**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

* 1. **Pengertian Komunikasi**

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris, *communication* berasal dari kata latin *communicatio* dan bersumber dari kata comunis yang berarti sama. “Sama” disini maksudnya adalah “sama makna”. Komunikasimenurut **Effendi** dalam buku **Hubungan Masyarakat: Studi Komunikologis**,istilah komunikasi diartikan sebagai :

**Dalam suatu proses komunikasi harus terdapat unsur-unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pemikiran atau pengertian, antar komunikator (penyebar pesan ) dan komunikan ( penerima pesan ) (1992:3)**

Proses komunikasi bisa diartikan sebagai penyampaian pesan yang menuntut adanya kesamaan makna agar komunikasi itu bisa terjadi secara baik. Kesamaan makna merupakan hal yang sangat mutlak dibutuhkan oleh setiap proses komunikasi agar tidak terjadi penyampaian pesan yang sia-sia, penekanan pada saling pengertian antara kedua belah pihak adalah tujuan dari proses komunikasi tersebut, sebelum pesan di sampaikan kepada komunikan, komunikator memberikan makna dalam pesan tersebut yang kemudian ditangkap oleh komunikan dan dimaknai sesuai dengan konsep yang dimilikinya.

Ada beberapa pendapat para ahli mengenai pengertian komunikasi di antaranya Pendapat **Rogers** yang dikutip oleh **Cangara**, dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi** Menjelaskan komunikasi adalah: “**Proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka” (2012:19)**

* 1. **Tujuan Komunikasi**

Secara singkat dapat ditegaskan bahwa komunikasi bertujuan mengharapkan pengertian, dukungan, gagasan, dan tindakan. Setiap akan mengadakan komunikasi, komunikator perlu mempertanyakan tujuannya.

**Mudjito** dalam **Riyono Praktiko, 1998**  yang di kutip oleh **Suryanto** dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi** menyimpulkan bahwa :

**Komunikasi dalam organisasi bertujuan memberikan pengaruh kepada seluruh anggota organisasi agar secara bersama-sama berusaha mencapai tujuan organisasi. Di samping itu, komunikasi juga mengintegrasikan fungsi – fungsi manajemen POAC *(Planning, Organizing, Actuating, Controling)* yang artinya dengan komunikasi organisasi dapat :**

1. **Menyebarluaskan tujuan organisasi**
2. **Mengembangkan rencana untuk mencapai tujuan organisasi**
3. **Mengorganisasikan sumber – sumber lain agar dapat dimanfaatkan lebih efektif dan lebih efesien.**
4. **Memilih dan menghargai anggota organisasi yang baiki**
5. **Memimpin, memotivasi, dan menciptakan iklim atau suasana**
6. **Dalam organisasi sehingga para anggota bersedia berpartisipasi semaksimal mungkin**
7. **Mengontrol perilaku para anggota organisasi. (2015:25)**

Melalui komunikasi yang intensif dan tepat, makna yang tersimpan dalam komunikator dapat tersampaikan secara tepat pula. Dengan kata lain, hasil atau respon yang diharapkan komunikator sangat bergantung pada proses dan strategi komunikasi yang dilakukan kepada komunikan.

* 1. **Fungsi Komunikasi**

Menurut **Effendy** yang di kutip oleh **Suryanto** dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi** mengatakanbahwa :

**Komunikasi tidak hanya berkutat pada persoalan pertukaran berita dan pesan, tetapi juga melingkupi kegiatan individu dan kelompok berkaitan dengan tukar menukar data, fakta, dan ide apakah dilihat dari makna ini, ada beberapa funsi yang melekat dalam proses komunikasi yaitu sebagai berikut :**

1. **Informasi, pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data gambar, fakta, pesan, opini, dan komentar yang dibutuhkan agar agar dapat dimengerti dan beraksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain sehingga mengambil keputusan yang tepat.**
2. **Sosialisasi (pemasyarakatan) penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga sadar akan fungsi sosialnya dan dapat aktif dalam masyarakat.**
3. **Motivasi, menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek ataupun jangka panjang, mendorong orang untuk menentukan pilihan dan keinginannya mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.**
4. **Debat dan diskusi, menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah public. Menyediakan bukti – bukti relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum agar masyarakat lebih melibatkan diri dengan masalah yang menyangkut kepentingan bersama.**
5. **Pendidikan, pengalihan ilmu,pengetahuan dapat mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, serta pembentukan keterampilan dan kemahiran yang diperlukan dalam semua bidang kehidupan.**
6. **Memajukan kehidupan, menyebarkan hasil kebudayaan dan seni dengan tujuan melestarikan warisan masa lalu, mengembangkan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang serta membangun imajinasi dan mendorong kreativitas dan kebutuhan estetiknya.**
7. **Hiburan, penyebarluasan sinyal, symbol, suara, dan imaji dari drama, tari, kesenian, kesusastraan, music, olahraga, kesenangan, kelompok, dan individu.**
8. **Integrasi menyediakan bagi bangsa kelompok, dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang diperlukan agar saling mengenal, mengerti, serta menghargai kondisi dan pandangan dari keinginan orang lain.(2015:28)**

**Mudjoto** yang dikutip oleh **Widjaya** dan dikutip kembali oleh **Suryanto** dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi** menyatakan bahwa fungsi komunikasi meliputi :

1. **Alat suatu organisasi sehingga seluruh kegiatan organisasi dapat diorganisasikan (dipersatukan) untuk mencapai tujuan tertentu.**
2. **Alat untuk mengubah perilaku para anggota dalam suatu organisasi.**
3. **Alat agar informasi dapat disampaikan kepada seluruh anggota organisasi (2015:29)**

Inti dari pemaparan di atas bahwa tujuan komunikasi adalah sebagai alat organisasi dalam melakukan penyebaran informasi maupun pesan kepada anggota organisasi sehingga timbulnya efek berupa perubahan perilaku dari anggota organisasi tersebut.

* 1. **Komunikasi Massa**

Komunikasi massa *(mass communication)* adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), berbiaya relatif mahal, yang dikelola oleh suatu lembaga atau rang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar dibanyak tempat, anonim, heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak dan selintas (khususnya media elektronik). Meskipun khalayak adakalanya menyampaikan pesan kepada lembaga (dalam bentuk saran-saran yang sering tertunda), proses komunikasi didominasi oleh lembaga, karena lembaga lah yang menentukan agendanya. Komunikasi antar pribadi, komunikasi kelompok, komunikasi publik dan komunikasi organisasi berlangsung juga dalam proses untuk mempersiapkan pesan yang disampaikan media massa ini.

Definisi komunikasi massa menurut **Bittner** dikutip dari buku **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** karya **Ardianto dkk** adalah sebagai berikut**:**

**Kominkasi massa adalah pesan yang komunikasikan melalui media masa pada sejumlah besar orang *(mass communication is message communicated through a mass medium to a large number of people).***

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu di sampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar di lapangan luas yang di hadiri oleh ribuan, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa maka itu bukan komunikasi massa. Komunikasi massa juga sebagai suatu proses yang secara simultan diperuntukkan untuk penduduk yang besar dan dalam skala yang sangat besar melalui media massa.

* + 1. **Karakteristik Komunikasi Massa**

Sebelumnya telah di bahas tentang pengertian komunikasi massa melalui definisi komunikasi massa yang di kemukakan oleh beberapa ahli ilmu komunikasi. Kita juga sudah mengetahui bahwa definisi-definisi komunikasi massa itu secara prinsip mengandung suatu makna yang sama, bahkan antara satu definisi dengan definisi lainnya dapat di anggap saling melengkapi. Melalui definisi itu pula kita dapat mengetahui karakteristik komunikasi massa.

Karakteristik Komunikasi Massa dikutip dari buku **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** karya **Ardianto dkk** adalah sebagai berikut:

1. **Komunikator Terlembagakan**

**Ciri komunikasi massa yang pertama adalah komunikatornya. Kita sudah memahami bahwa komunikasi massa itu menggunakan media massa, baik media cetak maupun elektronik. Dengan mengingat kembali pendapat Wright bahwa komunikasi massa itu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks, mari kita bayangkan secara kronologis proses penyusunan pesan oleh komunikator sampai pesan itu di terima oleh komunikan.apabila pesan itu akan di sampaikan melalui surat kabar, maka prosesnya adalah sebagai berikut: komunikator menyusun pesan dalam bentuk artiker, apakah atas keinginannya atau atas permintaan media massa yang bersangkutan. selanjutnya, pesan tersebut diperiksa oleh penanggung jawab rubrik.**

**2. Pesan Bersifat Umum**

**Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karenanya, pesan komunikasi massa bersifat umum. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa atau opini. Namun tidak semua fakta dan peristiwa yang terjadi disekeliling kita dapat dimuat dalam media massa. Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk apapun harus memenuhi kriteria penting atau menarik, atau penting sekaligus menarik, bagi sebagian besar komunikan. Dengan demikian, kriteria pesan yang penting dan menarik itu mempunyai ukuran tersendiri, yakni bagi sebagian besar komunikan.**

**3. Komunikasi Anonim dan Heterogen**

**Komunikan pada komunikasi massa bersifat anonim dan heterogen. Pada komunikasi antar persona, komunikator akan mengenal komunikannya, mengetahui identitasnya, seperti: nama, pendidikan, pekerjaan, tempat tinggal, bahkan mungkin mengenal sikap dan perilakunya. Sedangkan dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Di samping anonim,komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokan berdasarkan faktor: usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, latar belakang budaya, agama dan tingkat ekonomi.**

**4. Media Massa Menimbulkan Keserempakan**

**Kelebihan komunikasi massa dengan komunikasi lainnya, adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama pula.**

**Effendy (1981) mengartikan keserempakan media massa itu sebagai keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.**

**5. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan**

**Salah satu prinsip komunikasi adalah bahwa komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan (Mulyana, 2000:99). Dimensi isi menunjukan muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukan bagaimana cara megatakannya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu. Sementara Rakhmat (2003) menyebutnya sebagai proporsi unsur isi dan unsur hubungan.**

**6. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah**

**Selain ada ciri yang merupakan keunggulan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya, ada juga ciri komunikasi massa yang merupakan kelemahannya. Karena komunikasinya melalui media massa, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana halnya terjadi dalam komunikasi antarpersona. Dengan kata lain, komunikasi massa itu bersifat satu arah.**

**7. Stimulasi Alat Indra Terbatas**

**Ciri komunikasi massa yang dapat dianggap salah satu kelemahannya, adalah stimulasi alat indra yang terbatas. Pada komunikasi antarpersona yang bersifat tatap muka, maka seluruh alat indra pelaku komunikasi, komunikator dan komunikan, dapat digunakan secara maksimal. Kedua belah pihak dapat melihat, mendengar secara langsung, bahkan mungkin merasa. Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat. Pada radio siaran dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar, sedangkan pada media televisi dan film, kita menggunakan indra menglihatan dan pendengaran.**

**8. Umpan Balik Tertunda (Delayed) dan Tidak Langsung (Indirect)**

**Komponen umpan balik atau yang lebih populer dengan sebutan feedback merupakan faktor penting dalam proses komunikasi antarpersona, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa. Efektivitas komunikasi seringkali dapat dilihat dari feedback yang disampaikan oleh komunikan.**

**Umpan balik sebagai respons mempunya volume yang tidak terbatas pada komunikasi antarpersona. Bila penulis memberikan kuliah pada anda secara tatap muka, penulis akan memperhatikan bukan saja ucapan anda, tetapi juga kedipan mata, gerak bibir, posisi tubuh, intonasi suara, dan gerakan lainnya yang dapat penulis artikan.**

Pernyataan diatas menunjukan bahwa komunikasi massa memiliki jumlah sasaran komunikan yang banyak dan tidak terbatas. Bersifat terbuka yang berarti ditujukan untuk umum.keefektifan komunikasi massa dapat dilihat dari feedback komunikan.

* + 1. **Fungsi Komunikasi Massa**

Fungsi Komunikasi Massa menurut **Dominick** **(2001)** dikutip dari buku **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** karya **Ardianto dkk** terdiri dari :

1. ***Surveillance* (pengawasan)**

**Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama:**

1. ***Warning or beware surveillance* (pengawasan peringatan)**

**Fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang ancaman dari angin topan, meletusnya gunung merapi, kondisi yang memprihatinkan, tayangan inflasi atau adanya serangan militer. Peringatan ini dengan serta merta dapat menjadi ancaman.**

1. ***Instrumental surveillance* (pengawasan instrumental)**

**Fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari. Berita tentang apa yang sedang dimainkan di bioskop, bagaimana harga-harga saham di bursa efek, produk-produk baru, ide-ide tentang mode, resep masakan dan sebagainya, adalah contoh-contoh pengawasan instrumental. Majalah People dan Reader’s Digest menampilkan sebuah fungsi pengawasan instrumental.**

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

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

1. ***Linkage* (Pertalian)**

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

1. ***Transmission of Values* (Penyebaran Nilai-Nilai)**

**Fungsi penyebaran nilai tidak kentara. Fungsi ini juga disebut *sosialization* (sosialisasi). Sosialisasi mengacu kepada cara, dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain, media mewakili kita degan model peran yang kita amati dan harapan untuk menirunya.**

1. ***Entertainment* (Hiburan)**

**Sulit dibantah lagi bahwa pada kenyataannya hampir semua media menjalankan fungsi hiburan. Televisi adalah media massa yang mengutamakan sajian hiburan. Begitupun radio siaran, siarannya banyak memuat acara hiburan. Memang ada beberapa stasiun televisi dan radio siaran yang lebih mengutamakan tayangan berita. Demikian pula halnya dengan majalah. Tetapi, ada beberapa majalah yang lebih mengutamakan berita seperti Time dan News Week, Tempo dan Gatra.**

Komunikasi masa hanya menyampaikan fakta dan data juga kejadian penting. Dan juga dapat menyatukan berbagai masyarakat yang beragam.

* 1. **Jurnalistik**

Secara etimologi, jurnalistik berasal dari kata *journ.* Dalam bahasa Prancis, *journ*  berarti catatan atau laporan harian. Secara sederhana jurnalistik diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiap hari. Dengan demikian, jurnalistik bukanlah pers, bukan pula media massa. Jurnalistik adalah kegiatan yang memungkinkan pers atau media massa bekerja dan diakui eksistensinya dengan baik.

Definisi Jurnalistik menurut **Roland E. Wolseley** dalam ***Understanding Magazines* (1969:3),** yakni:

**Jurnalistik adalah pengumpulan, penulisan, penafsiran, pemrosesan dan penyebaran informasi umum, pendapat pemerhati, hiburan umum secara sistematik dan dapat dipercaya untuk diterbitkan pada surat kabar, majalah, dan disiarkan di stasiun siaran.**

**Sumadiria** dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature** secara teknis mengatakan bahwa:

**Jurnalistik adalah kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengelolah, menyajikan dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya.**

Unsur-unsur informasi dalam jurnalistik semuanya digerakkan dan diberdayakan oleh pers dan media massa dalam kerangka jurnalistik. Arus informasi dalam khazanah jurnalistik tersebut memungkinkan pesan yang diciptakan terstruktur dengan baik, dan tak akan demikian tanpa ada dukungan dari media massa yang terlembagakan. Jurnalistik adalah kegiatan yang memungkinkan pers atau media massa bekerja dan diakui eksistensinya dengan baik.

* 1. **Bentuk Jurnalistik**

Menurut **Sumadiria** dalam buku karangannya **Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature**, dilihat dari segi bentuk dan pengelolahannya jurnalistik dibagi kedalam tiga bagian besar:

1. **Jurnalistik Media Cetak (*Newspaper and Magazine Journlism)*, meliputi jurnalistik surat kabar harian, jurnalistik surat kabar mingguan, jurnalistik tabloid harian, jurnalistik mingguan dan jurnalistik majalah. Jurnalistik media cetak dipengaruhi oleh dua faktor, yakni verbal (menekan pada kemampuan memilih, menyusun kata dalam rangkaian kalimat dan paragraph yang efektif dan komunikatif) dan visual (menunjuj pada kemampuan dalam menata, menempatkan, mendesain tata letak atau hal-hal yang menyangkut segi perwajahan).**
2. **Jurnalistik Media Elektronik Auditif *(Radio Broadcast Journalism)*, jurnalistik siaran radio, lebih banyak dipengaruhi dimensi verbal (berhubungan dengan kemampuan menyusun kata, kalimat dan paragraph secara efektif dan komunikatif), teknologikal (berkaitan dengan teknologi yang memungkinkan daya pancar radio dapat ditangkap dengan jelas dan jernih oleh pesawar radio penerima) dan fisikal (erat kaitannya dengan tingkat kesehatan fisik dan kemampuan pendengaran khalayak dalam menyerap dan mencerna setiap pesan kata atau kalimat yang disampaikan).**
3. **Jurnalistik Media Audiovisual *(Television Journalism)*, jurnalistik televisi siaran dan jurnalistik media online, merupakan gabungan dari segi verbal (berhubungan dengan kata-kata yang disusun secara singkat, padat dan efektif), visual (lebih banyak menekankanpada bahasa gambar yang tajam, jelas, hidup dan memikat), teknologikal (berkaitan dengan daya jangkau siaran, kualitas suara dan gambar yang diahsilkan serta diterima oleh pesawat televisi penerima) dan dimensi dramatikal (berarti bersinggungan dengan aspek serta nilai dramatik yang dihasilkan oleh rangkaian gambar yang dihasilkan secara simultan.**

Setiap bentuk jurnalistik memiliki ciri dan kekhasannya masing-masing, hal ini dikarenakan perbedaan visi misi, tujuan dan kepentingan sendiri.

* 1. **Film**

Film pada umumnya dibangun dengan menggunakan banyak tanda. Tanda adalah perantara yang digunakan manusia untuk saling berkomunikasi dan berinteraksi. Sebuah tanda akan dimaknai secara berbeda-beda tergantung cara pandang masing-masing orang dan budaya dalam menginterpretasi tanda-tanda tersebut penggunaan tanda-tanda atau simbol-simbol dalam film digunakan untuk mengungkapkan informasi atau pesan tertentu kepada khalayak.

Menurut **Effendy** dalam bukunya **Dinamika Komunikasi** yang menjelaskan tentang film bahwa: :

**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 masyarakat. Film merupakan gambar yang bergerak (Muving Picture). 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 merupakan media komunikasi yang kuat dan efektif dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat. Film merupakan salah satu bagian dari media massa yang tidak hanya menyampaikan informasi dan menghibur, tetapi film sebagai media massa dituntut untuk menjalankan fungsi edukatifnya untuk memberi pencerahan dan pendidikan kepada masyarakat melalui sajian audiovisual.

* 1. **Jenis dan Macam-macam Film**

Film atau movie telah menjadi sebuah tontonan hiburan yang paling ditunggu saat ini. Banyak produksi film-film dunia yang ternama, mulai dari film Hollywood, film Hong Kong, film Korea, film Bollywood, dan lain-lain. Keberadaan film pun sudah menjadi semacam industri dan bisnis yang menggiurkan bagi para pelakunya. Pemutaran film baru di bioskop pun selalu dinanti oleh para pecinta film di seluruh dunia. Tak heran jika banyak film-film bagus dan berkualitas yang kemudian sukses menembus pencapaian box office dunia. Tema dan konsep film pun dibedakan menjadi beberapa genre utama, tergantung dari isi dan konsep cerita.

Terkadang sebuah film memiliki banyak genre, namun tentu ada satu genre utama yang lebih menonjol yang menjadi identitas dari film tersebut. Ada banyak genre-genre film yang memiliki karakteristik dan ciri khas yang tentu berbeda-beda. Beberapa yang paling umum dan paling diminati antara lain adalah film action, drama, horror atau komedi. Tentunya juga ada beberapa subgenre film yang berasal dari genre utama tersebut dengan karakteristik yang lebih khusus. Berikut akan kami sajikan informasi jenis dan macam macam genre film utama yang populer selengkapnya.

Genre / jenis film ini ditandai oleh adanya cerita atau timeline yang jelas (timeline tidaklah harus urut). Genre ini dapat menceritakan kejadian-kejadian dimasa lalu sampai khayalan dimasa mendatang. Juga dapat pula menceritakan khayalan atau sesuatu yang tidak nyata (fiksi).

Genre film cerita terbagi atas beberapa jenis lagi yaitu  film drama, horor, sejarah, perang, fiksi-ilmiah, laga (*action*), musikal, dan koboi (*Western*). Kategori ini Penggolongan jenis film cerita ini tidaklah ketat, karena berbagai gaya dapat digabungkan: misalnya film komedi laga, drama-sejarah, dll.

Ada juga film non cerita, pada mulanya hanya ada dua jenis film noncerita, yakni **film dokumenter** dan **film faktual**. Film faktual umumnya hanya menampilkan fakta atau rekaman peristiwa, misalnya berita (newsreel) dan dokumentasi. Film dokumenter, selain mengandung fakta juga mengandung subyektivitas pembuatnya. Subyektivitas diartikan sebagai sikap atau opini terhadap peristiwa. Kekhasan film dokumenter adalah posisinya yang mengkombinasikan dua hal: sains dan seni. Dengan kata lain, film dokumenter adalah “fakta yang disusun secara artistik”, mengungkapkan berbagai kondisi dan masalah manusia.

Selain jenis film berita, dokumentasi dan dokumenter, masih ada beberapa jenis film noncerita lain dengan kegunaan masing-masing, seperti film pariwisata, film iklan, dan film instruksional atau pendidikan.

* 1. **Media Massa**

Menurut Cangara seperti yang dikutip dalam buku **Pengantar Ilmu Komunikasi** , bahwa media massa yakni:

1. **Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, TV.**
2. **Sedangkan menurut (Rakhmat, 2001) – Media massa adalah faktor lingkungan yang mengubah perilaku khalayak melalui proses pelaziman klasik, pelaziman operan atau proses imitasi (belajar sosial). Dua fungsi dari media massa adalah media massa memenuhi kebutuhan akan fantasi dan informasi. (2002 : 18)**
	1. **Semiotika**

Berbicara kajian ilmu komunikasi, khususnya tentang analisis teks media, maka tidak akan pernah lepas membahas tentang semiotika. Kajian ini populer digunakan oleh akademisi/ ilmuwan komunikasi sebagai pisau analisis dalam penelitian-penelitian yang berkaitan dengan media massa.

Istilah semiotika sendiri berasal dari kata Yunani “semeion” yang berarti tanda. Para pakar mempunyai pengertian masing-masing dalam menjelaskan semiotika. semiotika adalah studi tentang tanda dan cara tanda itu bekerja. semiotika merupakan ilmu tentang tanda-tanda. Ilmu ini menganggap bahwa fenomena sosial/ masyarakat dan kebudayaan itu merupakan tanda-tanda. Semiotik itu mempelajari sistem-sistem, aturan-aturan, konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda-tanda tersebut memiliki arti.

Semiotika konsep tentang tanda: tak hanya bahasa dan sistem komunikasi yang tersusun oleh tanda-tanda, melainkan dunia sendiri pun, sejauh terkait dengan pikiran manusia-seluruhnya terdiri atas tanda-tanda karena, jika tidak begitu, manusia tidak akan bisa menjalin hubungannya dengan realitas.

Ide dasar semiotika ini berangkat dari pesan kode. Penyampaian pesan tersebut satu-satunya disampaikan dengan kode. Oleh karena itu terdapat proses encoding dan decoding dalam komunikasi. Encoding merupakan proses pikiran atau komunikasi dalam menyampaikan pesan, sedangkan decoding merupakan kebalikannya yaitu proses pikiran dalam menerjemahkan pesan-pesan yang terkode tersebut.

Semiotika komunikasi memfokuskan 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) serta memberikan tekanan pada teori tanda dan pemahamannya dalam suatu konteks tertentu.

Semiotika signifikasi tidak mempersoalkan adanya tujuan berkomunikasi. Yang diutamakan adalah segi pemahaman suatu tanda sehingga proses kognisinya pada penerima tanda lebih diperhatikan dari pada proses komunikasinya.

Lebih lanjut, **Fiske** dalam bukunya ***Cultural and Communication Studies*: Suatu Pengantar Paling Komprehensif** menjelaskan semiotika membahas tiga pokok bahasan penting, antara lain:

1. **Tanda itu sendiri. Hal ini terdiri atas studi tentang berbagai tanda yang berbeda, cara tanda-tanda yang berbeda itu dalam menyampaikan makna, dan cara tanda-tanda itu terkait dengan manusia yang menggunakannya. Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami dalam artian manusia yang menggunakannya.**
2. **Kode atau sistem yang mengorganisasikan tanda. Studi ini mencakup cara berbagai kode dikembangkan guna memenuhi kebutuhan suatu masyarakat atau budaya atau untuk mengeksploitasi saluran komunikasi yang tersedia untuk mentransmisikannya.**
3. **Kebudayaan tempat kode dan tanda bekerja. Ini pada gilirannya bergantung pada penggunaan kode-kode dan tanda-tanda itu untuk keberadaan dan bentuknya sendiri. (2007:46)**

Berbicara konsep tanda, maka tidak bisa dilepaskan dengan konsep makna. Semua model makna memiliki bentuk yang luas dan mirip.Masing-masing memperhatikan tiga unsur yang mesti ada dalam setiap studi tentang makna, antara lain (a) tanda, (b) acuan tanda, dan (c) pengguna tanda.

* 1. **Ferdinand de Saussure**

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji sebuah tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan didunia ini. Semiotika pada dasarnya hendak mempelajari tentang kemanusiaan dan memaknai hal-hal yang terdapat disekitarnya. Memaknai dalam hal ini tidak dapat dicampur adukan dengan mengkomunikasikan.

Semiologi atau semiotika adalah ‘sains tentang tanda’. Ferdinand De Saussure, seorang ahli linguistik dalam pendekatan terhadap tanda-tanda menyatakan bahwa bahasa dimata Saussure tak ubahnya seperti sebuah karya musik. Untuk memahami sebuah simponi, harus diperhatikan keutuhan karya musik secara keseluruhan dan bukan kepada permainan individual dari setiap permainan musik. Untuk memahami bahasa, individu harus melihatnya secara “sinkronis”, sebagai suatu jaringan hubungan antara bunyi dan makna.

Dalam semiologi, penerima atau pembaca pesan, dipandang memiliki peran yang aktif, dibandingkan dalam paradigma transmisi dimana mereka dianggap pasif.

Teori semiotika Ferdinand De Saussure adalah prinsip yang mengatakan bahwa bahasa itu adalah sistem tanda, dan setiap tanda itu tersusun atas dua bagian, yakni *signifier* (penanda) dan *signified* ( petanda). Menurut Saussure, bahasa merupakan suatu sistem tanda, dan setiap tanda kebahasaan, menurutnya pada dasarnya menyatakan sebuah konsep dan suatu citra suara *(sound image),* bukan menyatakan sesuatu dengan sebuah nama. Suara yang muncul dari sebuah kata yang diucapkan merupakan penanda *(signifer)*, sedang konsepnya adalah petanda *(signified).* Dua unsur tersebut tidak dapat dipisahkan sama sekali. Jika hal itu terjadi maka akan menghancurkan kata itu sendiri.

Membahas tentang semiotika menurut **Saussure** dari **Budiman** dalam bukunya **Kosa Semiotika** yaitu menjelaskan bahwa: **“Tanda-tanda, khususnya tanda-tanda kebahasaan, setidak-tidaknya memiliki dua buah karakteristik primordial, yaitu bersifat linier dan arbitrer.” (1999 : 38)**

Intinya, yang terpenting dalam pembahasan pokok pada teori Saussure adalah prinsip yang mengatakan bahwa bahasa adalah suatu sistem tanda, dan setiap tanda itu tersusun dari dua bagian, yaitu *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda). Menurut Saussure bahasa merupakan suatu sistem tanda (*sign*). Tanda dalam pendekatan Saussure merupakan *manifestasi konkret* dari citra bunyi dan sering diidentifikasi dengan citra bunyi sebagai penanda. Jadi penanda *(signifier*) dan pe Kerangka penelitian merupakan landasan teori untuk memecahkan masalah yang dikemukakan. Peneliti memerlukan kerangka pemikiran yang berupa teori atau pendapat para ahli yang tidak di ragukan lagi kebenarannya, yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Menurut **Sobur** dalam buku **Analisis Teks Media** : Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing yaitu :

# Signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* dan *signified* di dalam sebuah tandaterhadap realitas eksternal, dan dalam semiotika Barthes, ia menyebutnya sebagai denotasi yaitu makna palingnyata dari tanda. Maka dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namunjuga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Dalam hal ini, denotasidiasosiasikan dengan ketertutupan makna. (2009:70)

Hal-hal yang memiliki arti simbolis tak terhitung jumlahnya. Dalam kebanyakan film setting, memiliki arti simbolik yang penting sekali, karena tokoh-tokoh sering dipergunakan secara simbolik. Dalam setiap bentuk cerita, sebuah simbol adalah sesuatu yang kongkret (sebuah obyek khusus, citra, pribadi, bunyi, kejadian atau tempat) yang mewakili atau melambangkan suatu kompleks, ide, sikap-sikap, atau rasa sehingga memperoleh arti yang lebih besar dari yang tersimpan dalam dirinya sendiri. Oleh karena itu sebuah simbol adalah suatu macam satuan komunikasi yang memiliki beban yang khusus sifatnya.tanda (*signified*) merupakan unsur mentalistik. Dengan kata lain, di dalam tanda terungkap citra bunyi ataupun konsep sebagai dua komponen yang tak terpisahkan. Dengan kata lain, kehadiran yang satu berarti pula kehadiran yang lain seperti dua sisi kertas. Dalam tanda terungkap citra bunyi atau konsep sebagai dua komponen yang tak terpisahkan. Hubungan antara penanda dan petanda bersifat bebas (*arbiter*), baik secara kebetulan maupun ditetapkan. *Arbiter* dalam pengertian penanda tidak memiliki hubungan alamiah dengan petanda.

* 1. **Teori Konstruksi atas Realitas**

Konstruksi Sosial atas Realitas (Social Construction of Reality) didefinisikan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu atau sekelompok individu, menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. Teori ini berakar pada paradigma konstruktivis yang melihat realitas sosial sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu, yang merupakan manusia bebas.

Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya, yang dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak di luar batas kontrol struktur dan pranata sosialnya. Dalam proses sosial, manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya.

Konstruksi sosial merupakan teori sosiologi kontemporer, dicetuskan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Teori ini merupakan suatu kajian teoritis dan sistematis mengenai sosiologi pengetahuan (penalaran teoritis yang sistematis), bukan merupakan suatu tinjauan historis mengenai perkembangan disiplin ilmu. Pemikiran Berger dan Luckmann dipengaruhi oleh pemikiran sosiologi lain, seperti Schutzian tentang fenomenologi, Weberian tentang makna-makna subjektif, Durkhemian – Parsonian tentang struktur, pemikiran Marxian tentang dialektika, serta pemikiran Herbert Mead tentang interaksi simbolik.

Mengenai proses konstruksi realitas **Hamad (Berger dan Luckmann)** dalam bukunya **konstruksi realitas politik dalam media massa** memperkenalkan konsep konstruksi sosial atas realitas yaitu, dikatakan bahwa:

**Proses konstruksi realitas dimulai ketika seorang konstruktor melakukan objektivasi terhadap suatu kenyataan yakni melakukan persepsi terhadap suatu objek. Selanjutnya, hasil dari pemaknaan melalui proses persepsi itu diinternalisasikan ke dalam diri seorang konstruktor. Dalam tahap inilah dilakukan konseptualisasi terhadap suatu objek yang dipersepsi. Langkah terakhir adalah melakukan eksternalisasi atas hasil dari proses permenungan secara internal tadi melalui pernyataan-pernyataan. Alat membuat pernyataan tersebut tiada lain adalah kata-kata atau konsep atau bahasa. (2004:12)**

pernyataan diatas menunjukan bahasa atau kata-kata adalah unsur utama. Bahasa dalam kajian semiotika adalah *represantement/ground* yang merupakan simbol untuk menjelaskan tentang suatu konsep mental sesuatu.

Asal usul kontruksi sosial dari filsafat Kontruktivisme, yang dimulai dari gagasan-gagasan konstruktif kognitif. Dalam aliran filsasat, gagasan konstruktivisme telah muncul sejak Socrates menemukan jiwa dalam tubuh manusia, dan Plato menemukan akal budi. Gagasan tersebut semakin konkret setelah Aristoteles mengenalkan istilah, informasi, relasi, individu, subtansi, materi, esensi, dan sebagainya. Ia mengatakan bahwa manusia adalah makhluk sosial, setiap pernyataan harus dapat dibuktikan kebenarannya, serta kunci pengetahuan adalah fakta. Ungkapan Aristoteles “Cogito ergo sum”, yang artinya “saya berfikir karena itu saya ada”, menjadi dasar yang kuat bagi perkembangan gagasan-gagasan konstruktivisme sampai saat ini.

Seorang epistemolog dari Italia bernama Giambatissta Vico, yang merupakan pencetus gagasan-gagasan pokok Konstruktivisme, dalam De Antiquissima Italorum Sapientia mengungkapkan filsafatnya Tuhan adalah pencipta alam semesta dan manusia adalah tuan dari ciptaan. Menurutnya, hanya Tuhan sajalah yang dapat mengerti alam raya ini karena hanya Ia yang tahu bagaimana membuatnya dan dari apa Ia membuatnya, sementara itu orang hanya dapat mengetahui sesuatu yang telah dikonstruksikannya.

* 1. **Kerangka Pemikiran**

Kerangka penelitian merupakan landasan teori untuk memecahkan masalah yang dikemukakan. Peneliti memerlukan kerangka pemikiran yang berupa teori atau pendapat para ahli yang tidak di ragukan lagi kebenarannya, yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Menurut **Sobur** dalam buku **Analisis Teks Media** : Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing yaitu :

# Signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* dan *signified* di dalam sebuah tandaterhadap realitas eksternal, dan dalam semiotika Barthes, ia menyebutnya sebagai denotasi yaitu makna palingnyata dari tanda. Maka dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namunjuga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Dalam hal ini, denotasidiasosiasikan dengan ketertutupan makna. (2009:70)

Hal-hal yang memiliki arti simbolis tak terhitung jumlahnya. Dalam kebanyakan film setting, memiliki arti simbolik yang penting sekali, karena tokoh-tokoh sering dipergunakan secara simbolik. Dalam setiap bentuk cerita, sebuah simbol adalah sesuatu yang kongkret (sebuah obyek khusus, citra, pribadi, bunyi, kejadian atau tempat) yang mewakili atau melambangkan suatu kompleks, ide, sikap-sikap, atau rasa sehingga memperoleh arti yang lebih besar dari yang tersimpan dalam dirinya sendiri. Oleh karena itu sebuah simbol adalah suatu macam satuan komunikasi yang memiliki beban yang khusus sifatnya.

Media massa adalah organisasi yang bekerja untuk menceritakan peristiwa-peristiwa, maka kontruksi social atas realitas adalah tindakan yang bisa mereka lakukan dan dapat dikenali oleh pembaca.

Realitas yang dikonstruksi oleh media massa lebih banyak merupakan realitas sosial. **Sobur** dalam bukunya **Semiotika Komunikasi (Berger&Luckman)** mengenai **pengertian realitas sosial,** menurut pendapat mereka :

**Realitas Sosial adalah pengtahuan yang bersifat keseharian yang hidup dan berkembang di masyarakat, seperti konsep, kesadaran umum, wacana publik, sebagai dari konstruksi sosial. Konstruksi sosial tidak berlangsung dalam ruang hampa, namun sarat dengan berbagai kepentingan (2009:186)**

Konstruksi sosial atas realitas dapat dilakukan dengan sengaja maupun tidak disengaja. Secara sengaja, artinya suatu tindakan konstruksi sosial atas realitas dapat dimaksudkan untuk memperoleh tujuan tertentu. Sedangkan secara tidak sengaja (dalam pandangan teori kritis), menggambarkan bahwa bagaimanapun seorang pekerja media massa berusaha untuk objektif, dan apa adanya.

**Hamad** pada bukunya **Konstruksi Realitas Politik Dalam Media Massa** menjelaskan:

**Setidaknya ada tiga tindakan yang biasa dilakukan pekerja media massa, khususnya oleh para komunikator massa (penulis,editor, pembuat kartun, dan sebagainya) ketika mengkonstruksi suatu realitas yaitu pemilihan simbol (fungsi bahasa), pemilihan fakta yang akan disajikan (strategi framing), dan kesediaan memberi tempat (agenda setting). (2004:16)**

Pemaparan tersebut menjelaskan ada sebuah tindakan yang dilakukan oleh orang-orang dibalik media massa, dan ketiga tersebut ketika mengkonstruksikan suatu realitas ada fungsi yang berjalan yaitu bahasa, strategi *framing*, dan agenda *setting*.

Dari penjelasan diatas, kerangka pemikiran pada penelitian ini secara singkat tergambar pada bagan di bawah ini :

**Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pemikiran**

Nilai moral pada film “Miracle In Cell No.7”

Teori Konstruksi Realita Sosial

(Peter L. Berger & Thomas Luckmann)

Semiotika

(Ferdinan de Saussure)

Penanda

(Signifier)

Petanda

(Signified)

Pesan

 Moral

Realitas

 Eksternal

Pesan/Efek yang Ditimbulkan

Contoh dalam Kehidupan Nyata

Gambar Adegan dalam Film

Interpretasi Penelitian

Dialog dalam Film

**Sumber : Hasil Olahan Penelitian 2017**