

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Kajian Pustaka

2.1.1. Review Penelitian Sejenis

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

1. “Representasi Eksploitasi Sumber Daya Alam dalam Film Avatar”, Fariz Riezky Nasrullah (UNISBA, 2015).

Dalam penelitian ini, peneliti (Fariz Riezky N.) menjadikan film Avatar karya James Cameron sebagai obyek penelitian. Penelitian tersebut memiliki judul “Representasi Eksploitasi Sumber Daya Alam dalam Film Avatar” dengan mengangkat kisah bagaimana bangsa Na Vi dalam film tersebut berjuang mempertahankan haknya dari bangsa manusia yang ingin mengeksploitasi sumber daya alam di Pandora, tempat tinggal bangsa Na Vi.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan menggunakan analisis semiotika yang dicetuskan oleh John Fiske. Dalam Semiotika tersebut, John Fiske memaknai suatu tanda ke dalam beberapa level tertentu. Unsur eksploitasi sumber daya alam tersebut diamati peneliti melalui level realitas menggunakan kode penampilan, kelakuan, ekspresi, dan dialog.

Kemudian, melalui level representasi dilihat dari kode kamera. Setelah itu peneliti membuat kesimpulan dari level realitas dan level representasi melalui level ideologi, dari hasil penemuan ideologi peneliti mencari citra dan strategi kapitalis.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa setiap adegan-adegan dalam film ini berdasarkan aspek visualnya, lekat dengan eksploitasi sumber daya alam, hal ini sekaligus menunjukkan bentuk ideologi kapitalisme.

2. “Representasi HAM dalam film *The Look Of Silence: Senyap*”, Ahmad Toni dan Rafki Fachrizal (Universitas Budi Luhur, 2017).

Penelitian ini menggunakan studi deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu analisis semiotik Charles Sanders Peirce. Metode semiotik, yaitu metode analitis untuk menilai signifikansi. Peneliti juga menggunakan paradigma konstruktivisme dalam penelitiannya.

Film dokumenter berjudul “*The Look Of Silence: Silent*” menjadi objek penelitian ini. Film tersebut menceritakan tentang bagaimana kronologis dari tragedi pembantaian pada tahun 1965 di Indonesia yang biasa disebut dengan peristiwa G30S PKI. Film ini berkaitan erat dengan unsur HAM, yaitu hak tata cara peradilan dan jaminan perlindungan (*Procedural Right*). Maka dari itu peneliti memilih judul “Representasi HAM dalam film *The Look Of Silence: Silent*”.

Data penelitian diperoleh peneliti melalui pemilihan adegan di film “*The Look Of Silence: Silent*” di mana ada unsur-unsur yang berkaitan

dengan pelanggaran hak asasi manusia. Peneliti menyimpulkan bahwa kehadiran adegan yang mewakili pelanggaran hak prosedural di film tersebut. Pelanggaran digambarkan melalui adegan merekonstruksi pembunuhan yang dilakukan oleh mantan pelaku tragedi G30S.

3. “Analisis Semiotika Film Sabtu Bersama Bapak”, Marisha Diani (Universitas Pasundan, 2017).

Penelitian ini berjudul “Analisis Semiotika Film Sabtu Bersama Bapak” dan menggunakan teori Konstruksi Realitas Sosial dari Peter L. Berger dan Luckman. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui makna denotasi, makna konotasi, dan mitos yang terdapat dalam film Sabtu Bersama Bapak. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang merupakan suatu penelitian yang mendalam.

Peneliti memilih film “Sabtu Bersama Bapak” sebagai obyek penelitian dan menggunakan analisis Semiotika Roland Barthes. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menarik kesimpulan bahwa dalam film ini terdapat makna denotatif, konotatif, dan mitos dalam setiap adegannya. Serta banyak kaitan erat dengan realitas dalam kehidupan masyarakat.

Tabel 1.1. Review Penelitian Sejenis

Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Teori Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Nasrullah, Fariz Riezky	Semiotika John Fiske	Kualitatif	Metode penelitian	Pendekatan semiotika

Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Teori Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
(UNISBA,2015) “Representasi Eksploitasi Sumber Daya Alam dalam Film Avatar”			kualitatif, meneliti semiotika pada film	yang berbeda, jenis film yang diteliti berbeda
Ahmad Toni dan Rafki Fachrizal (Universitas Budi Luhur,2017) “Representasi HAM dalam Film The Look of Silence: Senyap”	Semiotika C. S. Pierce	Kualitatif	Menggunakan metode penelitian kualitatif, meneliti jenis film yang sama, yakni film dokumenter.	Menggunakan pendekatan semiotika yang berbeda, menggunakan teori yang berbeda pula
Marisha Diani (Universitas Pasundan, 2017) “Analisis Semiotika Film “Sabtu Bersama Bapak”.	Semiotika Roland Barthes	Kualitatif	Menggunakan teori dan metode penelitian yang sama	Jenis film yang diteliti berbeda.

2.1.2. Kerangka Konseptual

2.1.2.1. Lingkup Komunikasi

Pengertian komunikasi ini mempunyai banyak ragam definisi yang dikemukakan oleh para ahli. Namun, secara umum komunikasi yaitu suatu proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan. **Tubs** dan **Moss** mendefinisikan komunikasi sebagai “**proses penciptaan makna antara dua orang atau lebih.**”(2004:59)

Sedangkan menurut **Hovlan, Janis** dan **Keley** yang dikutip **Djuarsa** dalam buku **Pengantar Komunikasi**, definisi komunikasi adalah:

Suatu proses melalui seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lain. (1990:7)

Menurut **Efendy** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Teori dan Ilmu dan Filsafat Komunikasi** mengatakan:

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

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

Seiring dengan perkembangan zaman yang diiringi dengan perkembangan teknologi, media komunikasi massa pun mengalami perkembangan yang canggih dan kompleks. Komunikasi massa adalah komunikasi yang dilakukan dengan salurannya yang beragam. Dimana massa mengandung pengertian orang banyak yang keberadaannya tersebar atau terpencar di berbagai lokasi yang mendapatkan informasi pada waktu yang bersamaan. Maka dari itu, pemahaman mengenai komunikasi harus dapat dipahami dengan jelas. Komunikasi secara etimologis berasal dari kata latin "*communicatio*". Istilah ini bersumber dari perkataan "*communis*" yang berarti sama, sama di sini maksudnya adalah sama makna dan sama arti. Jadi, komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan.

Dalam pengertian khusus komunikasi, Hovland, Janis, & Kelley yang dikutip Harun & Ardianto dalam bukunya Komunikasi Pembangunan Perubahan Sosial mengatakan bahwa "komunikasi adalah suatu proses melalui seseorang (komunikator) menyampaikan stimuli (biasanya dalam bentuk verbal) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lain." (Harun & Ardianto, 2012:23).

Definisi tersebut menunjukkan bahwa komunikasi adalah suatu proses yang terjadi antara satu orang dengan orang lainnya. Definisi tersebut juga memberikan penekanan bahwa kegiatan komunikasi yang dilakukan tersebut mempunyai tujuan yakni mengubah atau membentuk perilaku orang lain yang menjadi sasaran komunikasi.

2.1.2.2. Proses Komunikasi

Effendy, dalam bukunya **Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi**,

menjelaskan proses komunikasi dari dua perspektif, yaitu :

1. Proses Komunikasi dalam Perspektif Psikologi

Proses perspektif ini terjadi pada diri komunikator dan komunikan. Ketika seorang komunikator berniat akan menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, maka didalam dirinya terjadi suatu proses. Pesan komunikasi terdiri dari dua aspek, yakni isi pesan dan lambang. Isi pesan umumnya adalah pikiran, sedangkan lambang umumnya adalah bahasa. Walter Lippman menyebut isi pesan itu "*oicture in our lead*", sedangkan Walter Hagemann menamakannya "*das bewustsninhalte*". Proses "mengemas" atau "membungkus" pikiran dengan bahasa, yang dilakukan komunikator itu dalam bahasa komunikasi dinamakan *encoding*. Hasil *encoding* berupa pesan, kemudian ia transmisikan atau kirimkan kepada komunikan. Proses komunikasi dalam diri komunikan disebut *decoding* seolah-olah membuka kemasan atau bungkus pesan yang ia terima dari komunikator. Apabila komunikan mengerti isi pesan atau pikiran komunikator, maka komunikasi terjadi. Sebaliknya bilamana komunikan tidak mengerti, maka komunikasi tidak terjadi.

2. Proses Komunikasi dalam Proses Mekanistik

Proses ini berlangsung ketika komunikator mengoper atau melemparkan dengan bibir kalau lisan atau tangan jika tulisan, pesannya sampai ditangkap oleh komunikan. Penangkapan pesan dari komunikator oleh komunikan itu dapat dilakukan dengan indera telinga atau indera mata atau indera-indera lainnya. Proses komunikasi dalam perspektif ini kompleks atau rumit, sebab bersifat situasional, bergantung pada situasi seperti itu dinamakan komunikasi interpersonal atau antarpribadi, kadang-kadang komunikannya sekelompok orang; komunikasi dalam situasi seperti itu disebut komunikasi kelompok, acapkali pula komunikannya tersebar dalam jumlah yang relative agak banyak sehingga untuk menjangkaunya diperlukan suatu media atau sarana, maka komunikasi dalam situasi seperti itu dinamakan komunikasi massa. (2003:31-32)

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.

2.1.2.3. Tipe Komunikasi

Tipe komunikasi ini mempunyai klasifikasi yang berbeda-beda di kalangan para pakar. Menurut **Cangara** dalam buku **Pengantar Ilmu Komunikasi** mengatakan, kelompok sarjana komunikasi Amerika yang menulis buku *Human Communication* (1980) membagi komunikasi atas lima macam tipe yaitu:

- 1) **Komunikasi Antarpribadi** (*Interpersonal*)
- 2) **Komunikasi Kelompok Kecil** (*Small group Communication*)
- 3) **Komunikasi Organisasi** (*Organization Communication*)
- 4) **Komunikasi massa** (*Mass Communication*)
- 5) **Komunikasi Publik** (*Public Communication*)

Joseph A. DeVito seorang profesor komunikasi di *City University of New York* 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,
- 2) **Komunikasi Aantarpribadi**
Komunikasi Antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya 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 bersama, mengenal satu sama lainnya, memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut,
- 4) **Komunikasi Publik**
Komunikasi Publik adalah komunikasi antara seseorang pembicara dengan sejumlah orang besar (khalayak) yang tidak bisa dikenal satu persatu,
- 5) **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,
- 6) **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 dimasukkan ke dalam kategori media komunikasi massa.

2.1.2.4. Komunikasi Massa

2.1.2.4.1. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan suatu proses komunikasi yang menggunakan media massa. Media massa dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu media massa cetak dan media massa elektronik. Menurut **Elvinaro** dalam bukunya **Komunikasi massa suatu pengantar** memberikan pengertian bahwa komunikasi massa adalah:

Pengertian komunikasi massa pada satu sisi adalah proses dimana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada publik secara luas dan pada sisi lain diartikan

sebagai bentuk komunikasi yang ditunjukkan pada sejumlah khalayak yang tersebar heterogen dan anonym melalui media cetak maupun elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat (2005:31)

Komunikasi massa (mass communication) di kemukakan oleh **Effendy** dalam buku **Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi** adalah :

Komunikasi melalui media massa modern yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas siaran radio dan televisi dan ditunjukkan kepada umum dan film yang diperuntukkan di gedung bioskop (1993:79)

Maksudnya adalah komunikasi massa ditunjukkan kepada khlayak umum yang dapat berlangsung melauai berbagai macam media massa modern seperti siaran radio surat kabar dan film.

Media massa modern yang disebutkan merupakan alat penyampai informasi yang sangat sesuai dengan peranan media massa modern saat ini yaitu mampu untuk melakukan proses komunikasi massa dan memberikan pengaruh yang sangat besar bagi khalayak.

2.1.2.4.2. Karakteristik Komunikasi Massa

Ada empat tanda pokok karakteristik komunikasi massa menurut **Suprpto** (2006:13), yaitu:

- 1) Komunikasi massa memiliki sifat komunikan

Hal ini karena sasaran komunikasi massa adalah masyarakat yang relatif besar serta memiliki sifat heterogen dan anonim. Masyarakat ini tidak dapat diukur berapa banyak jumlahnya, bagaimana latar belakang pendidikan, usia, agama, suku, jenis pekerjaan, dan lain sebagainya. Hal yang dapat menjadikan semua perbedaan ini melebur adalah kesamaan minat yang sama.

2) Komunikasi massa memiliki sifat cepat dan serentak

Penyampaian pesan secara serempak ini dilakukan secara bersamaan oleh komunikator kepada komunikan yang memiliki jumlah yang besar. Jika disampaikan secara serentak, maka perhatian komunikan akan berfokus pada pesan yang disampaikan oleh komunikator. Sifat penyampaian pesan yang cepat akan memungkinkan pesan tersebut dapat tersampaikan dalam waktu yang relatif singkat.

3) Komunikasi massa memiliki sifat publik

Sudah jelas bahwa pesan yang ingin disampaikan tersebut ditujukan kepada masyarakat luas, bukan kepada golongan tertentu saja. Sehingga isi pesan yang disampaikan harus lebih umum. Karena mencakup lingkungan yang umum dan universal.

4) Komunikator yang terkoordinir

Karena media massa merupakan sebuah lembaga organisasi, maka komunikasi massa pasti memiliki komunikator yang telah terorganisasi dengan baik dan profesional seperti jurnalis, sutradara, penyiar atau pembawa acara, dan lain sebagainya. Pesan yang akan disampaikan tersebut merupakan hasil kerja sama tim, sehingga keberhasilan sebuah komunikasi massa juga tergantung berdasarkan berbagai faktor di dalam organisasi media massa tersebut.

2.1.2.4.3. Fungsi Komunikasi Massa

Dalam buku *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* karangan **Elvinaro Ardianto**, Lukiati Komala, dan Siti Karlinah komunikasi massa memiliki fungsi

diantarnya adalah; pengawasan, (*surveillance*), penafsiran (*interpretation*), keterkaitan (*linkage*), penyebaran nilai (*transmission of value*), serta hiburan (*entertainment*). Berikut adalah penjelasan selengkapnya:

1) Pengawasan (*Surveillance*)

Sebagai alat bantu khalayak masyarakat guna mendapatkan peringatan dari media massa yang menginformasikan tentang ancaman.

2) Penafsiran (*Interpretation*)

Fungsi penafsiran hampir mirip dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran atau tanggapan sementara terhadap kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yang akan dimuat atau ditayangkan.

3) Pertalian (*Linkage*)

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam sehingga membentuk *linkage* atau pertalian berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

4) Penyebaran Nilai-Nilai (*Transmission of Value*)

Penyebaran nilai-nilai ini dilakukan dengan cara mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar, dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak serta apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain, media mewakili kita dengan model peran yang kita amati dan harapan untuk menirunya.

5) Hiburan (*Entertainment*)

Fungsi media massa sebagai fungsi menghibur tidak lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran atau pelepas penat khalayak.

2.1.2.5. Jurnalistik

2.1.2.5.1. Pengertian Jurnalistik

Jurnalistik berasal dari bahasa Belanda "*Journalistiek*" atau dalam bahasa Inggris "*journalism*" yang bersumber pada perkataan "*Journal*" yang merupakan terjemahan dari bahasa Latin "*Diurnal*" yang berarti "harian" atau "setiap hari". Jurnalistik diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiap hari.

Dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek karangan Effendi pengertian jurnalistik secara sederhana adalah : "Teknik mengelola berita mulai dari mendapatkan bahan sampai kepada menyebarluaskan kepada khalayak" (2003;95).

Sementara Dalam buku Jurnalistik Indonesia karya **Sumandiria** menjelaskan bahwa Jurnalistik memiliki pengertian yakni : "Secara teknis, Jurnalistik adalah kegiatan, menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya." (2005:3).

Baksin, dalam bukunya yang berjudul "Jurnalistik Televisi Teori Dan Praktek", Adinegoro mengungkapkan bahwa : Jurnalistik itu adalah "kepandaian mengarang untuk memberi pekabaran selekas-lekasnya agar tersiar seluas-luasnya" (2006;47).

2.1.2.5.2. Produk Jurnalistik

Enam produk jurnalistik dijelaskan oleh **Sumadiria** dalam bukunya yang berjudul “Jurnalistik Indonesia” :

1. **Tajuk Rencana**
Tajuk Rencana atau editorial adalah opini berisi pendapat dan sikap resmi suatu media sebagai institusi penerbitan terhadap persoalan aktual, fenomenal, dan atau kontroversial yang berkembang dalam masyarakat.
2. **Karikatural**
Secara teknis jurnalistik, karikatur diartikan sebagai opini redaksi media dalam bentuk yang sarat dengan muatan kritik sosial dengan memasukan unsur kelucuan, anekdot, atau humor agar siapapun yang melihatnya bisa tersenyum, termasuk tokoh atau objek yang dikarikaturkan itu sendiri.
3. **Pojok**
Pojok adalah kutipan pernyataan singkat narasumber atau peristiwa tertentu yang dianggap menarik atau kontroversial, untuk kemudian dikomentari oleh pihak redaksi dengan kata-kata atau kalimat yang mengusik, menggelitik, dan ada kalanya reflektif.
4. **Artikel**
Artikel adalah tulisan lepas berisi opini seseorang yang mengupas tuntas suatu masalah tertentu yang sifatnya aktual dan atau kontroversial dengan tujuan untuk memberitahu (informatif), mempengaruhi dan meyakinkan (persuasif argumentatif), atau menghibur khalayak pembaca (rekreatif).
5. **Kolom**
Kolom adalah opini singkat seseorang yang lebih banyak menekankan aspek pengamatan dan pemaknaan terhadap suatu persoalan atau keadaan yang terdapat dalam masyarakat.
6. **Surat Pembaca**
Surat pembaca adalah opini singkat yang ditulis oleh pembaca dan dimuat dalam rubrik khusus pembaca.

2.1.2.5.3. Jenis-Jenis Jurnalistik

Dilihat dari segi bentuk dan pengolahannya dalam karya Sumadiria yang berjudul Jurnalistik Indonesia, jurnalistik dibagi menjadi tiga bagian, yaitu :

1. Jurnalistik Media Cetak, yang meliputi jurnalistik surat kabar

harian, jurnalistik surat kabar mingguan, jurnalistik tabloid mingguan, dan jurnal majalah.

2. Jurnalistik Auditif yaitu jurnalistik radio siaran.
3. Jurnalistik Media Elektronik Audiovisual yaitu jurnalistik televisi siaran dan jurnalistik media online (internet). (2006: 4-6).

Romli dalam bukunya yang berjudul **Jurnalistik Praktis** menjelaskan bahwa jenis-jenis jurnalistik meliputi :

1. *Jazz Journalism*, yaitu jurnalistik yang mengacu pada pemberitaan hal-hal sensasional, menggemparkan atau menggegerkan.
2. *Adversary Journalism*, yaitu jurnalistik yang membawa misi pertentangan, yakni beritanya sering menentang kebijakan pemerintahan atau penguasa.
3. *Government-say-sojournalism*, yaitu jurnalistik yang memberitakan apa saja yang disiarkan pemerintah layaknya koran pemerintah.
4. *Checkbook Journalism*, yaitu jurnalistik yang untuk memperoleh bahan harus memberi uang pada sumber berita.
5. *Alcohol Journalism*, yaitu jurnalistik liberal yang tidak menghargai urusan pribadi seseorang atau lembaga.
6. *Crusade Journalism*, yaitu jurnalistik yang memperjuangkan nilai-nilai tertentu.
7. *Electronic Journalism*, yaitu pengetahuan tentang berita-berita yang disiarkan melalui media massa modern seperti televisi, radio kaset, film, dan sebagainya.
8. *Junket Journalism* (jurnalistik foya-foya), yaitu praktik jurnalistik yang tercela, yakni wartawan yang mengadakan perjalanan yang berlebihan yang diingkosi di pengundang.
9. *Gutter Journalism* (jurnalistik got), yaitu teknik jurnalistik yang lebih menonjolkan pemberitaan tentang seks dan kejahatan.
10. *Gossip Journalis* (jurnalistik kasak-kusuk), yaitu jurnalistik yang lebih menekankan berita-berita kasak-kusuk dan isu yang kebenarannya masih sangat diragukan.
11. *Gossip Journalism* (jurnalistik pembangunan), yaitu jurnalistik yang mengutamakan peranan pers dalam rangka pembangunan nasional negara dan bangsanya. (1999:70)

2.1.2.6. Media Massa

2.1.2.6.1. Pengertian Media Massa

Media massa merupakan singkatan dari *media of mass communication*. Media massa adalah perantara atau alat-alat yang memungkinkan proses komunikasi yang dapat menjangkau massa sebanyak-banyaknya dan radius yang seluas-luasnya.

Menurut Cangara, menyebutkan bahwa:

“Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri adalah alat yang digunakan dalam penyampaian dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi.” (Cangara, 2010:123, 126)

Saat ini media massa seiring perkembangannya, memiliki peran yang sangat berpengaruh terhadap kehidupan manusia. Apalagi dengan munculnya media baru (*new media*) selain media cetak dan elektronik, yaitu media internet.

2.1.2.6.2. Efek Pesan Komunikasi Massa

Pesan pada komunikasi massa sudah pasti mempunyai efek yang sangat signifikan pada masyarakat luas. Beberapa efek pesan komunikasi massa menurut **Ardianto** dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** adalah :

- a. **Efek Kognitif**
- b. **Efek Afektif**
- c. **Efek Behavioral (2007:52)**

Efek Kognitif yaitu efek yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informative bagi dirinya. Efek Afektif ini berpengaruh lebih tinggi dari efek kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan sekedar memberitahu khalayak

tentang sesuatu, tetap lebih dari itu, khalayak diharapkan dapat merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah, dan lain sebagainya. Efek Behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan.

2.1.2.7. Film Sebagai Media Massa

Film sebagai media massa yang merupakan sebuah bentuk seni selain bertujuan untuk dinikmati, juga merupakan media yang efektif untuk penyadaran terhadap masyarakat. Kekuatan dan kemampuan film menjangkau banyak segmen sosial, hingga membuat para ahli sepakat bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi penontonnya. Sejak itu, merebaklah berbagai penelitian yang melihat dampak film terhadap masyarakat.

Budiono dalam Menafsir **Buruan Cium Gue** mengemukakan :

Film adalah media komunikasi seseorang atau sekelompok orang yang bermaksud menyampaikan pesan dan makna tertentu kepada para penonton melalui rangkaian gambar atau dasar skenario. (2004:21)

Film umumnya dibangun dengan banyak tanda. Tanda-tanda itu termasuk berbagai sistem tanda yang bekerja sama dengan baik dalam upaya mencapai efek yang diharapkan. **Sobur** dalam **Semiotika Komunikasi** berpendapat :

Yang paling penting dalam film adalah gambar dan suara ; kata yang diucapkan (ditambah dengan suara-suara lain yang mengiringi gambar-gambar) dan musik film. (2009:127-128)

Film merupakan suatu makna, sedangkan gambar merupakan bahasanya. Bahasa merupakan suatu sistem yang sistematis dan sistemis. Dalam bahasa terdapat subsistem-fonologi, gramatikal, dan leksikon-dunia bunyi dan dunia makna yang bertemu dan membentuk struktur. Diantara keduanya itu terdapatlah

konteks yang mempengaruhi keserasian sistem suatu bahasa. Konteks yaitu unsur di luar bahasa yang kemudian dikaji dalam pragmatik ini.

Seperti yang diungkapkan **Effendy** dalam **Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi:**

Film juga banyak digunakan sebagai alat bantu untuk memberikan suatu penjelasan, baik dari gambar maupun suaranya, ataupun dalam segi alur ceritanya. (2003:209)

Film adalah suatu media komunikasi massa yang digunakan bukan hanya sekedar sarana hiburan saja, melainkan dapat juga digunakan sebagai sarana penerangan dan pendidikan.

2.1.2.8. Film

2.1.2.8.1. Pengertian Film

Film sendiri merupakan salah satu alat komunikasi massa. Komunikasi yang tercipta melalui media film hanya berjalan satu arah kepada komunikan yaitu penonton. (Bayu Widagdo & Winastwan, 2004:2)

Tidak dapat dipungkiri bahwa antara film dan masyarakat memiliki sejarah yang panjang dalam kajian para ahli komunikasi. Film adalah tampilan gambar-gambar dan adegan bergerak yang disusun untuk menyajikan sebuah cerita pada penonton (Montgomery, 2005:342). Film memberikan pengalaman yang amat mengasyikkan. Film membuat orang tertahan, setidaknya, saat mereka menontonnya lebih intens ketimbang medium lainnya. (Bayu Widagdo & Winastwan, 2004:2)

Sementara itu, mengutip Budi Irawanto dalam buku *Film, Ideologi, dan Militer* menjelaskan bahwa:

dalam perspektif komunikasi massa, film dimaknai sebagai pesan-pesan yang disampaikan dalam komunikasi filmis, yang memahami hakikat, fungsi, dan efeknya. Perspektif ini memerlukan pendekatan yang terfokus pada film sebagai proses komunikasi. (1999:13)

Sebagai media massa, film digunakan sebagai media yang merefleksikan realitas, atau bahkan membentuk realitas. Cerita yang ditayangkan lewat film berbentuk fiksi atau non-fiksi. Lewat film, informasi dapat dikonsumsi dengan lebih mendalam karena film adalah media audio visual. Media ini banyak digemari orang karena dapat dijadikan sebagai hiburan dan penyalur hobi.

Kekuatan dan kemampuan film menjangkau banyak segmen sosial, lantas membuat para ahli berpendapat bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayak. Sejak itu, maka merebaklah berbagai penelitian yang hendak melihat dampak film terhadap masyarakat.

Irawanto yang dikutip dalam buku **Semiotika Komunikasi** mengatakan bahwa:

Menolak perspektif yang melihat film sebagai refleksi masyarakat. Maka film sebagai representasi dari realitas masyarakat, bagi Turner, berbeda dengan film sekedar sebagai refleksi dari realitas. Sebagai refleksi dari realitas, film sekedar “memindah” realitas ke layar tanpa mengubah realitas itu. Sementara itu, sebagai representasi dari realitas, film membentuk dan “menghadirkan kembali” realitas berdasarkan kode-kode, konvensi-konvensi. Dan ideologi dari kebudayaannya. (1999:14)

Pengertian diatas menjelaskan bahwa film yang diambil dari sebuah kisah nyata, harus sesuai dengan fakta-fakta yang ada di dalamnya tanpa menambah dan

mengurangi kenyataan yang terjadi di sana. Namun tetap dengan kode-kode, konvensi, dan ideologi dari kebudayaan yang ada di lingkungan film itu dibuat.

2.1.2.8.2. Jenis-Jenis Film

Seiring berkembangnya dunia perfilman, semakin banyak film yang diproduksi dengan corak yang berbeda-beda. Secara garis besar, film dapat diklarifikasikan berdasarkan cerita, orientasi pembuatan, dan berdasarkan genre.

Mengetahui jenis-jenis film agar sebagai seorang komunikator mampu memanfaatkan film tersebut sesuai dengan karakteristiknya. Terkadang, genre sebuah film bisa tergantung pada negara atau budaya sekitarnya. Misalnya saja genre “Samurai Cinema”, “Nazi Exploitation”, “German Underground Horror” dan “Film de femme” merupakan jenis film yang lebih populer di Eropa dari pada benua lainnya.

Di Indonesia sendiri juga beredar jenis-jenis film yang disepakati secara lokal, artinya jenis ini hanya ada di Indonesia saja. Meski kebanyakan pemisah jenis film ini hanya mengacu pada nama pameran seperti contohnya film Suzanna, film Warkop, film Benyamin S., atau Film Rhoma Irama. Di dunia Internasional, ini bisa disamakan dengan genre “Karl May Movies”, “Cinematic Style of Abbas Kiarostami” atau Poe Movie” yang sama-sama mengacu pada nama seseorang.

Keragaman jenis-jenis film ini juga disebabkan karena sebuah genre utama membuat turunan yang rumit. Misalnya, jenis film dokumenter yang ternyata bisa dipecah menjadi *Actuality Film*, *Docudrama*, *Docufiction*, atau *Travel Documentary*. Karena berbagai turunan itu, maka hingga kini secara umum dikenal

hampir 200 jenis film, belum termasuk genre lokal yang pasti akan sangat banyak sekali.

Namun secara umum, film bisa dibedakan menjadi beberapa jenis, antara lain:

1. Film Laga (*Action*)
2. Film Petualangan (*Adventure*)
3. Film Komedi (*Comedy*)
4. Film Kriminal (*Crime*)
5. Film Dokumenter (*Documentary*)
6. Film Fantasi (*Fantasy*)
7. Film Horor (*Horror*)

Di luar itu masih banyak genre utama yang lain, misalnya film musikal, film fiksi ilmiah, film porno, film olah raga, atau film perang. Bermunculannya sekian banyak turunan dari satu jenis film disebabkan oleh tidak sedikitnya jenis-jenis film yang saling berpotongan satu sama lain dan tidak bisa dikelompokkan ke dalam jenis khusus. Misalnya untuk film komedi yang mengandung unsur horor langsung dibuat genre horor komedi. Maka setelah itu, sebuah genre pun otomatis terbentuk.

2.1.2.8.3. Kategori Film

Danesi dalam bukunya yang berjudul **Pengantar Memahami Semiotika**

Media menjelaskan tiga kategori film, yakni sebagai berikut:

Tiga kategori utama dalam film adalah film fitur, film dokumentasi dan film animasi yang secara umum dikenal sebagai film kartun. Film fitur merupakan karya fiksi, yang strukturnya selalu berupa narasi, yang dibuat dalam tiga tahap post-produksi (*editing*). Film dokumenter merupakan film non fiksi yang menggambarkan situasi kehidupan nyata dengan setiap yang apa adanya, tanpa persiapan, langsung kepada kamera atau pewawancara. Film animasi merupakan film

dengan pemakaian teknik ilusi gerak serangkaian gambaran benda dua atau tiga dimensi. (2010:134)

2.1.2.8.4. Karakteristik Film

Danesi dalam bukunya yang berjudul **Pengantar Memahami Semiotika**

Media menjelaskan tiga kategori film, yakni sebagai berikut:

Tiga kategori utama dalam film adalah film fitur, film dokumentasi dan film animasi yang secara umum dikenal sebagai film kartun. Film fitur merupakan karya fiksi, yang strukturnya selalu berupa narasi, yang dibuat dalam tiga tahap post-produksi (*editing*). Film dokumenter merupakan film non fiksi yang menggambarkan situasi kehidupan nyata dengan setiap yang apa adanya, tanpa persiapan, langsung kepada kamera atau pewawancara. Film animasi merupakan film dengan pemakaian teknik ilusi gerak serangkaian gambaran benda dua atau tiga dimensi. (2010:134)

Dari pernyataan Danesi di atas, dapat disimpulkan bahwa kategori film ditentukan berdasarkan konten di dalam film dan proses pembuatannya. Selain itu, kategori film ditentukan berdasarkan jenis film atau genre film sesuai dengan tujuan dari masing-masing film.

2.1.2.8.5. Genre-Genre Film

Pembuatan film menggunakan bahan dari novel, vaudeville, sirkus, dan berbagai sumber sebagai skenario di dalam film mereka tetapi mereka juga menciptakan genre mereka sendiri yang tetap mempengaruhi pembuatan film.

Danesi menyebutkan genre-genre film yang paling populer dalam bukunya, **Pengantar Memahami Semiotika Media**, sebagai berikut:

1. **Drama Kriminal:** seperti *Little Caesar* (1930).
2. **Fiksi Ilmiah:** seperti *A Trip To The Moon* (1902).
3. **Animasi:** seperti *Snow White and Seven Dwarfs* (1937).
4. **Komedi:** seperti *It Happened One Night* (1934).
5. **Drama Karakter:** seperti *Citizen Kane* (1941).

6. **Drama Sejarah:** seperti *Intolerance* (1916).
7. **Dokumenter:** seperti *Nanook Of The North* (1921).
8. **Film Detektif:** seperti *The Maltese Falcon* (1941).
9. **Film Suspense:** seperti *M* (1931).
10. **Film:** seperti *Kingkong* (1933).
11. **Film Horor:** seperti *Nesferatu* (1922) dan *Dracula* (1931).
12. **Film Musik:** seperti *Flying Down to Rio* (1933) dan *The Wizard of Oz* (1931).
13. **Film Perang:** seperti *Birth of A Nation* (1915) dan *Wings* (1931).
14. **Aksi-Petualangan:** seperti *Thief of Bhagdad* (1921).
15. **Film Noir:** seperti *Double Indemnity* (1944).
16. **Western:** seperti *The Great Train Robbery* (1903).
17. **Roman:** seperti *The Sheik* (1921).
18. **Melodrama:** seperti *The Perils of Pauline* (1914).

Seiring perkembangan zaman, genre di dalam film pun ikut berkembang dengan cepat. Genre di dalam film dapat dikatakan mengalami metamorfosis dengan “membelah diri” dan membentuk sub-genre. Genre di dalam film juga dapat saling bercampur, biasanya sering disebut dengan istilah mix-genre. Seperti diungkapkan oleh Gerzon (2008), pada saat ini sangat sulit membendung terbentuknya genre-genre baru yang muncul dari genre yang sudah ada atau karena kebutuhan lain.

2.1.2.8.6. 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 biasa ditemukan dalam ajang penghargaan atau festival film. **Sumarno** dalam bukunya yang berjudul **Dasar-Dasar Apresiasi Film**, menyebutkan unsure-unsur film yakni :

- a. **Sutradara**
- b. **Penulis Skenario**
- c. **Juru Kamera (Cameramen)**
- d. **Penata Artistic**

- e. **Penata Suara**
- f. **Penata Musik**
- g. **Pemeran (1996:31-84)**

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

Penulis scenario 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 scenario 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 artistic 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 system rekaman. Proses rekaman suatu film, sama pentingnya pada saat pengeditan atau penyuntingan.

Musik menjadi sangat penting dalam dunia perfilman sekarang, hamper 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 music 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 acting seorang pemeran film. Karena itulah penampilan actor dan aktris gemerlap, gaya hidup mereka menyemarakkan dunia produksi film. Kehidupan mereka diekspos banyak media untuk diberitakan ke khalayak luas.

2.1.2.9. Film Dokumenter

2.1.2.9.1. Sejarah Singkat Film Dokumenter

Dalam buku Gerzon R. Ayawaila (2008) menjelaskan, pada tahun 1877, Muybridge bekerja sama dengan John D. Issacs seorang insinyur mencoba kembali dengan menggunakan 24 kamera foto yang disejajarkan kemudian kamera-kamera tersebut dihubungkan dengan alat elektronik baterai. Percobaan ini pun berhasil karena dengan baik gerakan kuda dapat terlihat walau dengan menggunakan kamera foto.

Pada tahun 1888 *Louis Aime Augustin Le Prince (Louis Le Prince)* mendokumentasikan atau merekam suatu adegan untuk pertama kalinya menggunakan kamera film (*single lens camera projector*). Film yang dibuatnya adalah *Roundhay Garden scene* yang menggambarkan sekumpulan orang di Inggris berjoget disebuah taman yang bernama taman Roundhay. Film ini juga dianggap sebagai film pertama yang dibuat oleh manusia dengan menggunakan kamera film.

Pada tahun 1895, Lumiere Brothers yaitu dua bersaudara yang bernama Auguste Marie Louise Lumiere dan Louis Jean Lumiere dikatakan sebagai pelopor film dokumenter. Lewat proyektor ciptaan mereka, Lumiere Bersaudara memutar film dokumenter buatan mereka di berbagai tempat. Era film komersil dimulai pada masa Lumiere bersaudara. Di mana mereka dianggap sebagai pelopor awal usaha bioskop keliling yang memutar film-film nonfiksi dan film pendek.

2.1.2.9.2. Definisi Film Dokumenter

Bila dilihat secara umum dokumenter sendiri sebenarnya adalah salah satu bagian dari tema dalam genre film. Sedangkan secara khusus, film dokumenter sendiri dikenal sebagai sebuah media yang bersifat propaganda pemerintah. Sejalan dengan perkembangan film dokumenter dari masa ke masa. Sejak era film bisu, film dokumenter berkembang dari bentuk yang sederhana menjadi semakin kompleks dengan jenis dan fungsi yang semakin bervariasi. Inovasi teknologi kamera dan suara memiliki peran penting bagi perkembangan film dokumenter itu sendiri.

Menurut Gerzon R. Ayawaila (2008) dalam bukunya menjelaskan, film dokumenter adalah film yang mendokumentasikan atau mempresentasikan

kenyataan. Maksudnya adalah apa saja yang kita rekam memang berdasarkan fakta yang ada, namun dalam penyajiannya kita juga dapat memasukkan pemikiran-pemikiran kita. Hal ini mengacu pada teori-teori sebelumnya seperti Steve Blandford, Barry Grant dan Jim Hillier, dalam buku *The Film Dictionary* menyatakan bahwa film dokumenter memiliki subyek yang berupa masyarakat, peristiwa, atau situasi yang benar-benar terjadi di dunia realita dan di luar dunia sinema.

2.1.3. Kerangka Teoretis

2.1.3.1. Teori Konstruksi Sosial

Membahas teori konstruksi atas realitas, tentu tidak bisa terlepas dari bangunan teoritik yang telah dikemukakan oleh **Peter L. Berger** yang merupakan sosiolog dari *New School For Social Research, New York*, serta **Thomas Luckman** yang merupakan sosiolog dari *University of Frankfurt*. Teori konstruksi sosial sejatinya dirumuskan oleh kedua akademis ini sebagai satu kajian teoritis dan sistematis mengenai sosiologi pengetahuan.

Berger dan Luckman dalam bukunya *The Social Construction of Reality* yang diterjemahkan oleh **Hasan Basri** menjelaskan bahwa teori konstruksi sosial adalah:

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 yang diakui memiliki keberadaan (being)nya sendiri sehingga tidak tergantung kepada hendak manusia,

sedangkan pengetahuan adalah kepastian bahwa fenomena itu nyata (real) dan memiliki karakteristik yang spesifik. (1990:1)

Sosiologi pengetahuan yang dikembangkan Berger dan Luckman, mendasar pengetahuan dalam dunia kehidupan sehari-hari sebagai kenyataan. Bagi mereka, kenyataan kehidupan dianggap menampilkan diri sebagai kenyataan *par excellence* sehingga disebut sebagai kenyataan utama (*paramount*).

Berger dan **Luckman** menyatakan dunia kehidupan sehari-hari menampilkan diri sebagai kenyataan yang ditafsirkan dalam dunia kehidupan sehari-hari merupakan suatu kenyataan seperti yang dialaminya. (Basri,1990:28)

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

Melalui konstruksi sosial media massa, realitas iklan televisi dalam masyarakat kapitalistik, teori dan pendekatan konstruksi sosial dan realitas Berger dan Luckman telah direvisi dengan melihat variabel atau fenomena media massa menjadi sangat substansi dalam proses eksternalisasi, subjektivitas, dan internalisasi. Dengan demikian, sifat-sifat dan kelebihan media massa telah memperbaiki kelemahan proses konstruksi sosial atas realitas yang berjalan lambat itu.

Substansi teori konstruksi realitas adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan amat cepat dan tersebar merata. Realitas yang berkonstruksi itu juga membentuk opini massa, massa cenderung apriori dan sinis.

Posisi konstruksi sosial adalah mengkonstruksi kelemahan dan melengkapi konstruksi sosial atas realitas, dengan menempatkan seluruh kelebihan media massa dan efek media massa pada keunggulan konstruksi sosial media atas konstruksi sosial realitas.

2.1.3.2. Semiotika

Awalnya, konsep semiotik diperkenalkan oleh Ferdinand de Saussure melalui dikotomi sistem tanda: *signified* dan *signifier* atau *signifie* dan *signifiant* yang bersifat atomistik. Konsep ini melihat bahwa makna muncul ketika ada hubungan yang bersifat asosiasi atau *in absentia* antara ‘yang ditandai’ (*signified*) dan ‘yang menandai’ (*signifier*). Tanda adalah kesatuan dari suatu bentuk penanda dengan sebuah ide atau petanda. Dengan kata lain, penanda adalah “bunyi yang bermakna” atau “coretan yang bermakna”. Jadi, penanda adalah aspek material dari bahasa yaitu apa yang dikatakan atau didengar dan apa yang ditulis atau dibaca. Petanda adalah gambaran mental, pikiran, atau konsep. Jadi, petanda adalah aspek mental dari bahasa (Bertens, 2001:180).

Terdapat tiga bidang kajian dalam semiotika: pertama, *semiotika komunikasi* yang menekuni tanda sebagai bagian dari proses komunikasi. Artinya, di sini tanda hanya dianggap tanda sebagaimana yang dimaksudkan pengirim dan sebagaimana yang diterima oleh penerima. Dengan kata lain, semiotika komunikasi memperhatikan denotasi suatu tanda. Pengikut aliran ini adalah Buysens, Prieto, dan Mounin.

Kedua, *semiotika konotasi*, yaitu yang mempelajari makna konotasi dari tanda. Dalam hubungan antar manusia, sering terjadi tanda yang diberikan

seseorang dipahami secara berbeda oleh penerimanya. Semiotika konotatif sangat berkembang dalam pengkajian karya sastra. Tokoh utama yang menekuni makna kedua di balik bentuk tertentu adalah Roland Barthes.

Ketiga, *semiotika ekspansif* dengan tokohnya yang paling terkenal ialah Julia Kristeva. Dalam semiotika jenis ini, pengertian tanda kehilangan tempat sentralnya karena digantikan oleh pengertian produksi arti. Tujuan semiotika ekspansif adalah mengejar ilmu total dan bermimpi menggantikan filsafat.

2.2. Kerangka Pemikiran

2.2.1. Semiotika Roland Barthes

Roland Barthes adalah pengikut Saussurean yang berpandangan bahwa sebuah sistem sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu. Semiotik, atau dalam istilah Barthes semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai (*to signify*), 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 dikomunikasikan, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda. (2006:53)

Salah satu wilayah penting yang dirambah Barthes dalam studinya tentang tanda adalah peran pembaca (*the reader*). Konotasi, walaupun merupakan sifat asli tanda, membutuhkan keaktifan pembaca agar dapat berfungsi. Barthes secara lugas mengulas apa yang sering disebutnya sebagai sistem pemaknaan tataran ke-dua ini

oleh Barthes disebut dengan konotatif, yang di dalam bukunya, “*Mythologies*”, secara tegas ia bedakan dari denotatif atau sistem pemaknaan tataran pertama.

Tabel 1.2. Peta Tanda Semiotika Roland Barthes

1. Signifier (penanda)	2. Signified (petanda)	
3. Denotative Sign (tanda denotatif)		
4. CONNOTATIVE SIGNIFIER (PENANDA KONOTATIF)	5. CONNOTATIVE SIGNIFIED (PETANDA KONOTATIF)	
6. CONNOTATIVE SIGN (TANDA KONOTATIF)		

(Sumber: Alex Sobur, 2004. *Semiotika Komunikasi*, hal. 69)

2.2.1.2. Denotasi dan Konotasi

Dalam semiologi, makna denotasi dan konotasi memegang peranan penting jika dibandingkan peranannya dalam ilmu linguistik. Makna denotasi bersifat langsung, yaitu makna khusus yang terdapat dalam suatu tanda, dan pada intinya dapat disebut juga sebagai gambaran sebuah petanda. Dalam pengertian umum, makna denotasi adalah makna sebenarnya. Denotasi ini biasanya mengacu pada penggunaan bahasa dengan arti yang sesuai dengan makna apa yang terucap.

Sedangkan makna konotatif, akan sedikit berbeda dan akan dihubungkan dengan kebudayaan yang tersirat dalam pembungkusnya, tentang makna yang terkandung di dalamnya. Konotasi digunakan Barthes untuk menjelaskan salah satu dari tiga cara kerja tanda dalam tataran petanda kedua. Konotasi memberikan gambaran interaksi yang berlangsung apabila tanda bertemu dengan emosi pengguna dan nilai-nilai kulturalnya bagi Barthes, faktor penting pada konotasi adalah penanda dalam tataran pertama. Penanda tataran pertama adalah konotasi.

Konotasi bekerja pada level subjektif, oleh karena itu manusia seringkali tidak menyadarinya.

2.2.1.3. Mitos

Cara kedua dari tiga cara Barthes mengenai bekerjanya tanda dalam tataran kedua adalah melalui mitos. Mitos berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. Barthes menggunakan mitos sebagai orang yang percaya, dalam artiannya yang orisinal.

Mitos merupakan tipe wicara, sebab mitos merupakan sistem komunikasi, yakni sebuah pesan. Hal ini membenarkan seseorang untuk berprasangka bahwa mitos tidak bisa menjadi sebuah objek, konsep atau ide: mitos adalah cara pemakaian sebuah bentuk. Sebab mitos adalah tipe wicara, maka segala sesuatu bisa menjadi mitos asalkan disajikan oleh sebuah wacana.

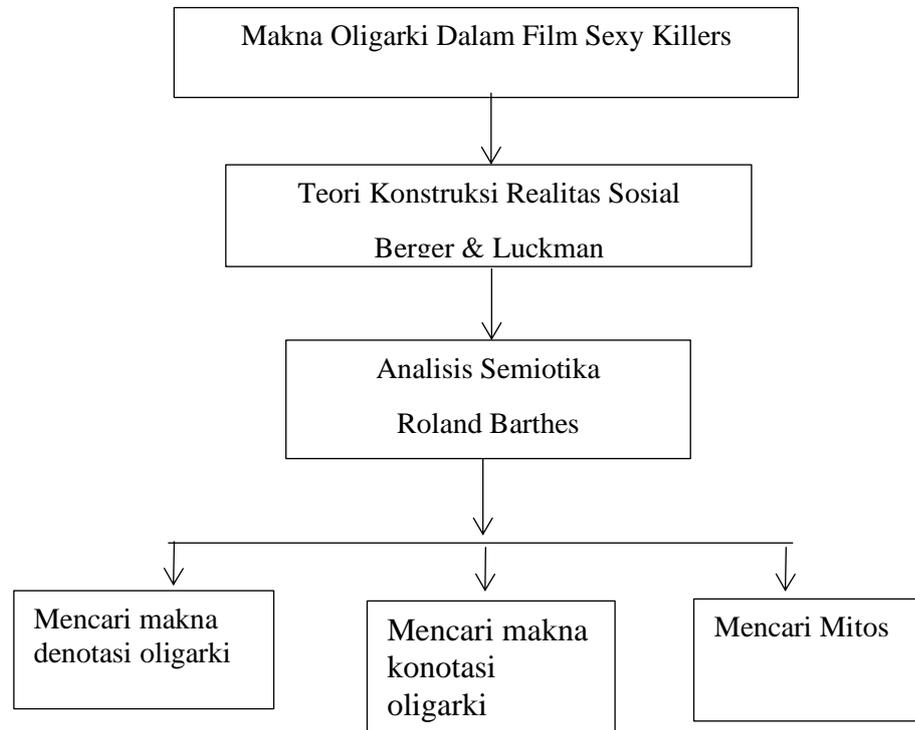
Secara teknis, Barthes menyebutkan bahwa mitos merupakan urutan kedua dari sistem semiologi di mana tanda-tanda dalam urutan pertama pada sistem itu (yaitu kombinasi antara penanda dan petanda) menjadi penanda dalam sistem kedua.

Jadi, makna konotasi dari beberapa tanda akan menjadi semacam mitos atau mitos petunjuk (dan menekan makna-makna). Sehingga makna konotasi dalam banyak hal merupakan sebuah perwujudan yang sangat berpengaruh. Konotasi dan mitos merupakan cara pokok tanda-tanda berfungsi dalam tataran kedua petandaan, yakni tatanan tempat berlangsungnya interaksi antara tanda dan pengguna atau budayanya yang sangat aktif.

Aspek lain dalam mitos yang ditekankan Barthes adalah dinamismenya. Mitos berubah dan beberapa di antaranya dapat berubah dengan cepat guna memenuhi kebutuhan perubahan dan nilai-nilai kultural di mana mitos itu sendiri menjadi bagian dari kebudayaan tersebut. Oleh karena itu penggunaan mitos di sini tidaklah menunjuk pada mitologi dalam pengertian sehari-hari, seperti halnya cerita-cerita tradisional, melainkan sebuah cara pemaknaan (dalam bahasa adalah tipe wicara).

Pada dasarnya semua hal bisa menjadi mitos. Satu mitos timbul untuk sementara waktu dan tenggelam untuk waktu yang lain karena digantikan oleh berbagai mitos lain.

Mitos menjadi pegangan atas tanda-tanda yang hadir dan menciptakan fungsinya sebagai penanda pada tingkatan yang lain. Mitos oleh karenanya bukanlah tanda yang tidak berdosa, netral, melainkan menjadi penanda untuk memainkan pesan-pesan tertentu yang boleh jadi berbeda sama sekali dengan makna asalnya. Kendati demikian, kandungan makna mitologis tidaklah dinilai sebagai sesuatu yang salah ('mitos' diperlawankan dengan 'kebenaran'). Cukuplah dikatakan bahwa praktik penandaan seringkali memproduksi mitos. Produksi mitos dalam teks membantu pembaca untuk menggambarkan situasi sosial budaya, mungkin juga politik yang ada disekelilingnya. Bagaimanapun mitos juga mempunyai dimensi tambahan yang disebut naturalisasi. Melaluinya sistem makna menjadi masuk akal dan diterima apa adanya pada suatu masa, mungkin tidak untuk masa yang lain.



Gambar 2.1. Bagan Kerangka Pemikiran

(Sumber: Berger & Luckman., Roland Barthes., Hasil modifikasi peneliti dan pembimbing, 2019.)