

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Kajian Literatur

2.1.1. 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
Iqbal Renaldi, 2018 Analisis Semiotika Pesan Moral Dalam Film Susah Sinyal.	Teori Konstruksi Realitas Sosial (Peter L. Berger dan Thomas Luckman).	Kualitatif	Menggunakan teori dan metode yang sama.	Subjek penelitian yang dilakukan adalah membahas semiotika pesan moral dalam film Susah Sinyal.
Luqman Septrina, 2017 Analisis Semiotika Nilai – Nilai Sosial	Teori Konstruksi Realitas Sosial	Kualitatif	Menggunakan teori dan metode yang sama.	Subjek penelitian yang dilakukan adalah membahas semiotika nilai-nilai sosial dalam

Dalam Film “ <i>My Stupid Boss</i> ”.	(Peter L. Berger dan Thomas Luckman).			film “ <i>My Stupid Boss</i> ”
Arief Nugraha, 2016 Analisis Semiotika Film Filosofi Kopi.	Teori Konstruksi Realitas Sosial (Peter L. Berger dan Thomas Luckman)	Kualitatif	Menggunakan teori dan metode yang sama.	Subjek penelitian yang dilakukan adalah membahas semiotika film Filosofi Kopi.

2.1.2. Kerangka Konseptual

2.1.2.1. Komunikasi

Komunikasi adalah suatu proses dimana seseorang atau beberapa orang, kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan, dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain. Pada umumnya, komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan gerak gerik badan, menunjukkan sikap tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, mengangkat bahu. Cara seperti ini disebut komunikasi dengan bahasa nonverbal.

2.1.2.1.1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi mempunyai banyak ragam definisi yang dikemukakan oleh para ahli. Secara umum, komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan.

Menurut Rogers dan Kincaid dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi karya Cangara bahwa :

Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam (2006:19).

Manusia saling membutuhkan sama satu sama lain. Dimana untuk saling berhubungan membutuhkan komunikasi. Menurut Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Filsafat Komunikasi mengatakan :

Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antara manusia, pernyataan tersebut berupa pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai penyalur (2003:28).

Dalam proses komunikasi, tidak selamanya komunikasi berjalan dengan baik, terkadang pesan yang disampaikan oleh komunikator tidak sampai ke komunikan karena terjadi gangguan (*noise*) di dalam proses penyampaiannya, dan bila pesan tersebut sampai ke komunikan biasanya akan terjadi umpan balik (*feedback*).

2.1.2.1.2. 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 dapat terjadi apabila ada interaksi antar manusia dan ada penyampaian pesan untuk mewujudkan motif komunikasi.

Dalam sebuah komunikasi itu harus ada proses terlebih dahulu Effendy dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, menjelaskan bahwa proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yaitu secara primer dan secara sekunder.

1. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Proses komunikasi ini berlangsung secara tatap muka sehingga umpan balik atau *feedback* yang diberikan komunikan dapat diterima secara langsung oleh komunikator.

2. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau media. Media yang sering digunakan dalam komunikasi diantaranya surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan banyak lagi. Proses komunikasi ini tidak terjadi secara tatap muka seperti komunikasi primer sehingga umpan balik atau *feedback* dalam komunikasi bermedia seperti ini menjadi tertunda (2006:11).

Manusia sebelum melakukan komunikasi dengan orang lain, mereka melakukan proses dalam dirinya yakni ketika seorang komunikator berniat akan menyampaikan suatu pesan, lalu ia membungkus pesan yang akan disampaikan kepada komunikannya. Setelah itu, baru ia akan menyampaikan pesan tersebut secara lisan maupun secara tulisan kepada komunikannya.

2.1.2.1.3. Tipe Komunikasi

Tipe komunikasi mempunyai klasifikasi yang berbeda-beda di kalangan para pakar. Menurut Mulyana dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar terdapat beberapa tipe komunikasi yang disepakati oleh para pakar yaitu :

1. Komunikasi Intrapribadi
Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik kita sadari atau tidak.
2. Komunikasi Antarpribadi
Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antar orang-orang melalui tatap muka, yang memungkinkan setiap pelakunya menangkap reaksi orang lain secara langsung baik secara verbal ataupun non-verbal.
3. Komunikasi Kelompok
Komunikasi kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lainnya, untuk mencapai tujuan yang bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka bagian dari kelompok tersebut.
4. Komunikasi Publik
Komunikasi publik adalah komunikasi antar seorang pembicara dengan sejumlah besar orang yang tidak bisa dikenal satu persatu.
5. Komunikasi Organisasi
Komunikasi organisasi terjadi di dalam sebuah organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar dari pada komunikasi kelompok.
6. Komunikasi Massa
Komunikasi masa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak atau elektronik (2005:72-75).

Jika dikaitkan dengan penelitian yang diteliti, maka dalam hal ini film merupakan salah satu yang menggunakan tipe komunikasi massa. Dimana pesan yang disampaikan ditujukan pada khalayak yang berbeda diberbagai tempat. Sehingga film dapat dimasukkan ke dalam kategori media komunikasi massa.

2.1.2.2. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses di mana organisasi media membuat dan menyebarkan pesan kepada khalayak banyak (publik). Organisasi-organisasi media ini akan menyebarluaskan pesan-pesan yang akan memengaruhi dan mencerminkan kebudayaan suatu masyarakat, lalu informasi ini akan mereka hadirkan serentak pada khalayak luas yang beragam. Hal ini membuat media menjadi bagian dari salah satu institusi yang kuat di masyarakat. Dalam komunikasi massa, media massa menjadi otoritas tunggal yang menyeleksi, memproduksi pesan, dan menyampaikannya pada khalayak.

2.1.2.2.1. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa berasal dari istilah bahasa Inggris yaitu *mass communication*. Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa. Istilah *mass communication* diartikan sebagai salurannya, yaitu media massa. Massa mengandung pengertian orang banyak, mereka tidak harus berada di lokasi tertentu yang sama, mereka dapat tersebar atau terpencar di berbagai lokasi, dalam waktu yang sama atau hampir bersamaan dapat memperoleh pesan-pesan komunikasi yang sama.

Definisi dari komunikasi massa dalam buku Komunikasi Massa: Suatu Pengantar karya Elvinaro dan Lukiati adalah sebagai berikut:

“mass communication is technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies” (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri) (2007:3).

Menurut Cangara dalam Pengantar Ilmu Komunikasi dijelaskan definisi dari Komunikasi Massa adalah sebagai berikut :

Komunikasi Massa adalah proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada masyarakat atau khalayak yang sifatnya sosial melalui yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar dan film (1998:36).

Komunikasi massa juga didefinisikan dalam buku Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat karya Widjaja : “Komunikasi yang ditujukan kepada massa” (1993:19).

Berbagai pengertian atau definisi mengenai komunikasi massa terlihat bahwa inti dari proses komunikasi ini adalah media massa sebagai salurannya untuk menyampaikan pesan kepada komunikan untuk mencapai tujuan tertentu secara masal.

2.1.2.2.2. Karakteristik Komunikasi Massa

Komunikasi massa mempunyai beberapa karakteristik khusus yang membedakan tipe komunikasi ini dengan tipe komunikasi yang lain. Komunikasi massa mempunyai ciri-ciri yang juga dijelaskan oleh Ardianto dan Komala dalam buku Komunikasi Massa: Suatu Pengantar yaitu:

1. Komunikasi massa berlangsung satu arah. Ini berarti bahwa tidak terdapat arus balik dari komunikan ke komunikatornya. Dengan kata lain komunikatornya tidak mengetahui tanggapan para pembacanya atau penontonnya tentang pesan yang ia sampaikan.
2. Komunikator pada komunikasi massa terlembaga. Media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga, yakni suatu institusi atau organisasi. Oleh karena itu komunikatornya melembaga.
3. Pesan bersifat umum. Pesan ini bersifat umum karena ditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum.

4. Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan. Ciri lain dari komunikasi massa yaitu kemampuannya untuk menimbulkan keserempakan pada pihak khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarkan.
5. Komunikasi massa bersifat heterogen. Komunikasi massa bersifat heterogen yakni tidak saling mengenal satu sama lain dan berasal dari seluruh status sosial, umur, jenis kelamin, agama, ras, suku, budaya dan lain-lain.
6. Umpan balik tertunda. Umpan balik sebagai respon memiliki faktor penting dalam bentuk komunikasi seringkali dapat dilihat dari *feedback* yang disampaikan oleh komunikan (1984: 35).

Komunikasi massa mempunyai ciri – ciri yang juga dijelaskan dalam karya

Cangara dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi, yaitu :

1. Sumber dan penerima dihubungkan oleh saluran yang telah diproses secara mekanis. Sumber juga merupakan lembaga atau institusi yang terdiri dari banyak orang, misalnya reporter, penyiar, editor, teknisi dan sebagainya. Karena itu proses penyampaian pesannya lebih formal, terencana dan lebih rumit.
2. Pesan komunikasi massa berlangsung satu arah dan tanggapan baiknya lambat (tertunda) dan sangat terbatas. Tetapi dengan perkembangan komunikasi yang begitu cepat, khususnya media massa elektronik seperti radio dan televisi maka umpan balik dari khalayak bisa dilakukan dengan cepat kepada penyiar.
3. Sifat penyebaran pesan melalui media massa berlangsung begitu cepat, serempak dan luas, ia mampu mengatasi jarak dan waktu, serta tahan lama bila didokumentasikan. Dari segi ekonomi, biaya produksi komunikasi massa cukup mahal dan memerlukan dukungan tenaga kerja relatif banyak untuk mengelolanya (1998:36).

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

2.1.2.2.3. Fungsi Komunikasi Massa

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

1. *Surveillance* (Pengawasan)
2. *Interpretation* (Penafsiran)
3. *Linkage* (Pertalian)
4. *Transmission of Value* (Penyebaran nilai-nilai)
5. *Entertainment* (Hiburan) (2002:25).

Dalam buku Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* dijelaskan oleh pakar komunikasi Goran Hedebro tentang 12 fungsi komunikasi massa, yakni :

1. Menciptakan iklim perubahan dengan memperkenalkan nilai-nilai baru untuk mengubah sikap dan perilaku kearah modernisasi.
2. Mengajarkan penampilan baru.
3. Berperan sebagai pelipat ganda ilmu pengetahuan.
4. Menciptakan efisiensi tenaga dan biaya terhadap mobilitas seseorang.
5. Meningkatkan aspirasi seseorang.
6. Menumbuhkan partisipasi dalam pengambilan keputusan terhadap hal-hal yang menyangkut orang banyak.
7. Membantu orang menemukan nilai baru dan keharmonisan dari suatu situasi tertentu.
8. Mempertinggi serta kebangsaan.
9. Meningkatkan aktivitas politik seseorang.
10. Mengubah struktur kekuasaan dalam suatu masyarakat.
11. Menjadi sarana untuk membantu pelaksanaan program-program pembangunan.
12. Mendukung pembangunan ekonomi, sosial dan politik suatu bangsa (1998:63).

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. Pernyataan di atas menunjukkan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang berlangsung satu arah.

2.1.2.3. Media Massa

Media massa adalah suatu istilah yang mulai digunakan pada tahun 1920-an untuk mengistilahkan jenis media yang secara khusus di desain untuk mencapai masyarakat yang luas. Dalam pembicaraan sehari-hari, istilah ini sering disingkat menjadi media.

2.1.2.3.1. Pengertian Media Massa

Media massa merupakan salah satu alat dalam proses komunikasi massa, karena media massa mampu menjangkau khalayak yang lebih luas dan relatif lebih banyak, heterogen, anonim, pesannya bersifat abstrak dan terpecah.

Menurut Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek, menjelaskan bahwa: “Media massa itu adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada *audience* yang luas dan heterogen” (2007:9).

Cangara menjelaskan tentang definisi media massa dalam karyanya, Pengantar Ilmu Komunikasi, yakni :

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, televisi, radio dan film. (1998:122).

Media tersebut sangatlah banyak ragam dan bentuknya. Media massa terbagi menjadi dua seperti yang dikatakan Kuswandi di dalam buku Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi: “Media massa cetak : surat kabar, majalah, tabloid, dll. Media elektronik : radio, televisi, film” (1996:98).

Ada beberapa unsur penting dalam media massa yang dikatakan Kuswandi di buku Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi yakni:

1. Adanya sumber informasi
2. Isi pesan (informasi)
3. Saluran informasi (media)
4. Khalayak sasaran (masyarakat)
5. Umpan balik khalayak sasaran (1996:98).

Penjelasan di atas sudah jelas bahwa media massa berfungsi sebagai media informasi, mendidik, menghibur, serta mempengaruhi khalayak dalam berbagai kehidupan sehari-hari masyarakat.

Media massa merupakan salah satu sarana untuk pengembangan kebudayaan. Dengan adanya media massa, masyarakat yang tadinya dapat dikatakan tidak beradab dapat menjadi masyarakat yang beradab. Media massa dalam masyarakat informasi, memiliki peranan yang sangat penting. Perkembangan teknologi, memungkinkan informasi dari belahan dunia lain sekali pun dapat diterima dalam pangkuan khalayak dengan seketika.

2.1.2.3.2. Peran Media Massa

Media merupakan sarana bagi komunikasi dalam menyiarkan informasi, gagasan dan sikap kepada komunikan yang beragam dalam jumlah yang banyak. Hal ini menunjukkan media massa merupakan sebuah institusi yang penting bagi masyarakat.

Asumsi ini didukung oleh McQuail dengan mengemukakan pemikirannya tentang media massa dalam buku Rachmat, yang berjudul Metode Penelitian Komunikasi yaitu :

1. Media merupakan industri yang berubah dan berkembang yang menciptakan lapangan kerja, barang dan jasa, serta menghidupkan industri lain yang terkait, media juga merupakan industri tersendiri yang memiliki peraturan dan norma-norma yang menghubungkan institusi tersebut dengan masyarakat dan institusi sosial lainnya, di lain pihak, institusi diatur oleh masyarakat.
2. Media massa merupakan sumber kekuatan alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat di dayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya.
3. Media merupakan lokasi atau forum yang semakin berperan, untuk menampilkan peristiwa - peristiwa kehidupan masyarakat, baik bertaraf nasional maupun internasional.
4. Media sering sekali sebagai wahana pengembangan kebudayaan, bukan saja dalam pengertian pengembangan bentuk seni dan simbol, tetapi juga dalam pengertian pengembangan tatacara, mode, gaya hidup dan norma-norma.
5. Media telah menjadi sumber dominan bukan saja bagi individu untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial, tetapi juga bagi masyarakat dan kelompok secara kolektif, media menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang diburkan dengan berita dan hiburan (1999:127).

Media massa berperan sebagai alat perubahan dan pembaharuan kehidupan sosial bermasyarakat karena memiliki sifat karakteristik yang menjangkau seluruh lapisan massa dengan wilayah yang luas serta mampu memberikan popularitas kepada siapa saja yang muncul di media massa tersebut.

2.1.2.3.3. Karakteristik Media Massa

Menurut Romli dalam bukunya yang berjudul *Jurnalistik Terapan* menerangkan karakteristik media massa meliputi sebagai berikut:

1. Publisitas, disebarluaskan kepada khalayak.
2. Universalitas, kesannya bersifat umum.
3. Periodesitas, tetap atau berkala.
4. Kontinuitas, berkesinambungan.
5. Aktualitas, berisi hal-hal baru (2003:5)

Isi media massa secara garis besar terbagi atas tiga kategori : berita, opini, *feature*. Karena pengaruhnya terhadap massa (dapat membentuk opini publik). Media massa disebut “kekuatan keempat” (*The Four Estate*) setelah lembaga eksekutif, legislatif dan yudikatif. Bahkan karena idealisme dengan fungsi sosial kontrolnya media massa disebut-sebut sebagai “musuh alami” penguasa.

2.1.2.4. Film

Film adalah gambar hidup yang biasa disebut movie. Film secara kolektif sering disebut sinema. Sinema itu sendiri bersumber dari kata kinematic atau gerak. Film juga sebenarnya merupakan lapisan-lapisan cairan selulosa, biasa dikenal didunia para sineas sebagai seluloid.

2.1.2.4.1. Pengertian Film

Film merupakan bagian dari kehidupan modern. Oleh karena itu, film tidak mungkin dipisahkan dari kehidupan masyarakat modern. Film merupakan seni mutakhir di abad ke-20. Ia dapat menghibur, mendidik, melibatkan perasaan, merangsang pemikiran, dan memberikan dorongan.

Seperti yang diungkapkan Danesi dalam bukunya *Semiotika Media* menjelaskan : “Film merupakan sebuah teks yang membuat serangkaian citra fotografi dan mengakibatkan adanya ilusi gerak dan tindakan dalam kehidupan nyata” (2010:134).

Elvinaro menjelaskan definisi film dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Massa* sebagai berikut :

Film (gambar bergerak) adalah bentuk dominan dari komunikasi massa visual di belahan dunia ini. Lebih dari ratusan juta orang

menonton film di bioskop, film televisi dan film video laser setiap minggunya (2007:143).

Film adalah industri media massa yang tidak ada habisnya. Film digunakan sebagai media yang merefleksikan realitas, atau bahkan membentuk realitas. Cerita yang ditayangkan lewat film dapat berbentuk fiksi maupun non fiksi. Film merupakan media massa yang banyak digemari orang karena dapat dijadikan sebagai hiburan dan penyalur hobi.

2.1.2.4.2. Jenis-Jenis Film

Jenis film untuk hiburan, dewasa ini banyak diproduksi oleh berbagai lembaga. Film dapat digunakan sebagai sarana pendidikan, penerangan untuk berpegangan 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 dipertunjukkan 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 mengandung nilai berita (*newsvalue*).

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.

2.1.2.4.3. Unsur-Unsur Film

Unsur – unsur film yang dihasilkan seorang tenaga kreatif hendaknya dilihat keterkaitannya dengan unsur – unsur film yang lain. Namun, masing – masing unsur film memang bisa dinilai secara terpisah. Hal ini bisa ditemukan dalam ajang penghargaan atau festival film. Sumarno dalam bukunya yang berjudul Dasar – Dasar Apresiasi Film, menyebutkan unsur – unsur film yakni :

1. Sutradara
2. Penulis Skenario
3. Juru Kamera
4. Editor
5. Penata Artistik

6. Penata Suara
7. Penata Musik
8. Pameran (1996:31 – 84).

Sutradara mempunyai tanggung jawab dalam aspek kreatif dan artistik, baik interpretasi maupun teknis dari sebuah produksi film. Dalam praktis kerjanya, sutradara melaksanakan apa yang disebut dalam bahasa Prancis *mise en scene*, yang diterjemahkan menjadi menata dalam adegan.

Penulis skenario merupakan proses bertahap yang bermula dengan ide orisinal dan berdasarkan ide tertulis yang lain. Misalnya dari cerita pendek, cerita berdasarkan kisah nyata, naskah drama, dan novel. Tugas penulis skenario sendiri adalah membangun jalan cerita yang baik dan logis. Pengembangan gagasan/ide tertuang jelas melalui jalan cerita dan perwatakan tokoh – tokohnya.

Juru kamera bekerja sama dengan sutradara saat di lapangan untuk menentukan jenis – jenis *shot* (pengambilan gambar). Disamping itu, ia bertanggung jawab memeriksa hasil syuting dan menjadi pengawas pada proses akhir film di laboratorium agar mendapatkan hasil akhir yang bagus.

Editor bertugas menyusun hasil syuting hingga membentuk suatu kesatuan cerita. Ia bekerja di bawah pengawasan sutradara tanpa mematikan kreativitasnya. Tugas editor sangat penting dalam hasil akhir sebuah produksi film.

Penata artistik berarti penyusun segala sesuatu yang melatarbelakangi cerita film, yakni menyangkut pemikiran tentang *setting* (tempat dan waktu berlangsungnya cerita film).

Seorang penata suara akan mengolah materi suara dari berbagai sistem rekaman. Proses rekaman suatu film, sama pentingnya pada saat pengeditan atau penyuntingan.

Musik menjadi sangat penting dalam dunia perfilman sekarang, hampir semua jenis film menggunakan musik sebagai salah satu instrument produksinya. Musik bukan hanya menjadi latar belakang dari sebuah film, tapi juga membangun emosi penonton dan memperkaya keindahan suatu film. Tugas penata musiknya yaitu untuk mencari dan menggabungkan suatu *scene* film dengan musik yang pas.

Pemeran film menjadi sosok yang menjadi ujung tombak dalam sebuah produksi film. Betapa tidak, hasil kerja dari semua pekerja film akan menjadi taruhan dalam akting seorang pemeran film. Karena itulah penampilan aktor dan aktris gemerlap, gaya hidup mereka menyemarakkan dunia produksi film. Kehidupan mereka diekspos banyak media untuk diberitakan ke khalayak luas.

2.1.3. Kerangka Teoritis

2.1.3.1. Semiotika

Semiotika merupakan ilmu yang mempelajari tentang tanda. Tanda – tanda tersebut menyampaikan suatu informasi sehingga bersifat komunikatif. Keberadaannya, mampu menggantikan sesuatu yang lain, dapat dipikirkan dan dibayangkan. Cabang ilmu ini semula berkembang dalam bidang bahasa dan kemudian berkembang dibidang sains dan seni rupa.

Pengaruh tanda dalam film sangat berpengaruh besar terhadap kehidupan. Dari tanda, manusia memulai segala sesuatunya. Hal inilah yang menjadi alasan ilmu semiotika mengkaji film, bukan tanpa alasan tetapi melihat begitu banyaknya

peran tanda yang ada di film, membuat ilmu semiotika sebagai ilmu tanda berusaha mengkaji tentang film sebagai media massa.

Saussure, dikutip oleh Sobur dalam bukunya “Semiotika Komunikasi” mengatakan bahwa, semiotika (*semiotics*) didalam *course in general linguistics* sebagai “Ilmu yang mengkaji tentang peran tanda sebagai peran kehidupan sosial” (2009:vii).

Barthes yang dikutip dari Sobur dalam bukunya Semiotika Komunikasi menjelaskan :

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda – tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya mencari jalan di dunia, ditengah – tengah manusia dan bersama – sama manusia. Semiotika atau dalam istilah simiologi pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memakai hal – hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek – objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem struktur dari tanda (2009:15).

Dari definisi diatas menjelaskan bahwa semiotika dipakai sebagai pendekatan untuk menganalisa, baik itu berupa teks, gambar ataupun symbol di dalam media cetak ataupun elektronik terutama dalam sebuah film. Dengan asumsi media itu sendiri dikomunikasikan dengan symbol kata.

2.1.3.2.Semiotika Charles Sander Peirce

Charles Sanders Peirce adalah tokoh yang terkenal. Charles Sander Peirce adalah seorang filsuf Amerika yang paling orisinal dan multidimensional. Bagi teman-teman sejamannya ia terlalu orisinal. Dalam kehidupan bermasyarakat, teman-temannya membiarkannya dalam kesusahan dan meninggal dalam

kemiskinan. Perhatian untuk karya-karyanya tidak banyak diberikan oleh teman-temannya. Peirce banyak menulis, tetapi kebanyakan tulisannya bersifat pendahuluan, sketsa dan sebagian besar tidak diterbitkan sampai ajalnya

Semiotika komunikasi Charles Sander Peirce yang lebih berfokus pada produksi tanda. Tanda (*Representment*) ialah sesuatu yang dapat mewakili sesuatu yang lain dalam batas-batas tertentu tanda merupakan sarana utama dalam komunikasi. Dalam buku Analisis Teks Media oleh Sobur yaitu : “Kita hanya dapat berfikir dengan sarana tanda. Sudah pasti bahwa tanpa tanda kita tidak dapat berkomunikasi” (2001:124).

Tanda akan selalu mengacu pada sesuatu yang lain, oleh Peirce disebut Objek (*Object*). Tanda baru dapat berfungsi diinterpretasikan kepada penerima tanda melalui *Interpretant*. Jadi *Interpretant* adalah pemahaman makna yang muncul dalam diri penerima tanda. Artinya, tanda baru dapat berfungsi sebagai tanda bila dapat ditangkap dan pemahaman terjadi berkat *Representment*, yaitu pengetahuan tentang sistem tanda dalam suatu masyarakat. Lebih lanjut dalam buku Semiotika Komunikasi menurut Sobur, yaitu sebagai berikut : “Suatu tanda digunakan agar tanda dapat berfungsi yang disebut *ground*. Konsekuensinya, tanda (*sign* atau *representment*) selalu dalam hubungan triadik yakni *ground*, *object*, *interpretant*” (2009:41).

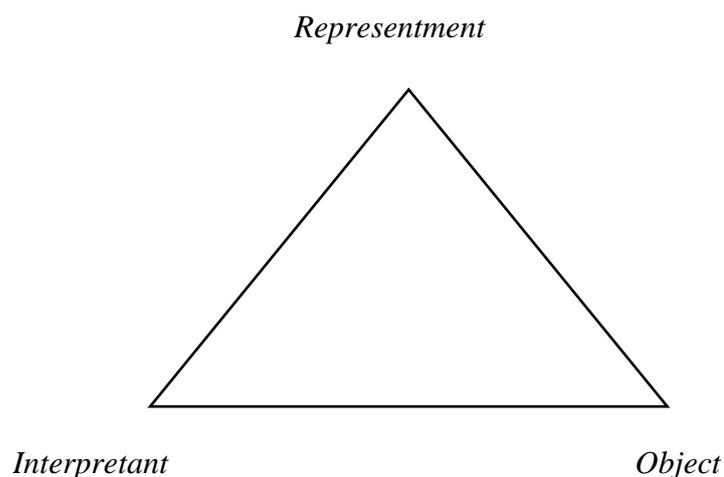
Peran subjek dalam proses transformasi bahasa terlihat dalam model *triadic* yang digunakan Peirce (*Ground/Representment + Object + Interpretant = Sign*). Peran subjek dalam menghasilkan makna pada tingkat komunikator adalah pemilihan *Ground* atau *Representment* untuk menjelaskan suatu konsep. Dalam

model ini terlihat bahwa suatu penanda dan objek yang ditandai baru bisa menjadi tanda setelah melewati proses pemaknaan yang dilakukan oleh si pemakna (*Interpretant*). *Interpretant* bukanlah pengguna tanda, namun Peirce menyebutnya sebagai efek pertandaan yang tepat. Yaitu konsep mental yang dihasilkan baik oleh tanda maupun pengalaman pengguna terhadap objek.

Elemen pemaknaan dari Peirce dapat digambarkan dengan model sebagai berikut :

Gambar 2.1.

Model Segitiga Makna Peirce



Sumber : Danesi, *Pesan, Tanda, dan Makna* (2007)

Model triadik Charles Peirce ini memperlihatkan tiga elemen utama pembentuk tanda, yaitu:

1. **Representment**, ialah sesuatu yang berbentuk fisik yang dapat ditangkap oleh panca indra manusia dan merupakan sesuatu yang merujuk hal lain diluar tanda itu sendiri.

2. **Objek** atau acuan tanda adalah konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda atau suatu yang merujuk tanda.
3. **Interpretant**, ialah interpretasi, penafsiran, pemahaman seseorang tentang tanda.

Semiotika yang dikembangkan oleh Peirce dikenal dengan nama semiotika komunikasi. Semiotika komunikasi berasal dari aliran pemikiran pragmatisme. Berbeda dari pemikiran Saussure yang lebih mengutamakan struktur pada bahasa, Peirce lebih cenderung kepada filsafat yang mementingkan *agency* atau subjek manusia yang menggunakan struktur tersebut. Dengan diperhitungkannya *Interpretant* atau penafsiran dalam produksi tanda, makna-makna yang dihasilkan dari tanda tersebut tidaklah homogen.

Bagi Peirce, tanda merupakan sesuatu yang digunakan agar tanda bisa berfungsi, oleh Peirce disebut *ground*. Konsekuensinya, tanda selalu terdapat dalam hubungan triadik, yakni *ground*, *object*, dan *interpretant*. Atas dasar hubungan ini, Peirce mengadakan klasifikasi tanda (Pateda, 2001 h.44), menjadi *qualisign*, *sinsign*, dan *legisign*.

1. **Qualisign** adalah kualitas yang ada pada tanda. Kata yang keras menunjukkan suatu tanda. Misalnya, suara bernada keras yang menandakan orang itu sedang marah atau menginginkan sesuatu.
2. **Sinsign** adalah tanda yang merupakan tanda atas dasar tampilan dalam kenyataan. Semua pernyataan individual yang tidak dilembagakan dapat merupakan *sinsigns*. Misal jerit kesakitan, heran atau tertawa riang. Kita

dapat mengenal orang dan cara jalan, cara tertawanya, dan nada suara yang semuanya itu merupakan *sinsigns*.

3. **Legisign** tanda-tanda yang merupakan tanda atas dasar suatu aturan yang berlaku umum atau konvensi. Tanda-tanda lalu-lintas merupakan *legisigns*. Hal itu juga dapat dikatakan dari gerakan isyarat tradisional, seperti mengangguk yang berarti 'ya', atau mengerutkan dahi.

Berdasarkan Objeknya, Peirce membagi tanda atas *icon* (ikon), *index* (indek), dan *symbol* (simbol).

1. **Ikon**, adalah tanda yang dicirikan oleh persamaannya (*resembles*) dengan objek yang digambarkan. Tanda visual seperti fotografi adalah *ikon*, karena tanda yang ditampilkan mengacu pada persamaannya dengan objek.
2. **Indeks**, adalah hubungan langsung antara sebuah tanda dan objek yang keduanya dihubungkan. *Indeks*, merupakan tanda yang hubungan eksistensialnya langsung dengan objeknya. Runtuhnya rumah-rumah adalah *indeks* dari gempa. Gosongnya bangunan adalah indeks dari kebakaran. Sebuah *indeks* dapat dikenali bukan hanya dengan melihat seperti halnya dalam *ikon*, tetapi juga perlu dipikirkan hubungan antara dua objek tersebut.
3. **Simbol**, adalah tanda yang memiliki hubungan dengan objeknya berdasarkan konvensi, kesepakatan, atau aturan. Makna dari suatu *simbol* ditentukan oleh suatu persetujuan bersama, atau diterima oleh umum sebagai suatu kebenaran tanda.

Sedangkan Berdasarkan Interpretant Tanda dibagi atas tiga bagian yaitu, *rheme*, *dicent sign* atau *dicisign* dan *argument*.

1. **Rheme** adalah tanda yang memungkinkan orang menafsirkan berdasarkan pilihan. Tanda merupakan *rheme* bila dapat diinterpretasikan sebagai representasi dari kemungkinan denotatum. Misal, orang yang matanya merah dapat saja menandakan bahwa orang itu baru menangis, atau menderita penyakit mata, atau mata dimasuki serangga, baru bangun atau sedang ingin tidur.
2. **Dicentsign** adalah tanda sesuai kenyataan. Tanda merupakan *dicisign* bila ia menawarkan kepada interpretasi-nya suatu hubungan yang benar. Artinya, ada kebenaran antara tanda yang ditunjuk dengan kenyataan yang dirujuk oleh tanda itu, terlepas dari cara eksistensinya.
3. **Argument** adalah tanda yang langsung memberikan alasan tentang sesuatu. Bila hubungan interpretatif tanda itu tidak dianggap sebagai bagian dari suatu kelas. Contohnya adalah silogisme tradisional. Silogisme tradisional selalu terdiri dari tiga proposisi yang secara bersama-sama membentuk suatu argumen; setiap rangkaian kalimat dalam kumpulan proposisi ini merupakan argumen dengan tidak melihat panjang pendeknya kalimat-kalimat tersebut (Ratmanto dalam Mediator: Jurnal komunikasi, 2004 h.33).

2.1.3.3. Teori Konstruksi Realitas Sosial

Membahas teori konstruksi sosial (*Social Construction*), tentu tidak bisa terlepas dari bangunan teoritik yang telah dikemukakan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Peter L. Berger merupakan sosiolog dari *New School for Social Research*, New York, sementara Thomas Luckmann adalah sosiolog dari *University of Frankfurt*. Teori konstruksi sosial, sejatinya dirumuskan kedua

akademisi ini sebagai suatu kajian teoritis dan sistematis mengenai sosiologi pengetahuan.

Menurut Berger dan Luckmann dalam bukunya *The Social Construction of Reality* yang diterjemahkan oleh Hasan Basri teori ini menjelaskan bahwa :

Teori sosiologi kontemporer yang berpijak pada sosiologi pengetahuan. Dalam teori ini terkandung pemahaman bahwa kenyataan dibangun secara sosial, serta kenyataan dan pengetahuan merupakan dua istilah kunci untuk memahaminya. Kenyataan adalah suatu kualitas yang terdapat dalam fenomena-fenomena yang diakui memiliki keberadaan (*being*)-nya sendiri sehingga tidak tergantung kepada kehendak manusia; sedangkan pengetahuan adalah kepastian bahwa fenomena-fenomena itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik (1990:1).

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

Konstruksi realitas di gambarkan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu secara intens menciptakan suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. (2006:91)

Berdasarkan teori tersebut, institusi masyarakat tercipta dan dipertahankan atau diubah melalui tindakan dan interaksi manusia. Meskipun masyarakat dan institusi sosial terlihat nyata secara objektif, namun pada 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 dikonstruksi melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Konstruksi sosial tidak berlangsung dalam ruang hampa, namun sarat dengan kepentingan - kepentingan . (2009:186)

Pengetahuan yang berkembang dalam masyarakat dapat dijadikan sebagai realitas sosial yang merupakan hasil dari konstruksi sosial. Realitas sosial dikonstruksi melalui proses eksternalisasi yaitu usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik. Proses ini merupakan bentuk ekspresi diri untuk menguatkan eksistensi individu dalam masyarakat. Pada tahap ini masyarakat dilihat sebagai produk manusia. Objektivasi merupakan hasil yang telah dicapai (baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia), berupa realitas objektif yang mungkin akan dihadapi 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 Sobur 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 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. (2009:172)

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

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa teori konstruksi sosial merupakan pengetahuan sosial dimana implikasinya harus menekuni pengetahuan yang ada dalam masyarakat dan sekaligus proses-proses yang membuat setiap perangkat pengetahuan harus menekuni apa saja yang dianggap sebagai pengetahuan dalam masyarakat.

Menurut Basari dalam buku *Tafsir Sosial atas Kenyataan : Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan* terdapat beberapa asumsi dasar dari Teori Konstruksi Sosial Berger dan Luckmann. Adapun asumsi-asumsinya tersebut adalah :

- a. Realitas merupakan hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial terhadap dunia sosial di sekelilingnya
- b. Hubungan antara pemikiran manusia dan konteks sosial tempat pemikiran itu timbul, bersifat berkembang dan dilembagakan.

- c. Kehidupan masyarakat itu di konstruksi secara terus menerus
- d. Membedakan antara realitas dengan pengetahuan. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat didalam kenyataan yang diakui sebagai memiliki keberadaan (*being*) yang tidak bergantung kepada kehendak kita sendiri. Sementara pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik. (1990:1)

Sosiologi pengetahuan yang dikembangkan Berger dan Luckmann, mendasarkan pengetahuannya dalam dunia kehidupan sehari-hari masyarakat sebagai kenyataan. Bagi mereka, kenyataan kehidupan sehari-hari dianggap menampilkan diri sebagai kenyataan *pre-excellence* sehingga disebutnya sebagai kenyataan utama (*paramount*). Berger dan Luckmann menyatakan dunia kehidupan sehari-hari menampilkan diri sebagai kenyataan yang ditafsirkan oleh manusia. Maka dari itu, apa yang menurut manusia nyata ditemukan dalam dunia kehidupan sehari-hari merupakan suatu kenyataan seperti yang dialaminya.

2.2. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir penulis yang dijadikan sebagai skema pemikiran yang melatarbelakangi penelitian ini, dalam kerangka pemikiran ini peneliti akan mencoba menjelaskan masalah pokok penelitian, penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini.

Kerangka pemikiran memberikan gambaran singkat mengenai tahapan penelitian dari tahap awal hingga akhir. Dasar pemikiran yang peneliti ambil untuk mengambil film sebagai subjek penelitian adalah karena film merupakan salah satu bagian dari media massa, dimana keberadaanya semakin penting bagi khalayak

seiring perkembangan zaman. Informasi sudah menjadi kebutuhan yang penting bagi kehidupan manusia. Sehingga, tidak salah jika media massa dikatakan mampu memberikan pengaruh bagi khalayaknya. Dengan pengaruh tersebut media massa bisa memasukkan nilai-nilai khusus atau pesan pada khalayak.

Film dalam konteks komunikasi massa, menjadi salah satu media atau saluran penyampaian pesannya, apakah itu pesan verbal atau non verbal. Film merupakan media massa yang memerlukan penggabungan antara indera pengelihat dengan indera pendengaran. Film merupakan media komunikasi yang efektif dan kuat dengan penyampaian pesannya secara audio visual.

Hal ini yang menyebabkan film relevan untuk dijadikan bidang kajian bagi analisis struktural semiotika. Seperti yang dikemukakan oleh Sobur, dalam buku Analisis Teks Media adalah :

Film dibangun dengan tanda semata-mata. Tanda-tanda itu termasuk berbagai sistem tanda yang bekerjasama dengan baik untuk mencapai efek yang diharapkan. Berbeda dengan fotografi statis, rangkaian gambar-gambar dalam film adalah persamaannya dengan realitas yang ditunjukkannya. Gambar yang dinamis dalam film merupakan ikonis bagi realita yang dikonotasikannya (2006:128).

Film bukan hanya menyajikan pengalaman yang mengasyikan, melainkan juga pengalaman hidup sendiri yang dikemas dengan cara yang menarik. Alasannya adalah seseorang menonton film untuk mencari nilai-nilai sosial yang memperkaya batin. Kenyataan sosial dalam film dikemas secara menarik agar penonton mampu terbawa dalam cerita. Pengemasan yang menarik juga diusahakan agar pesan dalam film sampai pada penonton.

Seperti yang diungkapkan Danesi dalam bukunya *Semiotika Media* menjelaskan : “Film merupakan sebuah teks yang membuat serangkaian citra fotografi dan mengakibatkan adanya ilusi gerak dan tindakan dalam kehidupan nyata” (2010:134).

Film pada umumnya dibangun dengan banyak tanda. Tanda-tanda itu termasuk berbagai sistem tanda yang bekerja sama dengan baik dalam upaya mencapai efek yang diharapkan. Yang paling penting dalam film adalah gambar dan suara, kata yang diucapkan, suara yang mengiringi gambar dan musik film.

Film ” *Please Stand By*” menjadi objek dalam penelitian ini, dan untuk memahami makna dalam film tersebut, penelitian ini menggunakan Teori Konstruksi Realitas Sosial dari Peter L. Berger dan Thomas Luckman yang dikutip oleh Sobur dalam bukunya *Analisis Teks media* sebagai berikut :

Konstruksi realitas digambarkan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu secara intens menciptakan suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. (2006:91)

Teori ini menjelaskan tentang masyarakat atau kelompok sosial dimana kita termasuk di dalamnya, memiliki pandangan hidup tentang dunia. Artinya melalui interaksi dengan orang lain, manusia mengkonstruksi realitas, yaitu mempelajari cara untuk menafsirkan pengalaman hidup manusia yang lainnya sehingga pada gilirannya melandasi tindakan mereka.

Semiotika merupakan sebuah ilmu yang mempelajari tentang tanda atau *sign*. Tanda digunakan oleh manusia untuk menggambarkan suatu hal. Komunikasi pun berawal dari tanda, karena didalam tanda mengandung makna dan pesan tersendiri. Dengan adanya tanda, maka akan mempermudah seseorang dalam

berkomunikasi, karena tanda merupakan sebuah perantara antara seseorang dan pihak lain untuk melakukan interaksi. Apabila didunia ini tidak ada tanda, maka tidak akan tercipta komunikasi. Untuk menemukan makna dibalik setiap tanda dalam film tersebut, maka peneliti menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce dalam penelitian ini.

Tanda merupa sarana utama dalam komunikasi, menurut Sobur dalam buku Analisis Teks Media mengatakan bahwa : “Kita hanya dapat berpikir dengan sarana tanda. Sudah pasti bahwa tanpa ada tanda kita tidak dapat berkomunikasi” (2006:124).

Lebih lanjut dalam buku Semiotika Komunikasi oleh Sobur mengatakan bahwa :

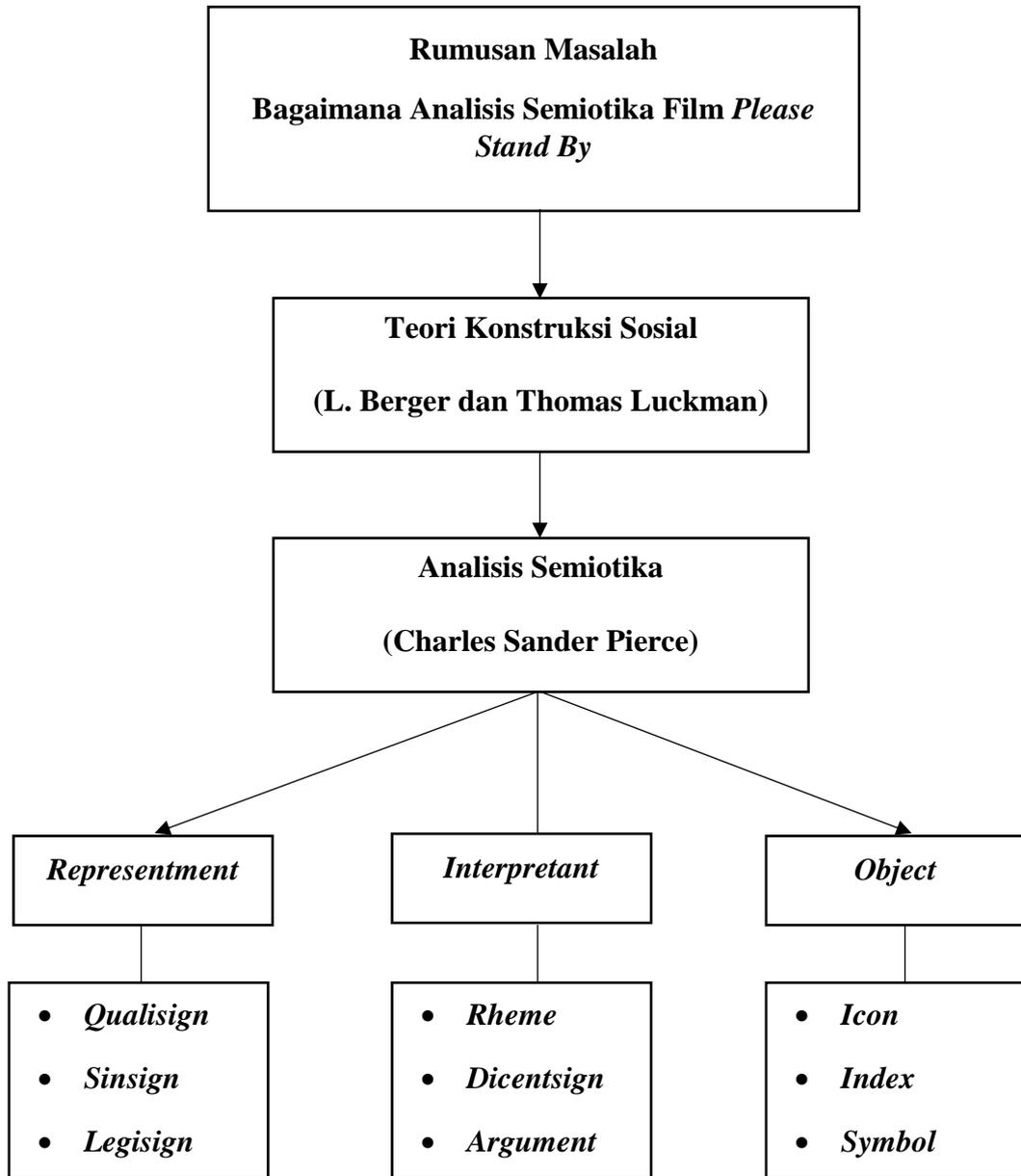
Suatu yang digunakan agar tanda bisa berfungsi oleh Peirce disebut *ground*. Konsekuensinya, tanda (*sign* atau *representament*) selalu terdapat dalam hubungan triadik yakni *ground, object, interpretant* (2006:41).

Peran subjek dalam proses transformasi bahasa terlihat dalam model triadik yang digunakan Peirce (*Ground/Representment + Object + Interpretant = Sign*). Peran subjek dalam menghasilkan makna pada tingkat komunikator adalah pemilihan *ground* atau *representment* untuk menjelaskan suatu konsep. Dalam model ini terlihat bahwa suatu penanda dan objek yang ditandai baru bisa menjadi tanda setelah melewati proses pemaknaan yang dilakukan oleh si pemakna (*interpretant*). *Interpretant* bukanlah pengguna tanda, namun Peirce menyebutnya sebagai efek pertandaan yang tepat. Yaitu konsep mental yang dihasilkan baik oleh tanda maupun pengalaman pengguna terhadap objek.

Semiotika yang dikembangkan oleh Peirce dikenal dengan nama semiotika komunikasi. Semiotika komunikasi berasal dari aliran pemikiran pragmatisme. Berbeda dari pemikiran Saussure yang lebih mengutamakan struktur pada bahasa, Peirce lebih cenderung kepada filsafat yang mementingkan *agency* atau subjek manusia yang menggunakan struktur tersebut. Dengan diperhitungkannya *interpretant* atau penafsir dalam produksi tanda, maka - makna yang dihasilkan dari tanda tersebut tidaklah homogen. (Sobur, 2006:39)

Dari berbagai pemaparan kerangka konseptual dan teoritis diatas sebelumnya, maka berikut ini gambaran kerangka pemikiran atas permasalahan yang akan peneliti lakukan.

Gambar 2.2.
Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber : Hasil Diskusi dengan Dosen Pembimbing, 2019