**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

**2.1 Komunikasi**

**2.1.1 Pengertian 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.

Ada beragam definisi komunikasi yang dikemukakan oleh para pakar komunikasi. Tetapi definisi dari komunikasi secara umum yaitu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komuni kan. Berikut ini adalah beberapa definisi dari komunikasi :

Menurut **Hovland, Janis** dan **Keley** yang dikutip oleh **Djuarsa** dalam buku  **Pengantar Komunikasi,** definis komunikasi adalah :

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

Selain itu menurut  **Effendy**  dalam buku **Ilmu Komunikasi Teori dan Filsafat Komunikasi**  mengatakan :

**Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia, pernyataan tersebut berupa pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalur. (2003:2008)**

**2.1.2 Proses Komuniakasi**

Dalam proses komunikasi tidak selamanya berjalan dengan baik, terkadang pesan yang disampaikan komunikator tidak sampai ke komunikan. Karena terjadi gangguan didalam proses penyampaiannya, dan bila pesan tersebut sampai ke komunikan biasanya akan terjadi umpan balik (*feedback*).

Komunikasi memiliki peran yang penting dalam kehidupan manusia. Dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan ide pikiran, pendapat serta perasaannya. Seperti halnya masalah yang akan peneliti angkat dalam penelitian ini, yaitu representasi sulap dalam film “La La Land”. Karena film dapat di gunakan sebagai media komunikasi audio visual yang berguna untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat serta mengubah pola pikir dan tingkah laku masyarakat. Maka dari itu pada saat ini film dapat menjadi media efektif untuk para sineas film dalam menyampaikan pesan kepada khalayak masyarakat melalui sebuah film.

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.**

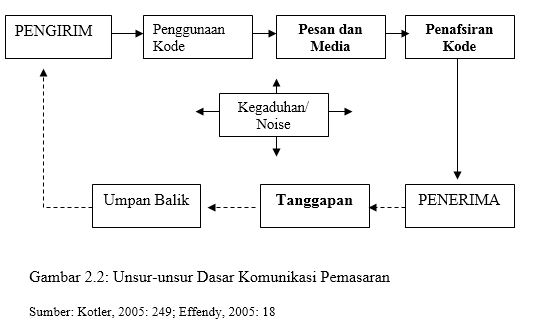
1. **Proses Komunikasi Secara Sekunder**

**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. Sende : 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**

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

Apabila dikaitkan dengan masalah yang akan diteliti, maka dalam hal ini film “ La La Land ” 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

**2.1.4 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).* ( 1999:10).**

**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.

**2.1.5 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**
  6. **Umpan balik tertunda. Umpan balik sebagai respon memiliki faktor penting dalam bentuk komunikasi seringkali dapat dilihat dari feedback yang disampaikan oleh komunikan.(2007:19)**

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 (2007:24)**

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.

* + 1. **Fungsi Komunikasi Massa**

Fungsi dari komunikasi massa dijelaskan **Scan MacBride** dan kutipan oleh **Widjaja** di dalam karayanya yang berjudul **Komunikasi dan Hubungan Masyarakat** , adalah:z

* **Fungsi Informasi**
* **Fungsi sosialisasi**
* **Fungsi motivasi**
* **Fungsi diskusi atau perdebatan**
* **Fungsi pendidikan**
* **Fungsi memajukan kebudayaan**
* **Fungsi hiburan**
* **Fungsi intergrasi**

Dikemukakan oleh **McQuail ( 1987 “Mass Communication Theory”)** bahwa funsi Komunikasi massa ada dua kategori:

1. **Fungsi Komunikasi massa untuk masyarakat**
2. **Fungsi Komunikasi massa untuk individu.**

Kedua kategori tersebut dapat di uraikan sebagai berikut :

* 1. **Fungsi Komunikasi Massa untuk Masyarakat.**

**McQuail** menyatakan bahwa fungsi komunikasi massa untuk masyrakat

meliputi :

1. **Informasi :**

* **Menyediakan informasi tentang persitiwa dan kondisi dalam masyarakat dan dunia.**
* **Menunjukan hubungan kekuasaan.**

**- Memudahkan inovasi,adaptasi dan kemajuan.**

1. **Korelasi :**

* **Menjelaskan , menafsirkan , mengomentari makna peristiwa dan informasi.**
* **Menunjang otoritas dan norma-norma yang mapan**
* **Melakukan sosialitas.**
* **Mengkoordinasi beberapa kegiatan. Membentuk kesepakatan.**
* **Menentukan urutan prioritas dan memberikan status.**

1. **Kesinambungan :**

* **Mengepersikan budaya dominan dan mengakaui keberadaan kebudayaan khusus *(subculture)* serta perkembangan budaya baru.**
* **Meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai.**

1. **Hiburan :**

* **Menyediakan hiburan, pegalihan perhatian, dan sarana relaksasi.**
* **Meredakan keteganga.**

1. **Mobilisasi :**

* **Mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik,perang,pembangunan ekonomi, pekerjaan dan kadang kala juga dalam bidang agama**

Uraian diatas menjelaskan bahwa segala sesuatu yang berhubungan dengan informasi atau peristiwa yang penting dan layak untuk diketahui masyarakat serta hal tersebut menyangkut kepentingan umum merupakan fungsi dari komunikasi untuk kepentingan khalayak.

* 1. **Fungsi Komunikasi Massa untuk Individu**

Sedangkan fungsi komunikasi massa untuk individu meliputi:

1. **Informasi:**

* **Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia.**
* **Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat dan hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.**
* **Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum.**
* **Belajar, pendidikan diri sendiri.**
* **Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengatahuan.**

1. **Identitas pribadi:**

* **Menentukan penujang nilai-nilai pripadi.**

**- Menentukan model perilaku.**

**- Mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain (dalam media).**

**- Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.**

1. **Intergrasi dan interaksi:**

**- Memperoleh pengatuhuan tentang keadaan orang lain; empati.**

**- Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki.**

**- Menemukan bahan percakapan dan interaksi.**

**- Memperoleh teman selain dari manusia.**

**- Membantu menjalankan peran.**

**- Memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak-keluarga,teman, dan masyarakat.**

1. **Hiburan :**

* **Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan.**
* **Bersantai.**
* **Memperoleh kenikamatan jiwa dan estetis.**
* **Mengisi waktu. Penyaluran emosi** 
  1. **Jurnalistik**

**2.2.1 Sejarah Jurnalistik**

Istilah jurnalistik dari bahasa Belanda *“journalistirk”* atau dalam bahasa inggris *“jurnalism”* yang bersumber pada perkataan *“journal”*  sebagai terjemahan dari bahasa latin *“diurnal”* yang berarti “harian” atau “setiap hari” . Hal itu berarti bahwa jurnalistik adalah catatan atau laporan hari yang disajikan untuk khalayak atau massa. Secara sederhana menurut **Effendy** dalam buku ilmu, **Teori dan Filsafat komunikasi**, mengatakan bahwa **jurnalistik dapat didentifikasikan sebagai teknik mengelola berita mulai dari mendapatkan bahan sampai menyebarkanluaskannya kepada khalayak. (1993:94)**

Hal itu dapat diartikan suatu peristiwa yang mempunyai fakta dan kemudian dikemas menjadi sebuah laporan yang dapat diinformasikan kepada khalayak. Jurnalistik dapat diartikan sebagai ilmu, proses dan karya, seperti apa yang dikemukakan oleh **Wahyudi** dalam **buku Dasar- dasar Jurnalistik Radio dan Televisi**, sebagai berikut:

**Ilmu Jurnalistik adalah salah satu ilmu terapan (applied science) dari ilmu komunikasi, yang mempelajari keterampilan seseorang dalam mencari, mengumpulkan,menyeleksi dan mengelolah informasi mengandung nilai berita menjadi karya jurnalistik, serta menyajikan kepada khalayak melalui media massa periodik,baik cetak maupun elekteronik.(1996:1)**

Pencarian, penyeleksian , dan pengeolahan 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, kejelitan dan keterampilan tersendiri, yaitu keterampilan jurnalistik.

Dalam kamus **Besar Bahasa Indonesia** karya **Poewadarminta,** mendefinisikan jurnalistik bahwa **Juranlisitik berarti pekerjaan mengumpulkan, menulis , mengedit dan menerbitkan berita di media cetak maupun media elektronik. (2001:482)**

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

**Jurnalistik dapat dipahami sebagai proses kegiatan meliputi, 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. (22001:70)**

Dari berbagai literartur, dapat dikaji bahwa definisi jurnalistik adalah suatu pengelohan laporan harian yang menarik minat khlayak mulai dari peliputan sampai penyebarannya kepada masyarakat melalui media baik cetak,eletronik serta internet.

Kegiatan juranlistik memiliki prinsip-prinsip hal ini juga dijelaskan **Tebba** dalam bukunya **Jurnalistik Baru**,yakni:

**1. Tidak boleh memasukan opini pribadi.**

**2. Berita yang disajikan hanya fakta yang mengandung kebenaran**

**3. Unsur 5W + 1H tetap ada.**

**4. Penulisan berita harus tepat, ringkas, jelas sederhana dan dapat dipercaya**

**5. Naskah berita harus lugas dan mengundang daya gerak**

Prinsip juranlistik diatas menjelaskan bahwa sebuah kegiatan jurnalistik harus berpatokan kepada lima prisnsip tersebut. Seorang juranlis yang berkualitas akan melakukan kelima prinsip tersebut dalam kegiatan juralisknya untuk memberikan hasil yang maksimal bagi masyarakat.

**2.2.2 Bentuk-Bentuk Jurnalistik**

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

1. **Jurnalistik Media Cetak**

**Jurnlaitik 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 on line *(internet*) (2008:16)**

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 Produk Jurnalistik**

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

1. **Tajuk Rencana**

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

1. **Karikatural**

**Secara jenis Jurnalistik, karikatural diartikan sebagai opini redaksi media dalam bentuk gambar yang sarat dengan muatan kritik sosial dengan memasukan unsur kelucuaan, anekdot, humor agar siapapun yang melihatnya bisa tersenyum, termasuk tokoh atau objek yang dikarikaturkan itu sendiri,**

1. **Artikel**

**Artikel adalah tulisan lepas berisi opini seseorang yang mengupas tuntas suatu masalah tertentu yang sifatnya aktual dan atau kontrovesial dengan tujuan untuk memberi tahu informasi, mempengarhui dan meyankinkan (persuasif argumentatif) atau gambar khyalak pembaca (rekreatif).**

1. **Kolom**

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

1. **Surat Pembaca**

**Surat pembaca adalah opini singkat yang ditulis oleh pembaca dalam rubrik khusus surat pembaca(2008:6-7)**

Produk jurnalistik adalah hasil karya jurnalis yang biasanya ditulis di halaman koran/media cetak editorial sebuah media massa yang tentunya dengan data dan fakta. Banyak definisi yang berusaha menjelaskan *citizen jounalism*, atau jurnalisme warga namun secara sederhana, *citizen journlism* adalah sebuah kegiatan yang dilakukan oleh masyrakatuntuk menyebarluaskan inforamasi atau kejadian tertentu.

**2.2.4** **FILM**

Pengertian secara harfiah film (sinema) adalah *Cinemathographie* yang berasal dari Cinema + tho = phytis (cahaya) + graphie = grhap (tulisan = gambar = citra ), jadi pengertianya adalah melukis gerak dengan cahaya. Agar kita dapat melukis gerak dengan cahaya, kita harus menggunakan alat khusus, yang bisa kita sebut dengan kamera.

Dalam bidang sinematografi perihal media penyimpan ini telah mengalami perkembangan yang pesat. Berturut-turut dikenal media penyimpan selluliod (film), pita analog, dan yang terakir media digital (pita,cakram,memori chip). Bertolak dengan pengertian ini maka film pada awalnya adalah karya sinematografi yang memanfaatkan media selluloid sebagai penyimpanya.

Film merupakan salah satu karya seni pandang-dengar, yang digunakan sebagai sarana komunikasi anatara sang pembuat cerita dengan masyarakat. Film dapat menjadi suatu sarana pembelajaran yang baik, maupun buruk secara dengan pesan yang disampaikan, dan pesan yang ditangkap oleh orang yang menonotonya. Film dapat mempengaruhi khalayak yang luas, itu dikarenekan karena kemampuan dan kekuatan film, menjangkau banyak segmen sosial dengan,demikian, film menjadi salah satu media yang berpotensi untuk mempengaruhi fikiran orang yang menontonya melalui cerita.

Film dapat mempengaruhi setiap orang yang menontonya, baik seacara perspsi, ekspresi, perasaan , hingga tingkah laku. Dengan menonton film, maka sesorang sedang dipermainkan perasaannya oleh sang pembuat film, entah itu persaan cemas, senang , sedih , bahkan perasaan marah , itu semua dapat muncul ketika seseorang sedang menonton film.

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

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

Jelas bahwa topik yang terdapat dalam sebuah film dapat dijadikan pkok pembahasan semiotika media karena di dalam *genre* film terdapat system signifikasi yang ditanggapi orang-orang masa kini dan melalui film mereka mencari hiburan atau rekreasi inspirasi dan wawasan pada tingkat *intreprent.*

**Elvinaro** dalam bukunya “ **komunikasi Massa** “ menjalskan bahwa :

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

Harus kita akui bahwa hubungan anatara film dan masyarakat memiliki sejarah yang panjang dalam kajian para ahli komunikasi. **Oey Hong Lee** yang dikutip oleh **Sobur** dalam bukunya Semiotika Komunikasi menyebutkan : **“ Film sebagai alata komunikasi massa yang kedua muncul di dunia, waktu unsur-unsur yang merintangi perkembangan surat kabar sudah dibuat lenyap”. (1950:40).**

Kekuatan dan kemampuan film menjangkau banyak segmen sosial, lantas membuat para ahli berpendapat bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayak. Sejak itu, maka merekalah berbagi penelitian yang hendak melihat dampak film terhadap masyarakat.

Kelebihan film karakternya yang audi-visual menjadikan film lebih kuat dalam menyampaikan pesan kepada khalayak yang multi kultur dan lintas kelas sosial. Bagi para pembuat film, film merupakan media representasif atas ide-ide kreatif mereka. Dan keakraban film terhadap khalayk menjadikan ide dan pesan para pembuat film lebih terasa dan lebih diterima oleh khalayak.

Kekurangan film adalah sangat multi tafsir. Diperlukan analisis tersendiri untuk memahami unsur-unsur tanda atau semiotika yang ada dalam film itu sendiri. Kekurangan dalam film adalah film yang dibuat dalam universalitas akan turut membentuk apa yang di sebut **Common Culture** yang dapat mengikis lokalitas masyarkat tertentu. Sehingga untuk jenis film-film tertentu seperti hororr,kekerasan dan pornografi akan memeberikan pengaruh negatif bagi khalayak terutama yang dibawah umur.

**2.2.5**  **Kategori Film**

**Danesi** dalambukunya yangberjudul **pengantar memahami komunikasi menjelaskan tiga kategori film** yakni sebagai berikut **:**

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

Dengan adanya tiga kategori film tersebut artinya film tidak dibuat dengan semaunya. Melainkan meliki beberapa kategori yang harus diikiti disetiap produksi pembuatanya. Walaupun saat ini sudah modifikasi dengan lebih kreatif, namun tetap kategori utama dalam pembuatan sebuah film ialah uang sudah dijelaskan di atas.

**2.2.6 Genre-Genre Film**

Pembauatan film menggunakan bahan dari novel, vaudeville, sirkus dan bernagai film dari beberapa sumber skenario. Tetapi mereka juga menciptakan genre atau tema mereka sendir yang mempengaruhi pembuatan film.

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

1. **Drama kriminal : Seperti Little Caeser (1930).**

2. **Fiksi ilmiah : Seperti Atrip To The Moon (1902).**

3. **Animasi : Seperti Snow White And Seven Dwarf (1937).**

4. **Komedi : Seperti It Happend One Night(1934).**

5. **Drama Karakter : Seperti Citizen Kane(1941).**

6. **Drama Sejarah : Seperti Intolerance (19160).**

7. **Dokumenter :Seperti Nanook Of The North(1921).**

8. **Film Dektetif : Seperti The Malterse Falcon (1941).**

9. **Film Suspance : Seperti M (19310.**

10. **Film Monster : Seperti Kingkong (1933).**

Sistem signifikasi yang mendasari bagaimana menarik makna dari film merupakan metafora dari pengalaman hidup kita yang terpecah. Film memungkinkan kita saling mengkaitkan cerita kriminal,kejadian misterius , romantasi dan seks, serta banyaknya hal lainya yang membentuk realitas sosial kita melalaui mata kamera yang selalu menyelidiki.

* + 1. **Pengertian Semiotika**

Semiotika merupakan ilmu yang memepelajari tentang tanda. Tanda-tanda tersebut menyapaikan suatu informasi sehingga bersifat komunikatif. Keberadaannya mampu menggantikan suatu yang lain, dapat dipikirkan atau dibayangkan. Cabang ilmu ini semula brrkembang dalam bidang bahasa dan kemudian berkembang dibidang desain dan seni rupa.

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

**Barthes** yang di kutip oleh Sobur dalam bukunya **Semiotika Komunikasi** menjelaskan

**Semiotika adalah sauatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kkita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia, di tengah tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika atau dalam istilah barthes, semiologi pada dasarnya hendak memepelajari bagaiamana kemanusian (humaanity) memakai hal-hal (things). Memakai (to sinify) dalam hal ini dapat di campurdukan dengan mengkomunkasikan (to communicate). Memaknai berarti bahwa objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstituasi sistem strktur dari tanda. (2006:53).**

Secara ringkas adalah ilmu tentang tanda. Bagaimana menafsirkan dan bagaimana meneliti bekerjanya suatu tanda dalam membentuk suatu kesatuan arti atau suatu makna baru saat dia digunakan. Semiotika merupakan suatu metode analisa isi media atau suatu teks, dimana analisa tersebut mengadaptasi model analisa lingustik **Ferdinand De Saussure ( 1960 ).** Saussure memeberikan pengertian semiotika sebagai **sebuah ilmu yang mempelajari tentang berkerjanya tanda – tanda sehingga dapat dipahami dalam masyarakat.** Dengan semiotika akan dapat ditampilkan apa sja yang membentuk tanda tanda dan bagaimana cara kerjanya.

Sedangkan menurut **Saussure** yang dikutip **Sobur** dalam bukunya **Semiotika komunikasi** mengatakan bahwa : **“Semiotika atau semiologi merupakan sebuah ilmu mengkaji kehidupan tanda-tanda ditengah masyarakat.” (2009:12).** Dengan semiotika akan dapat ditampilkan apa saja yang memebtuk tanda-tanda dan bagaimana bekerjanya.

Tanda terdapat dimana-mana : “kata” adalah tanda, demikian pula gerak isyarat, lampu lali lintas, bendera dan swbagainya. Struktur karya sastra , struktur film, bangunan ( aristektur) atau nyayian burung dapat dianggap sebagai tanda. Segala sesuatu dapat dijadikan menjadi tanda.

Dalam kehidupan sehari-hari tanpa kita sadari kita telah memperttekan semiotika dalam berkomunkasi. Misalkan saja ketika melihat lampu lalu lintas yang menujukan warna merah maka otomatis kita menghentikan kendaraan kita dan kita memakai lampu hijau untuk menjalankan kendaraan kita. Atau pada rambu-rambu lalu lintas tanda P di coret berarti kita boleh memakirkan kendaraan kita di area tersebut. Ketika memakna tanda tersebut kita telah berkomunikasi, kita telah melakukan proses pemaknaan terhadap tanda.

Ketika semua komunikasi adalah tanda, maka dunia ini penuh dengan tanda. Ketika berkomunikasi, kita menciptakan tanda sekaligus makna. Dalam perspektif semoitika atau semiologi, pada akhirnya komunikasi akan menjadi suatu ilmu untuk menggiukapkan pemaknaan dari tanda yang diciptakan oleh proses komun ikasi itu sendiri.

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

**Secara etimologis, semiotika berasal dari kata yunani, semion yang berarti tanda. Tanda itu sendiri di definisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya dapat mewakili yang lain. (2001:128)**

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

Semiotika merupakan ilmu tentang tanda, **Peirce** menjelaskan tentang tanda yang dikutip oleh sobur dalam bukunya **Semoitika Komunikasi** yaitu :

**Tanda “*is something which stands to somebody for somethingin some respect or capacity.”* Sesuatu yang digunakan agar tanda bisa berfungsi, oleh pierce disebut ground. Konsekuensinya tanda (sign atau representement) selalu terdapat dalam hubungan triadik, yakni ground obejct dan interpretant. (2006:11)**

**Gambar 2.1**

Bagan Kerangka Pemikiran Pada Film “ La La Land ”

Rumusan Masalah

Analisis semiotika Representasi Pesan Moral Pada Film “La La Land”



Analisis Semiotika

( Ferdinad de Saussure )

Petanda

*(Signified)*

Realita Sosial

Penanda

*(Signifier)*

Dialog

Dalam Film

Pesan Moral

Interpretasi

Peneliti

***Sumber : Hasil Olahan Peneliti 2016***