BAB 1

PENDAHULUAN

Konteks Penelitian

 Film merupakan salah satu sarana hiburan yang memiliki daya tarik yang cukup tinggi dalam berbagai macam genre yang dihasilkan saat ini. Film juga memiliki klasifikasi tersendiri dalam masyarakat, dimana mulai dari kalangan dewasa hingga anak-anak. Sampai saat ini film masih menjadi sesuatu yang sangat diminati, dapat dilihat dari masih banyaknya keinginan menonton film-film yang tengah muncul di bioskop maupun televisi. Selain itu beberapa genre film juga dapat dijadikan sebagai sebuah sarana yang memberikan pesan moral yang terkandung pada inti film kepada para penontonnya disamping sebagai sarana hiburan semata.

 Film merupakan produk karya seni dan budaya yang memiliki nilai guna karena bertujuan memberikan hiburan dan kepuasan batin bagi penonton, sehingga dapat membawa penontonya terbawa dalam suasana, seringkali efek yang dirasakan tidak hanya mendengar tetapi efeknya juga dapat berkelanjutan. Melalui sarana cerita itu, penonton secara tidak langsung dapat belajar merasakan dan menghayati berbagai permasalahan kehidupan yang sengaja ditawarkan pengarang sehingga produk karya seni dan budaya dapat membuat penonton menjadi manusia yang lebih arif dan dapat memanusiakan manusia.

 Film merupakan karya sinematografi yang dapat berfungsi sebagai alat cultural education atau pendidikan budaya. Meski pada awalnya film di perlakukan sebagai komoditi yang diperjual-belikan sebagai media hiburan, namun pada perkembangannya film juga kerap digunakan sebagai media propaganda, alat penerangan bahkan pendidikan. Dengan demikian film juga efektif untuk menyampaikan nilai nilai positif .

Film salah satu karya seni dan budaya yang dapat membawa penontonya terbawa dalam suasana. Film sebagai media komunikasi massa sering kali digunakan sebagai media yang menggambarkan kehidupan sosial yang ada dalam masyarakat. Film juga sering disebut sebagai gambar hidup yang digemari oleh seluruh lapisan masyarakat. Biasanya film dapat disaksikan di gedung - gedung biokop. Namun seiring perkembangan zaman film dapat disaksikan di rumah - rumah, tempat pertemuan, di lapangan terbuka dan lain – lain. Melalui film, masyarakat dapat melihat secara nyata apa yang terjadi di tengah-tengah masyarakat tertentu pada masa tertentu. Film dapat terkandung fungsi informatif maupun edukatif, bahkan persuasif.

Berbicara komunikasi, kurang lengkap apabila tidak membicarakan hal yang berkaitan dengan media komunikasi yaitu media massa. Media komunikasi baik media cetak, media elektronik, ataupun media internet juga sering menyajikan hasil review dari sebuah film. Khalayak bisa mendapatkan informasi mengenai sebuah film, mulai dari sinopsis cerita, sutradara dan juga info tentang artis-artis yang terlibat dalam proses pembuatan film. Selain itu, khalayak juga diberikan sebuah klasifikasi mengenai jenis dari sebuah film atau yang lebih kenal dengan istilah genre.

Kita tahu bahwa komunikasi merupakan suatu bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu dengan yang lainnya yang tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal namun juga non-verbal. Karena dalam mempersepsikan manusia, kita tidak hanya lewat bahasa verbal, akan tetapi juga melalui prilaku non-verbalnya. Jika komunikasi verbal itu menggunakan kata-kata, baik dalam bentuk percakapan ataupun tulisan, komunikasi non-verbal lebih banyak menggunakan lambang-lambang atau isyarat gerak tubuh. Melalui simbol-simbol tersebut, khalayak dapat menginterpretasikan makna yang terkandung di dalamnya. Dari situ kita bisa melihat bahwa film dapat menjadi media komunikasi yang baik dalam menyampaikan pesan baik verbal ataupun non-verbal. Penyebaran informasi atau pesan melalui film, bisa menjadi salah satu komunikasi efektif kepada khalayak atau komunikan dalam jumlah banyak.

Komunikasi digunakan dalam arti yang sangat luas untuk menampung semua prosedur yang bisa digunakan oleh satu pikiran untuk mempengaruhi pikiran lainnya. Adapun tujuan dari komunikasi adalah sebagai suatu usaha untuk mempengaruhi tingkah laku sasaran (tujuan) komunikasi (atau penerima pesan). Apabila suatu proses tidak dapat menyampaikan makna yang diinginkan maka proses komunikasi dianggap tidak efektif atau bahkan gagal.

Disadari atau tidak, film adalah bahasa komunikasi yang paling cepat ditangkap oleh manusia, sehingga melalui film, kita dapat mengerti apa visi dan misi yang diemban cerita film tersebut, atau lazim disebut amanat film. Proses produksinya saja juga merupakan hasil karya yang sempurna, dimana terdapat komunikasi yang mengalir (suara dan gambar), sehingga tak jarang film digunakan sebagai alat komunikasi massa yang bertujuan untuk hal yang kita inginkan. Sebuah film terdapat sejumlah tanda dan makna untuk mengemukakan dan menemukan makna di balik setiap tanda dalam scenenya.

Berdasarkan latar belakang, maka peneliti sangat tertarik untuk meneliti sebuah film yang disutradarai oleh [Ryan](http://www.imdb.com/name/nm1867722/?ref_=ttfc_fc_dr1) Murphy “*The Normal Heart*” sebagai objek penelitian. Film ini dipilih oleh peneliti bukan tanpa alasan, tetapi dengan melihat banyaknya tanda yang terkandung dalam film tersebut. Film ini merupakan sebuah film drama yang mengangkat cerita tentang kaum gay dan juga HIV-AIDS.

Film *“The Normal Heart*” memiliki plot serta karakter pemain yang kuat dan berbeda, juga terkandung efek emosional pada setiap adegannya. Kehidupan kota New York yang dipenuhi oleh kaum homoseksual menjadi sorotan utama, dimana para kaum ini membentuk sebuah komunitas atau kelompok yang ingin identitas nya diakui oleh pemerintah.

*“The Normal Heart.”* dapat dikatakan merupakan salah satu film Barat yang berkualitas. Dari sekian banyak film Barat yang serupa, memiliki tingkat kualitas yang sama dikenal khalayak seperti *Philadelphia*, *Dallas Buyers Club*, *And The Band Played On*, dapat dilihat bahwa pada dasarnya film “*The Normal Heart*” ini sarana sosialisasi kepada seluruh khalayak dunia dalam memperingati HIV AIDS dan membuat penonton lebih *aware* mengenai HIV/AIDS, bagaimana pencegahannya, atau bagaimana cara penularannya. Ketika penonton sudah memahaminya, tidak ada diskriminasi terhadap mereka yang mengidap HIV/AIDS. Maka dengan demikian peneliti mengambil judul “**ANALISIS SEMIOTIKA PADA FILM THE NORMAL HEART**”

Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

* + 1. **Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka yang menjadi perhatian utama adalah :

**“Bagaimana analisis semiotika pada film The Normal Heart?”**

* + 1. **Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian tersebut, maka penulis dapat mengidentifikasikan menjadi beberapa pertanyaan penelitian:

1. Bagaimana makna penanda *(signifier)* yang ditampilkan pada adegan – adegan film *“The Normal Heart”?*
2. Bagaimana makna petanda *(signified)* yang ditampilkan pada adegan – adegan film “*The Normal Heart*”?
3. Bagaimana realitas sosial yang ditampilkan pada adegan dalam film “*The Normal Heart*”?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penanda *(signifier)* yang ditampilkan pada adegan – adegan film *“The Normal Heart”*
2. Untuk mengetahui petanda *(signified)* yang ditampilkan pada adegan-adegan film “*The Normal Heart*”
3. Untuk mengetahui realitas sosial yang ditampilkan pada adegan dalam film “*The Normal Heart*”

Kegunaan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualiatif dengan menggunakan analisis semiotika. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Sesuai dengan tema yang diangkat, maka kegunaan ini terbagi menjadi dua, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis. Secara umum diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya pada kajian jurnalistik.

1.4.1 **Kegunaan Teoritis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan kajian studi Ilmu Sosial khususnya Ilmu Komunikasi bidang Jurnalistik dan dapat dijadikan kontribusi serta bahan rujukan bagi mahasiswa yang ingin mengadakan penelitian komunikasi khususnya mengenai analisis semiotika film .
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan secara umum mengenai pola komunikasi yang dapat dilakukan melalui sebuah film
3. Dapat memberikan manfaat tentang penggunaan metode semiotika khususnya semiotika Saussure dalam mengungkapkan setiap tanda yang ada pada adegan film ini.

1.4.2 **Kegunaan Praktis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan dalam bidang komunikasi dan jurnalistik terutama mengenai semiotika pada film.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan kepekaan mahasiswa, serta menjadi sebuah parameter tentang perubahan kehidupan masyarakat dengan menelaah segi interaksi sosial, menambah wawasan mengenai analisis fenomena sosial secara kritis dalam kajian analisis semiotika.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang berguna bagi masyarakat tentang karya komunikasi visual film yang dijadikan sebagai alat untuk menyampaikan kritik sosial.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran memberikan gambaran singkat mengenai tahapan penelitian dari tahap awal hingga akhir. Dasar pemikiran yang peneliti ambil dalam rangka untuk memecahkan masalah yang telah dikemukakan diatas, peneliti memerlukan kerangka pemikiran yang masih relevan dengan masalah yang sedang diteliti yang mempunyai kemampuan dalam menangkap, menerangkan dan menunjukkan perspektif masalah penelitian yang telah diidentifikasi di atas. Sebagaimana diketahui, ilmu merupakan kesinambungan kegiatan yang dirintis oleh pakar ilmiah sebelumnya.

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

Menurut **Effendy** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek,** menyatakan;

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

Film merupakan salah satu media komunikasi yang berusaha menyampaikan pesan lewat perpaduan apik antara audio, visual, bergerak dan juga suara musik yang dihadirkan lewat komposisi teknik kamera dan sejumlah teknologi yang membuatnya menjadi gambar bergerak. Perpaduan tersebut membuat semua unsur itu menjadi hal yang tidak bisa dipisahkan dalam film.

Film ”*The Normal Heart*” menjadi objek dalam penelitian ini, dan untuk memahami makna dalam film tersebut, penelitian ini menggunakan Teori Konstruksi Realitas Sosial dari **Peter L. Berger** dan **Thomas Luckman** melalui bukunya ***The Social Construction Of Reality dan The Treatise In The Sociological of Knowledge****,* mengatakan bahwa :

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

Teori ini menjelaskan tentang masyarakat atau kelompok sosial dimana kita termasuk di dalamnya, memiliki pandangan hidup tentang dunia. Artinya melalui interaksi dengan orang lain, manusia mengkonstruksi realitas, yaitu mempelajari cara untuk menafsirkan pengalaman hidup manusia yang lainnya sehingga pada gilirannya melandasi tindakan mereka.

Peter L.Burger dan Thomas Luckman menjelaskan konstruksi sosial atas realitas terjadi secara simultan melalui tiga tahap, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Tiga proses ini terjadi antara individu satu dengan individu lainnya dalam masyarakat. Substansi teori konstruksi sosial media massa adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan sebenarnya merata. Realitas yang terkontruksi itu juga membentuk opini massa.

Teori konstruksi realitas sosial sendiri berpandangan bahwa masyarakat yang memiliki kesamaan budaya akan memiliki pertukaran makna yang berlangsung secara terus menerus. Secara umum, setiap hal akan memiliki makna yang sama bagi orang-orang yang memiliki kultur yang sama. Misalnya, tanda larangan berhenti dijalan, memiliki makna yang akan sama bagi setiap orang.

***Berger*** dan ***Luckman*** yang dikutip ***Morissan*** dalam buku ***Teori Komunikasi Massa***menyebutkan bahwa :

**Tanda larangan itu memiliki simbol makna yang objektif karena orang kerap menginterpretasikan secara biasa-biasa saja. Namun ada beberapa hal lainnya yang merupakan makna subjektif. Hal ini disebut tanda. (2010:135)**

Model semiotik yang peneliti pakai adalah model dari Ferdinand De Saussure (1857-1913). Dalam teori ini semiotika dibagi menjadi dua bagian (dikotomi) yaitu penanda *(signifier)* dan petanda *(signified).* Penanda dilihat sebagai bentuk / wujud fisik dapat dikenal melalui wujud karya arsitektur, sedangkan 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 konvesi, biasa disebut signifikasi. Kesepakatan sosial diperlukan untuk dapat memaknai tanda tersebut. Menurut Saussure tanda terdiri dari : Bunyi-bunyian dan gambar, biasa disebut *signified* atau petanda.

Tanda adalah kesatuan dari suatu bentuk penanda *(signifier)* dengan sebuah ide atau petanda (*signified*). Dengan kata lain, penanda adalah “bunyi yang bermakna” atau “coretan yang bermakna”. Jadi penanda adalah aspek material dari bahasa : apa yang dikatakan atau di dengan dan apa yang ditulis atau dibaca.

**Bartens** yang dikutip **Sobur** dalam bukunya **Semiotika Komunikasi** mengatakan : **petanda adalah gambaran mental, pikiran atau konsep. Jadi petanda adalah aspek mental dari Bahasa (2010:180). K**edua unsur tadi tidak bisa dilepaskan. Tanda bahwa selalu mampunyai dua segi : penanda atau petanda *signifier* atau *signified ; significant* atau *signifie*.

**Saussure** yang dikutip **Sobur** dalam bukunya **Semiotika Komunikasi** menjelaskan:

**Suatu penanda tanpa petanda tidak berarti apa – apa karena itu tidak merupakan tanda. Sebaliknya, suatu petanda tidak mungkin disampaikan atau ditangkap lepas dari penanda :petanda atau yang ditandakan itu termasuk tanda sendiri dan dengan demikian merupakan suatu factor linguistic, “penanda dan petanda merupakan kesatuan, seperti dua sisi dari sehelai kertas” (2003:46)**

 Dalam berkomunikasi, seseorang menggunakan tanda untuk mengirim makna tentang objek dan orang lain akan menginterpretasikan tanda tersebut. Objek bagi Saussure disebut “referent”. Hampir serupa dengan Pierce yang mengistilahkan interpretant untuk signified dan objek untuk signifier, bedanya Saussure memaknai “objek” sebagai referent dan menyebutkannya sebagai unsur tambahan dalam proses penandaan.

Bahasa adalah suatu sistem atau struktural tanda-tanda. Karena itu bahasa mempunyai satuan-satuan yang bertingkat-tingkat, mulai dari fonem, morfem, klimat, hingga wacana. Unsur-unsur dalam setiap tingkatan tersebut saling menjalin melalui cara tertentu yang disebut dengan hubungan paradigmatik dan sintakmatik. Relasi atau hubungan-hubungan antara unsur dan tingkatan itulah yang sesungguhnya membangun suatu bahasa. Relasi menentukan nilai, makna, pengertian dari setiap unsur dalam bangunan bahasa secara keseluruhan.

**Saussure** yang dikutip **Sobur** dalam bukunya **Semiotika Komunikasi,** menyatakan bahwa :

**Bahasa itu merupakan suatu sistem tanda (sign). Suara-suara, baik suara manusia, binatang atau bunyi-bunyian, hanya bisa dikatakan sebagai bahasa atau berfungsi sebagai bahasa bilamana suara atau bunyi tersebut dapat mengekspresikan, menyatakan atau ide-ide, pengertian-pengertian tertentu. Untuk itu, suara-suara tersebut harus merupakan bagian dari sebuah sistem konvesi, sistem kesepakatan dan merupakan bagian dari sebuah sistem tanda. (2013:46)**

Bahasa adalah sebuah fakta sosial. Sebagai fakta sosial, Bahasa bersifat laten, Bahasa bukanlah gejala-gejala permukaan melainkan sebagai kaidah – kaidah yang menentukan gejala-gejala permukaan, yang disebut *langue*. Langue tersebut termanifestasikan sebagai parole, yakni tindakan berbahasa atau tuturan secara individual

Ada lima pandangan dari Saussure yang dikemudian hari menjadi peletak dasar dari strukturalisme *Levi-Strauss*, yaitu pandangan tentang :

1. *Signifier* (penanda) dan *signified* (petanda)
2. *Form* (bentuk) dan *Content* (isi),
3. *Langue* (bahasa) dan *Parole* (tuturan, ujaran)
4. *Synchronic* (sinkronik) dan *Diachronic* (diakronik)
5. *Syntagmatic* (sintagmatik) dan *Associtive* (paradigmatik).

**Saussure** yang dikutip **Sobur** dalam bukunya **Semiotika Komunikasi** menjelaskan :

**Dengan ini De Saussure berusaha melihat tanda sebagai sebuah kesatuan antara dua entitas mental yang terdiri atas signifiant (signifier atau penanda) yaitu image acoustique atau citra bunyi dan signfie (signified atau penanda) yang disebutnya sebagai konsep. (2013:46)**

Menurut **Saussure** yang dikutip **Sobur** dalam bukunya **Semiotika Komunikasi** mengatakan bahwa, **“Semiotika atau Semiologi merupakan sebuah ilmu yang mengkaji kehidupan tanda-tanda ditengah masyarakat”. (2013:12)**

Gambar 1.1 Visualisasi model Saussure

Tanda

Petanda (konsep/ mental)

Penanda (eksistensi fisik dari tanda)

Realitas Eksternal

**Sumber : Fiske, John, 1990:66. *Cultural and Communications studies.***

Suatu bentuk penanda (*signifier*) dengan sebuah ide atau petanda (*signified*) merupakan kesatuan dari suatu tanda. Dengan kata lain, penanda adalah “bunyi yang bermakna” atau “coretan yang bermakna”.

Jadi, penanda adalah aspek material dari bahasa, apa yang dikatakan atau didengar dan apa yang ditulis atau dibaca. Petanda adalah gambaran mental, pikiran, atau konsep. Jadi petanda adalah aspek mental dari bahasa. Dalam tanda bahasa yang konkret, kedua unsur tersebut tidak bisa dilepaskan.

Menurut **Saussure** yang dikutip **Sobur** dalam bukunya **Semiotika Komunikasi** mengatakan bahwa,

**Tanda bahasa selalu mempunyai dua segi, yaitu : penanda (*signifier)* dan petanda *(signified)*. Satu penanda tanpa petanda tidak berarti apa-apa dan karena itu tidak merupakan tanda. Sebaliknya suatu petanda tidak mungkin disampaikan atau ditangkap lepas dari penanda, petanda atau yang ditandakan itu termasuk tanda sendiri dan dengan demikian merupakan suatu faktor linguistik. (2013:46).**

 Petanda tidak mungkin disampaikan atau ditangkap lepas dari penanda. Proses pertanda dan penanda, maka akan menghasilkan realitas eksternal atau penanda. Realitas eksternal adalah segala bentuk realitas yang terjadi pada diri dan luar diri kita. Realitas ini adalah segala fakta yang terjadi dan berlangsung di dalam kehidupan kita.

Setelah pembahasan kerangka pemikiran tersebut, di bawah ini akan dipaparkan bagan kerangka pemikiran dari penelitian yang peneliti lakukan. Hal ini bertujuan untuk memudahkan peneliti maupun pembaca untuk menjabarkan dan memberi batasan obyek yang diteliti agar tidak melebar dalam pembahasan dan praktek langsung dilapanganya.

Gambar 1.2 Bagan Kerangka Pemikiran

 ANALISIS SEMIOTIKA FILM

 “*THE NORMAL HEART”*

Teori Konstruksi Realitas Sosial

(Peter L. Berger dan Thomas Luckman)

Model

Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure

Penanda *(Signifier)*

* Citra / *Visual*
* Bahasa (Dialog)
* Adegan

Petanda *(Signified)*

* Konsep

Interpretasi Peneliti

Realitas Eksternal

* Contoh dalam kehidupan nyata

Sumber : Peter.L.Berger dan Thomas Luckman, Ferdinand de Saussure :

Modifikasi Peneliti serta Pembimbing

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*).

* + 1. **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.

* + 1. **Tipe Komunikasi**

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

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

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

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

1. **Komunikasi Intrapribadi**

**Komunikasi Intrapribadi adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik disadari atau tidak,**

1. **Komunikasi Aantarpribadi**

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

1. **Komunikasi Kelompok**

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

1. **Komunikasi Publik**

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

1. **Komunikasi Organisasi**

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

1. **Komunikasi Massa**

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

**(2005:72-75)**

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

Komunikasi Massa

* + 1. **Pengertian Komunikasi Massa**

 Komunikasi massa dewasa ini dapat kita jangkau hampir dimana saja. Melalui televisi, surat kabar, atau gadget seperti telepon pintar kita dapat mengakses berbagai bentuk media massa dan komunikasi massa yang kita inginkan. Bentuknya pun bisa bermacam-macam. Sama seperti fungsinya yang umum dicari orang, yaitu untuk menghibur dan memberi informasi, kita dapat memilih jenis komunikasi massa apakah itu untuk memberi informasi, atau pun untuk menghibur. Kemampuan untuk menjangkau ribuan, atau bahkan jutaan orang merupakan ciri dari komunikasi massa (*mass communication*), yang dilakukan melalui medium massa seperti televisi atau koran. Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses penggunaan sebuah media massa untuk mengirim pesan kepada audien yang luas untuk tujuan memberi informasi, menghibur, atau membujuk.

 Komunikasi dalam proses komunikasi massa selain merupakan sumber informasi, mereka juga berperan sebagai *gate keeper,* Yaitu berperan untuk menambah, mengurangi, menyederhanakan, mengemas agar semua informasi yang disebarkan lebih mudah dipahami oleh *audiens-*nya. Pelaksanaan peran *gate keeper* dipengaruhi oleh ekonomi, pembatasan legal, batas waktu, etika pribadi dan profesionalitas, kompetisi diantara media, dan nilai berita. **Cangara** dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi** 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)**

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

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh **Bittner** yang dikutip dari buku **Komunikasi Massa: Suatu Pengantar** karya **Ardianto, Komala dan Karlinah**, yakni :

**Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang *(mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people.)* (2014:3)**

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar di lapangan luas yang dihadiri oleh ribuan, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa.

Menyimak berbagai definisi komunikasi massa yang dikemukakan para ahli komunikasi, tampaknya tidak ada perbedaan yang mendasar atau prinsip, bahkan definisi – definisi itu satu sama lain saling melengkapi. Hal ini telah memberikan gambaran yang jelas mengenai pengertian komunikasi massa, bahwa inti dari proses komunikasi ini adalah media massa sebagai salurannya untuk menyampaikan pesan kepada komunikan untuk mencapai tujuan tertentu secara masal.

* + 1. **Karakteristik Komunikasi Massa**

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

* 1. **Komunikator pada komunikasi massa terlembaga. Media massa sebagai saluran komunikasi massa itu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.**
	2. **Pesan bersifat umum. Pesan ini bersifat umum karena ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu.**
	3. **Komunikan komunikasi massa bersifat anonim dan heterogen. Komunikan dari komunikasi massa bersifat heterogen yakni tidak saling mengenal satu sama lain (anonim) dan berasal dari seluruh status sosial, umur, jenis kelamin, agama, ras, suku, budaya dan lain-lain.**
	4. **Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan. Jumlah sasaran komunikan yang dicapai relative banyak dan tidak terbatas, menyebabkan terjadinya keserempakan dalam memperoleh pesan yang sama pada waktu yang bersamaan.**
	5. **Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan. Dimensi isi menunjukkan muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan melalui media massa.**
	6. **Komunikasi massa berlangsung satu arah. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog, sehingga komunikator tidak bisa mengetahui respon komunikan secara langsung.**
	7. **Stimulasi alat indra terbatas. Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada media cetak, pembaca hanya melihat, pada radio khalayak hanya mendengar, sedangkan pada media televisi, khalayak menggunakan indra penglihatan dan pendengaran.**
	8. **Umpan balik tertunda dan tidak langsung. Komunikator komunikasi massa tidak dapat dengan segera mengetahui bagaimana reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya. (2014:6)**

Pernyataan di atas menunjukan bahwa komunikasi massa memiliki perbedaan dengan komunikasi antarpesona maupun komunikasi kelompok. Perbedaannya terdapat dalam komponen-komponen yang terlibat di dalamnya dan proses berlangsungnya komunikasi tersebut seperti komunikasi massa dalam pelaksanaannya yang berlangsung satu arah, media massa saluran komunikasi merupakan lembaga, bersifat umum dan sasarannya pun beragam atau heterogen dan anonim.

* + 1. **Fungsi Komunikasi Massa**

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

1. ***Surveilance* (pengawasan)**
2. ***Interpretation* (penafsiran)**
3. ***Linkage* (Pertalian)**
4. ***Transmission of Value* (Penyebaran nilai-nilai)**
5. ***Entertainment* (Hiburan). (2002:25)**

Enam fungsi komunikasi massa yang dijelaskan oleh **Karlinah** dalam buku **Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi**, yakni:

1. **Fungsi Informasi.**
2. **Fungsi Pendidikan.**
3. **Fungsi Mempengaruhi.**
4. **Fungsi Proses pengembangan mental.**
5. **Fungsi Adaptasi lingkungan**
6. **Fungsi Memanipulasi Lingkungan. (2003:34)**

Dikemukakan oleh **McQuail** dalam  ***Teori Komunikasi Massa*** bahwa fungsi komunikasi massa ada dua kategori:

1. **Fungsi komunikasi massa untuk masyarakat**
2. **Fungsi komunikasi massa untuk individu. (1994:61)**

Kedua kategori tersebut dapat di uraikan sebagai berikut :

**McQuail** menyatakan bahwa fungsi komunikasi massa untuk masyarakat meliputi:

1. **Informasi:**
2. **Menyediakan informasi tentang peristiwa dan kondisi dalam masyarakat dan dunia.**
3. **Menunjukkan hubungan kekuasaan.**
4. **Memudahkan inovasi, adaptasi dan kemajuan.**
5. **Korelasi:**
6. **Menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi.**
7. **Menunjang otoritas dan norma-norma yang mapan.**
8. **Melakukan sosialisasi.**
9. **Mengkoordinasi beberapa kegiatan. Membentuk kesepakatan.**
10. **Menentukan urutan prioritas dan memberikan status.**
11. **Kesinambungan:**
12. **Mengepresikan budaya dominan dan mengakui keberadaan kebudayaan khusus *(subculture)* serta perkembangan budaya baru.**
13. **Meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai.**
14. **Hiburan:**
15. **Menyediakan hiburan, pengalihan perhatian, dan sarana relaksasi.**
16. **Meredakan ketegangan.**
17. **Mobilisasi:**

**Mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, perang, pembangunan ekonomi, pekerjaan dan kadang kala juga dalam bidang agama. (1994:10)**

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. Sedangkan fungsi komunikasi massa untuk individu meliputi :

1. **Informasi:**
2. **Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia.**
3. **Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat dan hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.**
4. **Memuaskan rasa ingin tahu dan minat minum.**
5. **Belajar, pendidikan diri sendiri.**
6. **Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.**
7. **Identitas pribadi:**
8. **Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi.**
9. **Menemukan model perilaku.**
10. **Mengidentifikasikan diri dengan nilai-nilai lain (dalam media).**
11. **Meningkatkan pemahamna tentang diri-sendiri.**
12. **Integrasi dan interaksi:**
13. **Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain; empati.**
14. **Mengidentifikasikan diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki.**
15. **Menemukan bahan percakapan dan interkasi.**
16. **Memperoleh materi liputan selain dari manusia.**
17. **Membantu menjalankan peran.**
18. **Memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak–keluarga, materi liputann, dan masyarakat.**
19. **Hiburan:**
20. **Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan.**
21. **Bersantai.**
22. **Memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis.**
23. **Mengisi waktu. Penyaluran emosi. (1994:22)**

Jurnalistik

* + 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

* + 1. 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.

* + 1. 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. (2013:171)**

* + 1. 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)**

Media Massa

* + 1. Pengertian Media Massa

Istilah media massa merujuk pada alat atau cara terorganisir untuk berkomunikasi secara terbuka dan salam jarak jauh kepada banyak orang dalam jarak waktu yang ringkas. Media massa bukan sekedar alat semata-mata, melainkan juga institusional dalam masyarakat sehingga terjadi proses pengaturan terhadap alat itu oleh warga masyarakat melalui kekuasaan yang ada maupun

melalui kesepakatan-kesepakatan lain.

 Definisi Media massa dikemukakan oleh **Nurudin** yang dikutip dari buku **Pengantar Komunikasi Massa,** yakni:

**Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada audiens yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang bersamaan.(2007:9)**

Sedangkan menurut **Asep Saepul**, dalam bukunya **Jurnalistik Pendekatan Teori dan Praktek**, didefinisikan :

**Media massa merupakan alat bantu utama dalam proses komunikasi massa. Sebab komunikasi massa sendiri secara sederhana adalah suatu alat transmisi informasi seperti koran, majalah, buku, film, radio dan televisi atau suatu kombinasi bentuk dari bentuk-bentuk media.(1999:173)**

Berdasarkan definisi tentang komunikasi massa yang telah dikemukakan para ahli komunikasi. Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab, awal perkembangannya saja, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa). Media massa (saluran) yang dihasilkan teknologi modern. Jadi, jelas media massa menunjuk pada hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa.

* + 1. Fungsi Media Massa

Seperti yang sudah dipaparkan sebelumnya mengenai fungsi komunikasi massa berarti berbicara mengenai fungsi media massa karena komunikasi massa itu sendiri berarti komunikasi melalui media massa. Ini berarti komunikasi massa tidak akan ditemukan maknanya kalau tidak melibatkan media massa sebagai elemen penting dalam komunikasi massa.

Menurut **Harold Laswell** yang dikutip **Nurudin** dalam buku **Pengantar Komunikasi Massa** secara garis besar media massa sebagai berikut:

* 1. **Fungsi Pengawasan**

**Menurutnya komunikasi massa dalam perjalanannya juga memiliki fungsi pengawasan kontrol sosial masyarakat) artinya media massa sebagai wahana untuk mencoba mengumpulkan, menyaring dan menyebarluaskan berita yang sekiranya perlu untuk diperhatikan oleh khalayak.**

* 1. **Fungsi Korelasi**

**Media massa dilihat sebagai penghubung antar komponen-komponen yang adadi dalam masyarakat**

* 1. **Fungsi Pewarisan**

**Sosial Media massa dianggap sebagai wahana pembelajaran dan pewarisan kebudayaan dari generasi yang satu ke generasi yang lain. Media dalam menyebarkan informasi juga mengandung unsur-unsur budaya, norma-norma yang akan menjadi bahan yang baik dalam pembelajaran dan pewarisan antar generasi.(2007: 64)**

* + 1. Karakteristik Media Massa

Menurut **Robert K. Avery**, yang dikutip **Wahyudi**, dalam bukunya **Media Komunikasi Massa Televisi,** memberikan karakteristik media massa dibandingkan dengan komunikasi tatap muka / face to face communication / interpersonal communication yang digolongkan enam macam, yaitu :

1. **Komunikator tidak dapat berhubungan langsung dengan massa komunikan, karena saluran yang dipakai adalah media eletronik atau media cetak. Komunikasi tatap muka antara komunikator dan komunikan dapat berhubungan langsung.**
2. **Sistem komunikasi massa sangat kompleks dibandingkan dengan komunikasi tatap muka.**
3. **Komunikasi pada komunikasi tatap muka dapat berlangsung dua arah, atau komunikan dapat memberikan feedback secara langsung.**
4. **Pesan singkat dari komunikator melalui media massa dapat diterima oleh massa komunikan, dengan demikian media massa sangat efektif bila digunakan untuk media iklan.**
5. **Komunikan pada komunikasi massa bersifat heterogen, anonim, dan luwes tersebar luas, meskipun pada umumnya komunikan mempunyai persamaan perhatian, kepentingan dan orientasi.**
6. **Media massa dapat mengirimkan pesan kepada komunikan yang berbeda tempat diseluruh dunia secara mendadak dan berurutan.(1986:45- 46)**
	* 1. Peran Media Massa

Peran media massa dalam kehidupan sosial, terutama dalam masyarakat modern tidak ada yang menyangkal, menurut **McQuail** dalam bukunya **Teori Komunikasi Massa** ada enam perspektif dalam hal melihat peran media, yakni :

1. **Melihat media massa sebagai window on event and experience. Media dipandang sebagai jendela yang memungkinkan khalayak melihat apa yang sedang terjadi di luar sana. Atau media merupakan sarana belajar untuk mengetahui berbagai peristiwa.**
2. **Media juga sering dianggap sebagai *a mirror of event in society and the world,implying a faithful reflection.* Cermin berbagai peristiwa yang ada di masyarakat dan dunia, yang merefleksikan apa adanya. Karenanya para pengelola media sering merasa tidak “bersalah” jika isi media penuh dengan kekerasan,konflik, pornografi dan berbagai keburukan lain, karena memang menurut mereka faktanya demikian, media hanya sebagai refleksi fakta, terlepas dari suka atau tidak suka. Padahal sesungguhnya, angle, arah dan framing dari isi yang dianggap sebagai cermin realitas tersebut diputuskan oleh para professional media, dan khalayak tidak sepenuhnya bebas untuk mengetahui apa yang mereka inginkan.**
3. **Memandang media massa sebagai filter, atau gatekeeper yang menyeleksi berbagai hal untuk diberi perhatian atau tidak. Media senantiasa memilih issue, informasi atau bentuk content yang lain berdasar standar para pengelolanya. Disini khalayak “dipilihkan” oleh media tentang apa-apa yang layak diketahui dan mendapat perhatian.**
4. **Media massa acapkali pula dipandang sebagai guide, penunjuk jalan atau interpreter, yang menerjemahkan dan menunjukkan arah atas berbagai ketidakpastian atau alternatif yang beragam**
5. **Melihat media massa sebagai forum untuk mempresentasikan berbagai informasi dan ide-ide kepada khalayak, sehingga memungkin terjadinya tanggapan dan umpan balik**
6. **Media massa sebagai interlocutor, yang tidak hanya sekadar tempat berlalu lalangnya informasi, tetapi juga partner komunikasi yang memungkinkan terjadinya komunikasi interaktif. (2000:66)**

Pendeknya, semua itu ingin menunjukkan, peran media dalam kehidupan sosial bukan sekedar sarana diversion, pelepas ketegangan atau hiburan, tetapi isi dan informasi yang disajikan, mempunyai peran yang signifikan dalam proses sosial. Isi media massa merupakan konsumsi otak bagi khalayaknya, sehingga apa yang ada di media massa akan mempengaruhi realitas subjektif pelaku interaksi sosial.

* + 1. Bentuk-bentuk Media Massa

Media cetak yang dapat memenuhi kriteria sebagai media massa adalah surat kabar dan majalah. Sedangkan media elektronik yang memenuhi kriteria media massa adalah radio siaran, televisi, film, media on-line (internet). Menurut **J.B Wahyudi**, dalam bukunya **Teknologi Informasi dan Produksi Citra Bergerak**, yang termasuk ke dalam media massa, yaitu :

1. **Surat Kabar**
2. **Majalah**
3. **Radio Siaran**
4. **Televisi**
5. **Film(1986:134)**

Kelima media tersebut dinamakan “*The Big Five Of Mass Media*” (lima besar media massa), media massa sendiri terbagi dua macam, media massa cetak (printed media), dan media massa elektronik (electronic media). yang termasuk media massa elektronik adalah radio, TV, film, termasuk CD.

 Film

* + 1. Definisi Film

Bersama dengan radio dan televisi, film termasuk kategori media massa periodik. Artinya, kehadirannya tidak secara terus-menerus, tetapi berperiode dan termasuk media elektronik, yakni media yang dalam penyajian pesannya sangat bergantung pada adanya listrik. Sebagai media massa elektronik dan adanya banyak unsur kesenian lain, film menjadi media massa yang memerlukan proses yang lama dan mahal.

Menurut **Baskin** dalam bukunya **Membuat Film Indie Itu Gampang,** menyatakan,

**Film merupakan penjelmaan keterpaduan antara berbagai unsur, sastra, teater, seni rupa, teknologi, dan sarana publikasi. Dalam kajian media massa, film termasuk ke dalam jajaran seni yang ditopang oleh industri hiburan yang menawarkan impian kepada penonton yang ikut menunjang lahirnya karya film.(2003:3)**

Film merupakan salah satu media komunikasi massa karena merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan media dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal yang tersebar dimana mana dengan pesan yang disampaikan secara terbuka dan serentak serta menimbulkan efek tertentu.

* + 1. Fungsi Film

Tujuan khalayak menonton film terutama adalah ingin memperoleh hiburan. Akan tetapi dalam film dapat terkandung fungsi informatif maupun edukatif, bahkan persuasif. Hal ini pun sejalan dengan misi perfilman nasional sejak 1979, bahwa selain sebagai media hiburan, film nasional dapat digunakan sebagai media edukasi untuk pembinaan generasi muda dalam rangka nation and character building, hiburan. Menurut **Elvinaro** dalam bukunya **Komunikasi Massa: Suatu Pengantar** mengatakan,

**Fungsi edukasi dapat tercapai apabila film nasional memproduksi film-film sejarah yang objektif, atau film documenter dan film yang diangkat dari kehidupan sehari-hari yang berimbang.(2007:145)**

Dari semua cabang seni, film dapat dikatakan paling banyak mempengaruhi kehidupan manusia modern. Seorang kritikus film pernah berpendapat, **Gayus** mengatakan dalam bukunya **Sejarah Film Indonesia** bahwa **film dapat membawa kita ‘closer to heaven or closer to hell’, lebih dekat dengan surga atau lebih dekat dengan neraka.(2010:1)**

Yang dimaksud ialah bahwa film yang baik dapat mempunyai pengaruh yang sangat bermanfaat bagi kehidupan manusia. Umpamanya di bidang pendidikan, penerangan, dan hiburan yang sehat, juga seni. Sebaliknya film buruk, misalnya film-film yang menonjolkan porno dan kekerasan, dapat merangsang nafsu-nafsu kebinatangan dan membawa kita kejalan yang sesat.

* + 1. Jenis-jenis Film

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

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

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

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

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

1. **Film Dokumenter**

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

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

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

 Teori Konstruksi Sosial

Membahas teori konstruksi sosial (*social construction*), tentu tidak bisa terlepaskan dari bangunan teoretik yang telah dikemukakan oleh Peter L.Berger dan Thomas Luckmann. Peter L.Berger merupakan sosiolog dari New school for Social Reserach, New York, Sementara Thomas Luckman adalah sosiolog dari University of Frankfurt. Teori konstruksi sosial, sejatinya dirumuskan kedua akademisi ini sebagai suatu kajian teoretis dan sistematis mengenai sosiologi pengetahuan. Istilah konstruksi atas realitas sosial (*social construction of reality*) menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman melalui bukunya yang berjudul *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociological of Knowledge*. Ia menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif.

Menurut **Berger** dan **Luckman** dalam bukunya **Konstruksi Realitas Sosial**dan**Persoalan Sosiologi Pengetahuan**, mengatakan bahwa:

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

**Berger** dan **Luckman** dalam bukunya **Konstruksi Realitas Eksternal**yang diterjemahkan oleh Hasan Basari, menjelaskan bahwa teori konstruksi sosial adalah:

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

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

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

Sosiologi pengetahuan yang dikembangkan oleh Berger dan Luckman, mendasarkan pengetahuannya dalam dunia kehidupan sehari-hari masyarakat sebagai kenyataan. Bagi mereka kenyataan kehidupan sehari-hari dianggap menampilkan diri sebagai kenyataan *per-excelence* sehingga disebutnya sebagai kenyataan utama (*paramount*). Berger dan Luckman menyatakan 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.

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

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

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

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

1. Eksternalisasi adalah proses penyesusaian diri dengan dunia sosiokulutural sebagai produk manusia. Dimulai dari interaksi antara pesan iklan dengan individu pemirsa melalui tayangan televisi.

Tahap pertama ini merupakan bagian penting dan mendasar dalam satu pola interaksi antara individu dengan produk-produk sosial masyarakatnya. Yang dimaksud dalam proses ini ialah ketika suatu produk sosial telah menjadi sebuah bagian penting dalam masyarakat yang setiap saat dibutuhkan oleh individu, maka produk sosial itu menjadi bagian penting dalam kehidupan seseorang untuk melihat dunia luar.

1. Objektivitas adalah tahap dimana interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi. Pada tahap ini, sebuah produk sosial berada pada proses institusionalisasi, sedangkan individu memanifestasikan dalam produk-produk kegiatan manusia yang tersedia, baik bagi produsen-produsennya maupun bagi orang sebagai unsur dari dunia bersama.

Objektivitasi ini bertahan lama sampai melampaui batas tatap muka dimana mereka bisa difahami secara langsung. Dengan demikian individu melakukan objektivitasi terhadap produk sosial, baik penciptanya maupun individu lain, kondisi ini berlangsung tanpa mereka harus saling bertemu. Artinya, proses ini bisa terjadi melalui penyerahan opini masyarakat yang berkembang di masyarakat melalui diskursus opini masyarakat tentang produk sosial, dan tanpa harus terjadi tatap muka antar individu dan pencipta produk.

1. Internalisasi adalah proses dimana individu mengidentifikasikan dirinya dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya.

Terdapat dua pemahaman dasar dari proses internalisasi secara umum; pertama bagi pemahaman mengenai ‘sesama saya’ yaitu pemahaman mengenai individu dan orang lain; kedua, pemahaman mengenai dunia sebagai sesuatu maknawi dari kenyataan sosial.

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

 Semiotika

 Semiotika, menurut **Sobur** dalam bukunya **Semiotika Komunikasi**, definisi semiotika “**Ilmu yang mengkaji tanda-tanda, yakni sistem apapun yang memungkinkan kita memandang entitas-entitas tertentu sebagai tanda-tanda atau sebagai yang bermakna”. (2013:4)**

 Tanda-tanda adalah segala sesuatu yang kita gunakan dalam upaya mencari jalan di dunia ini, di tengah manusia dan bersama-sama manusia.

Dikatakan **Hawkes** yang dikutip **Budiman** dalam bukunya **Semiotika Visual ;**

**Sampai saat ini, bidang-bidang studi semiotika sangatlah beragam, mulai dari kajian perilaku komunikasi hewan (*zoosemiotics*) sampai dengan analisis atas sistem-sistem pemaknaan seperti komunikasi tubuh (kinesik dan proksemik), tanda tanda bebauan (*olfactory signs*), teori estetika, retorika, dan seterusnya. (1978:124)**

 Semiotika yang biasanya didefinisikan sebagai pengkajian tanda – tanda (*the study of signs*) pada dasarnya merupakan sebuah studi atas kode-kode, yaitu system apapun yang memungkinkan untuk memandang entitas-entitas tertentu sebagai tanda-tanda atau sebagai sesuatu yang bermakna.

Secara terminologi semiotik dapat di definisikan sebagai ilmu tentang tanda-tanda. Ilmu ini menganggap bahwa fenomena sosial/masyarakat dan kebudayaan itu merupakan bentuk dari tanda-tanda. Semiotika juga mempelajari sistem-sistem, aturan-aturan, konvensi-konvensi, yang memungkinkan tanda-tanda tersebut memiliki arti.

Menurut **Barthes** yang dikutip oleh **Sobur** dalam bukunya **Semiotika Komunikasi,** yaitu :

**Semiotika pada dasarnya mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda**.**(2013:41)**

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

 Menurut Saussure semiology merupakan sebuah ilmu yang mengkaji mengenai kehidupan tanda-tanda di tengah masyarakat. Saussure lebih memfokuskan perhatiannya langsung pada tanda itu sendiri. Bagi Saussure, tanda merupakan objek fisik dengan sebuah makna atau untuk menggunakkan istilahnya, tanda seperti yang kita persepsi tulisan diatas kertas atau suara diudara. Penanda adalah konsep mental yang diacukan petanda. Konsep mental ini secara luas sama pada semua anggota kebudayaan yang sama yang menggunakan bahasa yang sama.

 Semiotika Ferdinand de Saussure

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

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

Menurut **Saussure** yang dikutip **Sobur** dalam buku **Semiotika Komunikasi,** menjelaskan bahwa:

**Bahasa itu merupakan suatu system tanda (*sign*). Suara-suara, baik suara manusia, binatang atau bunyi-bunyian, hanya bisa dikatakan sebagai bahasa atau berfungsi sebagai bahasa bilamana suara atau bunyi tersebut mengekspresikan, menyatakan, atau menyampaikan ide-ide, pengertian-pengertian tertentu (2009:46)**

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

**Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda (*sign*), berfungsinya tanda dan produksi makna. Tanda adalah sesuatu yang bagi seseorang berarti sesuatu yang lain.(2009:12)**

Menurut **Budiman** yang dikutip oleh **Sobur** dalam bukunya **Semiotika Komunikasi**, definisi semiologi Saussure adalah “**sebuah ilmu yang mengkaji kehidupan tanda-tanda di tengah masyarakat.”**

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

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

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

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