**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Kajian Literatur**

Kajian literatur adalah jembatan bagi peneliti untuk mendapatkan landasan teoritik sebagai pedoman sumber hipotesis, jembatan ini sebenarnya berwujud pengetahuan tentang riset-riset yang dilakukan oleh peneliti lain dalam area penelitian. Pengetahuan ini tidak hanya berupa pemahaman terhadap riset-riset tersebut, tetapi juga saling-kait yang terbentuk antar riset-riset tadi. Seperti diketahui, sebuah penelitian tidak muncul begitu saja, tetapi ia selalu mencoba menyelesaikan atau menjawab persoalan yang ditinggalkan penelitian sebelumnya. Keterkaitan inilah, yang jika dirangkai secara menyeluruh, menyusun “peta” penulisan Karya Tulis Ilmiah ini.

Topik tentang sosialisasi yang telah terjadi di film Preman Pensiun, telah banyak dibahas dalam berbagai tesis oleh para ahli Logika / Semiotika maupun sosiologis, seperti Charles Sanders Peirce yang menjadi acuan telaah tentang dampak ikon / tanda dalam suatu film. Dari kedua tesis tersebut Charles Sanders Peirce maupun Roland Barthes membahas tentang Ikon ikon atau tanda / sign yang ada di dalam sebuah film baik itu pro maupun kontra.

**2.1.1 Review Penelitian Sejenis**

 Review Penelitian Sejenis merupakan kumpulan dari penelitian – penelitian sebelumnya yang dibuat oleh orang lain yang berkaitan dengan penelitian ini. Peneliti harus belajar dari peneliti lain, untuk menghindari duplikasi dan pengulangan penelitian atau kesalahan yang sama seperti yang dibuat oleh peneliti sebelumnya. Penelitian terdahulu dalam tinjauan pustaka memudahkan penulis dalam menentukan langkah-langkah yang sistematis dari teori maupun konseptual. Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang menjadi acuan dan bahan referensi yang menunjang penulis untuk melakukan penelitian terkait tentang pola komunikasi lainnya.

**Tabel 2.1 Review Penelitian**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **NO** | **NAMA** | **KETERANGAN** |
| 1 | Judul | Analisis Semiotika Film “Preman Pensiun” |
| 2 | Teori | Semiotika Charles Sanders Peirce |
| 3 | Metode | Studi Penelitian Kualitatif |
| 4 | Pesan | Mengenai bersosialisasi secara benar dan baik |
| 5 | Hasil Penelitian | Film dibentuk dari suatu karya yang menjadi fenomena dalam kehidupan modern, setelah ditemukan media untuk mengaspresiasiasikannya. Film berkembang menjadi salah satu kehidupan sosial yang tentunya memiliki pengaruh pada manusia yang menonton film tersebut.Sebuah film tidak akan terlepas dari peran sutradara yang membuat film menjadi hidup, namun tetap memiliki makna-makna penting didalamnya. Seperti Aris Nugraha sutradara dari film Preman Pensiun. Film ini menceritakan tentang kisah –kisah tentang preman yang sedang berusaha untuk tidak melakukan tindakan kriminalitas dan beralih menuju pekerjaan lain |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| NO | NAMA | KETERANGAN |
| 1 | Judul | Analisis Semiotika Film “Preman Pensiun” Episode 5 |
| 2 | Teori | Semiotika Charles Sanders Peirce |
| 3 | Metode | Studi Penelitian Kualitatif |
| 4 | Pesan | Tentang nilai dan moral Kehidupan dalam bersosialisasi |
| 5 | Perbedaan | Peneliti hanya terfokus pada bagian yang terkandung beberapa norma-norma kehidupan juga kebaikan dan keburukan didalamnya |
| 6 | Hasil Penelitian | Pembahasan kali ini akan membahas mengenai data-data hasil penemuan peneliti pada penelitian Film Preman Pensiun. Peneliti akan mencoba mencari makna denotasi, konotasi dan Ikon dengan menggunakan metode analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Makna konotasi, denotasi dan Ikon akan peneliti cari di setiap scenenya dapat dilihat dari setiap adegannya, dialognya atau ekspresinya.. serta pada Ikon peneliti akan menyimpulkan keseluruhan yang terdapat film Preman Pensiun .Pada keseluruhan, peneliti akan mengupas tentang nilai moral dalam film Preman Pensiun |

**2.1.2 Kerangka Konseptual**

**2.2.1 Film**

Film adalah salah satu media massa yang hingga saat ini masih sangat digemari, mulai dari kalangan anak-anak hingga dewasa pun sangat menggemari film. Film bisa dibilang memiliki kekuatan hipnotis. Film mempunyai kekuatan tersendiri dalam memenuhi pikiran penonton dan karena kekuatan inilah film perlu di kontrol. Film dapat menyihir penonton sehingga mereka terkadang terlalu pasif dan menerima saja apa yang disajikan film. Namun disini pula penonton sebagai komunikan (penerima pesan) pun perlu jeli dalam memilah pesan yang disampaikan oleh film itu sendiri, karena baik serta buruknya pesan yang dapat di terima akan menjadi efek yang ditimbulkan dari film itu sendiri kepada penontonnya.

Definisinya film dijabarkan sebagai gambar bergerak, dapat disebut juga sebagai transformasi kehidupan masyarakat, sebab melalui film kita dapat melihat gambaran atau cerminan keadaan sosial yang terjadi di masyarakat kita. Setiap film yang dibuat atau di produksi pasti berisikan satu pesan kepada penontonnya. Jika dikaitkan dengan kajian komunikasi, suatu film seharusnya memiliki efek yang sesuai dengan pesan yang diharapkan oleh pembuatnya.

Film merupakan suatu media ekspresi dan komunikasi. Film merupakan suatu media yang relatif baru di dalam kebudayaan umat manusia, dibandingkan dengan media bahsa dan tulisan. Karena seringkali penonton film terbuai dan terbawa oleh suasana dan menganggao apa yang disajikan pada layar sungguh sungguh nyata terjadi.

Media dalam komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi dua kategori, yaitu primer dan sekunder, media primer meliputi penggunaan bahasa yang tidak hanya sebatas kerangka terjemahan saja akan tetapi meliputi isyarat atau bahasa tubuh lain yang mengandung arti yang dapat digunakan untuk mengekspresikan pikiran atau perasaan. Sehingga khalayak merasakan kedekatan tersendiri dengan film tersebut.

Media sekunder lebih bersifat umum yang dapat menjangkau komunikan dalam jumlah yang banyak. Media sekunder dapat berupa media cetak (surat, tabloid, koran, dll), media elektronik (televisi, film, radio, dll) juga media internet. Dalam proses komunikasinya, media sekunder hanya dapat menyampaikan pesan sebatas pada pesan informatif sehingga *feedback*  yang ditimbulkan tidak dapat diketahui secara langsung. Namun fakta menunjukan bahwa peranan media sekunder dapat memberikan efek yang luar biasa dengan peranan mempengaruhi *opinion public*  dan sikap.

**2.2.2 Preman Pensiun Sang Juara**

 Cerita dari Preman Pensiun yang berlangsung secara spontan dengan datangnya seorang pelatih asal club sepak bola Indonesia Persib Bandung yang bernama Kang Djajang Nurjaman yang sedang berdiri bersama seseorang yang dulunya ada seorang preman pasar di kota Bandung yaitu Kang Mus yang sedang melatih anak-anak di lapangan dekat daerah pasar Palasari di kota Bandung bermain bola, seketika juga mereka senang melihat seorang pelatih club besar seperti kang Djajang Nurjaman di situ.

 Serial dari film Preman Pensiun dapat dikatakan cukup banyak ada 3 musim diantaranya sekilas di Musim pertama yang bercerita Setelah kematian istrinya, ia menyatakan pensiun menjadi preman. Pernyataan hanya disampaikan kepada tangan kanannya, Muslihat. Alasan ia pensiun dikarenakan sebelum istrinya meninggal, istrinya berujar akan menunggunya di surga. Bahar bepikir, bahwa kalau dia terus menjadi preman, tidak mungkin akan sampai ke sana.

**2.2.3 Kerangka Teoritis**

Dengan Penelitian yang saya buat ini semoga saja bermanfaat bagi seluruh orang yang gemar dalam menonton film FTV lokal yang menarik untuk dilihat, Selain itu dapat menambah referensi bagi kalangan Mahasiswa untuk mengetahui tentang ketertarikan nya terhadap suatu Film.

**2.3 Kerangka Pemikiran**

Semiotika adalah ilmu tentang tanda. Salah satu tokoh penting semiotika adalah Charles Sanders Peirce. Ia banyak menulis buku seputar semiotika, antara lain *Peirce’s Theory of Signs” 2007  T. L. Short* ,  *1865-1866: Thoughts as Representations. 1867: The New List*

Kerangka pemikiran memberikan gambaran singkat mengenai tahapan penelitian dari tahap awal hingga akhir. Dasar pemikiran yang peneliti ambil untuk menggunakan film sebagai objek penelitian adalah karena film merupakan media massa yang untuk menikmatinya memerlukan penggabungan antara dua indra yakni indra penglihatan dan indra pendengaran. Maka dari itu film merupakan media komunikasi yang efektif dan kuat dengan penyampain pesannya secara audiovisual.

Sebagai salah satu bentuk media massa, dalam hal ini film juga harus bertanggung jawab secara sosial kepada masyarakat tentang apa yang akan di sampaikan. Tidak hanya sekedar menyampaikan informasi dan menghibur tetapi film sebagai media massa juga di tuntut untuk menjalankan fungsi dan edukatifnya untuk

Kuatnya pengaruh film sebagai salah satu media komunikasi massa, dikarenakan fungsi film itu sendiri. Film merupakan media komunikasi massa yang sangat luar biasa, bukan saja untuk hiburan semata tetapi untuk penerangan dan pendidikan. Film selalu menjadi media yang memiliki daya tarik tersendiri terhadap audiensnya.

 **Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran Film**

**Rumusan Masalah**

**Bagaimana Analisis Film Preman Pensiun 1**

**Model**

**Analisis Semiotika**

***Charles Sanders Peirce***

**Tanda (Mark)**

**Denotasi & Konotasi**

***(Signifier)***

**Kekerasan (Violence)**

**Nilai Sosial**

**Sumber: Sobur (2014) Serta Hasil Modifikasi Penulis**

**2.3.1 Komunikasi**

**2.3.1.1 Pengertian Komunikasi**

Komunikasi adalah topik yang amat sering diperbincangkan bukan hanya dikalangan ilmuan komunikasi tetapi juga dikalangan awam, sehingga kata komunikasi itu sendiri memiliki terlalu banyak arti yang berlainan. Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata latin yaitu *communis* yang berarti “sama”, *commonico, communication, atay communicare* yang berarti “membuat sama” *(to make common).* Istilah pertama *(communis)* paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata latin lainnya yang mirip.

 Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna atau suatu pesan dianut secara sama. Komunikasi adalah “interaksi antara dua makhluk hidup atau lebih” kemudian menurut **Tubbs** dan **Moss** komunikasi adalah proses penciptaan makna antara dua orang (komunikator 1 dan komunikator 2) atau lebih.

 Meskipun komunikasi menyangkut perilaku manusia, tidak semua perilaku manusia itu adalah komunikasi. Menurut **Pace** dan **Faules** dalam bukunya **Komunikasi Organisasi (2002:14)** perbedaan tersebut sederhana tapi rumit sebagai contoh apakah bernyanyi sendirian di kamar mandi itu merupakan komunikasi? Akan tetapi sebenarnya jawaban atas pertanyaan tersebut kembali lagi dengan bagaimana kita mendefisinikan komunikasi.

 Komunikasi pada dasarnya bersifat instrumental dan persuasive kita berkomunikasi untuk mengajak baik itu orang lain dan sebenarnya bisa juga berkomunikasi dengan diri sendiri. Ketika kita ingin melakukan suatu hal yang menjadi dilema bagi kita. Kita akan berusaha mempertimbangkan apa tindakan yang akan dilakukan, hal tersebut juga disebut sebuah komunikasi.

 Lebih dalam lagi menurut **Ross** dalam Buku **Ilmu Komunikasisuatu Pengantar** karya **Mulyana** bahwa komunikasi adalah sebagai berikut:

**Suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan symbol. Simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respon dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator. (2011 : 69)**

 Intinya apa yang disampaikan **Ross** adalah adanya respon balik dari pesan yang disampaikan komunikator agar sama dengan apa yang dimaksud oleh komunikator. Komunikasi sebenarnya belum ada persetujuan antara ahli – ahli sebagai definisi yang paling utama dan disetujui oleh para ahli – ahli tersebut.

 Komunikasi memiliki banyak versi dari segi definisi. Kemudian, Menurut **Rogers dan Kincaid** pada 1981 dalam **Pengantar Ilmu Komunikasi** karya **Cangara** bahwa :

**“Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lain – nya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam” (2006 : 19 )**

 **Rogers dalam bukunya pengantar Ilmu komunikasi, (1998: 20, Hafied Cangara) mencoba mengspesifikasikan hakikat suatu hubungan dengan adanya suatu pertukaran informasi (pesan) dimana ia menginginkan adanya perubahan sikap dan tingkah laku serta kebersamaan dalam menciptakan saling pengertian dari orang – orang yang ikut serta dalam suatu proses komunikasi.**

 Definisi yang sampaikan oleh para pakar komunikasi yang disampaikan diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian dari seseorang kepada orang lain. Komunikasi hanya bisa terjadi bila seseorang memiliki pesan yang akan disampaikan kepada orang lain dengan mempunyai maksud dan tujuan tertentu.

 Untuk memahami pengertian komunikasi tersebut sehingga dapat dilancarkan secara efektif dalam **Effendy (1994:10) dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek** bahwa para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, ***The Structure and Function of Communication inSociety***. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut:*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*

Paradigma Lasswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu,yaitu:

* Komunikator (siapa yang mengatakan?)
* Pesan (mengatakan apa?)
* Media (melalui saluran/ channel/media apa?)
* Komunikan (kepada siapa?)
* Efek (dengan dampak/efek apa?).

**2.3.1.2 Prinsip Prinsip Komunikasi**

Prinsip-prinsip komunikasi seperti halnya fungsi dan definisi komunikasi mempunyai uraian yang beragam sesuai dengan konsep yang dikembangkan oleh masing-masing pakar. Istilah prinsip oleh William B. Gudykunst disebut asumsi-asumsi komunikasi. Larry A.Samovar dan Richard E.Porter menyebutnya karakteristik komunikasi. Deddy  Mulyana, Ph.D membuat istilah baru yaitu prinsip-prinsip komunikasi. Terdapat 12 prinsip komunikasi yang dikatakan sebagai penjabaran lebih jauh dari definisi dan hakekat komunikasi yaitu :

**Prinsip 1 :** Komunikasi adalah suatu proses simbolik. Komunikasi adalah sesuatu yang bersifat dinamis, sirkular dan tidak berakhir pada suatu titik, tetapi terus berkelanjutan.
**Prinsip 2 :** Setiap perilaku mempunyai potensi komunikasi. Setiap orang tidak bebas nilai, pada saat orang tersebut tidak bermaksud mengkomunikasikan sesuatu, tetapi dimaknai oleh orang lain maka orang tersebut sudah terlibat dalam proses berkomunikasi. Gerak tubuh, ekspresi wajah (komunikasi non verbal) seseorang dapat dimaknai oleh orang lain menjadi suatu stimulus.

**Prinsip 3 :** Komunikasi punya dimensi isi dan hubungan. Setiap pesan komunikasi mempunyai dimensi isi dimana dari dimensi isi tersebut kita bisa memprediksi dimensi hubungan yang ada diantara pihak-pihak yang melakukan proses komunikasi. Percakapan diantara dua orang sahabat  dan antara dosen dan mahasiswa di kelas berbeda memiliki dimesi isi yang berbeda.

**Prinsip 4 :** Komunikasi itu berlangsung dalam berbagai tingkat kesengajaan
Setiap tindakan komunikasi yang dilakukan oleh seseorang bisa terjadi mulai dari tingkat kesengajaan yang rendah artinya tindakan komunikasi yang tidak direncanakan (apa saja yang akan dikatakan atau apa saja yang akan dilakukan secara rinci dan detail), sampai pada tindakan komunikasi yang betul-betul disengaja (pihak komunikan mengharapkan respon dan berharap tujuannya tercapai)

**Prinsip 5 :** Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktuPesan komunikasi yang dikirimkan oleh pihak komunikan baik secara verbal maupun non-verbal disesuaikan dengan tempat, dimana proses komunikasi itu berlangsung, kepada siapa pesan itu dikirimkan dan kapan komunikasi itu berlangsung.

**Prinsip 6 :** Komunikasi melibatkan prediksi peserta komunikasiTidak dapat dibayangkan jika orang melakukan tindakan komunikasi di luar norma yang berlaku di masyarakat. Jika kita tersenyum maka kita dapat memprediksi bahwa pihak penerima akan membalas dengan senyuman, jika kita menyapa seseorang maka orang tersebut akan membalas sapaan kita. Prediksi seperti itu akan membuat seseorang menjadi tenang dalam melakukan proses komunikasi.

**Prinsip 7 :** Komunikasi itu bersifat sistemik. Dalam diri setiap orang mengandung sisi internal yang dipengaruhi oleh latar belakang budaya, nilai, adat, pengalaman dan pendidikan. Bagaimana seseorang berkomunikasi dipengaruhi oleh beberapa hal internal tersebut. Sisi internal seperti lingkungan keluarga dan lingkungan dimana dia bersosialisasi mempengaruhi bagaimana dia melakukan tindakan komunikasi.

**Prinsip 8 :** Semakin mirip latar belakang sosial budaya semakin efektiflah komunikasi. Jika dua orang melakukan komunikasi berasal dari suku yang sama, pendidikan yang sama, maka ada kecenderungan dua pihak tersebut mempunyai bahan yang sama untuk saling dikomunikasikan. Kedua pihak mempunyai makna yang sama terhadap simbol-simbol yang saling dipertukarkan.

**Prinsip 9 :** Komunikasi bersifat nonsekuensial. Proses komunikasi bersifat sirkular dalam arti tidak berlangsung satu arah. Melibatkan respon atau tanggapan sebagai bukti bahwa pesan yang dikirimkan itu diterima dan dimengerti.

**Prinsip 10 :** Komunikasi bersifat prosesual, dinamis dan transaksional
Konsekuensi dari prinsip bahwa komunikasi adalah sebuah proses adalah komunikasi itu dinamis dan transaksional. Ada proses saling memberi dan menerima informasi diantara pihak-pihak yang melakukan komunikasi.

**Prinsip 11 :** komunikasi bersifat irreversible. Setiap orang yang melakukan proses komunikasi tidak dapat mengontrol sedemikian rupa terhadap efek yang ditimbulkan oleh pesan yang dikirimkan. Komunikasi tidak dapat ditarik kembali, jika seseorang sudah berkata menyakiti orang lain, maka efek sakit hati tidak akan hilang begitu saja pada diri orang lain tersebut.

**Prinsip 12** **:** Komunikasi bukan panasea untuk menyelesaikan berbagai masalah
Dalam arti bahwa komunikasi bukan satu-satunya obat mujarab yang dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah.

**2.3.1.3 Proses Komunikasi**

Proses Komunikasi adalah bagaimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikannya, sehingga dapat menciptakan suatu persamaan makna antara komunikan dengan komunikatornya. Proses komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif ( Sesuai dengan tujuan Komunikasi Pada Umumnya ) Proses Komunikasi banyak melalui perkembangan proses komunikasi dapat terjadi apabila ada interaksi antar manusia dan penyampaian pesan untuk mewujudkan motif komunikasi, Tahapan proses komunikasi adalah sebagai berikut:

1. **Penginterpretasian** yaitu hal yang diinterpretsikan adalah motif komunikasi, terjadi dalam diri komunikator artinya proses komunikasi tahap pertama bermula sejak motif komunikasi muncul hingga akal budi komunikator berhasil menginterprestasikan apa yang ia pikir dan rasakan ke dalam pesan (masih abstrak)
2. **Penyandian** yaitu tahap ini masih ada dalam komunikator dari [pesan](http://www.lusa.web.id/tag/pesan/%22%20%5Co%20%22pesan) yang bersifat abstrak berhasil diwujudkan oleh akal budi manusia ke dalam lambang komunikasi. Tahap ini disebut encoding, akal budi manusia berfungsi sebagai encorder, alat penyandi: merubah pesan abstrak menjadi konkret.
3. **Pengiriman** yaitu, proses ketika komunikator melakukan tindakan komunikasi, mengirim lambang komunikasi dengan peralatan jasmaniah yang disebut transmitter, alat pengirim pesan.
4. **Perjalanan** yaitu tahapan antara komunikator dan komunikan, sejak pesan dikirim hingga pesan diterima oleh komunikan.
5. **Penerimaan** yaitu, tahapan ini ditandai dengan diterimanya lambang komunikasi melalui peralatan jasmaniah komunikan.
6. **Penyandian Balik**, tahap ini terjadi pada diri komunikan sejak lambang komunikasi diterima melalui peralatan yang berfungsi sebagai receiver hingga akal budinya berhasil menguraikannya (decoding).

**2.3.1.4 Fungsi Komunikasi**

Fungsi Komunikasi terbagi menjadi empat yaitu :

1. **Sebagai Komunikasi Sosial**

Fungsi komunikasi sebagai kominkasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi untuk keberlangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari ketegangan dan tekanan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur dan menerima hubungan-hubungan dari orang lain. Melalui komunikasi kita bekerja sama dengan anggota masyarakat seperti keluarga, kelompok, dan lain-lain secara keseluruhan untuk mencapai tujuan bersama.

1. **Sebagai** [**Komunikasi**](http://fungsi.info/fungsi-komunikasi/) **Ekspresif**
[Komunikasi](http://fungsi.info/fungsi-komunikasi/) berfungsi untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal. Perasaan sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut, prihatin, marah dan benci dapat disampaikan lewat kata-kata, namun bisa disampaikan secara lebih ekpresif lewat perilaku nonverbal.
2. **Sebagai** [**komunikasi**](http://fungsi.info/fungsi-komunikasi/) **ritual**
Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang [hidup](http://fungsi.info/fungsi-komunikasi/), yang disebut para antropolog sebaga *rites ofpassage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, siraman, pernikahan, dan lain-lain. Dalam acara-acara itu orang mengucapkan kata-kata atau perilaku-perilaku tertentu yang bersifat simbolik. Ritus-ritus lain seperti berdoa (salat, sembahyang), membaca kitab suci, naik haji, upacara bendera (termasuk menyanyikan lagu kebangsaan), upacara wisuda, perayaan lebaran (Idul Fitri) atau Natal, juga adalah [komunikasi](http://fungsi.info/fungsi-komunikasi/) ritual.
3. **Sebagai** [**Komunikasi**](http://fungsi.info/fungsi-komunikasi/) **Instrumental**

[Komunikasi](http://fungsi.info/fungsi-komunikasi/) instrumental mempunyai beberapa tujuan [umum](http://fungsi.info/fungsi-komunikasi/), yaitu: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan tindakan, dan juga hiburan ebagai instrumen, [komunikasi](http://fungsi.info/fungsi-komunikasi/) tidak saja kita gunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan, namun juga untuk menghancurkan hubungan tersebut. Studi komunika membuat kita peka terhadap berbagai strategi yang dapat kita gunakan dalam [komunikasi](http://fungsi.info/fungsi-komunikasi/) kita untuk bekerja lebih baik dengan orang lain demi keuntungan bersama. [Komunikasi](http://fungsi.info/fungsi-komunikasi/) berfungsi sebagi instrumen untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik tujuan jangka pendek ataupun tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek misalnya untuk memperoleh pujian, menumbuhkan kesan yang baik, memperoleh simpati, dan empati misalnya berbicara sopan dan berprilaku baik. Sementara itu, tujuan jangka panjang dapat diraih lewat keahlian [komunikasi](http://fungsi.info/fungsi-komunikasi/), misalnya keahlian berpidato, berunding, berbahasa asing ataupun keahlian menulis. Kedua tujuan itu (jangka pendek dan panjang) tentu saja saling berkaitan dalam arti bahwa pengelolaan kesan itu secara kumulatif dapat digunakan untuk mencapai tujuan jangka panjang berupa keberhasilan dalam karier, misalnya untuk memperoleh jabatan, kekuasaan, penghormatan sosial, dan kekayaan.

**2.3.1.5 Tujuan Komunikasi**

**Riant Nugroho (2004:72) tujuan komunikasi adalah menciptakan pemahaman bersama atau mengubah persepsi, bahkan perilaku. Sedangkan yang merupakan hal utama dari komunikasi adalah pertukaran informasi dan penyampaian makna suatu system social atau organisasi. Akan tetapi komunikasi tidak hanya menyampaikan informasi atau pesan saja, tetapi komunikasi dilakukan seorang dengan pihak lainnya dalam upaya membentuk suatu makna serta mengemban harapan-harapannya (Rosadi Ruslan, 2003:83).**

Pada umumnya tujuan komunikasi antara lain, yaitu:

1. Supaya yang kita sampaikan dapat dimengerti, sebagai komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengerti dan mengakui apa yang kita maksud.
2. Memahami orang lain, kita sebagai komunikator harus mengerti benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkan kemauannya.
3. Supaya gagasan dapat diterima orang lain, kita berusaha agar gagasan kita dapat diterima orang lain dengan pendekatan persuasive bukan memaksakan kehendak.
4. **Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakan sesuatu itu dapat bermacam-macam, mungkin berupa kegiatan. Kegiatan dimaksud di sini adalah kegiatan yang lebih banyak mendorong, namun yang penting harus diingat adalah bagaimana cara baik untuk melakukan (Widjaja, 200:66-67).**

**2.3.2 Jurnalistik**

**2.3.2.1 Pengertian Jurnalistik**

Secara etimologis, jurnalistik berasal dari kata “journ”. Dalam bahsa Perancis “journ” berarti catatan atau laporan harian. Secara sederhana, jurnalistik diasrtikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiap hari. Dalam kamus bahasa Inggris “journalistic” diartikan kewartawanan (warta=berita, kabar). Dalam hal ini, berarti bahwa pengertian jurnalistik adalah catatan atau laporan harian wartawan yang diberikan kepadakhalayak banyak.

Istilah jurnalistik juga berasal dari bahasa Yunani Kuno, *“de jour”* yang berarti hari, yakni kejadian hari ini diberitakan dalam lembaran tercetak, pada asal mula munculnya media massa yang disebut *Acta diurna* pada jaman romawi kuno di bawah pemerintah Raja Julius Caesar.

Jurnalistik sangat berkaitan erat dengan pers, bisa dikatakan Jurnalistik dan pers seperti aspek jiwa dan raga, jurnalisitk merupakan aspek jiwa karena merupakan daya yang menhidupi tubuh pers, sedangkan pers adalah raganya, ia konkrit dan nyata serta merupakan perwujudan dari jurnalistik itu sendiri, seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, dan sebagaiannya.

Sumadiriayang mengutip dari Adinegorodalam bukunya berjudul Jurnalsitik Indonesiamenegaskan bahwa :

**“Jurnalisitk adalah semacam kepandaian mengarang yang pokonya memberi pekabaran pada masyarakat dengan selekas-lekasnya agar tersiar seluas-luasnya (2005 : 3)”**

Hal ini menunjukan bahwa segala bentuk pemberitaan yang layak untuk di ketahui oleh masyarakat banyak, harus segera disebarluaskan, karena masyarakat ingin memperoleh berita yang aktual atau masih hangat untuk diketahui. Maka sebagai jurnalis dalam menyampaikan informasi dituntut untuk sigap dan cekatan dalam menyajikan berita.

**2.3.2.2 Bentuk Bentuk Jurnalistik**

 Jurnalistik dibagi menjadi tiga bagian besar :

1. Jurnalistik media cetak (*newspaper and magazine journalism*)

2. Jurnalistik media elektronik auditif (*radio broadcast journalism*)

3. Jurnalistik audio visual (*television journalism*)

**2.3.2.3 Produk Jurnalistik**

Produk jurnalistik adalah surat kabar, tabloid, majalah, buletin, atau berkalanya seperti radio, televisi, dan media on-line internet.

Produk itu dibagi menjadi tiga kelompok besar, yaitu:

1. **Berita (*News*)**, meliputi:
2. Berita langsung (*straight news*)
3. Berita menyeluruh (*comprehensive news*)
4. Berita mendalam (*depth news*)
5. Laporan mendalam (*depth reporting*)
6. Berita penyelidikan (*investigative news*)
7. Berita khas (*feature news*)
8. Berita gambar (*photo news*)
9. **Opini (*Views*)**

Meliputi: tajuk rencana, karikatur, pojok, artikel, kolom, esai, dan surat pembaca.

1. **Iklan (*Advertising*)**

Dari ketiganya, hanya news dan views yang termasuk produk jurnalistik, sementara iklan bukan produk jurnalistik meskipun teknik yang digunakan merujuk pada teknik jurnalistik.

**2.3.2.4 Jenis-Jenis Jurnalistik**

**A. Jurnalisme Warga Negara**

Salah satu fenomena aktual yang berkaitan dengan aktivtas blog yang sering disebut dengan citizen journalism (Jurnalisme warga negara). Dari pihak yang kontra memandang citizen journalisme belum bisa masuk ke dalam journalisme, karena jurnalisme mensyaratkan banyak hal seperti yang terjadi pada dunia kewartawanan selama ini. Jika mengikuti pengertian jurnalisme dalam arti klasik, citizen journalism tentu saja bukan jurnalisme, tapi hanya sebuah aktivitas layaknya sebuah menulis buku harian, hanya medianya saja yang menggunakan internet.

1. Citizen atau Civic Journalism

Citizen journalisme (jurnalisme warga negara) sering juga disebut dengan participatory journalism, netizen, dan open source journalism. Dan di dalam civic journalisme masyarakat didudukan sebagai objek, sementara dalam citizen journalism masyarakat didudukan sebagai objek sekaligus subjek.

**B. Jurnalisme Presisi**

Jurnalisme Presisi adalah aplikasi ilmu sosial dalam bidang jurnalistik. Dengan kata lain, jurnalisme presisi adalah kegiatan jurnalistik yang menekankan ketetapan(presisi) informasi dengan memakai pendekaktan ilmu sosial dalam proses kerjanya. Hal yang penting dalam jurnalisme presisi adalah berkaitan dengan data, yaitu :

1. Koleksi data, data tentu saja harus dicara bukan ditunggu.
2. Simpan, jurnalis bisa membuka data-data lama di dalam file.
3. Mendapatkan kembali data-data
4. Analisis
5. Redukasi data, mengurangi data yang di anggapnya tidak relevan
6. Mengomunikasikan, yaitu data-data yang sudah diolah tersebut kemudian ditulis dan dibuat berita di media.

**C. Jurnalisme Kuning**

Jurnalisme kuning adalah jurnalisme pemburukan makna, ini disebabkan karena orientasi pembuatannya lebih menekankan pada berita-berita sensaional daripada berita substansi isinya. Tujuannya untuk meningkatkan penjualan ia sering dituduh sebagai jurnalisme yang tidak profesional dan tidak beretika. Ciri berita dari jurnalisme kuning yaitu pemberitaannya bombastis, sensasional, dan pembuatan judul utamnya yang menarik perhatian para publik. Untuk mencari perhatian pembaca, judul yang dibuat ditulis secara besar-besaran dengan warna yang mencolok disertai dengan gambar yang sadis atau menyeramkan.

**D. Jurnalisme *“Lher”***

Jurnalisme *lher* sering disebut juga dengan jurnalisme sensaional, karena gambar dan berita atau grafisnya yang ditampilkan untuk mencari sensasi semata. Karena untuk mencari sensasi apapun akan dilakukan untuk mewujudkannya, ada juga yang menyebutnya dengan jurnalisme pornografi karena menampilkan gambar secara *fullgar* atau tulisan yang membangkitkan nafsu birahi. Jurnalisme *lher* sangat ditentang oleh banyak orang karena keberadaannya yang terlalu berlebihan.

**2.3.3 Komunikasi Massa**

**2.3.3.1 Pengertian Komunikasi Massa**

Komunikasi massa dalam tinjauan praktis adalah proses penyampaian pesan dari komunikator (pengirim) kepada komunikan (penerima) dengan menggunakan media massa sebagai perantaranya. Dalam komunikasi massa ini, saluran komunikasi yang lazim digunakan dapat berupa media massa cetak, elektronik, atau media massa *online*.

Media massa cetak jenisnya meliputi koran, majalah, tabloid, buletin, poster, pamflet, dan sebagainya. Sementara media massa elektronik jenisnya meliputi radio, televise dan film. Saat ini media massa generasi terbaru ialah *online* yang terhubung dengan jaringan internet.

**Dalam peninjauan para pakar komunikasi, definisi komunikasi massa paling sederhana dikemukakan oleh Bittner yangdikutip dari buku Komunikasi Massa, karangan Ardianto, yaitu: *Mass commnucation is messages communicated through a mass medium to a large number of people* [2003:3].**

Definisi tersebut, mengartikan bahwa komunikasi massa merupakan bentuk pengiriman pesan kepada komunikan yang jumlahnya banyak melalui media massa.

**2.3.3.2 Fungsi Komunikasi Massa**

Fungsi dari komunikasi massa dijelaskan **Dominic (2001)** dan dikutip oleh **Widjaja**di dalam karyanya yang berjudul **Komunikasi dan Hubungan Masyarakat**, adalah:

1. ***Surveilance* (pengawasan)**
2. ***Interpretation* (penafsiran)**
3. ***Linkage* (Pertalian)**
4. ***Transmission of Value* (Penyebaran nilai-nilai)**
5. ***Entertainment* (Hiburan)**

Sedangkan dalam buku **Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi** dijelaskan oleh pakar komunikasi **Karlinah, dkk (1999)** tentang 6 fungsi Komunikasi Massa, yakni:

1. **Fungsi Informasi.**
2. **Fungsi Pendidikan.**
3. **Fungsi Mempengaruhi.**
4. **Fungsi Proses pengembangan mental.**
5. **Fungsi Adaptasi lingkungan**
6. **Fungsi Memanipulasi Lingkungan.**

 Menurut **John Vivian** dalam bukunya ***The Media of Mass Communication*** mendefinisikan fungsi komunikasi massa sebagai berikut:

1. ***Providing information,***
2. ***Providing entertainment,***
3. ***Helping to persuade, dan***
4. ***Contributing to social cohesion* (mendorong kohesi sosial)(1991).**

Dikemukakan oleh **McQuail (1987 *“Mass Communication Theory”*)** bahwa fungsi komunikasi massa ada dua kategori, Kedua kategori tersebut dapat di uraikan sebagai berikut :

1. **Fungsi Komunikasi Massa untuk Masyarakat.**

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

1. **Informasi:**
2. **Menyediakan informasi tentang peristiwa dan kondisi dalam masyarakat dan dunia.**
3. **Menunjukkan hubungan kekuasaan.**
4. **Memudahkan inovasi, adaptasi dan kemajuan.**
5. **Korelasi:**
6. **Menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi.**
7. **Menunjang otoritas dan norma-norma yang mapan.**
8. **Melakukan sosialisasi.**
9. **Mengkoordinasi beberapa kegiatan. Membentuk kesepakatan.**
10. **Menentukan urutan prioritas dan memberikan status.**
11. **Kesinambungan:**
12. **Mengepresikan budaya dominan dan mengakui keberadaan kebudayaan khusus *(subculture)* serta perkembangan budaya baru.**
13. **Meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai.**
14. **Hiburan:**
15. **Menyediakan hiburan, pengalihan perhatian, dan sarana relaksasi.**
16. **Meredakan ketegangan.**
17. **Mobilisasi:**

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

Segala sesuatu yang berhubungan dengan informasi atau peristiwa yang penting dan layak untuk diketahui karena hal ini menyangkut kepentingan umum dan individu dalam komunikasi massa.

1. **Fungsi Komunikasi Massa untuk Individu**

Sedangkan fungsi komunikasi massa untuk individu meliputi:

1. **Informasi:**
2. **Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia.**
3. **Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat dan hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.**
4. **Memuaskan rasa ingin tahu dan minat minum.**
5. **Belajar, pendidikan diri sendiri.**
6. **Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.**
7. **Identitas pribadi:**
8. **Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi.**
9. **Menemukan model perilaku.**
10. **Mengidentifikasikan diri dengan nilai-nilai lain (dalam media).**
11. **Meningkatkan pemahamna tentang diri-sendiri.**

 **C. Integrasi dan interaksi:**

1. **Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain empati.**
2. **Mengidentifikasikan diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki.**
3. **Menemukan bahan percakapan dan interkasi.**
4. **Memperoleh teman selain dari manusia.**
5. **Membantu menjalankan peran.**
6. **Memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak –keluarga, teman, dan masyarakat.**

 **D. Hiburan:**

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

Pernyataan di atas menunjukan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang berlangsung satu arah, media massa saluran komunikasi merupakan lembaga, bersifat umum dan sasarannya pun beragam.

**2.3.3.3 Efek Komunikasi Massa**

Setiap proses komunikasi massa akan mempunyai hasil yang disebut dengan efek. Efek tersebut muncul dari seseorang yang menerima pesan komunikasi baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Dalam penelitan efek komunikasi massa, media massa dipandang sangat berpengaruh, tetapi ada saat lain ketika media dianggap sedikit bahkan tidak berpengaruh sama sekali. Pada umumnya kita lebih tertarik kepada apa yang dilakukan media kepada kita daripada apa yang kita lakukan kepada media massa, seperti kita ingin mengetahui untuk apa kita membaca surat kabar, mengdengar radio, ataupun menonton televisi.

**Onong Uchyana Effendy (2006) dalam bukunya Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi, yang termasuk dalam kategori efek komunikasi massa adalah Efek Kognitif (Cognitive Effect), Efek Afektif (Affective Effect), dan Efek Konatif yang sering juga disebut Efek Behavorial (Behavorial Effect).**

Ketiga efek tersebut dijelaskan sebagai berikut :

1. **Efek Kognitif**

Efek Kognitif yaitu berhubungan dengan pikiran atau penalaran sehingga khalayak yang semula tidak tahu, yang tadinya tidak mengerti menjadi lebih jelas.

1. **Efek Afektif**

Efek Afektif yaitu berkaitan dengan perasaan, akibat dari membaca surat kabar atau majalah, mendengarkan radio, serta menonton televisi akan menimbulkan perasaan tertentu pada khalayak Perasaan akibat media massa itu bisa bermacam-macam seperti senang hingga tertawa berbahak-bahak, sedih hingga mencucurkan air mata, dan perasaan lainnya yang bergejolak di dalam hati.

1. **Efek Konatif/Behavorial**

Efek komunikasi massa ini bersangkutan dengan niat, tekat, upaya, usaha yang cenderung menjadi suatu kegiatan atau tindakan. Karena berbentuk perilaku maka efek konatif yang sering juga disebut efek behavorial.

**2.3.4 Film**

**2.3.4.1 Pengertian Film**

Film adalah gambar hidup, juga sering disebut *movie*. Film secara kolektif seirng disebut sinema. Sinema itu sendiri bersumber dari kata kinematik atau gerak. Film juga sebenarnya merupakan lapisan-lapisan cairan selulosa, biasa dikenal di dunia para sineas sebagai seluloid. Pengertian secara harfiah film (sinema) adalah *Cinematographie* yang berasal dari *Cinema* + *tho* = *phytos* (cahaya) + *graphie* = *ghrap* (tulisan = gambar = citra), jadi pengertiannya melukis gerak dengan cahaya. Agar bisa melukis gerak dengan cahaya, kita harus menggunakan alat khusus yaitu kamera.

**Sobur** dalam buku **Semiotika Komunikasi** yang ia kutip dari Oey Hong Lee (1965:40) menyebutkan film sebagai alat komunikasi massa yang kedua muncul di dunia, mempunyai massa pertumbuhannya pada akhir abad ke -19, dengan perkataan lain pada waktu unsur-unsur yang merintangi perkembangan surat kabar sudah lenyap.

**Film adalah media komunikasi yang bersifat audio visual untuk menyampaikan suatu pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat tertentu. (Effendy, 1986. 134).**

Pesan film pada komunikasi massa dapat berbentuk apa saja tergantung dari isi film tersebut, akan tetapi pada umumnya sebuah film dapat mencakup berbagai macam pesan, baik itu pesan pendidikan, hiburan dan informasi. Pesan dalam film menggunakan mekanisme lambang atau simbol-simbol yang ada pada pikiran manusia berupa isi pesan, suara, perkataan, dan percakapan.

Film juga dianggap sebagai media komunikasi yang ampuh terhadap massa yang menjadi tujuannya, karena yang sifatnya audio visual, yaitu gambar yang bergerak dan suara yang hidup. Dengan gambar dan suara film mampu bercerita banyak dalam waktu yang singkat. Ketika menonton film penonton seakan-akan dapat menembus menembus ruang waktu yang dapat menceritakan kehidupan dan bahkan dapat mempengaruhi audience atau penonton. Dewasa ini terdapat berbagai macam film, meskipun berbeda-beda semua film dapat dikatakan mempunyai satu sasaran yaitu, menarik perhatian orang terhadap muatan-muatan masalah. Selain itu, film juga dapat dirancang untuk melayani keperluan publik terbatas maupun publik yang seluas-luasnya.

**2.3.4.2 Jenis-Jenis Film**

1. **Film Horor**

Film jenis ini biasanya bercerita tentang hal-hal mistis, supernatural, berhubungan dengan kematian, atau hal-hal di luar nalar lainnya.

1. **Film Drama**

Film dengan kategori ini termasuk lebih ringan dibanding dengan film horor, umumnya bercerita tentang suatu konflik kehidupan.

1. **Film Romantis**

Film yang berkisah tentang kisah percintaan antar manusia, contohnya Romeo and Juliet.

1. **Film Kolosal**

Kolosal berarti luar biasa besar, film jenis ini umumnya diproduksi dengan biaya yang sangat besar dan melibatkan banyak pemain, mulai dri pemeran utama hingga pemeran figuran. Film Kolosal hampir selalu betemakan sejarah atau zaman kuno yang menampilkan adegan peperangan. Contohnya Gladiator (2000).

1. **Film *Thriller***

Tidak sedikit yang mengkategorikan film thriller dengan film horor, karena film thriller sama seperti film horor yang membuat jantung berdebar. Film Thriller diartikan sebagai film yang mendebarkan karena tidak berkisah supernatural atau mistis melainkan berkisah tentang pengalaman buruk tertentu yang berkaitan dengan pembunuhan.

1. **Film Fantasi**

Yang membedakan film lainnya dengan film fantasi yaitu setting atau latar belakang karakter tokoh yang unik atau tidak biasanya. Contohnya Harry Potter.

1. **Film Komedi**

Sama seperti film fantasi, yang membedakannya adalah unsur komedi atau lelucon yang dimana harus membuat penontonnya tertawa.

1. **Film Misteri**

Film misteri adalah film yang mengandung unsur teka-teki, film ini cukup banyak peminatnya karena alur film yang tidak mudah untuk ditebak.

1. **Film *Action*/Laga**

Seperti namanya, film ini mengandung aksi-aksi yang menegangkan, biasanya ada banyak adegan perkelahian, saling kejar, atau aksi menggunakan senjata api.

1. **Film Animasi/Kartun**

Film kartun dalam sinemafotogrfi adalah film yang pada awalnya dibuat dari tangan dan berupa ilustrasi di mana semua gambarnya saling berkesinambungan.

1. **Film Pendek**

Durasi film pendek biasanya di bawah 60 menit. Jenis film ini banyak dihasilkan oleh mahasiswa jurusan film yang ingin berlatih membuat film lebih baik.

1. **Film Panjang**

Film ini diharuskan berdurasi lebih dari 60 menit dan biasanya berdurasi 90-100 menit.

1. **Film Dokumenter**

Film dokumenter menyajikan realita melalui berbagai cara dan dibuat untuk berbagai macam tujuan. Namun harus diakui, film dokumenter tidak pernah lepas dari tujuan penyebaran informasi, pendidikan, dan propaganda bago orang atau kelompok tertentu. Contohnya jerusalem 2013.

**2.3.4.3 Unsur-Unsur Dalam Film**

Unsur-unsur yang terkandung di dalam film antara lain :

1. **Penyutradaraan**

Sutradara adalah seorang yang menterjemahkan bahasa naskah ke dalam “bahasa” suara dan gambar secara spesifik. Seorang sutradara memvisualkan naskah atau script dengan memberikan konsep abstrak kedalam bentuk yang konkrit atau nyata dan membangun sebuah pandangan atau *point of view* ke dalam suatu gagasan dan menentukan pemilihan shot-shot, penempatan dan pergerakan kamera, serta mengarahkan akting pemeran. Sutradara juga harus bertanggung jawab pada struktur dramatis, alur cerita, yang tercakup dalam audio dan visual serta seorang sutradara harus mampu mempertahankan keingintahuan penonton.

1. **Skenario**

Skenario adalah sebuah naskah cerita yng menguraikan urutan-urutan adegan, tempat, keadaan, dan dialog, yang disusun dalam konteks struktur dramatik. Seorang penulis skenario dituntut mampu menerjemahkan setiap kalimat dalam naskahnya menjadi sebuah gambaran imajinasi visual yang dibatasi oleh format pandang layar bioskop atau televisi.

1. **Pemeran**

Pemeran atau peran (pemain sandiwara), menurut pengertian dalam kamus Drama yaitu peran berarti proses, cara, perbuatan memahami perilaku yang diharapkan dan di kaitkan dengan seseorang.

1. **Tata Sinematografi**

Sinematografi sebagai serapan merupakan bidang ilmu yang membahas tentang teknik menangkap gambar dan menggabungkan gambar tersebut hingga menjadi rangkaian gambar yang dapat menyampaikan ide. Sinematografi memiliki objek yang sama dengan dengan fotografi yakni menangkap pantulan cahaya yang mengenai benda. Misalnya Sinematografi yaitu memanfaatkan rangkaian gambar, sedangkan fotografi menangkap gambar tunggal.

1. **Tata Artistik**

Tata artistik dalam film yitu, memahami komposisi dalam tata artistik adalah suatu keharusan, karena komposisi adalah suatu unsur yang sangat penting dalam penciptaan karya seni, secara sederhana komposisi diartikan sebagai cara menata elemen-elemen dalam objek, elemen-elemen ini encakup garis, shape, form, warna, terang, dan gelap.

1. **Penyuntingan**

Menyunting memiliki 3 arti. **Pertama,** menyiapkan naskah siap cetak atau siap untuk diterbitkan dengan memperhatikan sistematika penyajian, isi, dan bahasa. **Kedua,** merencanakan dan mengarahkan penerbitan (surat kabar dan majalah). **Ketiga,** menyusun atau merakit (film, pita rekaman) dengan cara memotong-motong dan memasangkan kembali. Penyunting memiliki arti proses, cara, perbuatan sunting-menyunting.

1. **Tata Suara**

Tata Suara adalah suatu teknik pengaturan peralatan suara atau bunyi pada suatu acara pertunjukan, pertemuan, rapat, dan lain-lain. Tata Suara memainkan peranan penting dalam film karena tata suara sangat erat kaitannya dengan pengaturan-pengaturan suara agar bisa terdengar kencang tanpa mengabaikan kualitas dari suara-suara yang dikuatkan. Pengaturan tersebut meliputi pengaturan mikropon, kabel, prosesor dan efek suara, pengaturan mixer, kabel-kabel, dan juga audio power amplifier dan speaker-speakernya.

1. **Tata Musik**

Dalam film musik sangat diperlukan agar film menjadi lebih menarik, untuk itu diperlukan pengaturan musik agar nada-nada yang dihasilkan harmonis dan berhubungan dengan jalan cerita dalam film tersebut.

**2.3.5 Kontruksi Realita Sosial**

Istilah kontruksi atas realitas sosial menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas luckmann melalui bukunya yang berjudul The Social *Construction of Reality : A Treadise in the Socialogical of Knowledge.*

Gambaran terhadap kontruksi realitas oleh **Bergen dan Luckmann** seperti yang dikutip oleh **Sobur** dalam bukunya **Analisis Teks media** sebagai berikut :

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

Berdasarkan teori tersebut, institusi masyarakat tercipta dan dipertahankan atau di ubah melalui tindakan dan interaksi manusia. Meskipun maskyarakat dan institusi sosial terlihat nyata secara objektif, namun pada kenyatannya semua dibangun dalam definisi subjektif, namun pada kenyataanya semua dibangun dalam definisi subjektif melalui proses interaksi. Objektivitas baru bisa terjadi melalui penegasan berulang-ulang yang diberikan oleh orang lain yang memiliki definisi subjektif yang sama. Pada tingkat generalitas yang paling tinggi, manusia menciptakan dunia dalam makna simbolik yang universitas, yaitu pandangan hidupnya yang menyeluruh, yang memberi makna pada berbagai bidang kehidupan.

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

**Realitas sosial adalah pengetahuan yang bersifat keseharian yang hidup dan berkembang di masyarakat seperti konsep, kesadaran umum, wacana publik, sebagai hasil dari konstruksi sosial. Realitas sosial dikontruksi melalui proses eksternalisasi , objektivasi, dan internalisasi. Kontruksi sosial tidak berlangsung dalam ruang hampa, namun sarat dengan kepentingan -kepentingan . (2016:186)**

Pengetahuan yang berkembang dalam masyarakat dapat dijadikan sebagai realitas sosial yang merupakan hasil dari kontruksi sosial. Realtias sosial dikontruksi melalui proses eksternalisasi yaitu usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental mauopun fisik. Proses ini merupakan bentuk ekspresi diri untuk menguatkan eksistensi individu dalam masyarakat. Pada tahap ini masyrakt dilihat sebagai produk manusia. Objektivasi merupakan hasil yang telah dicapai (baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia), berupa realitas objektif yang mungkin akan menghadapi si penghasil itu sendiri sebagai suatu faktisitas yang berada di luar dan berlainan dari manusia yang menghasilkannya (hadir dalam wujud nyata). Pada tahap ini masyarakat dilihat sebagai realitas yang objektif.

Internalisasi merupakan penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa, sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Berbagai macam unsur dari dunia yang telah terobjektifikasi akan ditangkap sebagai gejala realitas diluar kesadarannya, sekaligus sebagai gejala internal bagi kesadaran. Melalui internalisasi manusia menjadi hadil dari masyarakat.

Pada intinya, realitas sosial yang dimaksud **Berger dan Luckmann** terdiri atas tiga hal seperti yang dikutip **Sober** dalam bukunya **Semiotika Komunikasi** antarai lain,

**Realitas sosial terdiri dari realitas objektif, realitas simbolik dan realitas subjektif. Realitas objektif adalah realitas yang terbentuk dari pengalaman di dunia objektif yang berada di dunia objektif yang berada di luar diri individu, dan realitas ini dianggap sebagai kenyataan. Realitas simbolik merupakan ekspresi simbolik merupakan ekspresi simbolik dari realitas objektif dalam berbagai bentuk. Sementara, realitas subjektif adalah realitas yang terbentuk sebagai proses penyerapan kembali realitas objektif dan simbolik ke dalam individu melalui proses internalisasi. (2014:172)**

Setiap peristiwa realitas sosial objektif dan merupakan fakta yang benar-benar terjadi. Realitas sosial objektif ini terima dan diinterpresentasikan sebagai realitas sosial subjektif dalam diri pekerja atau atau pengguna media dan individu yang menyaksikan peristiwa tersebut.

**2.3.6 Semiotika**

 Keberadaan teori dalam sebuah ilmu pengetahuan memang suatu hal yang mutlak adanya. Teori merupakan hasil kajian dari pada ilmu pengetahuan itu sendiri dalam rangka memperkaya aspek keilmuan dari suatu ilmu pengetahuan. Teori menjadi sebuah kerangka dalam berbagai aspek terutama berkaitan dengan penelitian dan juga dalam tataran praktis implementasi dari suatu ilmu pengetahuan.

Tak terkecuali dalam ilmu komunikasi, keberadaan teori-teori dalam ilmu komunikasi merupakan kekayaan dari keilmuan komunikasi itu sendiri yang tentunya menyangkut banyak aspek. Kali ini kita akan membahas sebuah teori yang tentu saja sudah tidak asing bagi para pembelajar ilmu komunikasi yakni teori Semiotika *Charles Sanders Peirce.*

 Teori Semiotika *Charles Sander Peirce*, semiotika didasarkan pada logika, karena logika mempelajari bagaimana orang bernalar, sedangkan penalaran menurut Peirce dilakukan melalui tanda-tanda. Tanda-tanda ini menurut Peirce memungkinkan kita berpikir, berhubungan dengan orang lain dan memberi makna pada apa yang ditampilkan oleh alam semesta.

Dalam hal ini manusia mempunyai keanekaragaman akan tanda-tanda dalam berbagai aspek di kehidupannya. Dimana tanda linguistik menjadi salah satu yang terpenting. Dalam teori semiotika ini fungsi dan kegunaan dari suatu tanda itulah yang menjadi pusat perhatian. Tanda sebagai suatu alat komunikasi merupakan hal yang teramat penting dalam berbagai kondisi serta dapat dimanfaatkan dalam berbagai aspek komunikasi.

**2.3.7 Kaitan Judul dan Teori**

Alasan mengapa peneliti menggunakan teori Semiotika Charles Sanders Peirce sebagai arahan untuk judul penelitian ini adalah karena teori tersebut Semiotika didasarkan pada logika, karena logika mempelajari bagaimana orang bernalar, sedangkan penalaran menurut Peirce dilakukan melalui tanda-tanda. Tanda-tanda ini menurut Peirce memungkinkan kita berpikir, berhubungan dengan orang lain dan memberi makna pada APA yang ditampilkan oleh alam semesta.

Dalam hal ini manusia mempunyai keanekaragaman Akan tanda-tanda dalam berbagai aspek di kehidupannya. Dimana tanda linguistik menjadi salah satu yang terpenting. Dalam teori Semiotika ini fungsi dan kegunaan dari suatu tanda itulah yang menjadi pusat perhatian. Tanda sebagai suatu alat komunikasi merupakan hal yang teramat penting dalam berbagai kondisi serta dapat dimanfaatkan dalam berbagai aspek komunikasi.

Tanda – tanda itulah yang akan menjadi petunjuk bagi film yang akan di teliti ini yang berjudul “Preman Pensiun” untuk mengungkap berbagai tanda, makna maupun nilai moral dalam film tersebut contohnya seperti:

1. **Ikon**

**ikon adalah tanda yang menyerupai bentuk objek aslinya aslinya. Dapat diartikan pula sebagai hubungan atara tanda dan objek yang bersifat kemiripan. Bahwa maksud dari ikon adalah memberikan pesan akan bentuk aslinya. Contoh yang paling sederhana dan banyak kita jumpai namun tidak kita sadari adalah peta (Charles Sanders Peirce 1982)**

1. **Indeks**

**Indeks adalah tanda yang berkaitan dengan hal yang bersifat kausal, atau sebab akibat. Dalam hal ini tanda memiliki hubungan dengan objeknya secara sebab akibat. Tanda tersebut berarti akibat dari suatu pesan. Contoh yang umum misalkan asap sebagai tanda dari api (Ferdinand de Saussure)**

1. **Simbol**

**Simbol adalah tanda yang berkaitan dengan penandanya dan juga petandanya. Bahwa sesuatu disimbolkan melalui tanda yang disepakati oleh para penandanya sebagai acuan umum. Misalkan saja lampu merah yang berarti berhenti, semua orang tahu dan sepakat bahwa lampu merah menandakan berhenti (Milles dan Huberman 1984)**