**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

1. **Kajian Literatur**
2. **Review Penelitian Sejenis**

Untuk penyusunan penelitian ini, peneliti mengambil dari berbagai sumber sebagai referensi. Mulai dari buku, jurnal, hingga mencari di Internet. Peneliti juga menemukan beberapa acuan dari peneliti-peneliti terdahulu sebagai perbandingan dengan penelitian ini, antara lain:

**Tabel 2.1  
Penelitian Terdahulu**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Nama dan Judul Penelitian | Teori Penelitian | Metode Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|
| Ramdhan Herdiansyah, 2017  Analisis Semiotika Film Catatan Akhir Kuliah. | Teori Konstruksi Realitas Sosial | Kualitatif | Teori Penelitian | Subjek penelitian yang dilakukan oleh Ramdhan Herdiansyah adalah membahas semiotika film Catatan Akhir Kuliah.  Model Semiotika yang dipakai menggunakan Semiotika Ferdinand de Saussure |
| Arti Bela Setia S.M, 2015  Analisis Semiotika dalam Film Korea Harmony. | Teori Konstruksi Realitas Sosial | Kualitatif | Teori Penelitian | Subjek penelitian yang dilakukan oleh Arti Bela Setia S.M adalah membahas Semiotika Film Korea Harmony  Model Semiotika yang dipakai menggunakan Semiotika Ferdinand de Saussure |
| Marisha Diani, 2017  Analisis Semiotika Film Sabtu Bersama Bapak. | Teori Konstruksi Realitas Sosial | Kualitatif | Teori Penelitian dan Model Semiotika | Subjek penelitian yang dilakukan oleh Marisha Diani adalah membahas semiotika film Sabtu Bersama Bapak. |
| Rangga Kharisma Putra, 2017  Analisis Semiotika Film *Fast and Forius 7* | Teori Konstruksi Realitas Sosial | Kualitatif | Teori Penelitian dan Model Semiotika | Subjek penelitian yang dilakukan oleh Rangga Kharisma Putra membahas tentang film *Fast and Forius 7* |

Sumber: Hasil Kajian peneliti, 2018

1. **Kerangka Konseptual**
2. **Jurnalistik**
3. **Pengertian Jurnalistik**

Dalam bahasa perancis, jurnalistik berasal dari kata *journ* yang berarti catatan atau laporan harian. Secara sederhana jurnalistik diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiap hari. Namun, menurut *Eksiklopedia Indonesia*, jurnalistik adalah bidang profesi yang mengusahakan penyajian informasi tentang kejadian dan atau kehidupan sehari-hari (pada hakikatnya dalam bentuk penerangan, penafsiran, dan pengkajian) secara berkala dengan menggunakan sarana-sarana penerbitan yang ada.

Pengertian Jurnalistik menurut **Sumadiria** dalam bukunya yang berjudul **Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature** yaitu:

**Jurnalistik adalah kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya. (2014:3)**

Pengertian dan definisi jurnalistik berdasarkan rangkuman para ahli di atas, mengungkapkan pula bahwa jurnalistik merupakan kegiatan yang tidak bisa dipisah atau erat kaitannya dengan apa yang kita sebut, informasi. Unsur-unsur informasi dalam jurnalistik semuanya digerakkan dan diberdayakan oleh pers dan media massa dalam kerangka jurnalistik. Berdasarkan definisi yang ada, bahwa informasi dalam wilayah jurnalistik dapat dikembangkan ke dalam tiga jenis, meliputi: *News* (berita), *Views* (pandangan atau opini) dan *Advertising* (iklan).

Informasi dalam konteks *news* (berita) adalah sekumpulan laporan yang didapat dari fakta peristiwa yang terjadi. Berita yang dilaporkan oleh seorang wartawan tidak boleh dicampur-adukkan dengan opini wartawan itu sendiri. Hal tersebut mengartikan bahwa sebuah berita harus identik, sama persis dengan kejadian yag sebenarnya di lapangan supaya esensi melaporkan fakta benar-benar yang terjadi.

Informasi dalam konteks *views* (pandangan atau opini) merupakan segenap isi pesan faktual yang lebih menekankan aspek opini seseorang untuk disebarkan pada pembaca, pendengar, atau pemirsa. Biasanya argumentasi dari seorang ahli atau pakar merupakan informasi yang tepat disampaikan kepada publik dengan tujuan memengaruhi publik, agar memiliki penilaian yang sama dalam menanggapi sebuah peristiwa.

Satu bentuk informasi lain dalam produk jurnalistik, yaitu *Advertising* atau periklanan. Aspek informatif satu ini bukan berita bukan juga opini, melainkan sebuah penyampaian pesan komersial dari lembaga usaha yang bekerjasama dengan media massa terkait, untuk mempromosikan barang atau jasa yang ditawarkannya. Lembaga usaha ini menggunakan strategi beriklan di media massa agar publik bisa tahu produknya tanpa harus bertatap muka.

1. **Bentuk Jurnalistik**

Jurnalistik mempunyai bentuk yang dilihat dari segi pengelolaannya. Setiap bentuk jurnalistik memiliki ciri dan kekhasannya masing-masing. Ciri dan kekhasannya dapat dilihat dari aspek filosofi penerbitan, dinamika teknis persiapan dan pengelolaan, serta asumsi dampat yang ditimbulkan terhadap khalayak pembaca, pendengar, atau, pemirsa.

Menurut **Sumadiria** dalam bukunya yang berjudul **Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature** bentuk jurnalistik diabagi menjadi tiga bagian yaitu:

1. **Jurnalistik Media Cetak**
2. **Jurnalistik Media Elektronik Auditif**
3. **Jurnalistik Media Elektronik Audiovisual. (2014:4-5)**

Berdasarkan kutipan diatas dapat dijabarkan bahwa Jurnalistik media cetak meliputi jurnalistik surat kabar harian maupun mingguan, dan tabloid harian maupun mingguan, serta majalah. Jurnalistik media elektronik auditif meliputi siaran radio, dan jurnalistik media elektronik audiovisual meliputi televisi serta media internet (online).

1. **Komunikasi Massa**
2. **Pengertian Komunikasi Massa**

Komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan kepada orang banyak atau publik melalui media massa sebagai perantaranya. Dengan kata lain pesan dalam komunikasi massa ini diperuntukkan kepada publik. Itu jelas perbedaannya dengan komunikasi antar pribadi yang pesannya hanya dikirim secara *personal* bukan *massal*. Dalam komunikasi massa ini, saluran komunikasi yang lazim digunakan dapat berupa media massa cetak, elektronik, atau media massa *online*. Dengan sajian berbagai peristiwa yang memiliki nilai berita ringan sampai berita tinggi, mencerminkan proses komunikasi massa yang selalu menerpa kehidupan manusia. Bagi yang tidak suka membaca Koran, setidaknya bisa mendengarkan radio atau menonton televisi. Artinya, tidak ada orang yang terlepas dari terpaan media massa.

Media massa cetak menyajikan berita berupa visual (gambar) dan textual (text). Jenisnya berupa Koran, tabloid, pamphlet, poster, dan majalah. Sementara media massa elektronik, ialah media pengiriman pesan secara mekanis yang bentuk pesannya bisa bersifat audio untuk radio, dan audio-visual untuk televisi. Namun, seiring dengan berjalannya waktu ditemukan media pengirim pesan terbaru yaitu media *online*. Media *online* ini mempunyai sifat yang lengkap mencakup apa yang dimiliki oleh radio dan televisi, bahkan media *online* punya kelebihan dibanding media cetak dan elektronik. Keunggulan media *online* terdapat pada alur komunikasi yang lebih cepat, dimana khalayak dapat berperan aktif sebagai komunikator atau komunikan. Itu disebabkan media *online* bersifat medio komunikasi massa (bisa disebut komunikasi massa bisa tidak kalau merujuk kepada karakteristik komunikasi massa yang *feedback­*-nya ­*–elayed)* dan jika memakai jaringan internet, membuat pengguna bisa saling memberi *feedback* (umpan balik) secara *realtime* (cepat). Ini jelas berbeda dengan radio atau televisi yang cenderung menjadikan khalayak sebagai penerima pesan saja tanpa umpan balik.

Dalam tinjauan diatas, definisi komunikasi massa yang paling sederhana ialah dikemukakan oleh **Bittner** yang dikutip **Ardianto** dalam buku **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** yaitu:

**Komunikasi Massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people).*  (2003:3)**

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak banyak, seperti rapat akbar di lapangan luas yang dihadiri oleh ribuan, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa.

1. **Karakteristik Komunikasi Massa**

Massa merupakan suatu kumpulan orang banyak, berjumlah ratusan atau ribuan yang berkumpul dan mengadakan saling hubungan untuk sementara waktu karena minat atau kepentingan bersama yang bersifat sementara.

Menurut **Rosmawati (2010:119)** dalam buku karangan **Apriadi Tamburaka** yang berjudul ***Agenda Setting***, bahwa ciri-ciri massa antara lain yaitu:

1. **Terdiri dari orang-orang dalam segala lapisan dan tingkatan dalam masyarakat.**
2. **Bersifat anonim dan heterogen.**
3. **Di antara mereka tidak terdapat interaksi atau pertukaran pengalaman, karena terpisah antara satu dengan yang lainnya.**
4. **Tidak mampu bertidak secara teratur karena longgar dalam ikatan organisasi.**
5. **Baik massa terlihat maupun yang tidak terlihat mempunyai ikatan pikiran, pertalian jiwa atau persamaan perasaan.**
6. **Massa tidak dapat berpikir secara kritis dan rasional, mudah percaya dan mudah disugesti.**
7. **Massa sangat mudah tersinggung, sangat fanatic, bersemangat berani, dapat berbuat sesuatu tanpa memikirkan tanggung jawab. (2013: 11-12)**

Dalam ciri-ciri di atas membuktikan bahwa massa memang benar merupakan sekelompok atau suatu sekumpulan orang banyak yang berjumlah ratusan bahkan ribuan, namun bersifat sementara dan massa mempunyai karakteristik yang berbeda dalam setiap isu yang beredar.

Komunikasi massa pun mempunyai beberapa karakteristik yang tentunya berbeda dengan komunikasi antarpesona dan komunikasi kelompok. Perbedaannya terdapat dalam komponen-komponen yang terlibat di dalamnya, dan proses berlangsungnya komunikasi tersebut. Namun, agar karakteristik komunikasi massa itu tampak jelas, maka pembahasannya perlu dibandingkan dengan komunikasi antarpersonal.   
 Menurut **Ardianto** dalam buku **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** bahwa karakteristik komunikasi massa adalah sebagai berikut:

1. **Komunikator Terlembagakan**

**Berarti bahwa komunikasi massa melibatkan lembaga dan organisasi yang kompleks. Pesan yang akan disampaikan akan diproses oleh beberapa orang yang tergabung dalam suatu lembaga sebelum sampai ke komunikan.**

1. **Pesan Bersifat Umum**

**Komunikasi Massa bersifat terbuka yang berarti pesan yang disampaikan ditujukan untuk semua orang dan pesan bersifat umum.**

1. **Komunikan Bersifat Anonim dan Heterogen**

**Dalam komunkasi massa komunikator tidak mengenal komunikan (anonim) karena komunikasinya menggunakan media dan tidak bertatap muka. Selain itu komunikan bersifat heterogen karena terdiri dari berbagai kelompok masyarakat yang berbeda**

1. **Media Massa Menimbulkan Keserempakan**

**Jumlah sasaran atau khalayak yang dicapai banyak dan tidak terbatas. Komunikasi terjalin secara bersamaan sehingga komunikan pada waktu yang bersamaan menerima pesan yang sama.**

1. **Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan**

**Komunikasi memiliki dimensi isi yang menunjukkan isi komunikasi dan dimensi hubungan yang menunjukkan bagaimana berkomunikasi. Dalam komunikasi massa komunikator mementingkan isi dari pesan yang akan disampaikan karena komunikator tidak mengenal para komunikannya.**

1. **Bersifat Satu Arah**

**Dalam komunikasi massa tidak ada hubungan timbal balik seperti pada komunikasi interpersonal karena penggunaan media massa yang tidak memungkinkan adanya tanggapan dari para penerima pesan. Dalam hal ini komunikator mengendalikan arus informasi karena antara komunkator dan komunikan tidak bertatap muka secara langsung.**

1. **Stimuli (Rangsang) Alat Indra Terbatas**

**Pada komunikasi massa stimuli alat indra tergantung pada jenis media massa yang digunakan. Contohnya seperti radio maka komunikan hanya akan dapat mendengar pesan yang disampaikan dalam hal ini penerima pesan hanya menggunakan indra pendengar mereka untuk menangkap maksud komunikator.**

1. ***Feedback Delayed and Indirect***

**Umpan Balik *(feedback)* tertunda *(delayed)* karena membutuhkan waktu untuk sampai kepada komunikator sedangkan bersifat tidak langsung *(indirect)* karena komunikasi menggunakan media massa yang tidak memungkinkan untuk menerima umpan balik secara langsung. (2015:6-11)**

Karakteristik diatas menjelaskan bahwa komunikasi massa memang melibatkan lembaga dan organisasi yang kompleks sehingga pesan yang disampaikan akan oleh beberapa orang dan informasi yang disampaikan ditujukan semua orang. Namun, komunikator tidak mengetahui komunikannya serta komunikan terdiri dari beberapa kelompok masyarakat.

Media massa menimbulkan keserempakan karena pesan yang diterima komunikan akan sama. Komunikan pun lebih cenderung mementingkan isi sebuah pesan yang disampaikan komunikator. Lalu, komunikan hanya bisa menerima informasi dari media yang digunakan seperti radio, televisi, atau surat kabar dan menyebabkan informasi yang diterima akan *delayed* atau *indirect.*

1. **Fungsi Komunikasi Massa**

Menurut **Effendy** (**Ardianto)** dalam buku **Komunikasi Massa Sebuah Pengantar** adalah sebagai berikut :

1. **Fungsi Informasi**
2. **Fungsi Pendidikan**
3. **Fungsi Mempengaruhi (1993:18)**

Ketiga fungsi ini adalah fungsi komunikasi massa secara umum. Media massa pun dicirikan sebagai alat pengontrol sosial. Komunikasi massa menjadi punya fungsi sebab media massa sebagai saluran pesannya bisa mengantarkan dampak pada orang banyak, mengingat isi pesan dalam komunikasi massa tentu memiliki tujuan memengaruhi perasaan, sikap, opini, atau perilaku khalayak maupun individu.

**Fungsi Informasi,** fungsi memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar, atau penonton. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya. Sebagian informasi didapat bukan dari sekolah, atau tempat bekerja, melainkan dari media. Seperti informasi mengenai tempat-tempat bersejarah, resep-resep untuk memasak, dan informasi tentang lingkungan sekitar. Khalayak media massa berlangganan surat kabar, majalah, mendengrakan radio, atau menonton televisi karena mereka ingin mendapatkan sebuah informasi terkini.

**Fungsi Pendidikan,** media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya (*mass education).* Karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca. Media massa melakukannya tidak secara langsung, melainkan divisualisasikan melalui drama, cerita, diskusi, dan artikel.

**Fungsi Mempengaruhi,** fungsi mempengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk/editorial, features, iklan, artikel, dan sebagainya. Khalayak dapat terpengaruh oleh iklan-iklan yang ditayangkan televisi ataupun surat kabar.

Berdasarkan fungsi-fungsi komunikasi massa diatas, secara tidak langsung telah memberikan unsur pengaruh terhadap khalayak atau publik. Pengaruh tersebut terjadi akibat adanya pertemuan antara pesan komunikasi massa dan persepsi dalam komunikasi *intrapersonal*.

1. **Media Massa**
2. **Pengertian Media Massa**

Pusat dari studi komunikasi massa ialah media. Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Media juga dapat diartikan sebagai organisasi yang menyebarkan informasi berupa budaya atau pesan yang mepengaruhi dan mencerminkan budaya dalam masyarakat.

Menurut **Hafied**  dalam bukunya yang berjudul **Pengantar Ilmu Komunikasi** menyatakan bahwa:

**Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi. (2016:140)**

Dari pernyataan diatas menurut peneliti, media massa merupakan suatu alat untuk menyampaikan sebuah pesan kepada khalayak dengan menggunakan alat komunikasi seperti surat kabar, radio, film, dan televisi. Adapun artian lain mengenai media massa menurut Mahi Hikmat dalam bukunya yang berjudul etika hukum dan pers bahwa “Media massa adalah tempat dimuat atau disiarkannya hasil kerja wartawan.” Dengan kata lain, media massa juga bisa menjadi wadah atau tempat untuk melihat hasil kerja wartawan.

1. **Karakteristik Media Massa**

Media massa mempunyai beberapa karakteristik diantaranya seperti yang dipaparkan oleh **Hafied**  dalam bukunya yang berjudul **Pengantar Ilmu Komunikasi** yaitu:

1. **Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.**
2. **Bersifat satu arah, artinya komunikasi akan dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau toh terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.**
3. **Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, di mana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.**
4. **Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan semacamnya.**
5. **Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan di mana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin, dan suku bangsa. (2016:140-141)**

Pemaparan diatas pada dasarnya karakteristik yang dimiliki media massa tidak beda jauh dengan karakteristik komunikasi massa. Perbedaanya hanya ditambahkan peralatan teknis atau mekanis seperti radio, televisi, surat kabar dan semacamnya.

**Ardianto dkk (2007)** membandingkan karakteristik antara surat kabar, majalah, radio, dan televisi sebagai media massa utama dan dijelaskan oleh **Mahi Hikmat** dalam bukunya yang berjudul **Etika Hukum dan Pers** sebagai berikut:  
 **Tabel 2.2 Karakteristik Media Massa**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Surat Kabar** | **Majalah** | **Radio Siaran** | **Televisi** |
| Publisitas:  Pesan tersebar pada  Khalayak tersebar. | *Depth Writing:* Pengajian lebih dalam. | Auditori: pesan komunikasi melalui pendengaran. | Audiovisual: acaranya dapat didengar sekaligus dilihat. |
| Perodesitas: Keteraturan terbit (harian, mingguan, bulanan). | Aktualitas: nilai aktualitasnya lebih lama daripada surat kabar. | Radio *is the now*:  Informasi sangat actual ketimbang media massa lain. | *Think in picture:* Berpikir dalam gambar, keselarasan pikiran dengan gambar yang disampaikan. |
| Universalitas: isinya beranekaragam dan dari seluruh dunia. | Gambar/ foto lebih banyak dari surat kabar | Imajinatif:  mengajak komunikan berimajinatif (menghayal). | Pengoperasian lebih kompleks: sistem penyelenggaraan memerlukan banyak orang dan *high technology.* |
| Aktualitas: Masih hangat, terkini, baru (konteks berita). | Cover menjadi daya tarik utama. | Akrab: terjalin hubungan “intim” dengan pendegar karena dapat dinikmati dalam tempat dan suasana sang pribadi. |  |
| Terdokumentasikan:  dapat didokumentasikan/  diarsipkan dalam bentuk kliping. |  | *Conversatuoinal style:* informasi disampaikan dengan gaya percakapan. |  |
|  |  | Menjaga mobilitas: mendegarkan informasi radio tidak menganggu aktivitas. |  |

Dari tabel diatas menjelaskan bahwa karakteristik televisi dianggap paling besar memberikan pengaruh terhadap komunikan dibandingkan media massa lainnya seperti surat kabar, majalah, dan radio. Televisi dapat menyampaikan pesan dengan gambar dan suara itu berarti televisi memiliki sifat audiovisual dalam menyampaikan pesan, sehingga dapat lebih efektif dibandingkan media massa lainnya.

1. **Efek Media Massa**

Media massa, baik besar maupun kecil mempunyai efek terhadap komunikan. Beberapa efek media massa menurut **Mahi Hikmat** dalam bukunya yang berjdul **Etika hukum pers** menyatakan bahwa ada tiga komponen yang akan membentuk suatu sistem yang disebut sikap komunikan, yaitu:

1. **Efek Kongnitif**
2. **Efek Emosional**
3. **Efek Konatif/Perilaku (2011:77-78)**

Efek kongnitif berkaitan dengan penggunaan media massa untuk informasi mengenai urusan publik akan mengarah pada peningkatan pengetahuan tentang urusan publik, kandidat dan isu-isu aktual bagi audien.

Efek Emosional berkaitan dengan emosi individu terhadap sistem politik. Beberapa studi melaporkan bahwa terdapat hubungan positif antara penggunaan media massa dan afeksi politik.

Efek Konatif atau Perilaku meliputi beberapa penelitian pada perilaku politik lebih banyak dipusatkan pada periode kampanye pemilihan. Namun, bukan tidak ada efek perilaku politik di luar waktu pemilu.

1. **Semiotika**
2. **Pengertian Semiotika**

Secara etimologis semiotik berasal dari bahasa Yunani *semeion* yang berarti penafsir tanda atau tanda dimana sesuatu dikenal. Semiotika ialah ilmu tentang tanda atau studi tentang bagaimana sistem penandaan berfungsi. Semiotika ialah cabang ilmu dari filsafat yang mempelajari “tanda” dan bisa disebut dilsafat penanda.

Tanda merupakan sesuatu yang terdiri dari sesuatu yang lainnya atau menambah dimensi yang berbeda akan sesuatu, dengan memakai apapun yang dapat dipakai untuk mengartikan sesuatu hal yang lainnya. Semiotika adalah sebuah ilmu yang mempelajari soal tanda dan cara tanda itu sendiri bekerja. Tokoh yang berperan antara lain yaitu Charles Sanders, Ferdinand de Saussure, dan Roland Barthes.

Menurut **Sobur** dalam bukunya yang berjudul **Semiotika Komunikasi** memberikan pengertian mengenai arti Semiotika, yaitu:

**Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. (2013:15)**

Dari pernyataan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa semiotika merupakan sebuah ilmu atau metode analisis yang membahas mengenai tanda dan tanda ialah sebuah perangkat untuk mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama manusia. Namun, Barthes mempunyai pembahasan tersendiri mengenai semiotika.

Roland Barthesmemaparkan tentang Semiotika dengan istilah Semiologi yaitu“Semiologi adalah ilmu tentang bentuk, sebab ia mempelajari penandaan secara terpisah dari kandungannya.”(Roland Barthes, 2015, h.156). Hal ini menurut peneliti menunujukkan bahwa Semiotika atau dalam istilah Barthes adalah Semiologi yaitu ilmu yang mempelajari tentang tanda.

1. **Semiotika Roland Barthes**

Semiotika Roland Barthes merupakan semiotika penyempurna dari Ferdinand de Saussure yang berhenti pada Penanda sebagai objek dan Petanda merupakan maknanya, sedangkan Barthes menambahkan dengan Denotasi yang berarti makna yang sebenarnya, Konotasi yang berarti makna tambahan, dan Mitos dibalik komunikasi yang terjadi sehari-hari.

Menurut **Barthes** dalam buku karangannya **Mitologi**, menjelaskan mengenai Mitos sebagai sistem Semiologis, sebagai berikut:

**Karena mitologi adalah studi tentang tipe wicara, maka sesungguhnya ia adalah satu bagian dari ilmu tanda yang diperkenalkan Saussure empat puluh tahun yang lalu dengan Semiologi. (2015:155)**

Dengan kata lain, mitos merupakan tipe wicara yang mengandung makna dan pesan. Mitos juga tidak bisa dijadikan sebuah objek, konsep, atau ide. Mitos merupakan cara penandaan, sebuah bentuk.

Saussure tertarik pada cara kompleks pembentukan kalimat dan cara bentuk-bentuk kalimat menentukan makna, tetapi kurang tertarik pada kenyataan bahwa kalimat yang sama bisa saja menyampaikan makna yang berbeda pada orang yang berbeda situasinya, sedangkan Roland Barthes meneruskan pemikiran tersebut dengan menekankan interaksi antara teks dengan pengalaman personal dan kultural penggunanya, interaksi antara konvensi dalam teks dengan konvensi yang dialami dan diharapkan oleh penggunanya.

Dengan kata lain, Roland Barthes sebagai pengikut Ferdinand De Saussure yang pertama kali merancang sebuah model sistematis, dengan model ini proses negosiasi, ide pemaknaan interaktif dapat dianalisis. Inti dari teori Barthes adalah ide dua tatanan signifikasi.

**Gambar 2.1**

**Model Semiotika Roland Barthes**

**1. Penanda**

**2. Petanda**

**3. Tanda**

**I. PENANDA**

**II. PETANDA**

**III.TANDA**

**Bahasa**

**Mitos**

**Sumber: Barthes, 2015, Mitologi, h.162**

Dari gambar di atas dapat dilihat dalam mitos terdapat dua sistem semiologis, di mana salah satu sistem tersebut disusun berdasarkan keterlibatannya dengan yang lain: sistem linguistic, bahasa (atau mode representasi yang dipandang sama dengannya) istilah itu disebut bahasa-objek, sebab ia adalah bahasa yang digunakan mitos untuk membentuk sistemnya sendiri, dan mitos itu sendiri disebut metabahasa, karena ia bahasa kedua, tempat dimana bahasa yang pertama dibicarakan.

Secara umum denotasi yang berarti makna yang sesungguhnya, sedangkan konotasi adalah makna [kultural](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Kultural&action=edit&redlink=1) atau [emosional](https://id.wikipedia.org/wiki/Emosional) yang bersifat subjektif dan melekat pada suatu kata atau frasa.

**Barthes (1977)** menjelaskan mengenai denotasi dan konotasi yang dikutip oleh **Frishke** dalam bukunya yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi, bahwa:

**Denotasi adalah mekanisme reproduksi dalam film terhadap objek yang dituju kamera. Konotasi adalah sisi manusia dalam proses pengambilan fotonya: yakni seleksi tehadap apa saja yang diikutsertakan dalam foto, fokusnya, bukaan, sudut kamera, kualitas film, dan selanjutnya. Denotasi adalah apa yang difoto; konotasi adalah bagaimana proses pengambilan fotonya. (2012:141)**

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa denotasi ialah objek yang tertangkap dalam kamera, sedangkan konotasi merupakan proses pengambilannya. Dengan kata lain, apa yang terambil dari kamera itu merupakan denotasi yang akan di seleksi hingga akhirnya menjadi sebuah makna konotasi.

  Salah satu area penting yang dirambah Barthes dalam studinya tentang tanda adalah peran pembaca. Konotasi, walaupun merupakan sifat asli tanda, membuktikan keaktifan pembaca agar dapat berfungsi. Mitos oleh Barthes disebut sebagai tipe wicara. Segala sesuatu bisa menjadi mitos asalkan disajikan oleh sebuah wacana. Dalam mitos, sekali lagi kita mendapati pola tiga dimensi yang disebut Barthes sebagai: penanda, petanda, dan tanda.

1. **Film**
2. **Sejarah Film**

Film sendiri pertama kali diciptakan pada tahun 1805 oleh Lumiere Brothers. Kemudian pada tahun 1899 George Melies mulai menampilkan film dengan gaya editing yang berjudul Trip To The Moon. Pada tahun 1902, Edwin Peter membuat film yang berjudul Life Of In American Fireman.

Di Indonesia sendiri, film mencapai kejayaannya pada era 70-an sampai 80-an atau tepatnya sebelum masuknya Penyiaran Televisi pada tahun 1988 (RCTI). Masyarakat sangat apresiatif dalam menanggapi film-film yang ada di Indonesia. Hal ini berkaitan dengan bobot dari film tersebut yang memang dapat memenuhi kebutuhan psikologi dan spiritual dari masyarakat Indonesia.

Di Indonesia, bioskop pertama kali muncul di Batavia (Jakarta), tepatnya di Tanah Abang Kebonjae, pada 5 Desember 1900. Namun, kehadiran bioskop ini tidak dapat dikatakan sebagai tonggak awal sejarah film Indonesia. Alasannya, film-filmnya saat itu masih impor dari luar negeri. Film cerita pertama yang diproduksi di Indonesia, tepatnya di Bandung, baru ada pada tahun 1926. Film ini berjudul Loetoeng Kasaroeng. Film ini bisa dikatakan sebagai acuan tonggak sejarah perfilman Indonesia. Kesuksesan produksi film tersebut tidak terlepas dari keterlibatan bupati Bandung, Wiranatakusumah V di dalamnya.

1. **Pengertian Film**

Film dalam artian sempit ialah penyajian gambar lewat layar lebar, namun dalam arti luasnya bisa juga termasuk yang disiarkan TV. Film merupakan media massa yang komunikasinya sangat efektif dan kuat dengan penyampaian pesan secara audio visual, karena film merupakan media yang dapat dinikmati melalui penggabungan dua indera, yakni indera penglihatan dan indera pendengaran sebagai salah satu bentuk media massa.

**Effendy (1986:239)** mengutarakan mengenai pengertian film sebagai berikut:

**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. (**[**http://www.landasanteori.com**](http://www.landasanteori.com)**)**

Pernyataan di atas dapat di simpulkan bahwa film merupakan hasil budaya serta alat ekspresi kesenian yang dipakai sebagai komunikasi massa dari gabungan fotografi dan rekaman suara, kesenian dari seni rupa, teater sastra, arsitektur dan seni musik.

1. **Unsur-Unsur Film**

Film adalah hasil kerja kolektif atau hasil karya bersama. Proses pembuatan film pasti melibatkan kerja sejumlah unsur atau profesi. Unsur-unsur film terbagi menjadi 9 bagian sebagai berikut :

1. **Produser**
2. **Sutradara**
3. **Penulis Skenario**
4. **Penata Kamera (Kameramen)**
5. **Penata Artistik**
6. **Penata Gaya**
7. **Editor**
8. **Pengisi dan Penata Suara**
9. **Bintang Film (Pemeran) (**[**http://forum.teropong.id**](http://forum.teropong.id)**)**

Produser merupakan unsur paling tertinggi dalam suatu tim kerja produksi atau pembuatan film. Karena produserlah yang mempersiapkan dana yang dipergunakan untuk membiayai proses pembuatan film, Produser ialah pihak yang bertanggungjawab terhadap berbagai hal yang diperlukan dalam proses pembuatan film. Selain dana, ide atau gagasan, produser juga harus menyediakan naskah yang akan difilmkan, serta sejumlah hal lainnya yang diperlukan dalam kaitan proses produksi film.

Sutradara adalah orang yang paling bertanggungjawab terhadap proses pembuatan film di luar hal dana dan properti. Karena itu biasanya sutradara menempati posisi sebagai “orang penting kedua” di dalam suatu tim kerja produksi film. Sutradara bertugas mengarahkan seluruh alur dan proses pemindahan suatu cerita atau informasi dari naskah skenario ke dalam aktivitas produksi.

Skenario film adalah naskah cerita film yang ditulis dengan berpegang pada standar atau aturan-aturan tertentu. Skenario atau naskah cerita film itu ditulis dengan tekanan yang lebih mengutamakan visualisasi dari sebuah situasi atau peristiwa melalui adegan demi adegan yang jelas pengungkapannya.

Penata kamera atau kameramen adalah seseorang yang bertanggungjawab dalam proses perekaman (pengambilan) gambar di dalam kerja pembuatan film. Karena itu, kameramen dituntut untuk mampu menghadirkan cerita yang menarik, mempesona dan menyentuh emosi penonton melalui gambar demi gambar yang direkamnya di dalam kamera.

Penata artistik adalah seseorang yang bertugas untuk menampilkan cita rasa artistik pada sebuah film yang diproduksi. Sebelum suatu cerita divisualisasikan ke dalam film, penata artistik setelah terlebih dulu mendapat penjelasan dari sutradara untuk membuat gambaran kasar adegan demi adegan di dalam sketsa, baik secara hitam putih maupun berwarna.

Penata musik adalah seseorang yang bertugas atau bertanggungjawab sepenuhnya terhadap pengisian suara musik tersebut. Seorang penata musik dituntut tidak hanya sekadar menguasai musik, tetapi juga harus memiliki kemampuan atau kepekaan dalam mencerna cerita atau pesan yang disampaikan oleh film.

Editor merupakan seseorang yang akan mengedit hasil gambar yang telah diambil dari kameramen menjadi sebuah cerita yang sama persis dengan yang ditulis oleh penulis scenario.

Pengisi suara adalah seseorang yang bertugas mengisi suara pemeran atau pemain film. Jadi, tidak semua pemeran film menggunakan suaranya sendiri dalam berdialog di film. Penata suara adalah seseorang atau pihak yang bertanggungjawab dalam menentukan baik atau tidaknya hasil suara yang terekam dalam sebuah film. Di dalam tim kerja produksi film, penata suara bertanggungjawab memimpin departemen suara.

Bintang film atau pemeran film dan biasa juga disebut aktor dan aktris adalah mereka yang memerankan atau membintangi sebuah film yang diproduksi dengan memerankan tokoh-tokoh yang ada di dalam cerita film tersebut sesuai skenario yang ada. Pemeran dalam sebuah film terbagi atas dua, yaitu pemeran utama (tokoh utama) dan pemeran pembantu (piguran). Berhasilnya sebuah film ditentukan dari pemeran filmnya.

1. **Jenis-Jenis Film**

Jenis film yang khusus diprodusir untuk hiburan umum dewasa ini film banyak oleh berbagai lembaga. Film juga dapat digunakan sebagai sarana pendidikan, penerangan untuk berpegian ke dalam maupun luar negeri, dan sebagainya. Ini disebabkan pula sifatnya yang semi permanen film dapat dijadikan dokumentasi.

Film menurut **Effendy** dalam bukunya yang berjudul **Ilmu, Teori, dan filsafat komunikasi** mengemukakan jenis-jenis film sebagai berikut:

* + - 1. **Film Cerita**
      2. **Film Berita**
      3. **Film Dokumenter**
      4. **Film Kartun (2003:211-216)**

Film cerita adalah film yang mengandung cerita lazim dipertujukkan di gedung-gedung bioskop dengan para bintang film yang tenar. Film jenis ini didistribusikan sebagai barang dagangan dan diperuntukkan untuk publik di mana saja. Film cerita harus mengandung unsur-unsur yang dapat menyentuh rasa manusia.

Film berita atau *newsreel* adalah film berupa fakta, peristiwa yang benar-benar terjadi. Karena sifatnya berita, film ini disajikan kepada publik harus mengadung nilai berita (*newsvalue).* Dengan adanya TV yang juga bersifat auditif visual seperti film, maka berita yang difilmkan dapat dihidangkan kepada publik melalui TV lebih cepat daripada kalau dipertunjukkan juga di gedung-gedung bioskop mengawali film utama yang sudah tentu film cerita.

Film Dokumenter adalah fakta atau peristiwa yang terjadi. Bedanya dengan film berita, film dokumenter harus direncanakan secara matang. Film dokumenter sering menjemukan. Akal untuk mengolahnya sehingga dapat mempesona publik terbatas sekali. Meskipun begitu demikian usaha arah itu harus dilakukan, tetapi tidak boleh dipaksakan sehingga apa yang dipertontonkan tidak logis.

Film kartun atau film animasi adalah seni lukis dari setiap lukisan memerlukan ketelitian satu per satu dilukis dengan seksama untuk kemudia dipotret satu-satu. Apabila rangkaian lukisan yang 16 buah itu setiap detiknya diputar dalam proyektor film, maka lukisan-lukiasan itu menjadi hidup. Sebuah film kartun tidaklah dilukis oleh satu orang, tetapi oleh pelukis-pelukis dalam jumlah yang banyak.

1. **Kerangka Teoritis**
2. **Teori Konstruksi Realitas Sosial**

Penelitian ini menggunakan teori konstruksi sosial realitas. Teori ini merupakan ide atau prinsip utama dari kelompok pemikiran atau tradisi kultural. Ide ini menyatakan bahwa dunia sosial tercipta karena adanya interaksi antara manusia. Teori konstruksi sosial realitas ini dicetuskan oleh dua orang sosiolog kenamaan yaitu Peter Berger dan Thomas Luckman pada tahun 1966.

**Berger dan Luckman (1990:1)** menjelaskan mengenai definisi Teori Konstruksi Sosial Realitas yang dikutip oleh **Sobur** dalam bukunya yang berjudul Semiotika Komunikasi, bahwa:

**Memulai penjelasan realitas sosial dengan pemahaman “kenyataan” dan “pengetahuan”. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam realitas-realitas, yang diakui memiliki keberadaan (*being)* yang tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri. Sedangkan pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real)* dan memiliki karakteristik yang spesifik. (2013:186)**

Konstruksi sosial merupakan sosiologi pengetahuan maka implikasinya harus menekuni pengetahuan yang ada dalam masyarakat dan sekaligus proses-proses yang membuat setiap perangkat pengetahuan yang ditetapkan sebagai kenyataan. Sosiologi pengetahuan harus menekuni apa saja yang dianggap sebagai pengetahuan dalam masyarakat.

Teori ini berpandangan bahwa masyarakat yang memiliki kesamaan budaya akan memiliki pertukaran makna yang berlangsung terus-menerus. Secara umum, semua hal yang ada di muka bumi ini mempunyai makna yang sama bagi orang-orang yang memiliki kultur atau budaya yang sama. Sehingga, secara terus-menerus masyarakat akan melakukan pertukaran makna kultur atau budaya.

Menurut **Harre** yang dikutip **Morissan** dalam bukunya yang berjudul **Teori Komunikasi Massa** menjelaskan, bahwa:

**Manusia adalah mahluk yang terlihat atau diketahui secara publik serta memiliki sejumlah atribut dan sifat yang terbentuk di dalam kelompok budaya dan sosial. (2010:134)**

Pernyataan di atas menjelaskan mengenai sifat manusia diatur oleh kebudayaan sedangkan sifat diri sendiri diatur oleh teori yang dimiliki orang bersangkutan mengenai dirinya sendiri sebagai salah satu anggota suatu kebudayaan, sehingga manusia sebagai mahluk pribadi (*personal being)* memiliki dua sisi, yaitu sisi sebagai mahluk sosial dan sisi laninnya sebagai mahluk pribadi.

Teori kontruksi sosial atas realita ini penting bagi peneliti yang ingin mempelajari efek iklan, akan tetapi teori ini dapat diterapkan secara luas untuk mempelajari tentang media, khususnya media massa. Dalam hal ini, peneliti cocok dengan teori ini untuk mempelajari semiotika film.

1. **Kerangka Pemikiran**

**Gambar 2.2  
 Kerangka Pemikiran**

ANALISIS SEMIOTIKA FILM COCO

TEORI KONSTRUKSI REALITAS SOSIAL (PETER L. BERGER DAN THOMAS LUCKMAN)

ANALISIS SEMIOTIKA  
 (Roland Barthes)

FILM

PENANDA   
(Denotasi dan Konotosi)

PETANDA   
(Denotasi dan Konotasi)

DENOTASI & KONOTASI

MITOS

Sumber : Berger & Luckman, Barthes, hasil modifikasi peneliti dengan pembimbing 2018