



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1 Kajian Literatur

##### 2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Untuk penyusunan penelitian ini, penulis mengambil berbagai sumber sebagai referensi. Mulai dari buku, jurnal, hingga yang didapat dari beberapa portal online. Peneliti juga menemukan beberapa acuan dari peneliti-peneliti terdahulu sebagai bahan referensi dan perbandingan dengan penelitian ini, yaitu:

**Tabel 1.1**

#### **Penelitian Terdahulu**

<b>Nama dan Judul Penelitian</b>	<b>Teori Peneliti</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Persamaan</b>	<b>Perbedaan</b>
Anggun Yurinda, 2017 Analisis Semiotika Tokoh Utama Wanita Dalam Film “ <i>La La Land</i> ”	Teori Konstruksi Realitas Sosial (Peter L.Berger dan Thomas Luckman)	Kualitatif	Menggunakan Teori yang sama	Subjek penelitian yang dilakukan adalah membahas semiotika tokoh utama wanita dalam film “ <i>La La</i> ”

					<i>Land'</i>
Ahmad Faiz Abdurrahman, 2018 Analisis Semiotika Film Cek Toko Sebelah	Teori Konstruksi Realitas Sosial (Peter L.Berger dan Thomas Luckman)	Kualitatif	Menggunakan teori yang sama	Subjek penelitian yang dilakukan adalah membahas semiotika film Cek Toko Sebelah	

*Sumber : Diolah oleh Peneliti 2019*

### 2.1.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian adalah suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep yang lainnya dari masalah yang ingin diteliti. Kerangka konsep ini gunanya untuk menghubungkan atau menjelaskan secara panjang lebar tentang suatu topik yang akan dibahas. Kerangka ini didapatkan dari konsep ilmu / teori yang dipakai sebagai landasan penelitian yang didapatkan pada tinjauan pustaka atau kalau boleh dikatakan oleh peneliti merupakan ringkasan dari tinjauan pustaka yang dihubungkan dengan garis sesuai variabel yang diteliti.

Proses teoritis berkaitan dengan kegiatan untuk menjelaskan masalah dengan teori yang relevan, serta menyusun kerangka teoritis/kerangka konsep yang digunakan dalam penelitian.

Konsep adalah abstraksi atau gambaran yang dibangun dengan menggeneralisasi suatu pengertian. Konsep tak bisa diamati, tak bisa diukur secara langsung. Agar bisa diamati konsep harus dijabarkan dalam variabel-variabel. Misalnya konsep ilmu alam lebih jelas dan konkrit, karena dapat diketahui dengan paca indera.

Sebaliknya, banyak konsep ilmu-ilmu sosial menggambarkan fenomena sosial yang bersifat abstrak dan tidak segera dapat dimengerti. Seperti konsep tentang tingkah laku, kecemasan, kenakalan remaja dan sebagainya. Oleh karena itu perlu kejelasan konsep yang dipakai dalam penelitian.

Kerangka konsep merupakan susunan kontruksi logika yang diatur dalam rangka menjelaskan variabel yang diteliti. Dimana kerangka ini dirumuskan untuk menjelaskan konstruksi aliran logika untuk mengkaji secara sistematis kenyataan empirik. Kerangka pemikiran/kerangka konseptual ini ditujukan untuk memperjelas variabel yang diteliti sehingga elemen pengeukurnya dapat dirinci secara kongkrit. Adapun peranan teori dalam kerangka pemikiran yakni sebagai berikut :

- a. Sebagai orientasi dari masalah yang diteliti.
- b. Sebagai konseptualisasi dan klasifikasi yang memberikan petunjuk tentang kejelasan konsep, fenomena dan variabel atas dasar pengelompokan tertentu.
- c. Sebagai generalisasi teori memberikan rangkuman terhadap generalisasi empirik dan antar hubungan dari berbagai proposisi yang didasarkan pada asumsi-asumsi tertentu baik yang akan diuji maupun yang telah diterima.

- d. Sebagai peramal fakta, teori dapat melakukan peramalan dengan membuat ekstrapolasi dari yang sudah diketahui terhadap yang belum diketahui.

Dengan adanya kerangka konseptual maka minat penelitian akan lebih terfokus ke dalam bentuk yang layak diuji dan akan memudahkan penyusunan hipotesis, serta memudahkan identifikasi fungsi variabel penelitian, baik sebagai variabel bebas, tergantung, kendali, dan variabel lainnya.

### **2.1.2.1 Komunikasi**

#### **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, h.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, h.28).

Dalam proses komunikasi, tidak selamanya komunikasi berjalan dengan baik, terkadang pesan yang disampaikan oleh komunikator tidak sampai ke

komunikasikan karena terjadi gangguan (*noise*) di dalam proses penyampaiannya, dan bila pesan tersebut sampai ke komunikasikan 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 komunikasikan 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 komunikasikan. Proses komunikasi ini berlangsung secara tatap muka sehingga umpan balik atau *feedback* yang diberikan komunikasikan 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, h.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, h.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 dalam tinjauan praktis adalah proses penyampaian pesan dari komunikator (pengirim) kepada komunikan (penerima) dengan menggunakan media massa sebagai perantaranya. Di samping pengiriman pesannya menggunakan media massa, pihak komunikan dalam komunikasi massa ini tidak berjumlah satu orang saja, tetapi melibatkan banyak orang. Dengan kata lain pesan dalam komunikasi massa ini diperuntukkan kepada massa. Itu jelas perbedaannya dengan komunikasi antar pribadi yang pesannya hanya dikirim secara personal bukan massal. Dalam komunikasi massa ini, saluran komunikasi yang lazim digunakan dapat berupa media massa cetak, elektronik, atau media massa online.

Saluran media massa cetak biasa digunakan untuk mengirim pesan bersifat tekstual (teks) atau visual (gambar). Jenisnya meliputi koran, majalah, tabloid, buletin, poster, pamflet, dsb. Sementara media massa elektronik, ialah media pengiriman pesan secara mekanis yang bentuk pesannya bisa bersifat audio untuk radio, dan audio-visual untuk televisi. Dewasa ini ada media pengirim pesan



terbaru yakni media online. Media massa satu ini mempunyai sifat yang lengkap mencakup apa yang dimiliki oleh radio dan televisi, bahkan media online punya kelebihan dibanding media cetak dan elektronik. Keunggulan media online terdapat pada alur komunikasi yang lebih bergairah dan cepat, dimana khalayak dapat berperan aktif sebagai komunikator atau komunikan. Itu disebabkan media online yang memakai jaringan internet, membuat pengguna bisa saling memberi feedback (umpan balik) secara realtime (cepat). Ini jelas berbeda dengan radio atau televisi yang cenderung menjadikan khalayak sebagai penerima pesan saja tanpa umpan balik.

Dalam peninjauan para pakar komunikasi, definisi komunikasi massa paling sederhana dikemukakan oleh **Gerbner** yang dikutip dari buku **Komunikasi Massa**, karangan **Ardianto**, yaitu:

*“Mass communication is the tehnologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies” [2003:3].*

Definisi tersebut, mengartikan bahwa komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.

#### **2.1.2.2.1 Fungsi Komunikasi Massa**

Fungsi komunikasi massa menurut **Dominick**, dalam buku **Komunikasi Massa**, karangan **Ardianto** adalah sebagai berikut:

1. Fungsi surveillance (pengawasan), komunikasi massa dalam hal ini tidak lepas dari peranan media massa sebagai watch dog atau anjing pengawas dalam tatanan sosial masyarakat, media massa bisa disebut sebagai alat control sosial.

2. Fungsi interpretation (penafsiran), komunikasi massa memberi fungsi bahwa media massa sebagai salurannya sedang memasok pesan atau data, fakta, dan informasi dengan tujuan memberi pengetahuan dan pendidikan bagi khalayak.
3. Fungsi linkage (keterkaitan), komunikasi massa dalam fungsi keterkaitannya ialah saluran media massa bisa digunakan sebagai alat pemersatu khalayak atau masyarakat yang notabene tidak sama antara satu dengan yang lain.
4. Fungsi transmission of value (penyebaran nilai), komunikasi massa sebagai fungsi menyebarkan nilai mengacu pada bagaimana individu atau khalayak dapat mengadopsi sebuah perilaku dan nilai kelompok lain. Itu terjadi karena media massa sebagai salurannya telah menyajikan pesan atau nilai-nilai yang berbeda kepada masyarakat yang berbeda pula.
5. Fungsi entertainment (hiburan), dalam fungsi komunikasi massa sebagai sarana penghibur, media massa sebagai saluran komunikasi massa dapat mengangkat pesan-pesan yang sifatnya mampu menciptakan rasa senang bagi khalayak. Kondisi ini sebetulnya menjadi nilai lebih komunikasi massa yang pasti selalu saja menghibur, sekalipun isi pesan tidak murni menghibur. [2007:14].

Kelima fungsi diatas akan berimplikasi juga pada media massa sebagai saluran pengirim pesannya, sehingga dewasa ini media massa pun dicirikan sebagai alat pengontrol sosial. Komunikasi massa menjadi punya fungsi sebab media massa sebagai alat penyampai pesan kepada khalayak dan atas pesan yang disampaikan dipastikan akan memiliki dampak untuk orang banyak, mengingat isi pesan dalam komunikasi massa tentu memiliki tujuan memengaruhi perasaan, sikap, opini, atau perilaku khalayak maupun individu.

#### **2.1.2.2.2 Karakteristik Komunikasi Massa**

Seseorang yang akan menggunakan media massa sebagai sarana untuk melakukan kegiatan komunikasi, maka perlu memahami karakteristik komunikasi

massa. Menurut **Effendy** dalam bukunya **Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi**, menyebutkan tentang karakteristik komunikasi massa sebagai berikut:

1. Komunikasi massa bersifat umum yaitu, pesan yang disampaikan melalui media massa adalah terbuka untuk semua orang. Benda-benda tercetak, film, radio, dan televisi apabila digunakannya untuk keperluan pribadi dalam lingkungan organisasi yang tertutup, maka tidak dapat dikatakan sebagai komunikasi massa.
2. Komunikasi bersifat heterogen yaitu, perpaduan antara jumlah komunikan yang besar dalam komunikasi massa dengan keterbukaan dalam memperoleh pesan-pesan komunikasi, erat sekali hubungannya dengan sifat heterogen komunikan.
3. Media massa menimbulkan keserempakan yaitu, keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah. Radio dan televisi dalam hal ini melebihi media tercetak, karena terakhir dibaca pada waktu yang berbeda dan lebih selektif.
4. Hubungan komunikator-komunikan bersifat non-pribadi, artinya dalam komunikasi massa, hubungan antara komunikator dan komunikan yang anonim dicapai oleh orang-orang yang dikenal hanya dalam peranannya yang bersifat umum sebagai komunikator. Sifat non-pribadi ini timbul disebabkan teknologi dan penyebaran yang massal dan sebagian lagi dikarenakan syarat-syarat bagi peranan komunikator yang bersifat umum [2003:81-83].

Karakter pada komunikasi ini harus menjadi pertimbangan bagi komunikator yang ingin menyampaikan pesan lewat saluran media massa, sebab untuk mencapai terjadinya perubahan sikap, opini, dan perilaku komunikan perlu ditinjau kembali bagaimana agar karakter komunikasi massa bisa sesuai dengan ciri komunikan yang heterogen demi tercapainya tujuan komunikasi. Oleh karenanya, menciptakan komunikasi melalui media massa tidak semudah berkomunikasi antar pribadi, karena feedback dalam komunikasi massa tidak

langsung terjadi. Untuk menjadikan efek komunikasi massa efektif, diperlukan optimalisasi pada perancangan pesan.

### **2.1.2.3 Media Massa**

#### **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, h. 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, h.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, h.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, h.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, sertamenghidupkan 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, h.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, h.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**

##### **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, h.134).

**Elvinaro** menjelaskan definisi film dalam bukunya yang berjudul **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** 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, h.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 berpegiان 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, h.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 documenter sering menjemukan. Akal untuk mengolahnya sehingga dapat mempesona public 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 kemudian dipotret satu-satu. Apabila rangkaian lukisan yang 16 buah itu setiap detiknya diputar dalam proyektor film, maka lukisan-lukisan 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. Penata Artistik
5. Penata Suara
6. Penata Musik
7. Pameran (1996, h.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 Teori Kontruksi Realitas Sosial**

Membahas teori kontruksi 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 kontruksi 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, h.1).

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa teori kontruksi 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 Kontruksi Sosial Berger dan Luckmann. Adapun asumsi-asumsinya tersebut adalah :

- a. Realitas merupakan hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan kontruksi sosial terhadap dunia sosial di sekelilingny.
- b. Hubungan antara pemikiran manusia dan konteks sosial tempat pemikiran itu timbul, bersifat berkembang dan dilembagakan.
- c. Kehidupan masyarakat itu di kontruksi 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, h.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.

Teori konstruksi sosial berakar pada paradigma konstruktivis yang melihat realitas sosial sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu yang merupakan manusia bebas. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya. Manusia dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak diluar batas control struktur dan pranata sosialnya dimana individu melalui respon-respon terhadap stimulus dalam dunia kognitifnya. Dalam proses sosial, individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas didalam dunia sosial.

**Mulyana** mengemukakan dalam bukunya yang berjudul **Paradigma dan Perkembangan Penelitian Komunikasi** :

Ontologi paradigma konstruktivis memandang realitas sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Namun demikian, kebenaran suatu realitas sosial bersifat nisbi, yang berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku sosial (1999, h.39).

Konsep mengenai konstruksi pertama kali diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman mengatakan bahwa setiap realitas sosial dibentuk dan dikonstruksi oleh manusia. Mereka menyebutkan proses terciptanya konstruksi realitas sosial melalui adanya tiga tahap yakni eksternalisasi, objektivisasi dan internalisasi.

Eksternalisasi ialah proses penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia. Dimulai dari interaksi antara pesan iklan dengan individu pemirsa melalui tayangan televisi. Tahap pertama ini merupakan bagian

yang penting dan mendasar dalam satu pola interaksi antara individu dengan produk-produk sosial masyarakatnya. Yang dimaksud dengan dalam proses ini ialah ketika suatu produk sosial telah menjadi sebuah bagian penting dalam masyarakat yang setiap saat dibutuhkan oleh individu, maka produk sosial itu menjadi bagian penting dalam kehidupan seseorang untuk melihat dunia luar.

Objektivitas ialah tahap dimana interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi. Objektivitas ini bertahan lama sampai melampaui batas tatap muka dimana mereka bisa dipahami secara langsung. Dengan demikian, individu melakukan objektivitas terhadap produk sosial baik dengan penciptanya maupun dengan individu lainnya, kondisi ini berlangsung tanpa harus saling bertemu. Artinya, proses ini bisa terjadi melalui penyebaran opini sebuah produk sosial yang berkembang dimasyarakat melalui diskusi opini masyarakat tentang produk sosial dan tanpa harus terjadi tatap muka antar individu dan pencipta produk sosial.

Terakhir ialah Internalisasi yaitu proses dimana individu mengidentifikasi dirinya dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya. Terdapat dua pemahaman dasar dari proses ini secara umum yaitu pemahaman mengenai "sesama saya" yaitu pemahaman mengenai individu dan orang lain dan pemahaman mengenai dunia sebagai sesuatu yang maknawi dari kehidupan sosial.

Substansi teori dan pendekatan konstruksi sosial adalah proses simultan yang terjadi secara alamiah melalui bahasa dalam kehidupan sehari-hari pada sebuah komunitas primer dan semi sekunder. Teori dan pendekatan konstruksi

sosial atau realitas Peter L. Berger dan Luckmann telah direvisi dengan melihat variabel atau fenomena media massa menjadi sangat substansi dalam proses Eksternalisasi, Subjektivasi dan Internalisasi. Dengan demikian sifat-sifat dan kelebihan media massa telah memperbaiki kelemahan proses konstruksi sosial atas realitas yang berjalan lambat. Substansi teori konstruksi realitas sosial adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan penyebarannya merata. Realitas yang terkonstruksi juga dapat membentuk opini massa. Massa cenderung apriori dan opini massa cenderung sinis.

### 2.1.3.2 Semiotika

Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda, tanda-tanda dapat kita temukan diberbagai kehidupan sehari-hari. Tanda adalah sesuatu yang terdiri pada sesuatu yang lain atau menambah dimensi yang berbeda pada sesuatu, dengan memakai apa pun yang dapat dipakai untuk mengartikan sesuatu hal lainnya. Kata semiotika berasal dari Bahasa Yunani semeion yang berarti “tanda” atau seme yang berarti “penafsiran tanda”.

Tanda-tanda tersebut bersifat komunikatif karena menyampaikan suatu informasi. Keberadaannya mampu menggantikan sesuatu yang lain, dapat dipikirkan dan dibayangkan. Semula, ilmu ini berkembang dalam bidang Bahasa, kemudian berkembang dalam bidang sains dan seni rupa.

Menurut **Lechte** dalam buku **Semiotika Komunikasi** karya **Alex Sobur** mengatakan bahwa :

Semiotika adalah suatu disiplin yang menyelidiki semua bentuk komunikasi yang terjadi dengan sarana *signs* ‘tanda-

tanda' dan berdasarkan pada *sign system (code)* 'sistem tanda'(2016:16)

Menurut **Charles Sanders Peirce** dalam buku **Semiotika dalam Riset**

**Komunikasi** karya **Nawiroh Vera** mendefinisikan semiotik sebagai :

Studi tentang tanda dan segala sesuatu yang berhubungan dengannya, yakni cara berfungsinya, hubungannya dengan tanda-tanda lain, pengirimannya, dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya (2014:2)

Fiske mengemukakan semiotika sebagai ilmu tentang tanda yang dimana hubungan antara tanda dan maknanya, dan bagaimana suatu tanda dikomunikasikan menjadi suatu kode. Seperti yang dikatakan **John Fiske** dalam buku **Semiotika dalam Riset Komunikasi** karya **Nawiroh Vera**, mengatakan bahwa semiotika adalah :

Semiotika adalah studi tentang pertanda dan makna dari sistem tanda; ilmu tentang tanda, tentang bagaimana tanda dan makna dibangun dalam "teks" media; atau studi tentang bagaimana tanda dan jenis karya apa pun dalam masyarakat yang mengkomunikasikan makna. (2014:34)

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.

#### **2.1.3.2.1 Semiotika (Ferdinand de Saussure)**

Film yang memiliki kombinasi antara gambar, suara, serta musik pada setiap adegan, memunculkan banyak tanda. Dalam menemukan arti dari setiap



tanda dalam sebuah film, maka peneliti menggunakan analisis semiotika dalam penelitian ini.

Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang suatu tanda (sign). Dalam ilmu komunikasi “tanda” merupakan sebuah interaksi makna yang disampaikan kepada orang lain melalui tanda – tanda. Dalam berkomunikasi tidak hanya dengan Bahasa lisan saja namun melalui sebuah tanda dalam bentuk gambar, suara atau musik maka dapat berkomunikasi.

Teori yang dipakai peneliti ialah teori semiotika Ferdinand de Saussure (1857– 1913). Latar belakang Saussure adalah linguistic dan menyebut ilmu yang dikembangkannya semiology (semiology). Dalam teorinya, semiotika dibagi menjadi dua bagian, yaitu penanda (signifier) dan petanda (signified). Penanda dilihat sebagai bentuk atau wujud fisik dapat dikenal melalui wujud karya, sedangkan petanda dilihat dari makna yang terungkap melalui konsep, fungsi dan nilai-nilai terkandung dalam sebuah karya.

Menurut **Ferdinand de Saussure** yang dikutip **Sobur** dalam bukunya **Semiotika Komunikasi** mengatakan bahwa : **Semiotika atau semiology merupakan sebuah ilmu yang mengkaji kehidupan tanda-tanda di tengah masyarakat. (2009 : 12)**

Sementara menurut **Vera** dalam buku **Semiotika dalam Riset Komunikasi**, **Saussure** membagi tanda menjadi dua :

1. Penanda (*Signifier*), adalah bentuk-bentuk medium yang diambil oleh suatu tanda, seperti sebuah bunyi, gambar atau coretan.
2. Petanda (*Signified*), adalah konsep dan makna-makna yang berasal dari penanda. (2014 : 19)

Seseorang menggunakan tanda dalam berkomunikasi untuk mengirim makna tentang objek dan orang lain akan menginterpretasikan tanda tersebut.

## **2.2 Kerangka Pemikiran**

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

Film adalah media komunikasi massa yang tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi untuk penerangan dan Pendidikan. Film merupakan media massa yang memerlukan penggabungan antara dua indra, yakni penglihatan dan pendengaran untuk menikmatinya. Maka film merupakan komunikasi yang efektif dan kuat dengan menyampaikan pesannya secara audio visual. Film juga harus bertanggung jawab secara sosial kepada khalayak tentang apa yang akan disampaikan. Sebagai salah satu bentuk media massa, film dituntut dalam menjalankan edukatifnya untuk memberikan pencerahan dan Pendidikan kepada khalayak melalui sajian audio visual dalam film. Hal ini dikarenakan film memiliki pengaruh kuat untuk mempengaruhi psikologi seseorang. Dalam cerita sebuah film biasanya terdapat pesan tersembunyi untuk masyarakat luas yang diisyaratkan melalui tanda atau adegan tertentu. Pesan adalah seperangkat simbol verbal atau non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud sumber.

Pesan adalah keseluruhan yang disampaikan oleh komunikator. Pengaruh di dalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan tercipta

dari isi pesan atau tema dari sebuah film. Pesan juga dapat berupa gagasan, pendapat dan sebagainya yang sudah dituangkan dalam suatu bentuk dalam melalui lambing komunikasi diteruskan kepada orang lain atau komunikan.

Pesan sosial merupakan pesan yang terkandung dalam sebuah cerita, sehingga dapat dijadikan sebagai contoh pembelajaran untuk seseorang yang memilih atau mendengarnya. Pesan sosial dapat tersampaikan secara langsung maupun tidak langsung, dapat melalui audio visual maupun audio saja. Maka hal ini dikarenakan pesan sosial ada didalam sebuah cerita yang dikemas dalam berbagai bentuk seperti film, iklan, lagu, puisi, film dan lain-lain.

Penelitian ini menggunakan Teori Kontruksi Realita Sosial dari Peter L. Berger dan Thomas Luckman, menjelaskan kontruksi sosial atas realitas terjadi secara simultan melalui tiga tahap, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Tiga proses ini terjadi diantara individu satu dengan individu lainnya dalam masyarakat. Substansi teori kontruksi sosial media massa adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan merata. Substansi teori dan pendekatan kontruksi sosial Berger dan Luckman adalah proses simultan yang terjadi secara alamiah melalui bahsa dalam kehidupan sehari-hari pada sebuah komunitas primer dan semi-sekunder.

Semiotika adalah sebuah ilmu yang mempelajari segala tentang tanda. Tanda digunakan untuk menggambarkan suatu hal, komunikasi pun berawal dari tanda, karena di dalam tanda mengandung makna dan pesan tersendiri. Dengan adanya tanda, komunikasi akan mudah dilakukan oleh seseorang karena tanda merupakan sebuah perantara antara seseorang dan pihak lain untuk melakukan

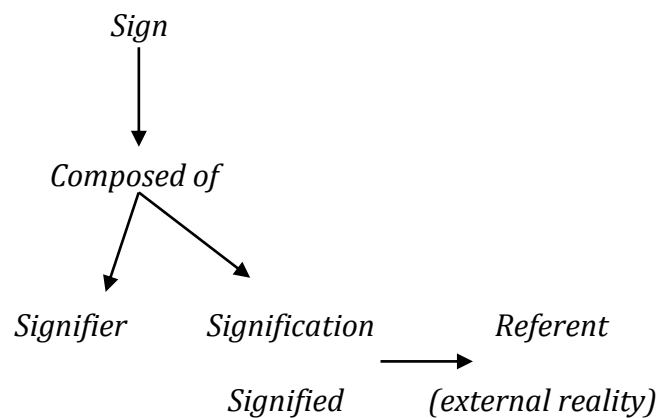
interaksi. Salah satu tokoh yang berkaitan dengan ilmu semiotika ialah Ferdinand de Saussure. Latar belakang Saussure adalah linguistik dan menyebut ilmu yang dikembangkannya semiologi (*semiology*).

Menurut **Ferdinand de Saussure** yang dikutip **Sobur** dalam bukunya **Semiotika Komunikasi** mengatakan bahwa : **Semiotika atau semiology merupakan sebuah ilmu yang mengkaji kehidupan tanda-tanda di tengah masyarakat. (2009 : 12)**

Petanda dan penanda akan menghasilkan realitas eksternal atau penanda. Realitas eksternal adalah segala bentuk realitas yang terjadi pada diri dan di luar diri kita. Realitas ini adalah segala fakta yang terjadi di dalam kehidupan kita.

**Gambar 2.1**

**Teori Ferdinand de Saussure**

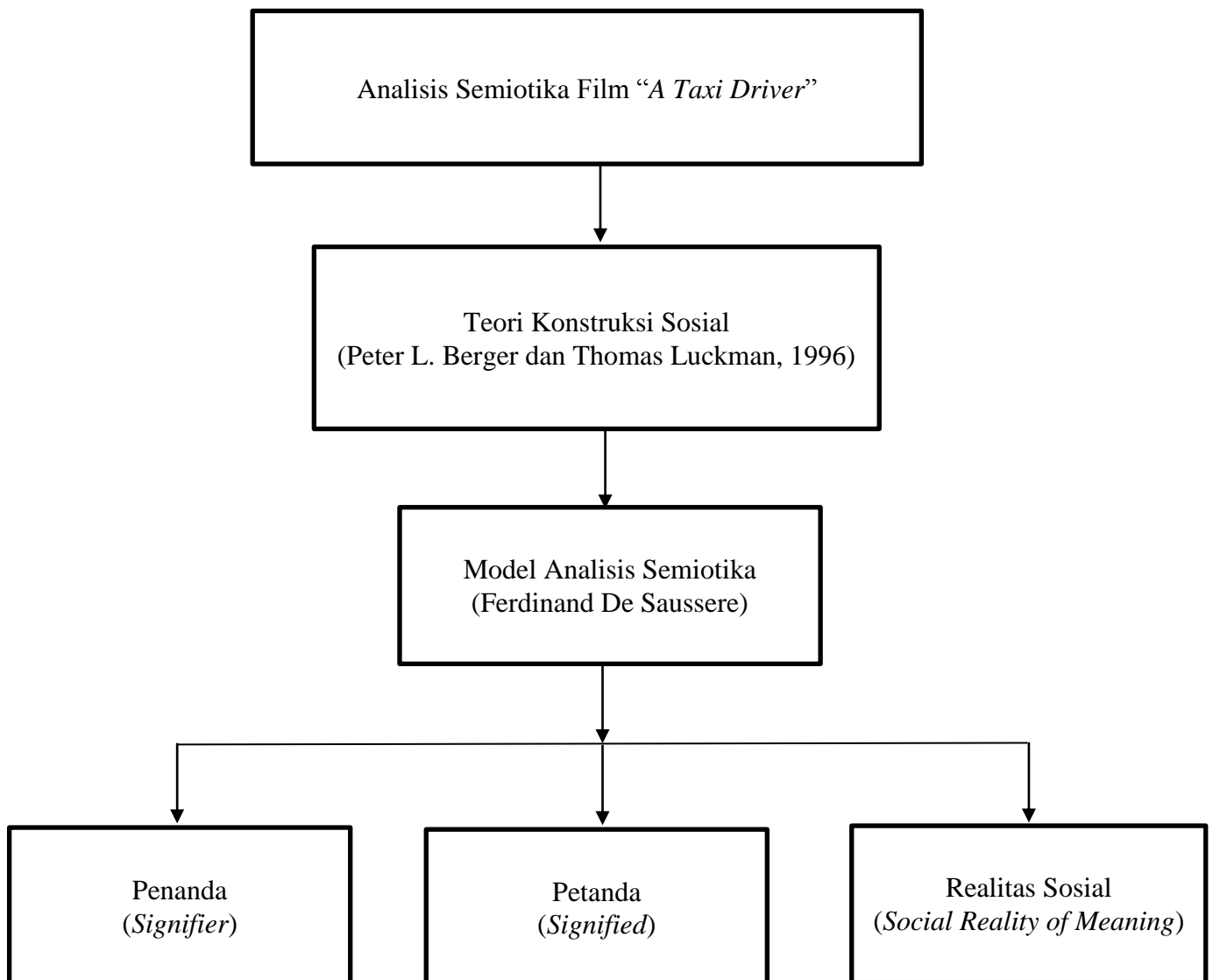


**Sumber : McQuail, 2000**

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

**Gambar 2.2**

**Bagan kerangka Pemikiran**



*Sumber : Modifikasi oleh penulis 2019*



