**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Komunikasi**

 Komunikasi adalah suatu proses dimana seseorang atau beberapa orang , kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain. Pada umumnya komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan gerak-gerik badan, menunjukan sikap tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, mengangkat bahu. Komunikasi seperti ini disebut dengan komunikasi nonverbal.

**2.1.1 Pengertian Komunikasi**

 Komunikasi (*communication),*secara etimologis atau menurut asal katanya adalah dari bahasa Latin*communicatus*, dan perkataan ini bersumber pada kata *communis* Dalam kata*communis* ini memiliki makna ‘berbagi’ atau ‘menjadi milik bersama’ yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna.

Komunikasi secara terminologis merujuk pada adanya proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Jadi dalam pengertian ini yang terlibat dalam komunikasi adalah manusia. Karena itu merujuk pada pengertian **Ruben** dan **Steward**(1998:16) mengenai komunikasi manusia yaitu:

**“Bahwa komunikasi manusia adalah proses yang melibatkan individu-individu dalam suatu hubungan, kelompok, organisasi dan masyarakat yang merespon dan menciptakan pesan untuk beradaptasi dengan lingkungan satu sama lain.”**

Untuk memahami pengertian komunikasi tersebut sehingga dapat dilancarkan secara efektif dalam **Effendy** (1994:10) bahwa para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh **Harold Lasswell** dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society.* Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut : *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*

Paradigma **Lasswell** di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu,yaitu:

1. **Komunikator (siapa yang mengatakan?)**
2. **Pesan (mengatakan apa?)**
3. **Media (melalui saluran/ *channe*l/media apa?)**
4. **Komunikan (kepada siapa?)**
5. **Efek(dengandampak/efekapa?). (1994:10)**

 Jadi berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, secara sederhana proses komunikasi adalah pihak komunikator membentuk *(encode)* pesan dan menyampaikannya melalui suatu saluran tertentu kepada pihak penerima yang menimbulkan efek tertentu.

**2.1.2 Proses Komunikasi**

Proses komunikasi adalah bagaimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan sehingga dapat menciptakan suatu persamaan makna antara komunikan dan komunikatornya. Proses komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif ( sesuai dengan tujuan dari komunikasi itu sendiri). Proses komunikasi dapat terjadi apabila ada interaksi antar manusia dan ada penyampaian pesan untuk mewujudkan motif komunikasi.

 Dalam sebuah komunikasi itu harus melaui proses terlebih dahulu, **Effendy** dalam bukunya yang berjudul **“Ilmu Komunikasi teori dan Praktek”,** menjelaskan bahwa proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yaitu secara primer dan secara sekunder.

1. **Proses Komunikasi Secara Primer**

**Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*Symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya. Yang secara langsung dapat “menerjemahkan” pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahwa bahasa yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi adalah jelas karena hanya bermasalah yang mampu “menerjemahkan” pikiran seseorang kepada orang lain.**

1. **Proses Komunikasi Secara Sekunder**

**Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya, karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan masih banyak lagi media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. Dengan demikian, proses komunikasi secara sekunder menggunakan media yang diklasifikasikan sebagai media massa (*mass media) dan media nirmassa atau nonmassa (massa media).* (2005:1).**

 Untuk mengetahui dan memperjelas bahasan tentang proses komunikasi, **Effendy** dalam bukunya yang berjudul **Ilmu Komuniksi Teori dan Praktek**  menggambarkan skema dari proses komunikasi, sebagi berikut :

Gambar 2.2

*Unsur-unsur dalam proses komunikasi*

**

 Penegasan tentang unsur-unsur dalam proses komunikasi itu adalah sebagai berikut :

1. Sender : Komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
2. Encoding : Penyajian , yakni proses pengalihan pikiran kedalam bentuk lambang
3. Message : Pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampikan oleh komunikator.
4. Media : Saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.
5. Decoding : yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan komunikator kepadanya.
6. Receiver : Komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
7. Response : Tanggapan, seperangkat reaksi pada pada komunikan setelah diterima pesan.
8. Feedback : umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.
9. Noise : Gangguan tidak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

**2.1.3 Tipe Komunikasi**

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

1. **Komunikasi Intrapribadi**

**Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik kita sadari atau tidak.**

1. **Komunikasi Antarpribadi**

**Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatapmuka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal atau nonverbal.**

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, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut.**

1. **Komunikasi Publik**

**Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak) yang tidak bisa dikenal satu persatu.**

1. **Komunikasi Organisasi**

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

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

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

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

**2.1.2 Komunikasi Massa**

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

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

**“Pesan yang dikomunikasikan melalui medai massa pada sejumlah besar orang (*Mass communication is messages communicated through a mass medium to large number of people).* (Rakhmat dkk. 1999).”**

**Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek** karangan **Effendi** menyebutkan bahwa komunikasi massa memiliki pengertian yaitu:

**“Komunikasi yang menggunakan media massa.” (1984: 20)**

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

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

**2.1.2.1 Ciri Komunikasi Massa**

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

* 1. **Komunikasi massa berlangsung satu arah. Ini berarti bahwa tidak terdapat arus balik dari komunikan ke komunikatornya. Dengan kata lain komunikatornya tidak mengetahui tanggapan para pembacanya atau penontonnya tentang pesan yang ia sampaikan.**
	2. **Komunikator pada komunikasi massa terlembaga. Media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga, yakni suatu institusi atau organisasi. Oleh karena itu komunikatornya melembaga.**
	3. **Pesan bersifat umum. Pesan ini bersifat umum karena ditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum.**
	4. **Media komunikasi massa menimbuklakan keserempakan. Ciri lain dari komunikasi massa yaitu kemampuannya untuk menimbulkan keserempakan pada pihak khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarkan.**
	5. **Komunikan komunikasi massa bersifat heterogen. Komunikan dari komunikasi massa bersifat heterogen yakni tidak saling mengenal satu sama lain dan berasal dari seluruh status sosial, umur, jenis kelamin, agama, ras, suku, budaya dan lain-lain (1984: 35).**
	6. **Umpan balik tertunda. Umpan balik sebagai respon memiliki faktor penting dalam bentuk komunikasi seringkali dapat dilihat dari feedback yang disampaikan oleh komunikan.**

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

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

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

**2.1.2.2 Fungsi Komunikasi Massa**

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

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

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

**2.2 Jurnalistik**

Secara teknis jurnalistik menurut **sumadiria** dalam **bukunya Jurnalistik** Indonesia, adalah :

**“Kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya”.(2005:3)**

Setiap orang pasti membutuhkan berita, karena berita digunakan untuk dua hal, yaitu untuk mengambil keputusan, dan yang kedua sebagai alat pertimbangan.

Oleh karena itu, hal-hal atau peristiwa-peristiwa yang bisa dijadikan obyek berita harus memenuhi beberapa syarat, iantaranya menarik, penting, aktual, faktual, serta disukai oleh khalayak. Jurnalistik adalah kegiatan pencarian berita untuk disebarkan kepada masyarakat, oleh karena itu, produk utama jurnalistik adalah berita. Sehingga semakin cepat berita di dapat, akan menjadi prestasi tersendiri bagi sebuah media.

 Jurnalistik adalah sebuah proses, yaitu bagaimana berita di dapatkan, diolah, hingga akhirnya disebarluaskan kepada masyarakat. Sehingga apa yang di sampaikan telah di cek dan dicari kebenaranya agar tidak menyesatkan penonton, pendengar, atau pembaca.

 Jurnalistik identik dengan pers, adapun hubungan diantara keduanya adalah bahwa pers merupakan lembaga yang menjalankan kegiatan jurnalistik. Seperti yang dikemukakan oleh **effendi** dalam bukunya **ilmu, teori dan filsafat komunikasi,**

**“Pers adalah lembaga, badan atau organisasi yang menyebarkan berita sebagai karya jurnalistik kepada khalayak. Pers dan jurnalistik dapat diibaratkan seperti jiwa dan raga, pers adalah aspek raga karena ia berwujud konkret, nyata. Oleh karena itu, ia dapat diberi nama, sedangkan jurnalistik adalah aspek jiwa. Karena ia abstrak, merupakan kegiatan, daya hidup, menghidupi aspek pers”.(2003:90)**

Berdasarkan pengertian diatas, pers dan jurnalistik merupakan sebuah paket yang berkaitan satu sama lain, dan tidak dapat terpisahkan. Karena saling mengisi satu sama lain.

**2.2.1 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,** menyebutkan bahwa**“jurnalistik” berarti pekerjaan mengumpulkan, menulis, mengedit dan menerbitkan berita di media cetak maupun di media elektronik (2001:482).**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**2.2.2 Bentuk Jurnalistik**

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

1. **Jurnalistik Media Cetak**

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

1. **Jurnalistik Media Elektonik Auditif**

 **Jurnalistik auditif yaitu jurnalistik radio siaran.**

1. **Jurnalistik Media Elektronik Audiovisual**

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

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

**2.2.3 Jenis – jenis Jurnalistik**

 Terdapat beberapa jenis jurnalistik yang dapat dijadikan acuan nahkan menjadi karakteristik (ciri khas) dari suatu media massa, baik media massa cetak ataupun media massa elektronik. Kategori jurnalistik ini ada yang bersifat baik (posistif) ada pula yang tidak baik (negatif). *Romli*  dalam bukunya yang berjudul **Jurnalistik Praktis** menjelaskan, bahwa jenis-jenis jurnalistik meliputi :

* 1. ***Jazz journalism*, yaitu jurnalistik yang mengacu pada pemberitaan hal-hal sensaional, menggemparkan, atau menggegerkan.**
	2. ***Adversary Journalism*, yaitu jurnalistik yang membawa misis pertentangan, yakni beritanya sering menentang kebijakan pemerintah atau penguasa.**
	3. ***Goverment-asay-so-journalism*, yaitu jurnalistik yang memberikan apa saja yang disiarkan pemerintah layaknya koran pemerintah**
	4. ***Checkbook Journalism*, yaitu jurnalistik yang untuk memperoleh bahan berita 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 memperjuangklan nilai-nilai tertentu.**
	7. ***Electronic Journalism*, yaitu pengetahuan tentang berita-berita yang didsarakan melalui media massa modern sepert televisis, radio kaset, film dan sebagainya.**
	8. ***Junket Journalism* (jurnalistik foya-foya), yaitu praktik jurnalistik yang tercela, yakni wartawan yang mengadakan perjalanan jurnalistik atas biaya dan 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 pada berita-berita kasak-kusuk dn isu yang kebenaranya masih sangat diragukan.**
	11. ***Development Journalism* (jurnalistik prmbsangunan), yaitu jurnalistik yang mengutamakan peranan pers dalam rangka poembangunan nasinal negara dan bangsanya.(1999:70)**

**2.3 Media Massa**

Komunikasi massa, dalam penyebaranya tentulah menggunakan media yang juga bersifat massa. Media adalah segala sarana komunikasi yang dipaka untuk mengantarkan dan menyebarluaskan pesan. Kata media berasal dari bahasa latin *medius* yang secara harfiah berarti tengah, perantara atau pengantar. Dalam pengertian komunikasi massa, media itu adalah surat kabar, majalah, radio, televisi, atau fil,. Jadi media massa modern merupakan produk teknologi modern yang selalu berkembang menuju kesempurnaan.

Media massa menurut **Romli** dalam **Kamus Jurnalistik** adalah :

**“Saluran, sarana atau alat yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa,yakni komunikasi yang diarahkan kepada orang banyak (chanel of mass communication)”. (2008:85)**

 Yang termasuk media massa terutama adalah surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film dan film sebagai lima besar media massa.

**2.3.1 Efek pesan Media Massa**

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

**2.4 Film Sebagai Sarana Komunikasi**

 **2.3.1 Pengertian Film**

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

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

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

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

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

Film merupakan salah satu karya seni pandang dan dengar yang digunakan sebagai sarana komunikasi antara pembuat cerita dengan khalayak. Film dapat menjadi suatu sarana pembelajaran yang baik, maupun buruk sesuai dengan pesan yang disampaikan dan yang ditangkap oleh penonton film tersebut. Film dapat mempengaruh khalayak, karena kemampuan dan kekuatan film menjangkau banyak segmen sosial. Dengan demikian, film menjadi salah satu media yang berpotensi untuk mempengaruhi fikiran penonton melalui sebuah cerita.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Film memiliki sejarah yang panjang dalam kajian para ahli komunikasi. Sebagai media massa, film digunakan sebagai media yang merefleksikan realitas atau bahkan membentuk realitas. Cerita yang ditayangkan melalui sebuah film dapat berbentuk fiksi atau nonfiksi. Melalui sebuah film, informasi dapat dikonsumsi dengan mendalam karena bentuk film adalah media audio visual. Media ini banyak digemari orang karena dapat dijadikan sebagai hiburan.

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

**2.3.2 Kategori Film**

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

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

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

Kelebihan film adalah karakternya yang audio visual menjadikan film lebih kuat dalam menyampaikan pesan kepada khalayak yang multikultur dan lintas kelas sosial. Perasaan dan pengalaman yang ada saat menonton film pun menjadikan film sebagai media yang istimewa karena dapat membuat penontonnya terbawa ke dalam film tersebut. Bagi para pembuat film, film merupakan meda representatif atas ide-ide kreatif yang dimiliki. Keakraban film terhadap khalayak menjadikan ide dan pesan pembuat film lebih mudah untuk diterima khalayak.

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

* 1. **Teori Konstruksi Sosial Atas Realitas**

Membahas teori konstruksi sosial atas realitas, tentu tidak bisa terlepaskan dari bangunan teoritik yang telah di kemukakan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman. Peter L. Berger merupakan sosiolog dari *new schoolfo social research, New York.* Sementara Thomas Luckman adalah sosiolog dari *university of frankfruit,* teori konstruksi sosial sejatinya dirumuskan kedua akademis ini sebagai suatu kajian teoritis dan sistematis mengeenai sosiologi pengetahuan.

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

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

 Penjelasan diatas dapat menyimpukan bahwa teori konstruksi sosial merupakan pengetahuan sosillogi dimana inplikasinya harus menekuni pengetahuan yang ada dalam masyarakat dan sekaligus proses – proses yang membuat setiap peringkat pengetahuan yang ditetapkan sebagai kenyataan. Sosiolog pengetahuan harus menekuni apa saja yang dianggap sebagai pengetahuan dalam masyarakat.

 **Basari dalam buku Tafsir Sosial Atas Kenyataan : Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan** terdapat beberapa asumsi dasar teori Konstruksi Sosial Berger dan Luckman. Adapun asumsi – asusmsi nya tersebut adalah :

* + 1. **Realitas merupakan hasil ciptaan manusia kreatif melalui**

 **kekuatan konstruksi sosial terhadap dunia sosial di sekelilingnnya**

* + 1. **Hubungan antara pemikiran manusa dan konteks sosial tempat pemikiran itu timbul, bersifat berkembang dan dikembangkan**
		2. **Kehidupan bermasyarakat di konstruksi secara terus menerus**
		3. **Membedakan antara realitas dengan pengetahuan. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam kenyataan yang diakui sebagai memiliki keberadaan (*being)* yang tidak bergantung kepada kehendak kita sendiri. Sementara pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas – realitas itu nyata *(real)* dan memiliki karakteristik yang spesifik. (1990:1)**

 Sosiologi Pengetahuan yang di kembangkan Berger dan Luckman, mendasarkan pengetahuan dalam dunia kehidupan sehari-hari masyarakat sebagai kenyataan. Bagi mereka, kenyataan kehidupan sehari – hari dianggap menampilkan diri sebagai kenyataan per excellence sehingga disebutnya sebagai kenyataan utama (paramount).

 Berger dan Luckman menyatakan dunia kehidupan sehari-hari menapilkan diri sebagai kenyataan yang ditafsirkan oleh manusia. Makan dari itu, apa yang menurut manusia nyata ditemukan dalam dunia kehidupan sehari-hari merupakan suatu kenyataan seperti yang dialaminya (berger dan luckman dalam Basari, 1990-28-32)

 Teori kontrsuksi sosial berakar pada paradigm konstrukvitis yang melihat realitas soisa sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu yangmerupakan manusia bebas. Individiu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan keehendaknya. Manusia 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 dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas dalam dunia sosialnya.

 Substansi teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Berger dan Luckman adalah proses simultan yang terjadi secara alamiah melalui bahasa dalam kehidupan sehari – hari pada sebuah komunitas rimer dan sekunder.

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

 Substansi teori konstruksi realitas sosial adalah pada sirkulasi informasi yag cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan seharusnya merata. Realita yang berkonstruksi itu juga membentuk opini massa, massa cenderunh apriori dan massa cenderung sinis.

 Posisi konstruksi sosial adalah mengoreksi kelemahan dan melengkapi konstruksi sosial atas realitas, denga menempatkan seluruh kelebihan mendia massa dan efek media pada keunngulan konstruksi sosial media massa atas konstruksi sosial reealitas. Dari konten konstruksi sosial media massa, proses kelahiran konstruksi sosial media massa melalui tahap – tahap sebagai berikut:

1. Tahap Menyiapkan Materi Konstruksi

Masing masing media memiliki desk yang berbeda beda sesuia dengan kebutuhan visi suatu media. Isu isu oentinng setiap hari menjaadi focus media massa, terutama yang berhubungan dengan tiga hal yaitu harta, tahta, dan wanita

1. Tahap Sebaran Konstruksi

Pilihan pilihan wilayah sebaran adalah strategi lain dalam sebaran konstruksi media berdasarkan pemetaan kekuasaan sosial informasi itu dimasyarakat

1. Pembentukan Konstruksi Realitas

Tahap ini terbagi menjadi atas dua yaitu tahap pembentukan konstruksi reealitas dan pembentukan konstruksi cita

1. Tahap Konfirmasi

Konfirmasi adalah tahapan ketika media massa maupun pembaca dan pemirsa memberi argumentasi dan akuntanbilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam pembentukan konstruksi.

* 1. **Pengertian Semiotika**

Kata “semiotika berasal dari bahasa Yunani, *semeion* yang berarti “tanda” atau *seme*, yang berarti “penafsir tanda” Semiotika berakar dari studi klasik dan skolastik atas seni logika, retorika, dan poetika.Semiotika pada dasarnya merupakan studi atas kode-kode, yaitu sistemapapunyangmemungkinkankitamemandangentitas-entitastertentu sebagaitanda-tandaatausebagaisesuatuyangbermakna.

Menurut **Charles S. Pierce** semiotika yakni:

**“Doktrin formal tentang tanda-tanda” *(the formal doctrine of signs)*”**

Sementara bagi **Ferdinand de Saussure** semiologi adalah ilmu umum tentang tanda.

**“Suatu ilmu yang mengkaji kehidupan tanda-tanda di dalam masyarakat”**

*(a science that studies the life if signs within society)*.Dengan demikian, bagi Pierce semiotika adalah suatu cabang dari filsafat; sedangkan bagiSaussure semiologi adalah bagian dari disiplin ilmu psikologisosial.

Semiotika pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan *(humanity)* memaknai hal-hal (things). Memaknai *(to sinify)* dalamhalinitidakdapatdicampuradukkandenganmengkomunikasikan*(to communicate)*

Istilah kata semiotika disamping kata semiologi sampai kini masih dipakai. Selain istilah semiotika dan semiologi dalam istilah linguistik adapula digunakan istilah lain seperti *semasiologi*, *sememik*, dan *semik.* untuk merujuk pada bidang studi yang mempelajari makna atau arti darisuatu tanda atau lambang. Tujuan analisis semiotik yakni “berupaya menemukan makna tanda termasukhal-halyangtersembunyidibaliksebuahtanda(teks,iklan,berita).Yang dimaksud “tanda’ ini sangat luas. Peirce membedakan tanda atas lambang *(symbol)*, ikon *(icon)*, dan indeks *(index)*.

#### SemiotikaCharlesSandersPierce

Charles Sanders Pierce kata Aart van Zoest adalah seorang filsuf Amerika yang paling orisinil dan multidimensional. Pierce lahir dalam sebuah keluarga intelektual pada tahun 1839 (ayahnya, Benjamin adalah seorang profesor matematika di Harvard). Pada tahun 1859, 1862, dan 1863 secara berturut-turut ia menerima gelar B.A., M.A., dan B.Sc. dari Universitas Harvard.

#### Gambar 2.1

**Teori Charles Sanders Pierce**



Teori dari Pierce sering kali disebut *‘grand theory’* dalamsemiotika karena gagasan Pierce bersifat menyeluruh, deskripsi struktural, darisemua sistem penandaan. Pierce ingin mengidentifikasi partikel dasar dari tanda dan menggabungkan kembali semua komponen dalam struktur tunggal. Sebuah tanda atau representamen menurut Charles S. Pierce adalah sesuatu yang bagi seseorang mewakili sesuatu yang lain dalam beberapa hal atau kapasitas. Sesuatu yang lain oleh Pierce disebut *interpretant* dinamakan sebagai*interpretant*daritandayangpertama,padagilirannyaakanmengacu pada objek tertentu. Dengan demikian menurut Pierce, sebuah tanda atau *representamen* memiliki relasi ‘triadik’ langsung dengan interpretan dan objeknya.Apa yang dimaksud dengan proses ‘semiosis’ merupakan suatuprosesyangmemadukanentitas(berupa*representamen*)denganentitaslainyang disebut objek. Proses ini oleh Pierce disebut sebagai signifikasi.

#### Tabel 2.1

**Jenis Tanda Teori Charles Sanders Pierce**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Jenis Tanda (*Representamen*)** | **Hubungan antar Tanda dan Sumber Acuannya** | **Contoh** |
| Ikon | Tanda dirancang untuk merepresentasikan sumber acuan melalui simulasi atau persamaan (artinya, sumber acuan dapat dilihat, didengar, dan seterusnya, dalam ikon). | Segala macam gambar (bagian, diagram, dan lain- lain), photo, kata-kata onomatopoeia, dan seterusnya. |
| Indeks | Tanda dirancang untuk mengindikasikan sumber acuan atau saling | Jari yang menunjuk, kata keterangan seperti, *di sini, sana,* |
|  | menghubungkan sumber acuan. | kata ganti seperti aku, kau, ia, dan seterusnya. |
| Simbol | Tanda dirancang untuk menyandikan sumber acuan melalui kesepakatan atau persetujuan. | Simbol sosial seperti mawar, simbol matematika, dan seterusnya. |

Upaya klasifikasi yang dilakukan oleh Pierce terhadap tanda memiliki kekhasan meski tidak dibilang sederhana. Pierce membedakan tipe-tipe tanda menjadi: ikon *(icon)*, indeks *(index)*, dan simbol *(symbol)* yang didasarkan atas relasi diantara representamen dan objeknyasebagaiberikut:

a.Ikonadalahtandayangmengandungkemiripan‘rupa’sehinggatandaitu mudah dikenali oleh para pemakainya. Di dalam ikon hubungan antara representamendanobjeknyaterwujudsebagaikesamaandalambeberapa kausalitas. Contohnya sebagian besar rambu lalu lintas merupakantanda yang ikonik karena ‘menggambarkan’ bentuk yang memiliki kesamaan denganobjekyangsebenarnya.

b.Indeks adalah tanda yang memiliki keterkaitan fenomenal atau eksistensial diantara representamendan objeknya. Di dalam indeks, hubungan antara tanda dengan objeknya bersifat kongkret, aktual dan biasanya melalui suatu cara yang sekuensial atau kausal. Contoh jejak telapak kaki di atas permukaan tanah, misalnya, merupakan indeks dari seseorang atau binatang yang telah lewat di sana, ketukan pintu merupakan indeks dari kehadiran seorang tamu dirumah kita.

c. Simbol merupakan jenis tanda yang bersifat arbiter dankonvensional sesuai kesepakatan atau konvensi sejumlah orang atau masyarakat. Tanda-tanda kebahasaan pada umumnya adalah simbol-simbol. Tak sedikit rambu lalu lintas yang bersifat simbolik.