**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

* 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 kepada 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. **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 Antarpribadi**

**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.

* 1. **Komunikasi Massa**

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

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

Komunikasi massa (*mass communication*) yang dikemukakan oleh **Effendy** dalam buku **Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi** adalah :

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

Maksudnya adalah komunikasi massa ditunjukkan kepada khalayak umum yang dapat berlangsung melalui berbagai macam media massa modern seperti siaran radio, tayangan televisi, surat kabar, dan film.

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

* + 1. **Fungsi Komunikasi Massa**

Khalayakyang terlibat dalam komunikasi massa sangat luas sehingga dampak atau efek yang dihasilkan dalam proses berlangsungnya komunikasi bermanfaat bagi khalayak. Berikut fungsi komunikasi massa bagi masyarakat menurut **Elvinaro** dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** :

1. ***Surveillance* (Pengawasan)**

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

1. ***Interpretation* (Penafsiran)**

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

1. ***Linkage* (Keterkaitan)**

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

1. ***Transmission of Value* (Penyebaran Nilai)**

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

1. ***Entertaiment* (Hiburan) [2007:14].**

Dari fungsi-fungsi komunikasi massa di atas, secara tidak langsung telah memberikan unsur pengaruh terhadap khalayak atau publik. Pengaruh tersebut terjadi dikarenakan adanya pertemuan antara pesan komunikasi massa dan persepsi dalam komunikasi *Intrapersonal*.

**Wilbur Schramm** dalam buku **Peranan Komunikasi Massa dalam Pembangunan** karangan **Eduard Depari** dan **Colin Mc Andrews** menyatakan bahwa media massa adalah sarana paling efektif untuk:

1. **Menjangkau masyarakat dalam usaha memperkenalkan ide baru, dan**
2. **Membujuk masyarakat agar memanfaatkan inovasi tersebut [1978:29]**

Media massa dapat menjadi sarana paling efektif dalam menyampaikan informasi maupun ide baru, selain itu media massa juga dapat mengajak masyarakat, karena dengan media massa dapat menjangkau seluruh masyarakat yang ada.

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

* + 1. **Karakteristik Komunikasi Massa**

Seseorang yang akan menggunakan media massa sebagai sarana untuk melakukan kegiatan komunikasi, maka perlu untuk memahami karakteristik komunikasi massa.

Menurut **Effendy** dalam bukunya **Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi**, menyebutkan karakteristik komunikasi massa sebagai berikut:

1. **Komunikasi massa bersifat umum**
2. **Komunikasi massa bersifat heterogen**
3. **Media massa menimbulkan keserempakan**
4. **Hubungan komunikator-komunikan bersifat non-pribadi [2003:81-83]**

Pandangan lain mengenai karakteristik komunikasi massa ini disebutkan juga oleh  **A.W. Widjaja** dalam bukunya **Komunikasi dan Hubungan Masyarakat** mengatakan:

**Karakter dari komunikasi massa yaitu sifat komunikasinya yang hanya berlangsung satu arah. Saat proses komunikasi sedang berlangsung, bahwa *feedback* (umpan balik) yang terjadi pada komunikasinya bersifat *delayed feedback,* atau tertunda, tidak cepat didapat. (1986:25)**

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 **Elvinaro Ardianto dan Lukiati 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 menimbulkan 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. (1984: 35)**

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.

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

Kesimpulannya bahwa komunikasi itu bersifat sangat dinamis dan sebagai masyarakat awam kita tidak bisa menduga apa yang akan terjadi setelah melakukan proses komunikasi.

* 1. **Jurnalistik**

Dalam buku **Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature** karangan **Sumadiria (2005:2)**, secara etimologis jurnalistik berasal dari kata *journ*. Dalam bahasa Perancis, *journ* berarti catatan atau laporan harian. Secara sederhana jurnalistik dapat diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiap hari. Dengan demikian jurnalistik bukanlah pers dan bukan juga media massa. Jurnalistik adalah kegiatan, yang memungkinkan pers atau media massa bekerja dan diakui eksistensinya lebih baik.

Pemaparan dari **Romli** dalam bukunya **Jurnalistik Terapan**, menyebutkan bahwa secara konseptual, jurnalistik dapat dipahami dari tiga sudut pandang; sebagai proses, teknik, dan ilmu. Berikut penjelasannya :

1. **Sebagai proses, jurnalistik adalah “aktivitas” mencari, mengolah, menulis, dan menyebarluaskan informasi kepada publik melalui media massa. Aktivitas ini dilakukan oleh wartawan (jurnalis).**
2. **Sebagai teknik, jurnalistik adalah “keahlian” (*expertise*) atau “keterampilan” (*skill*) menulis karya jurnalistik (berita, artikel, feature) termasuk keahlian dalam pengumpulan bahan penulisan seperti peliputan peristiwa (reportase) dan wawancara.**
3. **Sebagai ilmu jurnalistik adalah “bidang kajian” mengenai pembuatan dan penyebarluasan informasi peristiwa, opini, pemikiran, ide melalui media massa. Jurnalistik termasuk ilmu terapan (*applied science*) yang dinamis dan terus berkembang, sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dinamika masyarakat itu sendiri. (2005:2)**

Jurnalistik merupakan kajian ilmu yang dinamis, mengikuti perkembangan zaman dalam setiap masanya. Ilmu yang dapat memenuhi dan mempengaruhi khalayak, sehingga terjadi perubahan sikap, sifat, pendapat, dan perilaku sesuai dengan kehendak para jurnlisnya.

Secara teknis **Sumadiria** dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature**, merangkum sebuah definisi dari banyak pakar komunikasi mengenai definisi jurnalistik itu sendiri, menurutnya:

**Jurnalistik adalah kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dan secepat-cepatnya (2005:3)**

Hal ini berarti segala bentuk pemberitaan yang layak untuk diketahui pleh masyarakat banyak harus dengan sesegera mungkin disebarluaskan, dikarenakan setiap orang pada umumnya menginginkan pemberitaan yang aktual dari sebuah media informasi. Maka dalam menjalani pekerjaan sebagai jurnalis dituntut untuk sigap dan cekatan.

**Suhandang** menuturkan dalam bukunya **Pengantar Jurnalistik**, menyebutkan bahwa :

**Jurnalistik adalah seni dan keterampilan mencari, mengumpulkan, mengolah, menyusun dan menyajikan berita tentang peristiwa yang terjadi sehari - hari secara indah, dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hati nurani khalayaknya, sehingga terjadi perubahan sikap, sifat, pendapat dan perilaku khalayak sesuai dengan kehendak para jurnalisnya. (2004:4)**

Keterangan yang disebutkan diatas dapat terlihat bahwa ilmu jurnalistik pada dasarnya sangat variatif, sehingga dalam kegiatannya seorang jurnalis dapat berkreasi sekreatif mungkin dalam melakukan kegiatan jurnalistik itu sendiri, tentu saja dengan didasari pengetahuan juga ketentuan - ketentuan ilmu juranlistik.

Dari berbagai literatur yang dikaji, definisi jurnalistik semuanya mengandung pengertian bahwa jurnalistik adalah suatu pengelolaan laporan harian yang aktual dan faktual yang menarik minat khalayak mulai dari proses peliputan sampai proses penyebaran kepada masyarakat melalui media massa baik cetak maupun elektronik.

* + 1. **Jenis - Jenis Jurnalistik**

Ilmu jurnalistik memiliki jenis - jenis tersendiri yang dapat menjadi acuan bahkan karakteristik (ciri khas) suatu media massa, baik itu media cetak ataupun media elektronik. Kategori jurnalistik ini ada yang bersifat baik adapula yang bersifat buruk.

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

1. ***Jazz journalism*, yaitu jurnalistik yang mengacu pada pemberitaan, hal - hal sensasional, menggemparkan atau menggegerkan.**
2. ***Advesary journalism*, yaitu jurnalistik yang membawa misi pertentangan, yakni beritanya sering menentang kebijakan pemerintah atau penguasa.**
3. ***Government-say-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 memperjuangkan nilai - nilai tertentu.**
7. ***Electronic journalism*, yaitu pengetahuan tentang berita - berita yang disiarkan melalui media massa modern seperti televisi, radio, kaset 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 si pengundang.**
9. ***Gutter journalism*, yaitu teknik jurnalistik yang lebih menonjolkan pemberitaan tentang seks dan kejahatan.**
10. ***Gossip journalism* (jurnalistik kasak - kusuk), yaitu jurnalistik yang lebih menekankan pada berita - berita kasak - kusuk dan isu yang kebenarannya masih diragukan.**
11. ***Development journalism* (jurnalistik pembangunan), yaitu jurnalistik yang mengutamakan peranan pers dalam rangka pembangunan nasional negara dan bangsanya. (1999:70)**

Dari sebelas jenis jurnalistik diatas masing - masing memiliki fungsi dan karakteristiknya sendiri.

* + 1. **Bentuk Jurnalistik**

**Sumadiria** dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia** membagi bentuk jurnalistik menjadi tiga bagian, sebagai berikut :

1. **Jurnalistik Media Cetak.**

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

1. **Jurnalistik Media Elektronik *Auditif.***

**Jurnalistik *auditif* yaitu jurnalistik radio siaran.**

1. **Jurnalistik Media Elektronik Audio Visual.**

**Jurnalistik media elektronik audio visual adalah jurnalistik televisi siaran dan jurnalistik media online (internet). (2008:4-6)**

Dari ketiga bentuk jurnalistik di atas, masing masing memiliki karakteristiknya sendiri. Bila media cetak menekankan kepada aspek penglihatan karena dikonsumsi dengan cara dibaca, sementara itu media *auditif* menitik beratkan kepada aspek pendengaran, sedangkan media elektronik audio visual menekankan pada aspek pendengaran sekaligus penglihatan.

* + 1. **Produk Jurnalistik**

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

1. **Tajuk Rencana.**

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

1. **Karikatural.**

**Secara jenis jurnalistik, karikatural diartikan sebagai opini redaksi media dalam bentuk gambar yang sarat dengan muatan kritik sosial dengan memasukkan unsur kelucuan, 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 kontroversial dengan tujuan untuk memberi tahu (informatif) mempengaruhi dan meyakinkan (persuasif argumentatif) atau gambar khalayak pembaca (rekreatif).**

1. **Kolom.**

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

1. **Surat Pembaca.**

**Surat pembaca adalah opini singkat yang ditulis oleh pembaca dimuat 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.

* 1. **Media Massa**

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

Media massa menurut **Kuswandi** dalam buku, **Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi** adalah :

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

**Cangara** menjelaskan tentang definisi media massa dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi**, yakni :

**Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat - alat komunikasi mekanin seperti surat kabar, televisi, radio dan film. (1998:122)**

Media tersebut sangatlah banyak ragam bentuknya. Media massa terbagi menjadi dua seperti yang dikatakan **Kuswandi** dalam bukunya **Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi** :

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

Ada beberapa unsur penting dalam media massa yang dikatakan dalam buku **Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi**, yakni :

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

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

* 1. **Film**

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

Film merupakan bentuk seni kompleks dan media komunikasi unik yang pengaruhnya dapat menjangkau seluruh segmen sosial masyarakat. Film tidak hanya merupakan media hiburan yang luar biasa, tetapi film juga memberikan semacam rasa kehadiran dan kedekatan dengan suatu dunia yang tidak tertandingi dengan tempat lain, dunia yang tidak terbayangkan. Film dapat memberikan perasaan yang intens dan melibatkan orang secara langsung dan nyata dengan dunia “diluar sana” dan di dalam kehidupan orang lain. Film Film dapat mempengaruhi khalayak yang luas, itu dikarenakan kemampuan dan kekuatan film dalam menjangkau banyak segmen sosial. Dengan demikian, film menjadi salah satu media yang berpotensi untuk mempengaruhi pikiran orang yang menontonnya melalui cerita yang disajikan.

Film dapat mempengaruhi setiap orang yang menontonnya, baik secara presepsi, ekspresi, perasaan, hingga tingkah laku. Dengan menonton film, maka seseorang sedang dimainkan perasaannya oleh sang pembuat film, entah itu perasaan cemas, senang, sedih, bahkan perasaan marah, itu semua 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 dan mengakibatkan adanya ilusi gerak dan tindakan dalam kehidupan nyata. Sedangkan dalam tingkat petanda, film merupakan cermin kehidupan metaforis. (2010:134)**

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

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

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

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

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

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

Kelebihan film adalah karakternya yang audio visual menjadikan film lebih kuat dalam menyampaikan pesan kepada khalayak yang multikultur dan lintas kelas sosial. Bagi para pembuat film, film merupakan media representatif atas ide - ide kreatif mereka dan keakraban film terhadap khalayak menjadikan ide dan pesan para pembuat film lebih terasa dan lebih diterima oleh khalayak.

Kekurangan film adalah sangat multi tafsir. Diperlukan analisa tersendiri untuk memahami unsur - unsur yanda atau semiotik yang ada dalam film itu sendiri. Selain itu kekurangan film adalah film yang dibuat dalam universalitas akan turut membentuk apa yang disebut *common culture* yang dapat mengikis lokalitas masyarakat tertentu. Sehingga untuk jenis film - film tertentu seperti horror, kekerasan, dan pornografi akan memberikan pengaruh *ngeative* bagi khalayak terutama yang dibawah umur.

* + 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)**

Dengan adanya 4 (empat) jenis - jenis film tersebut artinya film tidak dibuat dengan semaunya. Melainkan memiliki beberapa aturan yang harus diikuti disetiap produksi film tersebut. Walaupun saat ini sudah dimodifikasi dengan lebih kreatif, namun tetap jenis - jenis utama dalam pembuatan sebuah film adalah yang sudah dijelaskan di atas.

* + 1. **Film Sebagai Media Massa**

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

**Budiono** dalam bukunya yang berjudul **Menafsir Buruan Cium Gue** mengemukakan :

**Film adalah media komunikasi seseorang atau sekelompok orang yang bermaksud menyampaikan pesan dan makna tertentu kepada para penonton melalui rangkaian gambar atau dasar skenario. (2204:21)**

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

Sementara itu, film adalah suatu media komunikasi massa yang digunakan bukan hanya sekedar sarana hiburan saja, melainkan dapat juga digunakan sebagai sarana penerapan dan pendidikan. Seperti yang diunkapkan **Effendy** dalam bukunya **Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi** :

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

Film merupakan suatu makna, sebagai alat bantu untuk memberikan suatu penjelasan, sedangkan gambar merupakan bahasanya. Bahasa tubuh lain yang mengandung arti yang dapat digunakan untuk mengekspresikan pikiran atau perasaan. Sehingga khalayak merasakan kedekatan tersendiri dengan film tersebut.

* + 1. **Film Sebagai Realitas Tanda**

Media dalam hal ini film, bisa diartikan sebagai sistem petanda atau penanda tertentu yang berada ditengah khalayak, yang diekspresikan sebagai seni dan karya sastra kemudian dituangkan dalam isi pesan pada sebuah film. Sebagai realitas tanda, isi pesan film banyak dipandang sebagai gambaran simbolik (*symbolic representation*), dari suatu budaya dan latar belakang di masyarakat. Sehingga isi pesan dalam film yang disampaikan oleh sutradara (komunikator), merupakan cerminan dari realitas sosial yang berupa nilai-nilai, aturan, dan tatanan normatif, yang diangkat dari simbol-simbol realitas menjadi tontonan yang dipadukan antara berita dan hiburan.

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

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

Tanda dalam realitas tersebut diangkat dari persepsi sutradara (komunikator) sendiri, yang dimaknai dari pengalaman yang didapat atau dilihat dari lingkungan sosial budaya. Sehingga film tidak semata-mata membentuk realitas tapi memberikan penekanan persepsi di depan kamera. Hal ini diperkuat oleh pandangan Alex Sobur pada tahun 2004, bahwa film bukan semata-mata memproduksi realitas tetapi juga mendefinisikan realitas.

Film dipakai untuk memberi kesan artistik dan suasana yang sesungguhnya, sehingga film lebih menarik. Bahkan, identifikasi psikologis dari film, seringkali secara tidak sadar kitamengidentifikasikan pribadi kita dengan salah seorang pemeran dalam film tersebut, sehingga seolah-olah kitalah yang sedang berperan. Pada akhirnya pesan yang disampaikan dalam film pun bisa lebih efektif.

Pesan merupakan seperangkat simbol verbal ataupun nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud sumber. Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan komunikator. Banyak hal yang terkandung di dalam pesan, salah satunya pesan sosial.

Pesan sosial ini bisa dikemas dalam berbagai bentuk seperti cerpen, iklan, maupun film. Tentunya dalam pesan sosial yang disampaikan terdapat tanda, yang bisa membantu penerimanya dalam memahami isi pesan tersebut.

* 1. **Teori Semiotika Ferdinand De Saussure**

Semiotika berasal dari bahasa Yunani, yaitu; *semeion* yang berarti tanda. Semitotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk menguji tanda. Tanda - tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini. 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*).

Penjelajahan semiotika sebagai metode kajian ke dalam berbagai cabang keilmuan ini dimungkinkan karena ada kecenderungan untuk memandang berbagai wacana sosial sebagai fenomena bahasa. Dengan kata lain, bahasa dijadikan model dalam berbagai wacana sosial. Berdasarkan pendangan semiotika, bila seluruh praktek sosial dapat dianggap sebagai fenomena bahasa, maka semuanya dapat juga dipandang sebagai tanda. Hal ini dimungkinkan karena luasnya pengertian tanda itu sendiri.

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

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

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 sistem pembeda dan konvensi yang memungkinkan makna itu. Di mana ada tanda, di sana ada sistem **(Hidayat, 1998:26)**.

**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)”.**

**Sobur** dalam bukunya **Semiotika Komunikasi**, definisi semiologi **Saussure** adalah “**sebuah ilmu yang mengkaji kehidupan tanda-tanda di tengah masyarakat**.” (Budiman, 1999:107).

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 faktor dalam komunikasi, yaitu pengirim, penerima kode (sistem tanda), pesan, saluran komunikasi dan acuan (hal yang dibicarakan). Semiotika signifikasi memberikan takanan pada teori tanda dan pemahamannya dalam suatu konteks tertentu. **(Sobur 2013:15)**.

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

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

Menurut Saussure, seperti dikutip **Pradopo** (1991:54) tanda adalah kesatuan dari dua bidang yang tidak dapat dipisahkan, seperti halnya selembar kertas. Dimana ada tanda, disana 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 petanda atau konsep atau makna. Aspek kedua terkandung didalam aspek pertama. Jadi petanda merupakan konsep atau apa yang dipresentasikan oleh aspek pertama.

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

**“Tanda adalah sesuatu yang terdiri pada sesuatu yang lain atau menambah dimensi yang berbeda pada sesuatu, dengan memaknai apapun yang dapat dipakai untuk mengartikan sesuatu hal lainnya”.**

Dari pengertian diatas bahwa sebuah penanda dan petanda itu sangat berkaitan satu sama lain yang tidak dapat dipisahkan, karena petanda merupakan arti dari sebuah penanda. Dan suatu kesepakatan yang sudah dimaknai secara umum itu merupakan arti bagi semuanya dengan aturan - aturan yang telah disepakati bersama.

* 1. **Aplikasi Semiotika Komunikasi dalam Film**

Film merupakan bidang kajian yang amat relevan bagi analisis struktural atau semiotika. Seperti dikemukakan oleh **van Zoes**, **film dibangun dengan tanda semata-mata** **(1993:190)**.

Film umumnya dibangun dengan banyak tanda. Tanda-tanda itu termasuk berbagai sistem tanda yang bekerja sama dengan baik, dalam upaya untuk mencapai efek yang diharapkan. Yang paling penting dalam film adalah gambar, suara dari kata-kata yang diucapkan (ditambah dengan suara-suara lain yang serentak mengiringi gambar-gambar) dan musik film. Sistem semiotika yang lebih penting lagi adalah digunakannya tanda-tanda ikonis, yakni tanda-tanda yang menggambarkan sesuatu **(Sobur, 2013:128)**.

* 1. **Teori Konstruksi Sosial**

Berbicara mengenai teori konstruksi sosial, ada beberapa ahli yang membahasnya, salah satunya adalah Peter L Berger dan Thomas Luckman, Peter L Berger sendiri merupakan sosiolog dari *New School for Social Research*, New York, sedangkan Thomas Luckman merupakan sosiolog dari *University of Frankfrut*. Teori konstruksi sosial dirumuskan oleh keduanya sebagai suatu kajian teoritis dan sistematis mengenai sosiologi pengetahuan.

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

Menurut **Berger** dan **Luckman** dalam bukunya ***The Contruction of Reality*** dan ***The Treatise In The Sociological of Knowledge***, 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).**

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

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

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 bahwa dunia kehidupan sehari-hari menampilkan kenyataan yang ditafsirkan oleh manusia. Maka dari itu, apa yang menurut manusia nyata dalam dunia kehidupan sehari-hari merupakan suatu kenyataan seperti yang dialaminya.

Teori konstruksi sosial berakar pada paradigma kontruktivis yang melihat 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)**

Konsep mengenai konstruksi pertama kali diperkenalkan oleh Peter L Berger, seorang interpretatif. 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.
2. 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.
3. 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.

**Berger** dan **Luckman** dalam bukunya **Tafsir Sosial Atas Kenyataan** mengatakan :

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

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

Proses konstruksinya, jika dilihat dari perspektif teori **Berger** dan **Luckman** berlangsung melalui interaksi sosial yang dialektis dari tiga bentuk realitas yang menjadi *entry concept*, yakni *subjective reality*, *symbolic realtiy* dan *objective reality*.

1. ***Objective Reality*, merupakan suatu kompleksitas definisi realitas ( termasuk ideologi dan keyakinan ) serta rutinitas tindakan dan tingkah laku yang telah mapan terpola, yang kesemuanya dihayati oleh individu secara umum sebagai fakta.**
2. ***Symbolic Reality*, merupakan semua ekspresi simbolik dari apa yang dihayati sebagai “ *objective reality* “ misalnya teks produk industri media, seperti berita di media cetak atau eleltronika, begitupun yang ada di film - film.**
3. ***Subjective Reality*, merupakan konstruksi definisi realitas yang dimiliki individu dan dikonstruksi melalui proses internalisasi.**

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