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

**2.1.1 Karakterstik Komunikasi Massa**

Karekteristik komunikasi massa menurut **Effendy** dalam bukunya **Ilmu**

**Komunikasi Teori Dan Praktek** adalah:

1. **Komunikasi bersifat satu arah**

**Ini berarti bahwa tidak terdapat arus balik dari komunikan kepada komunikator Dengan lain perkataan wartawan sebagai komunikator tidak mengetahui tanggapan para pembacanya terhadap pesan atau berita yang disiarkan itu. Demikian pula penyiar radio tidak mengetahui tanggapan khalayak yang dijadikan sasarannya.**

1. **Komunikator pada komunikasi massa melembaga Media sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga yakni suatu intuisi atau organisasi. Karena komunikatornya melembaga atau dalam bahasa asing disebut institusionalized communicator atau organized communicator. Komunikator pada komunikasi massa misalnya wartawan surat kabar atau penyiar dikarenakan media yang dipergunakan adalah suatu lembaga dalam menyebarluaskan esan komunikasinya ia bertindak atas nama lembaga sejalan dengan kebijaksanaan surat kabar dan stasiun radio yang diwakilinya.**
2. **Komunikan komunikasi yang diwakilkan**

**Komunikan atau khalayak yang merupakan kumpulan anggota masyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi massa sebagai sasaran yang dituju komunikator bersifat heterogen. Dalam keberadaanya secara terpencar dimana antara satu sama lainnya tidak saling mengenal dan tidak dapat kontak pribadi masing dalam berbagai hal jenis kelamin agama usia ideologi pendidikan pekerjaan dan lain sebagainya.**

1. **Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan**

**Ciri lain dari media massa adalah kemampuan untuk menimbulkan kesempakan (simultaneity) pada piak khalayak dalam menerima pesan yang disebarkan. Hal ini yang merupakan ciri yang paling hakiki dibandingkan dengan media komunikasi massa lainnya.**

1. **Pesan pada komunikasi massa bersifat umum Pesan yang disebarkan melalui media massa bersifat umum karena ditunjukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum jadi tidak ditunjukkan kepada perorangan atau sekelompo orang tertentu.**

**Elvinaro** dalam bukunya **Komunikasi massa suatu pengantar**.

Menyebutkan karakteristik komunikasi massa yaitu sebagai berikut:

1. **Komunikator terlembagakan**
2. **Pesan bersifat umum**
3. **Komunikannya anonim dan heterogen**
4. **Media massa menimbulkan keserempakan**
5. **Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan**
6. **Komunikasi bersifat satu arah**
7. **Stimulasi alat indra terbatas**
8. **Umpan balik tertunda (*Delayed*) (2005:7-12)**

Dilihat dari karakteristik komunikasi massa yang disebutkan oleh **Effendy** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek** serta **Elvinaro** dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** pemaparan keduanya hampir sama mengenai karakteristik komunikasi massa namun kita masih bisa melihat perbedaan dari pemaparannya.

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

Dapat ditarik kesimpulan bahwa komuniaksi itu bersifat sangat dinamis dan sebagai masyarakat awam kita tidak bisa menduga apa yang akan terjadi nanti setelah melakukan proses komunikasi.

**2.1.2 Fungsi Komunikasi Massa**

Khalyak yang terlibat dalam komunikasi massa sanagat luas sehingga dapak atau efek yang dihasilkan dalam proses berlangsungnya komunikasi bermanfaat bagi khlayak. Berikut fungsi komunikasi massa bagi masyarakat menurut **Elvinaro** dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengatar** :

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 (Pertalian)**

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

1. **Transmission Of Values (Penyebaran Nilai-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. 6. Entertainment (Hiburan) (2005:15-17)**

Dari paparan diatas fungsi-fungsi komunikasi massa yang begitu banyak itu dapat disederhanakan menjadi beberapa fungsi yaitu, Menginformasikan, mendidik, menghibur, memperngaruhi.

**A. Fungsi Komunikasi Massa Untuk Masyarakat**

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

1. **Informasi :**
	* + 1. **Menyediakan informasi tentang peristiwa dan kondisi dalam masyarakat dan dunia.**
			2. **Menujukan hubungan kekuasaan.**
			3. **Memudahkan inovasi, adaptasi dan kemajuan.**

1. **Korelasi :**
	* + 1. **Menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa informasi.**
			2. **Menujukan otoritas dan norma-norma yang mapan.**
			3. **Melakukan sosialisasi**
			4. **Mengkordinasikan beberapa kegiatan Membentuk kesepakatan.**
			5. **Menetukan urutas dan melestarikan nilai-nilai.**

1. **Kesinambungan :**
	* + 1. **Mengekspresikan budaya dominan dan mengikuti keberadaan kebudayaan khusus serta pekembangan budaya baru.**
			2. **Meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai.**
2. **Hiburan :**
	* + 1. **Menyediakan hiburan, pengalihan perhatian dan sarana relaksasi.**
			2. **Meredakan ketegangan.**

E. **Mobilisasi :**

**1. Mengampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, perang, pembangunan ekonomi, pekerjaan dan kadang kala juga dalam bidang agama ( 2001:10 )**

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

**B. Fungsi komunikasi massa untuk individu**

**S**edangkan fungsi komunikasi massa untuk individu meliputi :

**a. Informasi :**

* + 1. **Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia.**
		2. **Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat dan hal yang berkaitan dengan penetuan piihan.**
		3. **Memuaskan rasa ingin tahu dan minat.**
		4. **Beajar, pendidikan dari sendiri.**
		5. **Memperoleh rasa damai melaui penambahan pengetahuan.**

**b. Identitas pribadi :**

* + 1. **Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi.**
		2. **Menumukan model prilaku.**
		3. **Mengidentifikasi dari degan nilai-nilai lain (dalam media).**
		4. **Meningkatkan pemahaman diri sendiri.**

**c. Integrasi dan interaksi :**

* + 1. **Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain : empati**
		2. **Mengidentifikasian diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki.**
		3. **Menemukan bahan percakapan dan interaksi.**
		4. **Memperoleh teman selain manusia.**
		5. **Membantu menjalakan peran.**
		6. **Menemukan seseorang untuk dapat menghubungi sanakkeluarga, teman dan masyarakat.**

**d. Hiburan :**

* + 1. **Melepaskan diri atau terpisah dari masyarakat.**
		2. **Bersantai.**
		3. **Memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis.**
		4. **Mengisi waktu.**
		5. **Penyaluran emosi ( 2002:22 )**

Pernyataan tersebut menujukan bahwa komunikasi massa memiliki beberapa fungsi, yaitu untuk kepentingan khalayak dan individu. Berdasarkan peneletian yang akan diangakat, fungsi lagu sendiri sesuai dengan beberapa fungsi komunikasi massa, yaitu sebagai penghiburan.

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

Zaman sekarang arus informasi sudah tidak lagi disampaikan melaui media komunikasi massa merupakan informasi yang tidak bermafaat bagi masyarakat ada informasi yang bersifat negatif dan dikhawatirkan dapat merusak moral bangsa khusunya indonesia dengan adat yang condong ketimurannya oleh karena itu masyarakat yang berperan sebagai khalayak baik itu pendengar pembaca maupun pemirsa di tuntut agar lebih pintar dan cerdas serta teliti untuk menyaring berbagai informasi yang disampaikan oleh media massa.

**2.2 Pengertian Jurnalistik**

Secara etimologis, jurnalistik berasal dari kata “*journ*”. Dalam bahasa Perancis, “*journ*”berarti catatan atau laporan harian. Secara sederhana, jurnalistik diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiap hari. Dalam kamus bahasa inggris, “*journal*” diartikan sebagai majalah, surat kabar, diary (catatan harian). Sedangkan “*journalistic*” diartikan kewartawanan (warta = berita, kabar). Dalam hal ini, berarti bahwa pengertian jurnalistik adalah catatan atau laporan harian wartawan yang diberikan kepada khalayak banyak.

Pemaparan dari **Romli** dalam bukunya **Jurnalistik Terapan**, menyebutkan bahwa secara konseptual, jurnalistik dapat dipahami dari tiga sudut pandang:

sebagai proses, teknik dan ilmu. Dengan penjelasan:

* + 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 jaman dalam setiap masanya. Ilmu yang dapat memenuhi dan mempengaruhi khalayak, sehingga terjadi peubahan sikap, sifat, pendapat, dan perilaku sesuai dengan kehendak para jurnalisnya.

Secara sederhana, menurut **Sumadiria** dalam buku **Jurnalistik Indonesia** yang mengutip **Adinegoro** menegaskan bahwa jurnalistik adalah:

**Semacam kepandaian mengarang yang pokoknya memberi pekabaran pada masyarakat dengan selekas – lekasnya agar tersiar seluas – luasnya.(2006:3)**

Hal ini berarti segala bentuk pemberitaan yang layak untuk untuk diketahui oleh masyarakat banyak, harus dengan sesegera mungkin disebarluaskan. Dikarenakan setiap orang pada umumnya menginginkan pemberitaan yang aktual, dari seorang reporter. 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. (2004:21)**

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, tentunya dengan didasari pengetahuan juga ketentuan – ketentuan dasar ilmu

tersebut.

Dari bebagai literatur yang di kaji, 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.

**2.2.1 Jenis – Jenis Jurnalistik**

Ilmu jurnalistik memiliki jenis – jenis tersendiri yang dapat menjadi acuan bahkan karakteristik (ciri khas) suatu media massa, baik itu media massa cetak ataupun media massa elektronik. Kategori jurnalistik ini ada yang bersifat baik tetapi ada pula yang 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-jurnalism*, yaitu Jurnalistik yang memberitakan 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 jaournalism*, yaitu Jurnalistik yang memperjuangkan nilai – nilai tertentu.**
7. ***Elctronic journalism*, yaitu pengetahuan tentang berita – berita yang disiarkan melalui media massa modern seperi 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 di pengundang.**
9. ***Gutter journalism* (jurnalistik got), 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 beberpapa jenis-jenis jurnalistik diatas masing-masing berbeda akan tetapi memiliki visi dan misi yang sama dalam sebuah penerbitan (media massa) penting artinya untuk menjadi pedoman jajaran redaksi dalam menjalankan tugasnya.

**2.2.2 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, jurnalistik tabloid mingguan, dan jurnal majalah.**

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

**Jurnalistik auditif yaitu jurnalistik radio siaran.**

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

**Juralistik media elektronik audiovisual adalah jurnalistik televise siaran dan jurnalistik media online (internet) (2008:4-6)**

Dari ketiga bentuk diatas, masing-masing memiliki karakteristiknya sendiri. Bila media cetak menekankan kepada aspek penglihatan karena dikonsumsi dengan cara dibaca, sementara itu media elektronik auditif menitik beratkan kepada aspek pendengarn, sedangkan media elektronik audiovisual menekankan pada aspek pendengaran sekaligus penglihatan.

**2.2.3 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 sebagai institusi penerbitan terhadap persoalan actual 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 social dengan memasukan 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 member 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 rubric 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 journalism,* atau jurnalisme warga, namun secara sederhana, *citizen journalism* adalah sebuah kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat untuk menyebarluaskan informasi atau kejadian tertentu.

**2.3 Media Massa**

Pusat dari studi mengenai komunikasi massa adalah media. Media adalah organisasi yang menyebarkan informasi yang berupa produk budaya atau pesan yang mepengaruhi 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** di 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** menjelskan 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 mekanis seperti**

**surat kabar, televise, radio dan film.” (1998:122)**

Media tersebut sangatlah banyak ragam bentuknya. Media massa terbagi menjadi dua seperti yang dikatakan **Kuswandi** di dalam buku, **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 dii 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.

**2.4 Film**

**2.4.1 Pengertian Film**

Film adalah media elektronik paling tua daripada media lainnya, apalagi film telah berhasil mempertunjukkan gambar-gambar hidup yang seolah - olah memindahkan realitas ke atas layar besar. Keberadaan film telah diciptakan sebagai salah satu media komunikasi massa yang benar - benar disukai bahkan sampai sekarang. Lebih dari 70 tahun terakhir ini film telah memasuki kehidupan umat manusia yang sangat luas lagi beraneka ragam.

Menurut **Effendi** dalam bukunya yang berjudul **Televisi Siaran** menjelaskan bahwa :

**Film diartikan sebagai hasil budaya dan alat ekspresi kesenian. Film sebagai komunikasi massa merupakan gabungan dari berbagai tekhnologi seperti fotografi dan rekaman suara, kesenian baik seni rupa dan seni teater sastra dan arsitektur serta seni musik** (**1986 ; 239)**

Film ini merupakan dokumen yang terdiri dari cerita dan gambar yang diiringi kata-kata dan musik. Sehingga film merupakan produksi yang multi dimensional dan kompleks. Kehadiran film di tengah kehidupan manusia dewasa ini semakin penting dan setara dengan media lain. Keberadaannya praktis, hampir dapat disamakan dengan kebutuhan akan sandang pangan. Dapat dikatakan hampir tidak ada kehidupan sehari – hari manusia berbudaya maju yang tidak tersentuh dengan media ini.

**2.4.2 Sejarah perfilman Indonesia**

Di Indonesia, film pertamakali diperkenalkan pada 5 Desember 1900 di Batavia (Jakarta). Pada masa itu film disebut “Gambar Idoep”. Pertunjukkan film pertama digelar di Tanah Abang. Film adalah sebuah film dokumenter yang menggambarkan perjalanan Ratu dan Raja Belanda di Den Haag. Pertunjukan pertama ini kurang sukses karena harga karcisnya dianggap terlalu mahal. Sehingga pada 1 Januari 1901, harga karcis dikurangi hingga 75% untuk merangsang minat penonton. Film cerita pertama kali dikenal di Indonesia pada tahun 1905 yang diimpor dari Amerika. Film-film impor ini berubah judul ke dalam bahasa Melayu. Film cerita impor ini cukup laku di Indonesia. Jumlah penonton dan bioskop pun meningkat. Daya tarik tontonan baru ini ternyata mengagumkan. Film lokal pertama kali diproduksi pada tahun 1926. Sebuah film cerita yang masih bisu. Agak terlambat memang. Karena pada tahun tersebut, di belahan dunia yang lain, film-film bersuara sudah mulai diproduksi.

Pertengahan ‘90-an, film-film nasional yang tengah menghadapi krisis ekonomi harus bersaing keras dengan maraknya sinetron di televisi-televisi swasta. Praktis semua aktor dan aktris panggung dan layar lebar beralih ke layar kaca. Apalagi dengan kehadiran Laser Disc, VCD dan DVD yang makin memudahkan masyarakat untuk menikmati film impor. Namun di sisi lain, kehadiran kamera-kamera digital berdampak positif juga dalam dunia film Indonesia. Mulailah terbangun komunitas film-film independen. Film-film yang dibuat di luar aturan baku yang ada. Film-film mulai diproduksi dengan spirit militan. Meskipun banyak fillm yang kelihatan amatir namun terdapat juga film-film dengan kualitas sinematografi yang baik. Sayangnya film-film independen ini masih belum memiliki jaringan peredaran yang baik. Sehingga film-film ini hanya bisa dilihat secara terbatas dan di ajang festival saja.

Kini, film Indonesia telah mulai berderak kembali. Beberapa film bahkan booming dengan jumlah penonton yang sangat banyak. Sebut saja, Ada apa dengan Cinta, yang membangkitkan kembali industri film Indonesia. Beberapa film lain yang laris manis dan menggiring penonton ke bioskop seperti Petualangan Sherina, Jelangkung, Ayat-Ayat Cinta, Ketika Cinta Bertasbih, Laskar Pelangi maupun Naga Bonar Jadi 2. Genre film juga kian variatif, meski tema-tema yang diusung terkadang latah, jika sedang ramai horor, banyak yang mengambil tema horor, begitu juga dengan tema-tema remaja/anak sekolah. Dengan variasi yang diusung, itu memberikan kesempatan media film menjadi sarana pembelajaran dan motivator bagi masyarakat. Seperti film Garuda di Dadaku, Laskar Pelangi, serta Cahaya Dari Timur Beta Maluku.

**2.4.3 Jenis-jenis Film**

Didalam film ada beberapa jenis film yang dikelompokan menjadi film cerita, film berita, film dokumenter dan film kartun.

1. **Film Cerita**

Film cerita (story film) adalah jenis film yang mengandung suatu cerita yang lazim dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop dengan bintang film tenar dan didistribusikan sebagai barang dagangan. Cerita yang diangkat menjadi topik film bisa berupa cerita fiktif atau berdasarkan kisah nyata yang dimodifikasi, sehingga ada unsur menarik, baik dari jalan ceritanya maupun dari segi artistinya.

1. **Film berita**

Film berita atau newsreel adalah film mengenai fakta, peristiwa yang benar-beanr terjadi. Karena sifatnya berita maka film yang disajikan kepada  publik harus mengandung nilai berita. Kriteria berita itu adalah penting dan menarik

1. **Film dokumenter**

Film dokumenter didefenisikan oleh sebagai ”karya ciptaan mengenai kenyataan(creative treatment of actuality) berbeda dengan film berita yang merupakan rekaman kenyataan, maka film dokumenter adalah hasil interpretasi pribadi (pembuatnya mengenai kenyataan tersebut).

1. **Film kartun (animasi)**

Film kartun (cartoon film) dibuat untuk konsumsi anak-anak, dan dapat dipastikan kita semua mengenal tokoh Donald bebek (Donald duck), Putri Salju (Snow White), Miki Tikus (Mickey Mouse) yang diciptakan oleh seniman Amerika.

**2.4.4 Film Sebagai Bentuk Pesan Komunikasi**

Menurut Laswel, Komunikasi adalah pesan yang disampiakan

komunikan ( penerima ) dari komunikator ( sumber ) melalui saluran-saluran tertentuk baik secara langsung maupun tidak langsung dengan maksud memberikan dampak atau efek kepada komuikan sesuai dengan yang diinginkan komuikator. Yang memenuhi lima unsur *who, says what, in wich channel, to whom, with what effect.* Dengan pola pikir dari hasil cipta, manusia dapat mengkomunikasikan segala sesuatu pemikiran kepada khalayak luas berupa gagasan, idea ataupun opini menjadi sebuah pesan komunikasi yang mudah dicerna.

 Dalam sebuah proses penyampaian komunikasi, pesan merupakan hal

yang paling utama. Definisi pesan sendiri adalah segala sesuatu, verbal maupun

nonverbal yang disampaikan komunikator kepada komunikan untuk mewujudkan motif komunikasi. Pesan pada dasarnya bersifat abstrak, kemudian diciptakan lambang komunikasi sebagai media atau saluran dalam menghantarkan pesan berupa suara, mimik, gerak-gerik, bahasa lisan dan tulisan yang saling dapat dimengerti sebagai alat bantu dalam komunikasi.

Keberadaan film di tengah kehidupan masyarakat memberikan beberapa nilai fungsi tertentu. Film dibuat dengan latar belakang produksi yang sangat rumit. Dari proses preproduction sampai kepada postproduction melibatkan banyak orang dengan fungsi yang berbeda. Film dikonsep sedemikian rupa, dengan pemilihan pemain, lokasi, kostum, musik dan unsur lainnya. Di samping mencapai suatu nilai profit bisnis, film juga berfungsi untuk mentransmisikan suatu pesan dari si pembuat film kepada khalayak luas.

Dengan fungsi mentransmisikan pesan, menempatkan film dalam sebuah proses komunikasi. Salah satu bentuk komunikasi yang mentransmisikan pesan kepada khalayak dalam jumlah yang luas pada saat yang bersamaan disebut dengan komunikasi massa. Dalam bentuk komunikasi ini tidak ada kontak langsung antara si pengirim dan penerima pesan. Pesan akan disampaikan melalui beberapa media seperti televisi, radio, majalah, surat kabar, dan lainnya termasuk film. Film dalam bentuk komunikasi massa mengacu pada model komunikasi linear. Artinya bahwa film ada dalam proses komunikasi yang sifatnya searah. Dalam hal ini adalah si pembuat film, akan mengirimkan pesan melalui channel yaitu film itu sendiri. Pesan berisi tentang ide cerita yang disampaikan dalam film. Pesan akan ditujukan kepada *receiver* yaitu penonton film. *Noise* atau pun gangguan akan mempengaruhi proses transmisi pesan, misalnya kondisi tempat pertunjukan yang kurang nyaman, sikap audience saat menonton film, gangguan teknis saat menonton film dan hal lainnya. Penyampaian pesan melalui film juga sangat dipengaruhi oleh pengalaman dan referensi si penonton saat mengintrepretasikan film. Film memiliki kemampuan untuk mengantarkan pesan secara unik. Dapat dilihat begitu banyak jenis film, diantaranya dokumenter, horor, drama, action, petualangan, komedi, kriminal , fantasi, musikal, animasi, dan lainnya. Tiap konsep film akan sesuai dengan konsep pesan yang akan disampaikan. Untuk itu setiap pembuat film berkewajiban membuat konsep film yang sesuai aturan dan layak dikonsumsi masyarakat. Film seharusnya bisa menjadi media komunikasi yang memberikan fungsi penerangan, pendidikan, pengembangan budaya, ekonomi, selain juga memberikan fungsi hiburan kepada masyarakat.

Dalam kaitannya dengan teknologi, film dengan segala teknologi di dalamnya mempengaruhi masyarakat dalam mengkonsumsi pesan. Konsep McLuhan menyebutkan bahwa teknologi dapat mengekstensi kemampuan manusia. Dilihat dari proses produksinya, teknologi pembuatan film dapat mengektensi kemampuan si pembuat film untuk membuat film dengan detil ruang dan waktu tertentu, yang jelas berbeda dengan kondisi asli saat film dibuat. Dari sisi penonton, dengan adanya teknologi, penonton dapat menikmati suasana dengan nuansa tahun tertentu, di negara tertentu melalui pertunjukan film. Teknologi digital juga memudahkan penonton untuk mengakses semua jenis film produksi negara mana pun tanpa harus pergi langsung ke negara tersebut. McLuhan juga memberikan konsep *medium is the message*. Diartikan bahwa teknologi yang menjadi media pembawa pesan . Dalam hal ini teknologi film yang membawa pesan yaitu isi dari film itu sendiri. Pesan dikemas dengan audio dan visual, film mampu bercerita banyak hal dalam waktu yang singkat. Selanjutnya, mengenai media untuk mengakses film, berkaitan dengan teknologinya, masyarakat mempunyai keleluasaan dalam memilih teknologi media mana yang sesuai dengan kebutuhannya. Misalnya, beberapa orang lebih memilih menonton di bioskop daripada menonton film melalui DVD atau internet. Ada juga masyarakat yang saat ini lebih memilih menggunakan mobile phone untuk menonton film. Dalam teori *technology determinsm* memberikan pandangan bahwa teknologi memberikan pengaruh terhadap masyarakat dalam proses mengkonsumsi film.

**2.5 Konstruksi Realita Sosial**

Dalam melakukan komunikasi banyak cara yang bisa dilakukan, selain melalui media massa bisa juga dengan kode yang yang dapat dipahami oleh masyarakat banyak ataupun kode atau istilah yang bisa dipahami oleh kelompok-kelompok tertentu, yang memiliki substansi yang sama dan dapat dimengerti oleh yang menerima pesan yang disampaikan.

Dalam hal ini dapat kita simpulkan salah satu bentuk dari komunikasi diantaranya komunikasi massa. Komunikasi massa ini diartikan sebagai komunikasi yang menggunakan media massa sebagai medianya. Berbeda dengan pendapat para ahli psikologi sosial yang mengemukakan bahwa komunikasi massa ini tidak selalu terjadi dengan menggunakan media massa. Film merupakan bagian dari salah satu media yang dapat digunakan dalam proses komunikasi massa. Film selain sebagai media hiburan, juga memiliki manfaat yang lain dalam pemaknaan sebuah alur cerita dari sebuah peristiwa. Realitas yang terjadi di masyarakat dapat dcerminkan dalam sebuah karya berupa film.

Suatu proses pemaknaan yang dilakukan oleh setiap individu terhadap lingkungan dan aspek diluar dirinya yang terdiri dari proses eksternalisasi, internalisasi dan obyektivasi. Eksternalisasi adalah penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia, obyektivasi adalah interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi, dan internalisasi adalah individu mengidentifikasi diri ditengah lembaga-lembaga sosial dimana individu tersebut menjadi anggotanya.

**Bungin** dalam bukunya **konstruksi sosial media massa**  menjelaskan bahwa :

**Istilah konstruksi atau realitas sosial (*social construction of realitiy)* menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L Bager Thomas Luckmann melalui bukunya yang berjudul *the social construction of reality :* ia menggambarkan proses social melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu atau kelompok menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama subyektif. (2008:28)**

Istilah konstruksi sosial atas realitas *(sosial 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 subjektif. Realitas sosial merupakan konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Individu adalah manusia yg bebas yang melakukan hubungan antara manusia yang satu dengan yang lain. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya. Individu bukanlah korban fakta sosial, namun sebagai media produksi sekaligus reproduksi yang kreatif dalam mengkonstruksi dunia sosialnya.

**2.6 Analisis Semiotika**

Semiotika didasarkan pada logika, karena logika mempelajari bagaimana orang bernalar, sedangkan penalaran dilakukan melalui tanda-tanda. Tanda-tanda kemungkinan kita berpikir, berhubungan dengan orang lain dan memberi makna pada apa yang ditampilakan dalam sebuah kejadian.

Semiotika Menurut **Peirce, dikutip oleh Sobur** dalam bukunya “**Semiotika Komunikasi** menyebutkan bahwa:

**Semiotika (*semiotics*) Ilmu yang mengkaji tentang peran tanda sebagai peran kehidupan sosial. istilah semiotik dengan hubungan segitiga triadik, yaitu tanda dipilih (representamen), makna tanda (interpretant) dan objek itu sendiri. Tanda itu terdiri dari bunyi-bunyi dan gambar (2009:vii).**

Analisis dalam semiotik berupaya menemukan makna tanda termasuk hal-hal yang tersembunyi dibalik sebuah tanda (teks, iklan, film, dan berita)**.**

**2.4.7 Pengertian Semiotika Menurut Para Ahli**

Semiotika adalah studi tentang makna keputusan. Ini termasuk studi tentang tanda-tanda dan proses tanda (semiosis), indikasi, penunjukan, kesamaan, analogi, metafora, simbolisme, makna, dan komunikasi. Semiotika berkaitan erat dengan bidang linguistik, yang untuk sebagian besar, mempelajari struktur dan makna bahasa yang lebih spesifik.

1. **Charles Sanders Peirce**

Mengemukakan teori segitiga makna atau triangle meaning yang terdiri dari tiga elemen utama, yakni tanda *(representamen), object, dan interpretant*. Tanda adalah sesuatu yang berbentuk fisik yang dapat ditangkap oleh panca indera manusia dan merupakan sesuatu yang merujuk (merepresentasikan) hal lain di luar tanda itu sendiri. Tanda menurut Peirce terdiri dari Simbol, Ikon dan Indeks. Sedangkan acuan tanda ini disebut objek. Objek atau acuan tanda adalah konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda atau sesuatu yang dirujuk tanda.

1. **Charles Morris**

Semiotika menambahkan bahwa hubungan tanda-tanda untuk designata mereka dan benda-benda yang memungkinkan atau acara; dan, penawaran pragmatik dengan aspek biotik dari semiosis, yaitu dengan semua fenomena psikologis, biologis, dan sosiologis yang terjadi dalam tanda-tanda fungsi.

1. **Ferdinand De Saussure**

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

1. **Roland Barthes**

Dalam teorinya tersebut Barthes mengembangkan semiotika menjadi 2 tingkatan pertandaan, yaitu tingkat denotasi dan konotasi. Denotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda pada realitas, menghasilkan makna eksplisit, langsung, dan pasti. Konotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda yang di dalamnya beroperasi makna yang tidak eksplisit, tidak langsung, dan tidak pasti.

1. **J Derrindra**

Semiotika sebagai alternatif untuk menolak segala keterbatasan penafsiran ataupun bentuk kesimpulan yang baku. Konsep Dekonstruksi yang dimulai dengan konsep demistifikasi, pembongkaran produk pikiran rasional yang percaya kepada kemurnian realitas, pada dasarnya dimaksudkan menghilangkan struktur pemahaman tanda-tanda (siginifier) melalui penyusunan konsep (signified). Dalam teori Grammatology, Derrida menemukan konsepsi tak pernah membangun arti tanda-tanda secara murni, karena semua tanda senantiasa sudah mengandung artikulasi lain .

Dekonstruksi, pertama sekali, adalah usaha membalik secara terus-menerus hirarki oposisi biner dengan mempertaruhkan bahasa sebagai medannya. Dengan demikian, yang semula pusat, fondasi, prinsip, diplesetkan sehingga berada di pinggir, tidak lagi fondasi, dan tidak lagi prinsip. Strategi pembalikan ini dijalankan dalam kesementaraan dan ketidakstabilan yang permanen sehingga bisa dilanjutkan tanpa batas.