**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1. Kajian Literatur**

**2.1.1. Review Penelitian Sejenis**

**Tabel 2.1**

**Review Penelitian Sejenis**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nama/Judul/Asal** | **Metode**  **Penelitian** | **Abstrak** |
| **Syntia Balina Dewi**  **Diskursus Cyberbullying Florence Sihombing (Analisis Wacana Kritis Teun A. Van Dijk Tentang Florence Sihombing di Dunia Maya)**  **Fakultas ilmu Komunikasi Telkom University**  **2017** | Penelitian Kualitatif | Penelitian ini berjudul “Diskursus Cyberbullying Florence Sihombing (Analisis Wacana Kritis Teun A. Van Dijk Tentang Florence Sihombing di Dunia Maya)”. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui diskursus cyberbullying dalam kasus Florence Sihombing di salah satu artikel berita www.oyimedia.com berdasarkan analisis wacana kritis Teun A. Van Dijk. Cyberbullying yang dialami oleh Florence Sihombing dalam pemberitaan tersebut fokus pada penjabaran tiga struktur wacana dalam analisis van Dijk yaitu struktur makro, superstruktur dan struktur makro. |
| **Helsima Raharja**  **Masyarakat Modern dalam Film Her (Analisis Semiotika John Fiske dalam Film Her)**  **Fakultas ilmu Komunikasi Telkom University**  **2016** | Penelitian Kualitatif | Film Hermerupakan film yang telah mendapatkan banyak penghargaan internasional salah satunya sebagai Best Screenplay di ajang Golden Globes. Hasil dari penelitian ini adalah ideologi individualisme pada masyarakat modern yang di representasikan melalui lingkungan, tingkah laku, kamera, konflik, karakter, dan dialog. Meskipun film Her merupakan film fiksi yang dibalut dengan drama kisah cinta tak lazim hubungan antara manusia dan teknologi, terdapat ideologi individualisme dimana masyarakat modern lebih mementingkan kebebasan personal mereka dan adanya jarak interaksi komunikasi langsung dengan orang lain. |
| **Analisis Semiotika Terhadap Film In The Name Of God** | Penelitian  Kualitatif | Dalam film ini untuk mencari makna Denotasi, Konotasi, serta Mitos yang ada dalam Film In The Name of God dan juga untuk mencari makna tentang arti jihad. Mitos yang ada dalam film ini. Dari hasil penelitian yang dilakukan Siti Nurhayati dapat disimpulkan bahwa makna Denotasi dalam film ini memiliki visi dan misi untuk memperkenalkan kebudayaan Indonesia khususnya budaya Minang serta menampilkan sebuah strata sosial yang ada didalamnya. Makna Konotasi yang ada di dalam film ini yaitu berisikan nilai-nilai sosial sejarah budaya Minang yang melekat dan dan menyimpan banyak makna konotasi yang implisit. Dan makna mitos dalam film ini yaitu berfungsi sebagai pendorong untuk terciptanya kebudayaan dan untuk mencerminkan adanya strata sosial dari berbagai budaya. |

**2.1.2. Kerangka Konseptual**

**2.1.2.1. Cyberbullying**

*Cyberbullying* adalah kejadian dimana seorang anak ataupun remaja diejek, dihina, diintimidasi atau bahkan dipermalukan oleh anak-anak atau remaja lainnya melalui media internet, teknologi digital atau telepon seluler. *Cyberbullying* dianggap valid jika pelaku dan korban berusia dibawah 18 tahun dan secara hukum belum dianggap dewasa. Bila salah satu pihak yang terlibat (ataupun keduanya) sudah berusia diatas 18 tahun, maka kasus yang terjadi akan dikategorikan sebagai *cybercrime* atau *cyberstalking* (sering juga disebut *cyber harassment*)

Bentuk dan metode tindakan cyberbullying amat beragam. Bisa berupa pesan ancaman melalui *e-mail*, mengunggah foto yang mempermalukan korban, membuat situs web untuk menyebar fitnah dan mengolok-olok korban hingga mengakses akun jejaring sosial orang lain untuk mengancam korban dan membuat masalah. Motivasi pelakunya juga beragam Ada yang melakukannya karena marah dan ingin balas dendam, frustrasi, ingin mencari perhatian bahkan ada pula yang menjadikannya sekedar hiburan pengisi waktu luang. Tidak jarang, motivasinya kadang-kadang hanya ingin bercanda.

*Cyberbullying* yang berkepanjangan bisa mematikan rasa percaya diri anak, membuat anak menjadi murung, khawatir, selalu merasa bersalah atau gagal karena tidak mampu mengatasi sendiri gangguan yang menimpanya. Bahkan ada pula korban cyberbullying yang berpikir untuk mengakhiri hidupnya karena tak tahan lagi diganggu. Korban cyberbullying akan mengalami stres yang bisa memicunya melakukan tindakan-tindakan rawan masalah seperti mencontek, membolos, lari dari rumah, dan bahkan minum minuman keras atau menggunakan narkoba.

Anak-anak atau remaja pelaku cyberbullying biasanya memilih untuk menganggu anak lain yang dianggap lebih lemah, tak suka melawan dan tak bisa membela diri. Pelakunya sendiri biasanya adalah anak-anak yang ingin berkuasa atau senang mendominasi Anak-anak ini biasanya merasa lebih hebat, berstatus sosial lebih tinggi dan lebih populer di kalangan teman-teman sebayanya. Sedangkan korbannya biasanya anak-anak atau remaja yang sering diejek dan dipermalukan karena penampilan mereka, warna kulit, keluarga mereka, atau cara mereka bertingkah laku di sekolah. Namun bisa juga si korban cyberbullying justru adalah anak yang populer, pintar, dan menonjol di sekolah sehingga membuat iri teman sebayanya yang menjadi pelaku.

Cyberbullying pada umumnya dilakukan melalui media situs jejaring sosial seperti Facebook dan Twitter. Ada kalanya dilakukan juga melalui SMS maupun pesan percakapan di layanan Instant Messaging seperti Yahoo Messenger atau MSN Messenger.Anak-anak yang penguasaan komputer serta internetnya lebih canggih melakukan cyberbullying dengan cara lain. Mereka membuat situs atau blog untuk menjelek-jelekkan korban atau membuat masalah dengan orang lain dengan berpura-pura menjadi korban. Ada pula pelaku yang mencuri password akun e-mail atau situs jejaring sosial korban dan mengirim pesan-pesan mengancam atau tak senonoh menggunakan akun milik korban.

Cyberbullying lebih mudah dilakukan daripada kekerasan konvensional karena si pelaku tidak perlu berhadapan muka dengan orang lain yang menjadi targetnya. Mereka bisa mengatakan hal-hal yang buruk dan dengan mudah mengintimidasi korbannya karena mereka berada di belakang layar komputer atau menatap layar telelpon seluler tanpa harus melihat akibat yang ditimbulkan pada diri korban. Peristiwa cyberbullying juga tidak mudah diidentifikasikan orang lain, seperti orang tua atau guru karena tidak jarang anak-anak remaja ini juga mempunyai kode-kode berupa singkatan kata atau emoticon internet yang tidak dapat dimengerti selain oleh mereka sendiri.

**2.1.2.2. Film**

Kuatnya pengaruh film sebagai salah satu media komunikasi massa, dikarenakan fungsi itu sendiri. Gambar bergerak (Film) adalah bentuk dominan dari komunikasi massa visual di belahan dunia ini. Film lebih dahulu menjadi media hiburan dibanding radio siaran dan televisi. (Ardianto. 2007:143)

Menurut (Wibowo. dkk, 2006:196) mengatakan bahwa Film adalah alat untuk menyampaikan berbagai pesan kepada khalayak melalui sebuah media cerita. Film juga merupakan medium ekspresi artisti sebagai suatu alat bagi para pekerja seniman dan insan perfilman dalam rangka mengutarakan gagasan - gagasan dan ide cerita. Secara esensial dan substansial film memiliki power yang akan berimplikasi terhadap komunikan masyarakat.

Effendy (2000:201) juga berpendapat bahwa film adalah teatrikal yang diproduksi secara khusus untuk di pertunjukkan di gedung-gedung bioskop dan televisi atau sinetron yang dibuat.

Seiring perkembangan teknologi, film bukan lagi menjadi hal yang sulit untuk dikonsumsi masyarakat luas, karena film kini hadir bukan saja lewat bioskop atau theater, namun juga lewat kepingan DVD dan lewat media sosial khususnya youtube yang semakin mudah didapat. Selain itu, kini beberapa stasiun televisi swasta juga secara rutin menghadirkan film-film dari berbagi genre. Hal tersebut menjadikan film sebagai media, mampu menyampaikan pesannya secara luas ke banyak segmen.

**2.1.2.3. Film Cerita**

Pada awal sejarah film, istilah Film Cerita dipakai untuk film utama yang diputar di sebuah bioskop, atau film yang di promosikan atau diklankan oleh bioskop tersebut. Istilah film utama dipakai untuk mebedakannya dari film-film pendek (*short film*) yang diputar sebelum pemutaran film utama. Film-film pendek tersebut berupa film berita, film seri, animasi kartun, komedi aksi dan film dokumenter. Film utama adalah hasil karya sutradara/aktor ternama dan panjangnya lebih dari satu rol film. Bertambah panjangnya durasi film “utama” dari era film tahun 1910-an hingga sesuai dengan kriteria zaman sekarang untuk film cerita, tidak berlangsung secara mendadak, melainkan bertambah secara bertashap, dari dua rol menjadi tiga sampai empat rol.

Panjang film cerita terus meningkat sejak tahun 1930-an. Pada tahun 1930an, panjang rata rata 50 film terlaris adalah 96 menit. Pada tahun 1950-an, panjang rata rata 50 film terlaris bertambah menjadi 114 menit, dan menjadi 129 menit pada tahun 2000-an. Menurut perhitungan tahun 2008, panjang rata-rata 50 film cerita terlaris adalah 110menit. (Wikipedia)

**2.1.3. Kerangka Teoritis**

**2.1.3.1. Komunikasi**

**2.1.3.1.1. Pengertian Komunikasi**

Pengertian Komunikasi ini mempunyai banyak ragam definisi yang

dikemukakan oleh para ahli. Namun, secara umum komunikasi yaitu suatu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media sehingga tercipta suatu efek atau feedback.

Menurut **Devito** dalam bukunya yang berjudul **Komunikasi Antar Manusia** mengatakan:

Komunikasi mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (noise), terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik. (1997:23)

Menurut **Effendy** dalam bukunya **Ilmu, 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 alat penyalurnya. (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).

**2.1.3.1.2. Unsur - Unsur Komunikasi**

**Laswell** menjelaskan komunikasi seperti yang dikutip oleh **Mulyana** dalam **buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar**, yaitu:

Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa? Dengan akibat dan atau hasil apa? (*Who says what? In Which Channel? To Whom? With What Effect?*) (2013: 69)

Penjelasan di atas sudah menjelaskan unsur - unsur yang ada pada komunikasi. Berikut adalah uraian unsur - unsur komunikasi menurut **Laswell** yang dikutip oleh **Mulyana** dalam buku **Ilmu** **Komunikasi Suatu Pengantar**, yaitu:

1. Sumber (source)

Nama lain sumber adalah *sender, encoder, communicator, speaker,* atau *originator*. Sumber merupakan pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi.Sumber boleh jadi individu, kelompok, organisasi, perusahaan, atau bahkan suatu Negara.

1. Pesan (message)

Merupakan apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal dan atau non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau maksud sumber.

1. Saluran, media (*channel, media*)

Merupakan alat atau wahana yang digunakan sumber (*source*) untuk menyampaikan pesan kepada penerima. Saluran boleh merujuk pada bentuk pesan dan cara penyajian pesan.

Penerima (*receiver*)

Nama lain dari penerima adalah sasaran/tujuan (*destination*), komunikate (*communicate*), penyandi balik (*decoder*), khalayak (*audience*), pendengar (*listener*), penafsir (*interpreter*) merupakan orang yang menerima pesan dari sumber.

4.Efek (*effect*)

Merupakan apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut. (2013:69-71)

Berdasarkan penjelasan di atas, setiap unsur memiliki peranan yang sangat penting dalam membangun sebuah proses komunikasi. Bahkan, kelima unsur tersebut saling bergantung satu sama lain. Ini artinya, tanpa kehadiran satu akan memberi pengaruh pada jalannya sebuah komunikasi.

**2.1.3.1.3. Tipe Komunikasi**

Seorang profesor komunikasi di *City University of New York*, **Joseph A.** **DeVito** dalam bukunya ***Communicology*** (1982) membagi komunikasi ke dalam empat macam, yakni Komunikasi Antarpribadi, Komunikasi Kelompok Kecil, Komunikasi Publik dan Komunikasi Massa.

Menurut **Deddy Mulyana** pada 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 disadari atau tidak,

1. Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi Antarpribadi adalah komunikasi antara orangorang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun non-verbal,

1. Komunikasi Kelompok

Komunikasi Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lainnya untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut,

1. Komunikasi Publik

Komunikasi Publik adalah komunikasi antara seseorang pembicara dengan sejumlah orang besar (khalayak) yang tidak bisa dikenal satu persatu,

1. Komunikasi Organisasi

Komunikasi Organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam satu jaringan yang lebih besar dari pada komunikasi kelompok,

1. Komunikasi Massa

Komunikasi massa 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 di berbagai tempat. Sehingga film dapat dimasukan ke dalam kategori media komunikasi massa.

**2.1.3.2. Komunikasi Massa**

**2.1.3.2.1. Pengertian Komunikasi Massa**

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

Definisi Komunikasi massa dalam buku **Komunikasi Massa: Suatu**

**Pengantar** karya **Ardianto, Komala** dan **Karlinah** yaitu:

“Pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people).” (2009:3).

Menurut **De Vito** yang dikutip oleh **Ardianto et al**. **(2009)** dalam bukunya **Komunikasi Massa: Suatu Pengantar** adalah:

“Pertama: komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Kedua: komunikasi yang disalurkan oleh pemancar - pemancar audio dan / atau visual.” (2009:6)

Komunikasi massa juga di definisikan dalam buku **Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi** karya **Effendy**, yaitu:

“Komunikasi melalui media massa modern, yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio, dan televisi yang ditujukan kepada umum, dan film yang dipertunjukkan di gedung – gedung bioskop” (2003:79).

Berbagai pengertian atau definisi mengenai komunikasi massa terlihat bahwa inti dari komunikasi massa adalah sebuah proses komunikasi menggunakan media massa sebagai saluran dalam menyampaikan pesan kepada komunikan untuk mencapai tujuan tertentu secara serempak atau bersamaan.

**2.1.3.2.2. Karakteristik Komunikasi Massa**

Komunikasi massa memiliki beberapa karakteristik khusus yang membedakan tipe komunikasi ini dengan tipe komunikasi yang lain. Komunikasi massa mempunyai ciri – ciri yang dijelaskan oleh **Ardianto et al** dalam buku **Komunikasi Massa: Suatu Pengantar**, yaitu :

1. Komunikator Terlembagakan. Ciri yang pertama adalah komunikatornya. Suatu komunikasi massa merupakan sebuah komunikasi yang menggunakan media massa, baik itu cetak, maupun elektronik sehingga, komunikatornya bergerak dalam suatu organisasi yang kompleks.
2. Pesan Bersifat Umum. Komunikasi massa bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karenanya, pesan komunikasi massa bersifat umum. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa atau opini.
3. Komunikannya Anonim dan Heterogen. Komunikator maupun komunikan dari komunikasi massa tidak saling mengenal satu sama lain (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Di samping anonim, komunikan dari komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokkan berdasarkan factor: usia, jenis kelamin, pendidikan, latar belakang budaya, agama, dan tingkat ekonomi.
4. Media Massa Menimbulkan Keserempakan. Kelebihan dari komunikasi massa dibandingkan komunikasi lain adalah jumlah sasaran atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas. Keserempakan media massa diartikan sebagai keserempakan kontak dengan jumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.
5. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan. Salah satu prinsip komunikasi adalah memiliki dimensi isi dan dimensi hubungan. Dimensi isi menunjukkan muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya, yang mengisyaratkan bagaimana hubungan peserta komunikasi tersebut.
6. Komunikasi Massa Bersifat satu arah. Ini artinya bahwa tidak terdapat arus balik dari komunikan ke komunikatornya. Dengan kata lain, komunikatornya tidak mengetahui tanggapan para pembacanya atau penonton tentang pesan yang ia sampaikan.
7. Stimulasi Alat Indra Terbatas. Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat. Pada radio siaran dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar, sedangkan pada media televisi dan film, kita menggunakan indra penglihatan dan pendengaran.
8. Umpan Balik Tertunda (*delayed*) dan Tidak Langsung (*indirect*). Ini artinya, komunikator komunikasi massa tidak dapat dengan segera mengetahui bagaimana reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya. Tanggapan khalayak bias diterima lewat telepon, *e-mail*, atau surat pembaca. (2009:7-12).

Ciri - ciri komunikasi massa juga dijelaskan dalam karya **Effendy** dalam buku **Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi,** yaitu:

1. Komunikasi Massa bersifat umum. Pesan komunikasi yang disampaikan melalui media massa adalah terbuka untuk semua orang.
2. Komunikan bersifat heterogen. Komunikan dalam komunikasi massa adalah sejumlah orang yang disatukan oleh suatu minat yang sama yang mempunyai bentuk tingkah laku yang sama dan terbuka bagi pengaktifan tujuan yang sama. Orang – orang yang bersangkutan tidak saling mengenal satu sama lainnya.
3. Media Massa menimbulkan keserempakan. Keserempakan yang dimaksud ialah keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.
4. Hubungan komunikator-komunikan bersifat non-pribadi. Hubungan antara komunikator dan komunikan bersifat nonpribadi, karena komunikan yang anonym dicapai oleh orang-orang yang dikenal hanya dalam perannya yang bersifat umum sebagai komunikator. (2003:81-83)

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

**2.1.3.2.3. Fungsi Komunikasi Massa**

Fungsi dari Komunikasi massa yang dijelaskan **Dominick** dan dikutip oleh **Ariyanto et. al** dalam bukunya yang **berjudul Komunikasi Massa Suatu Pengantar**, adalah:

1. *Surveillance* (Pengawasan)
2. *Interpretation* (Penafsiran)
3. *Linkage* (Pertalian)
4. *Transmission of Values* (Penyebaran Nilai – Nilai)
5. *Entertaiment* (Hiburan). (2005:15-17)

Sementara itu, **Effendy** seperti yang dikutip oleh **Ariyanto et. Al** dalam buku **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** menjelaskan fungsi Komunikasi Massa sebagai berikut:

1. Fungsi Informasi. Media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa.
2. Fungsi Pendidikan. Media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu caranya adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca.
3. Fungsi Memengaruhi. Khalayak dapat terpengaruh oleh iklan-iklan yang ditayangkan televisi maupun surat kabar. (2005:28)

**Menurut Charles R. Wright** yang dikutip oleh Wiryanto dalam buku **Teori Komunikasi Massa**, menjelaskan fungsi komunikasi massa sebagai:

1. *Surveillance*

Menunjuk pada fungsi pengumpilan dan penyebaran informasi mengenai kejadian-kejadian dalam lingkungan, baik di luar maupun di dalam masyarakat. Fungsi ini berhubungan dengan apa yang disebut Handling of News.

1. *Correlation*

Meliputi fungsi interpretasi pesan yang menyangkut lingkungan dan tingkah laku tertentu dalam mereaksi kejadian-kejadian. Untuk sebagian, fungsi ini diidentifikasikan sebagai fungsi editorial atau propaganda.

1. *Transmission*

Menunjuk pada fungsi mengkomunikasikan informasi, nilai-nilai dan norma-norma sosial budaya dari satu generasi ke generasi yang lain atau dari anggota-anggota suatu masyarakat kepada pendatang baru. Fungsi ini diidentifikasikan sebagai fungsi pendidikan.

1. *Entertainment*

Menunjuk pada kegiatan-kegiatan komunikatif yang dimaksudkan untuk memberikan hiburan tanpa mengharapkan efek-efek tertentu. (2000:13).

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.

**2.1.3.3. Film**

**2.1.3.3.1. Pengertian Film**

Film merupakan salah satu bentuk komunikasi massa, yang sejak zaman dahulu hingga kini masih digemari oleh masyarakat luas, khususnya masyarakat Indonesia. Film merupakan sebuah gambar bergerak yang merupakan bentuk dominan dari komunikasi visual di seluruh belahan dunia.

Definisi film menurut **Effendy** dalam **bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi** adalah: “Film yang di produksi secara khusus untuk dipertunjukkan di gedung-gedung pertunjukkan atau gedung bioskop (*cinema*)” (2003:201).

Definisi film menurut **Dominick**  yang dikutip oleh **Ardianto** dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** adalah :

Industri film adalah industri bisnis. Predikat ini telah menggeser anggapan orang yang masih meyakini bahwa film adalah karya seni, yang diproduksi secara kreatif dan memenuhi imajinasi orang-orang yang bertujuan memperoleh estetika (keindahan) yang sempurna. Meskipun pada kenyataannya adalah bentuk karya seni, industri film adalah bisnis yang memberikan keuntungan, kadang-kadang menjadi mesin uang, keluar dari kaidah artistik film itu sendiri. (2000:306)

Menurut **Biran** yang dikutip **Hernawan** dalam bukunya yang berjudul **Dasar-Dasar Sinematografi** mengatakan: ”Film adalah sebuah rangkaian dari kesinambungan citra (image) yang berubah dan menggambarkan kejadian-kejadian dari berbagai titik pandang”. (2015:1)

Pada dasarnya film lahir dari sebuah gambar atau foto yang dihubungkan melalui sederet kamera dengan benang yang disambung kamera shutter Setelah objek tersebut bergerak, maka benang yang terhubung dengan kamera shutter akan diputuskan secara berurutan dan membuka kamera shutter. Dengan demikian lahirlah sebuah seni gambar bergerak (*motion picture*).

Kekuatan dan kemampuan film menjangkau banyak segmen sosial, lantas membuat para ahli bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayaknya. Artinya, film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan muatan pesan *(message*) di baliknya, tanpa pernah berlaku sebaliknya.

Film merupakan bidang kajian yang amat relevan bagi analisis struktural atau semiotika. **Van Zoest** yang dikutip **Sobur** dalam bukunya **Semiotika Komunikasi** menyebutkan: Film dibangun dengan tanda – tanda semata. Tanda -tanda itu termasuk berbagai sistem tanda yang bekerja sama dengan baik untuk mencapai efek yang diharapkan. (2016:128)

Hal yang paling penting dalam film adalah gambar dan suara: kata yang diucapkan (ditambah dengan suara-suara lain yang serentak mengiringi gambar gambar) dan musik film.

**2.1.3.3.2. Sejarah Film**

Film ditemukan dari hasil pengembangan prinsip-prinsip fotografi dan proyektor. **Oey Hong Lee** menjelaskan sejarah film seperti yang dikutip oleh Sobur dalam buku **Semiotika Komunikasi**, yaitu:

Film sebagai alat komunikasi massa yang kedua muncul di dunia, mempunyai masa pertumbuhannya pada akhir abad ke19, dengan perkataan lain pada waktu unsur-unsur yang merintangi perkembangan sudah dibikin lenyap. (2003:126)

Pengertian diatas menjelaskan bahwa dari permulaan sejarahnya, film dengan lebih mudah dapat menjadi alat komunikasi yang sejati, karena ia tidak mengalami unsur-unsur teknik, politik, ekonomi, sosial dan demografi merintangi yang merintangi kemajuan surat kabar pada masa pertumbuhannya dalam abad ke-18 dan permulaan abad ke-19. Oey Hong Lee mengatakan bahwa film mencapai puncaknya diantara Perang Dunia I dan Perang Dunia II, namun kemudian merosot tajam setelah tahun 1945, seiring dengan munculnya medium televisi.

Film yang pertama kali diperkenalkan kepada publik Amerika Serikat adalah *The Life of an American Fireman* dan film *The Great Train Robbery* yang dibuat oleh **Edwin S. Porter** pada tahun 1903 (Hiebert, Ungurait, Bohn, 1975: 246).

**2.1.3.3.3. Karakteristik Film**

**Ardianto**, menjelaskan dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** faktor-faktor yang dapat menunjukkan karakteristik film sebagai berikut :

1. Layar yang luas/lebar. Layar film yang luas telah memberikan keleluasaan penontonnya untuk melihat adegan-adegan yang disajikan dalam film. Apalagi dengan adanya kemajuan teknologi, layar film di bioskop-bioskop pada umumnya sudah tiga dimensi, sehingga penontonnya seolah-olah melihat kejadian nyata.
2. Pengambilan gambar. Sebagai konsekuensi layar lebar, maka pengambilan gambar atau shot dalam film bioskop memungkinkan dari jarak jauh atau extreme long shot, dan panoramic shot, yakni pengambilan pemandangan menyeluruh. Shot tersebut dipakai untuk memberi kesan artistik dan suasana yang sesungguhnya, sehingga film menjadi lebih menarik.
3. Konsentrasi penuh. Disaat kita menonton film di bioskop, bila tempat duduk sudah penuh atau waktu main sudah tiba, pintu-pintu ditutup, lampu dimatikan, tampak di depan kita layar yang luas dengan gambar-gambar cerita film tersebut. Terbebas dari hiruk pikuknya suara diluar karena biasanya ruangan kedap suara. Semua mata hanya tertuju pada layar, sementara pikiran dan perasaan tertuju pada alur cerita. Dalam keadaan demikian emosi kira juga terbawa suasana, kita akan tetawa terbahak-bahak manakala adegan film lucu, atau sedikit senyum apabila ada adegan menggelitik. Bandingkan dengan pada saat kita menonton televisi di rumah, selain lampu tidak dimatikan, orang-orang disekeliling kita berkomentar atau hilir mudik mengambil minuman dan makanan atau sedang melihat adegan seru tiba-tiba pesawat telepon berbunyi ditambah lagi dengan selingan iklan.
4. Identifikasi psikologis. Kita semua dapat merasakan bahwa suasana di gedung bioskop telah membuat pikiran dan perasaan kita larut dalam cerita yang disajikan. Karena penghayatan kita yang amat mendalam, seringkali secara tidak sadar kita menyamakan (mengidentifikasikan) pribadi kita dengan salah seorang pemeran dalam film itu, sehingga seolah-olah kita lah yang sedang berperan. Gejala ini menurut ilmu jiwa sosial disebut sebagai identifikasi psikologis.

Sudah jelas dari karakteristik film diatas bahwa ada perbedaan yang akan dirasakan pada saat kita menonton film dengan layar lebar dan luasnya bioskop atau dengan menggunakan televisi dirumah. Meskipun pada saat kita menonton film dirumah dengan menggunakan layar televisi yang lebar, akan ada perbedaannya.

**2.1.3.3.4. Jenis - Jenis Film**

Mengetahui jenis-jenis film agar sebagai seorang komunikator mampu memanfaatkan film tersebut sesuai dengan karakteristiknya, dijelaskan oleh **Ardianto** dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar**:

1. Film cerita (*story film*). Jenis film yang mengandung suatu cerita yang lazim dipertujunjukan di gedung-gedung bioskop dengan bintang film tenar dan dalam film yang didistribusikan sebagai barang dagangan. Cerita ini diangkat menjadi topik film bisa berupa cerita fiktif atau berdasarkan kisah nyata yang dimodifikasi, sehingga ada unsur menarik, baik dari jalan ceritanya maupun dari segi gambarnya. Sejarah dapat diangkat menjadi film cerita yang mengandung informasi akurat, sekaligus contoh teladan perjuangan para pahlawan.
2. Film berita (*newsreel*). Film mengenai fakta, peristiwa yang benar-benar terjadi. Karena sifatnya berita, maka film yang disajikan kepada public harus mengandung nilai berita (news value). Kriteria berita itu adalah penting dan menarik. Jadi beritanya juga harus penting atau menarik atau penting dan juga menarik. Film berita dapat langsung terekam dengan suaranya, atau film beritanya bisu, pembaca berita yang membacakan narasinya.
3. Film dokumenter (*documentary film*). Berbeda dengan film berita, film dokumenter merupakan hasil interpretasi pribadi (pembuatnya) mengenai kenyataan tersebut. Biografi seseorang yang memiliki karya pun dapat dijadikan sumber bagi documenter.
4. Film kartun (*cartoon film*). Dibuat untuk dikonsumsi oleh anak-anak. Sebagian besar film kartun, sepanjang film itu diputar akan membuat kita tertawa karena kelucuan para tokohnya. Namun ada juga film kartun yang membuat iba penontonnya dengan penderitaan tokohnya. Sekalipun tujuan utamanya adalah menghibur, film kartun bisa juga mengandung unsur pendidikan. Minimal akan terekam bahwa kalau ada tokoh jahat dan tokoh baik, maka pada akhirnya tokoh baiklah yang selalu menang.

Menurut **Effendi** dalam buku **Mari Membuat Film Panduan Menjadi Produser**, jenis-jenis film terdiri dari:

1. Film Dokumenter.

Film dokumenter menyajikan realita melalui berbagai cara dan dibuat untuk berbagai macam tujuan. Namun harus diakui, film dokumenter tak pernah lepas dari tujuan penyebaran informasi, pendidikan, dan propaganda bagi orang atau kelompok tertentu. Intinya, film dokumenter tetap berpijak pada hal-hal senyata mungkin.2.

1. Film Cerita Pendek.

Durasi film pendek biasanya di bawah 60 menit. Di banyak Negara seperti Jerman, Australia, Kanada, dan Amerika Serikat, film cerita pendek dijadikan laboratorium eksperimen atau batu loncatan bagi seseorang/ sekelompok orang untuk kemudian memproduksi film cerita panjang.

1. Film Cerita.

Film dengan durasi lebih dari 60 menit lazimnya berdurasi 90-100 menit. Film yang diputar di bioskop umumnya termasuk dalam kel ompok ini.

**2.1.3.5. *Cyberbullying***

**2.1.3.5.1. Pengertian *Cyberbullying***

**Williard** (2005), menjelaskan bahwa cyberbullying merupakan perlakuan kejam yang dilakukan dengan sengaja kepada orang lain dengan mengirimkan atau mengedarkan bahan yang berbahaya atau terlibat dalam bentuk-bentuk agresi sosial menggunakan internet atau teknologi digital lainnya. Definisi *cyberbullying* menurut **Williams** **dan Guerra (Stegffen, 2013**), yaitu:

suatu tindakan yang ditujukan kepada seseorang melalui pesan teks, email, pesan gambar atau video yang bertujuan untuk mengolok-olok, memaki, dan mengancam.

Menurut **Hinduja** dan **Patchin** (2013) menjelaskan bahwa Cyberbullying, yaitu:

perilaku yang disengaja dan membahayakan yang terus menerus diulang ditimbulkan melalui penggunaan komputer, ponsel, atau perangkat elektronik lainnya. Definisi lain menurut Kowalski, dkk (2014) menjelaskan Cyberbullying ini didefinisikan sebagai agresi yang dilakukan dengan sengaja dan berulang kali dilakukan dalam konteks elektronik (seperti, email, blogs, pesan instan, pesan teks) terhadap seseorang yang tidak dapatdengan mudah membela dirinya.

**2.1.3.5.2. Aspek-Aspek *Cyberbullying***

Menurut **Willard** (2005), aspek-aspek dari cyberbullying ada tujuh,yaitu: :

1. *Flaming*

Flaming merupakan perilaku yang berupa mengirim pesan teks dengan kata-kata kasar, dan frontal. Perlakuan ini biasanya dilakukan di dalam chat group di media sosial seperti mengirimkan gambar-gambar yang dimaksudkan untuk menghina orang yang dituju.

1. *Harassment*

Harassment merupakan perilaku mengirim pesan-pesan dengan kata-kata tidak sopan, yang ditujukan kepada seseorang yang berupa gangguan yang dikirimkan melalui email, sms, maupun pesan teks, di jejaring sosial secara terus menerus. Harassment merupakan hasil dari tindakan flaming dalam jangka panjang. Harassment dilakukan dengan saling berbalas pesan atau bisa disebut perang teks.

1. *Denigration*

Denigration merupakan perilaku mengumbar keburukan seseorang di internet dengan maksud merusak reputasi dan nama baik orang yang dituju. Seperti seseorang yang mengirimkan gambar-gambar seseorang yang sudah diubah sebelumnya menjadi lebih sensual agar korban diolokolok dan mendapat penelaian buruk dari orang lain.

1. *Impersonation*

Impersonation merupakan perilaku berpura-pura menjadi orang lain dan mengirimkan pesan-pesan atau status yang tidak baik.

1. *Outing* and *Trickery*

Outing merupakan perilaku menyebarkan rahasia orang lain, atau foto-foto pribadi milik orang lain. Trickery merupakan perilaku membujuk sesorang dengan tipu daya agar mendapatkan rahasia atau foto pribadi orang tersebut

1. *Exclusion*

Exclusion merupakan perilaku dengan sengaja dan kejam mengeluarkan seseorang dari grup online.

1. *Cyberstalking*

*Cyberstalking* merupakan perilaku berulang kali mengirimkan ancaman membahayakan atau pesan-pesan yang mengintimidasi dengan menggunakan komunikasi elektronik.

**2.1.3.5.3 Dampak Pengaruh *Cyberbullying***

Beberapa penelitian lain difokuskan pada bagaimana kecenderungan individu dan sikap terhadap interaksi sosial mempengaruhi penggunaan Internet. Nie dalam bukunya **The American Behavioral Scientist** ***“Sociability, Interpersonal Relations, and The Internet: Reconciliating Conflicting Findings”***, berpendapat bahwa frekuensi penggunaan Internet secara positif berhubungan dengan sosialitas. Menurut penelitian ini, mereka yang bergabung dalam kegiatan sosial lebih aktif memiliki kecenderungan kuat untuk menggunakan Internet, dan frekuensi penggunaan Internet memiliki hubungan negatif dengan frekuensi komunikasi dan kontak sosial dengan orang lain. Beberapa peneliti juga menyatakan kecemasan mereka tentang efek negatif penggunaan Internet. Mereka menyarankan bahwa interaksi sosial di ruang cyber bebannya lebih besar daripada interaksi offline. Interaksi online memberikan beban pada aktor sosial secara nyata. Dalam buku David Garson *“****Social Dimensions of Information Technology: Issues for the New Millennium”****,* **Blanchard** dan **Horan** melaporkan bahwa kegiatan online dapat meningkatkan interaksi face-to-face dalam kegiatan sekolah termasuk kegiatan Asosiasi Guru Orangtua (PTA) pada sekolah dasar dan dalam kegiatan dewan informasi untuk penduduk lokal. Remaja yang sering berkomunikasi dengan teman mereka di dunia virtual mengatakan bahwa dampak dari komunikasi virtual membuat mereka merasa “lebih dekat” dengan temannya tersebut. Namun ada resiko yang berkaitan dengan komunikasi Internet. Karena remaja merasa lebih nyaman mengungkapkan topik-topik personal secara online daripada pada saat berkomunikasi secara riil, maka tidak heran mereka measa lebih dekat dengan orang yang mereka ajak komunikasi. Saat remaja menemui teman mereka lagi, mereka akan merasa lebih terhubung daripada kondisi yang sebenarnya, sehingga meningkatkan kemungkinan mereka melangkah terlalu jauh atau memiliki harapan yang palsu tentang hubungan mereka. Penelitian sebelumnya pada penggunaan Internet oleh remaja telah cenderung berkonsentrasi pada kecanduan Internet. Implikasi yang dapat ditarik dari penelitian-penelitian tersebut adalah bahwa kita dapat memulai sebuah kebijakan yang efektif untuk kecanduan Internet dengan menganalisis lingkungan sekolah yang merupakan faktor penting bagi siswa. Cyberbullying adalah istilah yang smenyenangkan seperti dihina, diancam, dipermalukan, disiksa, atau menjadi target bulan-bulanan oleh anak atau remaja yang lain menggunakan teknologi Internet, teknologi digital interaktif maupun teknologi mobile.

**2.2. Kerangka Pemikiran**

Film adalah sebuah rangkaian dari kesinambungan citra (image) yang berubah dan menggambarkan kejadian-kejadian dari berbagai titik pandang. Film memiliki tanggung jawab secara sosial kepada masyarakat tentang apa yang akan disampaikan. Bukan hanya sekedar menyampaikan informasi dan menghibur tetapi dituntut untuk menjalankan fungsi edukatifnya untuk memberi pencerahan dan pendidikan pada masyarakat.

“Film adalah media komunikasi massa yang ampuh sekali, bukan saja untuk hiburan tetapi untuk penerangan dan pendidikan. Dalam ceramah-ceramah penerangan atau pendidikan kini banyak digunakan film sebagai alat bantu untuk memberikan penjelasan”. (Effendy, 2004:209)

Keberadaan film di tengah kehidupan masyarakat memberikan beberapa nilai fungsi tertentu. Film dibuat dengan latar belakang produksi yang sangat rumit. Dari proses preproduction sampai kepada postproduction melibatkan banyak orang dengan fungsi yang berbeda. Film dikonsep sedemikian rupa, dengan pemilihan pemain, lokasi, kostum, musik dan unsur lainnya. Di samping mencapai suatu nilai profit bisnis, film juga berfungsi untuk mentransmisikan suatu pesan dari si pembuat film kepada khalayak luas. Dengan fungsi mentransmisikan pesan, menempatkan film dalam sebuah proses komunikasi. Dalam hal ini teknologi film yang membawa pesan yaitu isi dari film itu sendiri. Pesan dikemas dengan audio dan visual, film mampu bercerita banyak hal dalam waktu yang singkat

**2.2.1. Teori Konstruksi Realitas Sosial**

Konstruksi realitas sosial didefinisikan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif.

**Ritzer** dalam buku **Konstruksi Sosial Media Massa** karya **Bungin** mengatakan bahwa :

Ide dasar semua teori dalam paradigma definisi sosial sebenarnya berpandangan bahwa manusia adalah aktor yang kreatif dari realitas sosialnya. (2015:11)

Manusia memiliki kebebasan untuk bertindak di luar batas kontrol struktur dan pranata sosialnya dimana individu berasal. Karena itu paradigma definisi sosial lebih tertarik terhadap apa yang ada dalam pemikiran manusia tentang proses sosial, terutama para pengikut interaksi simbolis. Manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas didalam dunia sosialnya.

**Hidayat** dalam buku **Konstruksi Sosial Media Massa** karya **Bungin** menjelaskan bahwa :

Dalam penjelasan ontologi paradigma konstruktifis, realitas merupakan 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.(2011:11)

Individu menjadi ‘panglima’ dalam dunia sosialnya yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya. Individu bukanlah manusia korban fakta sosial, namun mesin produksi sekaligus reproduksi yang kreatif dan mengkonstruksi dunia sosialnya. Akhirnya, dalam pandangan paradigma definisi sosial, realitas adalah hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial terhadap dunia sosial di sekelilingnya.

Realitas sosial tidak berdiri sendiri tanpa kehadiran individu, baik di dalamnya maupun di luar realitas tersebut. Realitas sosial itu memiliki makna, manakala realitas sosial dikonstruksi dan dimaknakan secara subyektif oleh individu lain sehingga memantapkan realitas itu secara obyektif. Individu mengkonstruksi realitas sosial, dan merekonstruksinya dalam dunia realitas, memantapkan realitas itu berdasarkan subyektifitas individu lain dalam institusi sosialnya.

Berkenaan dengan realitas sosial, pencetus teori konstruksi sosial, Berger dan Luckmann (1990:1) memulai penjelasan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman “kenyataan” dan “pengetahuan”.

**Berger dan Luckmann** yang dikutip **Sobur** dalam bukunya yang berjudul **Semiotika Komunikasi** mengatakan,

Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam realitas-realitas, yang diakui memiliki keberadaan yang tidak tergantung pada kehendak kita sendiri. Sedangkan pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas - realitas itu nyata dan memiliki karakteristik yang spesifik. (2016:186)

Penjelasan di atas menjelaskan bahwa pengetahuan yang dimaksud yakni realitas sosial masyarakat yang bersifat keseharian yang hidup dan berkembang di masyarakat seperti konsep, kesadaran umum, wacana publik, sebagai hasil dari konstruksi sosial.

Berger dan Luckmann mengatakan bahwa institusi masyarakat tercipta dan dipertahankan atau diubah melalui tindakan dan interaksi manusia. Meskipun masyarakat dan institusi sosial terlihat nyata secara objektif, namun pada kenyataannya semuanya dibangun dalam definisi subjektif melalui proses interaksi. Objektivitas baru bisa terjadi melalui penegasan berulang-ulang yang diberikan oleh orang lain, yang memilliki definisi subjektif yang sama. Pada tingkat generalitas yang paling tinggi, manusia menciptakan dunia dalam makna simbolik yang universal, yaitu pandangan hidupnya yang menyeluruh, yang memberi legitimasi dan mengatur bentuk-bentuk sosial serta memberi makna pada berbagai bidang kehidupan.

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

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. (2016:186)

Setiap peristiwa merupakan realitas sosial objektif dan merupakan fakta yang benar-benar terjadi. Realitas sosial objektif ini diterima dan diinterpretasikan sebagai realitas sosial subjektif dalam diri pekerja media dan individu yang menyaksikan peristiwa tersebut. Pekerja media mengkonstruksi realitas subjektif yang sesuai dengan seleksi dan preferensi individu menjadi realitas objektif yang ditampilkan melalui media dengan menggunakan simbol-simbol. Tampilan realitas di media inilah yang disebut realitas sosial simbolik dan diterima pemirsa sebagai realitas sosial objektif karena media dianggap merefleksikan realitas sebagaimana adanya. Berger & Luckmann berpandangan bahwa kenyataan itu dibangun secara sosial, dalam pengertian individu-individu dalam masyarakat yang telah membangun masyarakat, maka pengalaman individu tidak dapat terpisahkan dengan masyarakat. (Laura, 2015)

Peter L. Berger dan Thomas Luckmann melalui bukunya yang berjudul *The Social Construction of Reality : A Treatise in the Sociological of Knowledge.* Gambaran terhadap kontruksi realitas oleh **Berger dan Luckmann** seperti yang dikutip **Sobur** dalam bukunya **Analisis Teks Media** sebagai berikut,

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

Berdasarkan teori tersebut, realitas sosial dikonstruksi melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. 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 menghadapi si penghasil itu sendiri sebagai suatu fasilitas yang berada diluar dan berlainan dari manusia yang menghasilkannya (hadir dalam wujud yang 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 hasil dari masyarakat.

**2.2.2. Teori Semiotika Roland Barthes**

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

**Sobur** menjelaskan definisi semiotika dalam bukunya yang berjudul Semiotika Komunikasi,

Semiotika pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (humanity) memaknai hal-hal (things). Memaknai (to sinify) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (to communicate). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda. (2016:15)

Menurut **Littlejohn** yang dikutip **Sobur** dalam bukunya yang berjudul **Semiotika Komunikasi** mengatakan bahwa,

“Suatu tanda menandakan sesuatu selain dirinya sendiri, dan makna (meaning) ialah hubungan antara suatu objek atau idea dan suatu tanda.” (2016:16)

Konsep dasar ini mengikat bersama seperangkat teori yang amat berurusan dengan simbol, wacana, bahasa, dan bentuk-bentuk non verbal, teori-teori yang menjelaskan bagaimana tanda berhubungan dengan maknanya dan bagaimana tanda disusun. Teori semiotika yang peneliti gunakan adalah teori dari Roland Barthes (1915-1980). Roland Barthes dikenal sebagai salah seorang pemikir strukturalis yang getol mempraktikkan model linguistik dan semiologi Saussurean. Barthes berpendapat bahasa adalah sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu. Asumsi-asumsi Roland Barthes terdiri dari, pertama, kebudayaan itu seperti sistem bahasa dan bisa kita baca sebagaimana membaca teks. Kedua, makna yang diproduksi dari ‘tanda-tanda’, dibentuk oleh kultur atau budaya. Ketiga, banyak makna yang lahir berdasarkan tanda yang tidak netral secara politik. Tanda-tanda tersebut dimaknai dengan sasaran mempertahankan status quo dan membuat tidak mampu melihat dunia apa adanya. Dari sinilah nanti akan timbul mitos. (Media Koentji, 2016)

Menurut **Barthes** yang dikutip oleh Sobur dalam buku **Semiotika Komunikasi** menjelaskan:

Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda (2016:15).

Tanda-tanda itu hanya mengemban arti (significant) dalam kaitannya dengan pembacanya. Pembaca itulah yang menghubungkan tanda dengan apa ditandakan (signifie) sesuai dengan konvensi dalam sistem bahasa yang bersangkutan. Pada umumnya, tanda dapat dipergunakan untuk menyatakan kebenaran dan bahkan kebohongan, tanda-tanda yang berisi kebohongan itu relatif tidak merugikan, namun dalam beberapa kasus boleh jadi sangat membahayakan orang lain.

**2.2.2.1. Denotasi dan Konotasi**

Semiotika model Roland Barthes dianggap menyempurnakan model dari Saussure yang hanya terhenti dalam tataran penanda dan petanda saja, semiotika Roland Barthes memiliki dua sistem tatanan yaitu denotasi dan konotasi. Dalam kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebutnya sebagai mitos.

Makna denotasi bersifat langsung, yaitu makna khusus yang terdapat dalam sebuah tanda, dan pada intinya dapat disebut sebagai gambaran sebuah petanda. (Berger, 2000b:55). Harimurti Kridalaksana (2001:40) mendefinisikan denotasi sebagai makna kata atau kelompok kata yang didasarkan atas penunjukkan yang lugas pada sesuatu di luar bahasa atau yang didasarkan atas konvensi tertentu; sifatnya objektif.

Denotasi merupakan tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda pada realitas, menghasilkan makna eksplisit, langsung, dan pasti, dalam pengertian umum denotasi biasanya dimengerti sebagai makna harfiah, makna yang sesungguhnya. Makna denotasi bersifat langsung, yaitu makna khusus yang terdapat dalam sebuah tanda, dan pada intinya dapat disebut sebagai gambaran sebuah petanda. Jika kita mengucapkan sebuah kata yang mendenotasikan suatu hal tertentu maka itu berarti kata tersebut mau menunjukkan, mengemukakan, dan menunjuk pada hal itu sendiri. Denotasi juga bersifat objektif sebab makna denotatif ini berlaku umum dan hampir bisa dimengerti orang. Ketika kita berbicara tentang denotasi, kita merujuk pada asosiasi primer yang dimiliki sebuah kata bagi kebanyakan anggota masyarakat linguistik tertentu.

Konotasi merupakan tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda yang ada di dalamnya beroperasi makna yang tidak eksplisit, tidak langsung, dan tidak pasti. Konotasi diartikan sebagai aspek makna sebuah atau sekelompok kata yang didasarkan atas perasaan atau pikiran yang timbul atau ditimbulkan pada pembicara (penulis) dan pendengar (pembaca). Arthur Asa Berger menyatakan pendapat bahwa kata konotasi melibatkan simbol-simbol, historis, dan hal-hal yang berhubungan dengan emosional (Berger, 2000a:15). Konotatif bersifat subjektif dalam pengertian bahwa ada pergeseran dari makna umum (denotatif) karena sudah ada penambahan rasa dan niai tertentu dan hanya bisa dicerna oleh mereka yang jumlahnya relatif lebih kecil. Jadi, sebuah kata disebut mempunyai makna konotatif apabila kata itu mempunyai “nilai rasa”, baik positif maupun negatif. Jika tidak mempunyai nilai rasa, maka dikatakan tidak memiliki konotasi. Tetapi dapat juga disebut berkonotasi netral (Chaer, 1995:65). Menurut Tubbs and Moss, kadang-kadang konotasi suatu kata sama bagi hampir setiap orang, kadang-kadang hanya berkaitan dengan pengalaman satu individu saja, atau lebih sering dengan pengalaman sekelompok kecil individu tertentu. Bila kita mengucapkan kata yang mempunyai konotasi tertentu, maka kita bermaksud bahwa kata itu mempunyai makna tambahan bagi makna denotatifnya. Acap kali makna tambahan ini menimbulkan interpretasi yang bersifat emosinal. Kadang – kadang kita menanggapi kata atau ungkapan tertentu karena pengalaman pribadi kita.

**2.2.2.2. Mitos**

Mitos berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. Di dalam mitos juga terdapat pola tiga dimensi penanda, petanda, dan tanda, namun sebagai suatu sistem yang unik, mitos dibangun oleh suatu rantai pemaknaan yang telah ada sebelumnya atau, dengan kata lain, mitos adalah suatu sistem pemaknaan tataran kedua. Barthes mengartikan mitos sebagai cara berpikir kebudayaan tentang sesuatu, sebuah cara mengkonseptualisasikan atau memahami suatu hal. Barthes menyebut mitos sebagai rangkaian konsep yang saling berkaitan. Barthes memampatkan ideologi dengan mitos karena, baik di dalam mitos maupun ideologi, hubungan antara penanda konotatif dan petanda konotatif terjadi secara termotivasi.

Barthes juga memahami ideologi sebagai kesadaran palsu yang membuat orang hidup di dalam dunia yang imajiner dan ideal, meski realitas hidupnya yang sesungguhnya tidaklah demikian. Sesungguhnya kehidupan manusia, dan dengan sendirinya hubungan antarmanusia, dikuasai oleh mitos-mitos. Sikap kita terhadap sesuatu ditentukan oleh mitos yang ada dalam diri kita. Mitos ini menyebabkan kita menyukainya atau membencinya. Dengan demikian mitos akan menyebabkan kita mempunyai prasangka tertentu terhadap sesuatu hal yang dinyatakan dalam mitos. Hanya lewat persentuhan diri kita dengan hal tertentu tadi, kita dapat mengetahui kebenaran ataukah kesalahan dari mitos tadi.

**Gambar 2.1**

**Peta Tanda Roland Barthes**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Signifer (Penanda) | 1. Signified (Petanda) |
| 1. Signified (Petanda) | |
| 1. CONNOTATIVE SIGNIFIER (PENANDA KONOTATIF) | | 1. CONNOTATIVE SIGNIFIER (PENANDA KONOTATIF) |
| 1. CONNOTATIVE SIGN (TANDA KONOTATIF) | | |

**Sumber: Sobur, Semiotika Komunikasi. (2016:69)**

Dari peta Barthes di atas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Dengan kata lain, hal tersebut merupakan unsur material: hanya jika mengenal tanda “singa”, barulah konotasi seperti harga diri, kegarangan, dan keberanian menjadi mungkin (Cobley dan Jansz, 1999:51).

Tanda konotatif tidak sekadar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Sesungguhnya, inilah sumbangan Barthes yang sangat berarti bagi penyempurnaan semiologi Saussure, yang berhenti pada penandaan dalam tataran denotatif.

Setelah pembahasan kerangka pemikiran tersebut, di bawah ini akan dipaparkan bagan kerangka pemikiran dari penelitian yang peneliti lakukan. Hal ini bertujuan untuk memudahkan peneliti maupun pembaca untuk menjabarkan dan memberi batasan obyek yang diteliti agar tidak melebar dalam pembahasan dan praktek langsung dilapangannya.

**Gambar 2.2**

**Bagan Kerangka Pemikiran**

Pesan Keadilan dalam Film Marlina Si Pembunuh Dalam Empat Babak (Analisis Semiotika Film Marlina The Murderer in Four Acts)

Teori Konstruksi Realitas Sosial (L. Berger dan Thomas Luckman)

Analisis Semiotika (Roland Barthes)

Konotasi

Mitos

Denotasi

**Sumber : Peter L. Berger dan Thomas Luckman; Roland Barthes; hasil modifikasi peneliti dan pembimbing; 201**