pengertian umum, makna denotasi adalah makna yang sebenarnya. Denotasi ini biasanya mengacu pada penggunaan bahasa dengan arti yang sesuai dengan makna apa yang terucap.

Sedangkan makna konotatif, akan sedikit berbeda dan akan dihubungkan dengan kebudayaan yang tersirat dalam pembungkusnya, tentang makna yang terkandung di dalamnya. Konotasi digunakan Barthes untuk menjelaskan salah satu dari tiga cara kerja tanda dalam tataran pertanda kedua. Konotasi memberikan gambaran interaksi yang berlangsung apabila tanda bertemu dengan emosi pengguna dan nilai-nilai kulturalnya bagi Barthes, faktor penting pada konotasi adalah penanda dalam tataran pertama. Penanda tataran pertama adalah konotasi. Konotasi bekerja pada level subjektif, oleh karena itu manusia seringkali tidak menyadarinya.

Dalam kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebut mitos dan berfungsi sebagai pengungkapan dan pemberian pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu.

**2.8.2 Mitos**

Cara kedua dari tiga cara Barthes mengenai bekerjanya tanda dalam tataran kedua adalah melalui mitos. Mitos berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nila-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. Barthes menggunakan mitos sebagai orang yang percaya, dalam artiannya yang orisional.

Mitos merupakan tipe wicara. Sebab mitos merupakan sistem komunikasi, yakni sebuah pesan. Hal ini membenarkan seseorang untuk berprasangka bahwa mitos tidak bisa menjadi sebuah objek, konsep atau ide: mitos adalah cara pemaknaan sebuah bentuk. Sebab mitos adalah tipe wicara, maka segala sesuatu bisa menjadi mitos asalkan disajikan oleh sebuah wacana.

Secara teknis, Barthes menyebutkan bahwa mitos merupakan urutan kedua dari sistem semiologi dimana tanda-tanda dalam urutan pertama pada sistem itu (yaitu kombinasi antara penanda dan petanda) menjadi penanda dalam sistem kedua.

Jadi, makna konotasi dari beberapa tanda akan menjadi semacam mitos atau mitos petunjuk (dan menekan makna-makna). Sehingga makna konotasi dalam banyak hal merupakan sebuah perwujudan yang sangat berpengaruh. Konotasi dan mitos merupakan cara pokok tanda-tanda berfungsi dalam tataran kedua petandaan, yakni tatanan tempat berlangsungnya interaksi antara tanda dan pengguna atau budayanya yang sangat aktif.

Aspek lain dalam mitos yang ditekankan Barthes adalah dinamismenya. Mitos berubah dan beberapa diantaranya dapat berubah dengan cepat guna memenuhi kebutuhan perubahan dan nilai-nilai kultural dimana mitos itu sendiri menjadi bagian dari kebudayaan tersebut. Oleh karena itu penggunaan mitos di sini tidaklah menunjuk pada mitologi dalam pengertian sehari-hari, seperti halnya cerita-cerita tradisioanal, melainkan sebuah cara pemaknaan (dalam bahasa Barthes adalah tipe wicara).

Pada dasarnya semua hal bisa menjadi mitos. Satu mitos timbul untuk sementara waktu dan tenggelam untuk waktu yang lain karena digantikan oleh berbagai mitos lain.

Mitos menjadi pegangan atas tanda-tanda yang hadir dan menciptakan fungsinya sebagai penanda pada tingkatan yang lain. Mitos oleh karenanya bukanlah tanda yang tidak berdosa, netral, melainkan menjadi penanda untuk memainkan pesan-pesan tertentu yang boleh jadi berbeda sama sekali dengan makna asalnya. Kendati demikian, kandungan makna mitologis tidaklah dinilai sebagai sesuatu yang salah (‘mitos’ diperlawankan dengan ‘kebenaran’). Cukuplah dikatakan bahwa praktik penandaan seringkali memproduksi mitos. Produksi mitos dalam teks membantu pembaca untuk menggambarkan situasi sosial budaya, mungkin juga politik yang ada disekelilingnya. Bagaimanapun mitos juga mempunyai dimensi tambahan yang disebut naturalisasi. Melaluinya sistem makna menjadi masuk akal dan diterima apa adanya pada suatu masa, mungkin tidak untuk masa yang lain.