**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Konteks Penelitian**

Film adalah suatu media komunikasi massa yang sangat penting untuk mengkomunikasikan tentang suatu realita yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari, film memiliki realitas yang kuat salah satunya menceritakan tentang realitas khalayak. Film merupakan gambar yang bergerak (Moving Picture).Film merupakan salah satu alat penyampaian pesan dalam komunikasi massa, selain surat kabar, radio dan televisi. Komunikasi massa merupakan bentuk pengiriman pesan kepada komunikan dalam jumlah yang banyak melalui media massa.

Film dapat dikatakan mempunyai satu sasaran, yaitu menarik perhatian orang terhadap muatan-muatan masalah yang dikandung. Selain itu, film dapat dirancang untuk melayani keperluan publik terbatas maupun publik yang seluas-luasnya.

Pada dasarnya film dapat dikelompokan ke dalam dua pembagian dasar, yaitu kategori film cerita dan non cerita. Pendapat lain menggolongkan menjadi film fiksi dan non fiksi. Film cerita adalah film yang di produksi berdasarkan cerita yang di karang, dan dimainkan oleh aktor dan aktris. Film non cerita adalah film yang mengambil kenyataan sebagai subyeknya, yaitu merekam kenyataan dari pada fiksi tentang kenyataan.

Dalam perkembangannya, film cerita dan non cerita saling mempengaruhi dan melahirkan berbagai jenis film yang memiliki ciri, gaya dan corak masing-masing. Film cerita agar tetap diminati penonton harus tanggap terhadap perkembangan jaman, artinya ceritanya harus lebih baik, penggarapannya yang profesional dengan teknik penyuntingan yang semakin canggih sehingga penonton tidak merasa dibohongi dengan trik-trik tertentu bahkan seolah-olah justru penonton yang menjadi aktor atau aktris di film tersebut. Dalam pembuatan film cerita harus diperlukan proses pemikiran dan proses teknis, yaitu berupa pencarian ide, gagasan atau cerita yang digarap, sedangkan proses teknis berupa keterampilan artistik untuk mewujudkan segala ide, gagasan atau cerita menjadi film yang siap ditonton.

Film merupakan sebuah media komunikasi massa dimana pesan yang disampaikan bersifat serempak. Media massa ini njuga disebut juga dengan seni ketujuh, dimana terkandung banyak unsure seni didalamnya. Seperti yang dikatakan Askurifai Baskin, film merupakan penjelmaan keterpaduan antara berbagai unsure, sastra, seni rupa, teknologi dan sasaan publikasi.(Baskin.2003:3).

Komunikasi merupakan bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja tidak sengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi. Salah satu unsur terpenting dalam proses komunikasi adalah saluran atau media. Seorang komunikator dalam proses komunikasi pastinya menggunakan unsur media sebagai alat untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Tujuannya antara lain untuk memudahkan proses pengiriman pesan agar komunikan dapat dengan mudah menerimanya.

Pemilihan media yang tepat dalam proses komunikasi turut memberikan peranan dalam menentukan keberhasilan komunikasi. Biasanya pemilihan media disesuaikan dengan aspek sasaran komunikasi. Sehingga proses komunikasi akan mencapai target keberhasilan sesuai dengan yang diinginkan.

Unsur media dalam komunikasi dibagi ke dalam dua aspek, yaitu media primer dan media sekunder. Media primer tertuang dalam penggunaan bahasa yang tidak hanya sebatas kerangka terjemahan saja tetapi pada kerangka pemaknaan dari komunikan. Pemilihan dan penggunaan bahasa yang sesuai dengan pemahaman komunikan, tentunya akan mempermudah pemahaman terhadap pesan yang disampaikan.

Media sekunder lebih bersifat umum yang dapat menjangkau komunikan dalam jumlah yang banyak. Media sekunder dapat berupa surat kabar, radio, televisi, internet, film dan sebagainya. Dalam proses komunikasi, media sekunder biasanya hanya menyampaikan pesan sebatas pada pesan informatif sehingga *feedback* yang ditimbulkan tidak dapat diketahui secara langsung. Namun fakta menunjukkan bahwa peranan media sekunder mampu memberikan efek yang luar biasa dengan peranan opinion public dan sikap.

Pemilihan media yang tepat dalam proses komunikasi pun memberikan peranan dalam menentukan keberhasilan komunikasi, sehingga proses komunikasi akan mencapai target keberhasilan sesuai yang diinginkan.

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

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

Film Luar Negri yang memiliki nilai sosial dan pesan moral yang cukup baik adalah “*22 Jump Street*”. Film“*22 Jump Street*”merupakan film drama komedi yang dirilis 13 juni 2014. Film ini diangkat dari serial televisi dengan judul yang sama. Film ini disutradarai oleh Phil Lord dan Christopher Miller dengan produser Jonah Hill dan Channing Tatum. Film ini kelanjutan dari film *21 Jump Street* 2012, film ini sendiri diliris oleh Columbia Pictures dan Metro-Goldwyn-Mayer. Film ini memiliki inti cerita yang sederhana dan lucu, yakni tentang persahabatan 2 polisi , Morton Schmidt (Jonah Hill) dan Greg Jenko (Channing Tatum) yang mendapatkan tugas untuk membongkar narkoba jenis baru yang berada disebuah kampus dan mereka harus menyamar menjadi siswa untuk mencari dan menangkap penjual narkoba tersebut.

Film “*22 Jump Street*” memiliki plot serta karakter pemain yang kuat dan berbeda, juga terkandung komedi pada setiap adegannya. Kampus dijadikan latar utama film ini. Karena disini lah mereka berdua mulai mencari informasi tentang narkoba jenis baru ini, dalam mencari infomasi mereka selalu dihadapkan situasi yang membuat persahabatan mereka dari hari kehari semakin buruk.

“*22 Jump Street*” film ini dapat dikatakan salah satu film Luar Negri yang sangat berkualitas karena dari sekian banyak film Luar Negri berkualitas yang tayang dan dikenal khalayak, dapat dilihat bahwa pada dasarnya film-film tersebut mengambil ide cerita yang disesuaikan dengan keadaan yang terjadi pada masyarakatnya, baik itu karakter, atmosfer, hingga segala problematika yang terjadi di dunia. Sehingga khalayak dapat menilai bahwa realitas sosial yang ada di dalam film ini memang benar adanya. Masyarakat dapat lebih mudah menerima pesan yang disampaikan oleh film ini dengan baik karena, kedekatan kepada kenyataan yang ada dalam film ini, sehingga penyampaian pesan atau aliran komunikasi yang terjadi bisa dibilang berhasil.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti sangat tertarik untuk meneliti film ini yang merupakan salah satu media komunikasi massa, dimana dalam film ini terdapat berbagai makna dari denotasi, konotasi dan mitos, pesan moral serta kontruksi realitas sosial pada setiap adegannya. Dengan demikian penelitian mengambil judul **“Analisis Semiotika Film 22 Jump Street 2014”**

* 1. **Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian**

**1.2.1 Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian tersebut, maka peneliti memfokuskan penelitian pada menganalisis pesan moral dan makna yang terkandung dalam tanda-tanda ataupun simbol yang ada di dalam film “*22 Jump Street”* ini.

**1.2.2 Pertanyaan Penelitian**

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

1. Bagaimana makna Denotasi yang ditampilkan pada adegan-adegan dalam film “*22 Jump Street*” ?
2. Bagaimana makna Konotasi yang ditampilkan pada adegan-adegan dalam film “*22 Jump Street*” ?
3. Bagaimana Mitos yang ditampilkan pada adegan dalam film “*22 Jump Street*?
4. Bagaimana pesan moral pada film “*22 Jump Street*” ?

**1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini sebagai syarat ujian sidang strata satu (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung, Jurusan Ilmu Komunikasi, konsentrasi jurnalistik. Sedangkan tujuan lainnya yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui dan mendapatkan data dan informasi dari makna Denotasi yang ditampilkan pada adegan-adegan dalam film “*22 Jump Street*”.
2. Mengetahui dan mendapatkan data dan informasi dari makna Konotasi yang ditampilkan pada adegan-adegan dalam film “*22 Jump Street*”.
3. Mengetahui dan mendapatkan data dan informasi dari Mitos yang ditampilkan pada adegan dalam film “*22 Jump Street*”.
4. Mengetahui dan mendapatkan data dan informasi dari pesan moral pada film “*22 Jump Street*”.
   1. **Manfaat Penelitian**

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

* + 1. **Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam pengembangan penelitian kualitatif studi semiotika. Selain itu dapat memberikan masukan secara umum mengenai perkembangan pola komunikasi yang dapat dilakukan melalui sebuah film, serta dapat memberikan manfaat tentang penggunaan metode semiotika khusunya semiotika Roland Barthes dalam mengungkap makna dari setiap tanda yang ada pada adegan di film ini.

**1.4.2 Manfaat Praktisi**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan dalam komunikasi di bidang jurnalistik sebagai bahan perbandingan antara teori serta penerapannya pada analisis semiotika pada sebuah film.

* 1. **Kerangka Pemikiran**

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

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

**1.5.1 Teori Konstruksi Realitas Sosial**

Istilah konstruksi atas realitas sosial menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann melalui bukunya yang berjudul *The Social Construction of Reality : A Treatise in the Sociological of Knowledge*. Gambaran terhadap konstruksi realitas oleh **Berger dan Luckmann** seperti yang dikutip **Sobur** dalam bukunya **Analisis Teks Media** sebagai berikut,

**Konstruksi realitas digambarkan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, di mana individu secara intens menciptakan suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. (2004:91)**

Berdasarkan teori tersebut, institusi masyarakat tercipta dan dipertahankan atau diubah melalui tindakan dan interaksi manusia. Meskipun masyarakat dan institusi sosial terlihat nyata secara objektif, namun pada kenyataannya semua dibangun dalam definisi subjektif melalui proses interaksi. 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 simbolik yang universal, yaitu pandangan hidupnya yang menyeluruh, yang member legitimasi dan mengatur bentuk-bentuk sosial serta memberi makna pada berbagai bidang kehidupan.

Berkenaan dengan realitas sosial, **Berger dan Luckmann** mendefinisikan realitas sosial seperti yang dikutip **Sobur** dalam bukunya **Semiotika Komunikasi** sebagai berikut,

**Realitas sosial terdiri dari realitas objektif, realitas simbolik dan realitas subjektif. Realitas objektif adalah realitas yang terbentuk dari pengalaman di dunia objektif yang berada di dunia objektif yang berada di luar diri individu, dan realitas ini dianggap sebagai kenyataan. Realitas simbolik merupakan ekspresi simbolik dari realitas objektif dalam berbagai bentuk. Sementara, realitas subjektif adalah realitas yang terbentuk sebagai proses penyerapan kembali realitas objektif dan simbolik ke dalam individu melalui proses internalisasi. (2016:186)**

Pengetahuan yang berkembang dalam masyarakat dapat dijadikan sebagai realitas sosial yang merupakan hasil dari konstruksi sosial. Realitas sosial dikonstruksi melalui proses eksternalisasi yaitu usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik. Proses ini merupakan bentuk ekspresi diri untuk menguatkan eksistensi individu dalam masyarakat. Pada tahap ini masyarakat dilihat sebagai produk manusia. Objektivasi merupakan hasil yang telah dicapai (baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia), berupa realitas objektif yang mungkin akan menghadapi si penghasil itu sendiri sebagai suatu faktisitas yang berada diluar dan berlainan dari manusia yang menghasilkannya (hadir dalam wujud yang nyata). Pada tahap ini masyarakat dilihat sebagai realitas yang objektif. Internalisasi merupakan penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa, sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Berbagai macam unsur dari dunia yang telah terobjektifikasi akan ditangkap sebagai gejala realitas diluar kesadarannya, sekaligus sebagai gejala internal bagi kesadaran. Melalui internalisasi manusia menjadi hasil dari masyarakat.

Setiap peristiwa merupakan realitas sosial objektif dan merupakan fakta yang benar-benar terjadi. Realitas sosial objektif ini diterima dan diinterpretasikan sebagai realitas sosial subjektif dalam diri pekerja atau pengguna media dan individu yang menyaksikan peristiwa tersebut. Pekerja atau pengguna media mengkonstruksi realitas subjektif yang sesuai dengan seleksi dan preferensi individu menjadi realitas objektif yang ditampilkan melalui media dengan menggunakan simbol-simbol. Tampilan realitas di media inilah yang disebut realitas sosial simbolik dan diterima pemirsa sebagai realitas sosial objektif karena media dianggap merefleksikan realitas sebagaimana adanya.

**1.5.2 Teori Semiotika Roland Barthes**

Kombinasi antara gambar, suara, serta musik yang dimiliki oleh sebuah film pada setiap adegan memunculkan banyak tanda yang memiliki tanda-tanda tertentu. Untuk menemukan arti dibalik setiap tanda dalam sebuah film, maka peneliti menggunakan analis semiotika dalam penelitian ini.

Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang suatu tanda (sign). Dalam ilmu komunikasi “tanda” merupakan sebuah interaksi makna yang disampaikan kepada orang lain melalui tanda-tanda. Dalam berkomunikasi tidak hanya dengan bahasa lisan saja namun melalui sebuah tanda tersebut juga dapat berkomunikasi.

Teori semiotik yang peneliti pakai adalah teori dari Roland Barthes (1915-1980). Dalam teorinya Barthes mengembangkan semiotika menjadi dua tingkatan pertandaan, yaitu tingkat denotasi dan konotasi. Denotasi merupakan tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda pada realitas, menghasilkan makna eksplisit, langsung, dan pasti, dalam pengertian umum denotasi biasanya dimengerti sebagai makna harfiah, makna yang sesungguhnya sedangkan konotasi merupakan tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda yang ada di dalamnya beroperasi makna yang tidak eksplisit, tidak langsung, dan tidak pasti.

Dalam kerangka Barthes, konotasi identik dngan operasi ideologi, yang disebutnya sebagai ‘mitos’ dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. Di dalam mitos juga terdapat pola tiga dimensi penanda, petanda, dan tanda, namun sebagai suatu sistem yang unik, mitos dibangun oleh suatu rantai pemaknaan yang telah ada sebelumnya atau, dengan kata lain, mitos adalah suatu sistem pemaknaan tataran kedua.

Menurut **Barthes** dalam buku Mitologi mengatakan:

**Mitos terdapat dua system simologis, di mana salah satu system tersebut disusun berdasarkan keterpautannya dengan yang lain. Itulah sebabnya mengapa ahli semiologi diberi keleluasaan untuk memperlakukan tulisan dan gambar yang sama. Yang dia pegang adalah fakta bahwa keduanya adalah tanda, keduanya telah mencapai gerbang mitos yang didukung dengan fungsi penandaan yang sama, sehingga mereka sama-sama membentuk sebuah bahasa-objek (2009:162).**

Dalam mitos konsep dapat tersebar ke seluruh wilayah penanda yang sangat luas. Konsep adalah sesuatu yang ditemukan, historis sekaligus internasional adalah motivasi yang menyebabkan mitos diungkap atau dituturkan. Konsep terkait erat dengan sebuah fungsi, diidentifikasikan sebagai suatu kecenderungan.

Menurut **Barthes** yang dikutip oleh **Sobur** dalam buku **Semiotika Komunikasi** menjelaskan:

**Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda (2003:15).**

Tanda-tanda itu hanya mengemban arti *(significant)* dalam kaitannya dengan pembacanya. Pembaca itulah yang menghubungkan tanda dengan apa ditandakan *(signifie)* sesuai dengan konvensi dalam sistem bahasa yang bersangkutan.

Pada umumnya, tanda dapat dipergunakan untuk menyatakan kebenaran dan bahkan kebohongan, tanda-tanda yang berisi kebohongan itu relatif tidak merugikan, namun dalam beberapa kasus boleh jadi sangat membahayakan orang lain.

**Gambar 1.1**

**Peta Tanda Roland Barthes**

2. *Signified*

(Petanda)

1. *Signifer*

(Penanda)

3. *Denotative Sign*

(Tanda Denotatif)

5. *CONNOTATIVE SIGNIFIER*

(PENANDA KONOTATIF)

4. *CONNOTATIVE SIGNIFIER*

(PENANDA KONOTATIF)

6. *CONNOTATIVE SIGN*

(TANDA KONOTATIF)

**(Sumber: Buku Semiotika Komunikasi)**

Dari peta Barthes di atas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah tanda penanda konotatif (4) juga. Dengan kata lain, hal tersebut merupakan umur material: hanya jika mengenal tanda “singa”, barulah konotasi seperti harga diri, kegarangan, dan keberanian menjadi mungkin (Cobley dan Jansz, 1999:51)

Jadi dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Sesungguhnya, inilah sumbangan Barthes yang sangat berarti bagi penyempurnaan semilogi Saussure, yang berhenti pada penandaan dalam tataran denotatif.

Menurut **Barthes** yang dikutip **Sobur** dalam buku **Semiotika Komunikasi** mengatakan: **Bahasa adalah sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu (2013:63).**

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

**Gambar 1.2**

**Bagan Kerangka Pemikiran**

Analisis Semiotika Pada Film “*22 Jump Street*”

Teori Konstruksi Realitas Sosial

(L. Berger dan Thomas Luckman)

Analisis Semiotika

(Roland Barthes)

Denotasi

Mitos

Konotasi

Pesan Moral