

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Pada setiap penelitian, tentu saja ada penelitian terlebih dahulu yang diterbitkan. Bagian pembahasan ini, peneliti lakukan untuk menjadikan perbandingan antara peneliti dengan peneliti terdahulu yang sejenis dan menjadikan referensi oleh peneliti untuk mengerjakan penelitian dan lebih memperkaya teori yang digunakan. Peneliti mendapatkan beberapa review dari penelitian yang peneliti kerjakan. Berikut merupakan penelitian tersebut:

1. Skripsi milik Arvi Arviansyah (2019) Universitas Pasundan dengan judul Analisis Semiotika Pesan Moral Dalam Film “PK”. Skripsi ini menggunakan Teori Semiotika dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana penanda (*Signifier*) dan penanda (*Signified*) yang terdapat pada film “PK”. Serta mengetahui konstruksi realitas sosial yang ada dalam kehidupan masyarakat sebenarnya.
2. Skripsi milik Anggun Yurinda (2017) Universitas Pasundan dengan judul Analisis Semiotika Tokoh Utama Wanita Dalam Film “La La Land”. Skripsi ini menggunakan Analisis Semiotika dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana penanda (*Signifier*) dan penanda (*Signified*) yang terdapat pada film “La La Land”. Serta mengetahui interpretasi realitas sosial dalam tanda pada adegan-adegan film dan juga untuk mengetahui pesan moral pada film tersebut.

3. Skripsi milik Arief Nugraha (2017) Universitas Pasundan dengan judul Analisis Semiotika pada film “Filosofi Kopi”. Skripsi ini menggunakan Teori Semiotika dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana makna dari tanda (*Representament*), acuan tanda (*Object*), dan penggunaan tanda (*Interpretant*) pada film “Filosofi Kopi”.
4. Skripsi milik Muhammad Nur Rahmatullah (2019) Universitas Telkom dengan judul Representasi Feminisme dalam Film “*Snow White and The Huntsman*”. Skripsi ini menggunakan Teori Semiotika dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana representasi kekerasan, marginalisasi, dan subordinasi dalam Film “*Snow White and The Huntsman*”.
5. Skripsi milik Rita Kurniawati (2017) Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah dengan judul Analisis Semiotika Film “*The Visitor*”. Skripsi ini menggunakan penelitian kualitatif. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana denotasi, konotasi, dan mitos serta pesan yang terkandung dalam Film “*The Visitor*”.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama dan Judul Penelitian	Teori Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Arvi Arviansyah (2019), Universitas Pasundan dengan judul Analisis Semiotika Pesan Moral Dalam Film “PK”	Teori Konstruksi Realitas Sosial (Peter L. Berger and Thomas Luckman)	Kualitatif	Menggunakan teori dan metode penelitian yang sama.	Subjek penelitian yang dilakukan adalah membahas semiotika film “PK”. Menggunakan model analisis Semiotika dari Ferdinand de Saussure.
Anggun Yurinda (2017) Universitas Pasundan dengan judul Analisis Semiotika Tokoh Utama Wanita Dalam Film “La La Land”	Teori Konstruksi Realitas Sosial (Peter L. Berger and Thomas Luckman)	Kualitatif	Menggunakan teori dan metode penelitian yang sama.	Subjek penelitian yang dilakukan adalah membahas semiotika film ”La La Land”. Menggunakan model analisis Semiotika dari Ferdinand de Saussure.
Arief Nugraha (2017) Universitas Pasundan dengan judul Analisis Semiotika pada film	Teori Konstruksi Realitas Sosial (Peter L. Berger and Thomas Luckman)	Kualitatif	Menggunakan teori dan metode penelitian yang sama.	Subjek penelitian yang dilakukan adalah membahas semiotika film “Filosofi Kopi”.

“Filosofi Kopi”				
Muhammad Nur Rahmatullah (2019) Universitas Telkom dengan judul “Representasi Feminisme dalam Film <i>Snow White and The Huntsman</i> ”	Teori Feminisme	Kualitatif	Menggunakan metode penelitian yang sama.	Subjek penelitian yang dilakukan adalah membahas feminisme semiotika film “ <i>Snow White and The Huntsman</i> ”.
Rita Kurniawati (2017) Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah dengan judul “Analisis Semiotika Film <i>The Visitor</i> ”	Teori Komunikasi Non Verbal	Kualitatif	Menggunakan teori dan metode penelitian yang sama.	Subjek penelitian yang dilakukan adalah membahas semiotika film “Analisis Semiotika Film <i>The Visitor</i> ”. Menggunakan model analisis Semiotika dari Rolland Barthes

Sumber: Peneliti 2020

2.1.2 Kerangka Konseptual

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi adalah hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok. Dalam kehidupan sehari-hari di sadari atau tidak komunikasi adalah bagian dari kehidupan itu sendiri. Komunikasi adalah interaksi yang dilakukan seseorang dengan seseorang yang lain baik verbal maupun non

verbal dan dilakukan minimal oleh dua orang dalam ketertarikan yang sama atau bisa di artikan juga sebagai kegiatan untuk menarik perhatian orang lain.

Komunikasi menurut Everret M. Rogers seperti yang dikutip Onong U Effendy, segala perilaku dapat disebut komunikasi jika melibatkan dua orang atau lebih. Richard dan Yoshida mengatakan bahwa komunikasi terjadi jika setidaknya suatu sumber membangkitkan respon kepada penerima melalui penyampaian suatu pesan dalam bentuk tanda atau symbol, baik bentuk verbal ataupun non verbal tanpa harus memastikan terlebih dahulu kepada pihak yang berkomunikasi pada suatu system symbol yang sama (Mulyana, 2007). Komunikasi adalah proses berbagi makna melalui perilaku verbal maupun non verbal. Sedangkan menurut Carl I. Hovland, ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap (Effendy, 2006:10).

Carl I. Hovland mengemukakan pendapatnya mengenai komunikasi yaitu proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunike) (dalam Mulyana, 2012 : 68).

Lasswell kemudian menyatakan bahwa komunikasi adalah cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut: “Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?” Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana? (dalam Mulyana, 2012 : 69).

2.1.2.2 Proses Komunikasi

A. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator pada komunikan. Bahasa yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi karena hanya bahasalah yang mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain.

Kial (*gesture*) memang dapat menerjemahkan pikiran seseorang sehingga terekspresikan secara fisik. Akan tetapi, menggapaikan tangan, atau memainkan jari-jemari, atau mengedipkan mata, atau menggerakkan anggota tubuh lainnya hanya dapat mengkomunikasikan hal-hal tertentu saja.

Isyarat dengan menggunakan alat seperti tongtong, bedug, sirene, dan lainlain serta warna yang mempunyai makna tertentu. Kedua lambang itu amat terbatas kemampuannya dalam mentransmisikan pikiran seseorang dengan orang lainnya. Gambar sebagai lambang yang banyak dipergunakan dalam komunikasi memang melebihi kial, isyarat dan warna dalam hal menerjemahkan pikiran seseorang, tetapi tetap tidak melebihi bahasa. Akan tetapi, demi komunikasi yang efektif, lambanglambang tersebut sering dipadukan penggunaannya. Dalam kehidupan sehari-hari bukankah hal yang luar biasa apabila kita terlibat dalam komunikasi yang menggunakan bahasa disertai gambar-gambar berwarna.

B. Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. (Effendy, 2006).

2.1.2.3 Tipe Komunikasi

Menurut Dedy Mulyana pada buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar terdapat beberapa tipe komunikasi yang disepakati oleh para pakar, yaitu:

- a. Komunikasi Intrapribadi
Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik kita sadari atau tidak.
- b. Komunikasi Antarpribadi
Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal atau nonverbal.
- c. Komunikasi Kelompok
Komunikasi kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lainnya untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut.
- d. Komunikasi Publik
Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak) yang tidak bisa dikenal satu persatu.
- e. Komunikasi Organisasi
Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok.
- f. Komunikasi Massa (*Mass Communication*)

Komunikasi Massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak atau elektronik. (2005:72-75).

2.1.2.4 Definisi Komunikasi Massa

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

Dalam Komunikasi Massa: Suatu Pengantar karya Ardianto dan Komala dijelaskan definisi dari Komunikasi Massa adalah sebagai berikut:

Pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*Mass communication is messages communicated through a mass medium to large number of people*). (Rakhmat dkk. 1999).

Sedangkan dalam buku Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek karangan Effendi komunikasi massa memiliki pengertian yaitu:

“Komunikasi yang menggunakan media massa.” (1984: 20)

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

2.1.2.5 Ciri-ciri Komunikasi Massa

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

- a. Komunikasi massa berlangsung satu arah.
- b. Komunikator pada komunikasi massa terlembaga.
- c. Pesan bersifat umum.
- d. Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan.
- e. Komunikasi massa bersifat heterogen.
- f. Umpan balik tertunda. (2004:35).

2.1.2.6 Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi dari komunikasi massa dijelaskan Dominic (2001) dan dikutip oleh Elvinaro Ardianto dan Komala dalam buku *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* yaitu:

- a. *Sureilance* (Pengawasan)
- b. *Interpretation* (Penafsiran)
- c. *Linkage* (Pertalian)
- d. *Transmission of Value* (Penyebaran Nilai-Nilai)
- e. *Erntertainment* (Hiburan)

Manfaat yang begitu besar dari komunikasi massa harusnya patut kita syukuri dengan memanfaatkannya serta mengembangkannya komunikasi massa tersebut sebaik mungkin, agar dengan komunikasi massa ini interaksi antar masyarakat satu bangsa bisa terjalin dengan baik sesuai dengan tujuan dari komunikasi massa itu sendiri.

2.1.2.7 Definisi Jurnalistik

Pengertian jurnalistik baik oleh pakar maupun pengertian yang diutarakan oleh praktisi. Istilah jurnalistik berasal dari bahasa Belanda "*journalistiek*" atau dalam bahasa Inggris "*journalism*" yang bersumber pada perkataan "*journal*" sebagai terjemahan dari bahasa Latin "*diurnal*" yang berarti "harian" atau "setiap hari". Hal itu dapat diartikan suatu peristiwa yang mempunyai fakta dan kemudian dikemas menjadi sebuah laporan yang dapat diinformasikan kepada khalayak.

Pencarian, penyeleksian, dan pengolahan informasi yang mengandung nilai berita dan unsur berita dapat dibuat menjadi karya jurnalistik, dan media yang digunakan sangat beragam, baik menggunakan media massa cetak, maupun media massa elektronik, dan internet mengolah suatu fakta menjadi berita memerlukan keahlian, kejelian dan keterampilan tersendiri, yaitu keterampilan jurnalistik.

Pengertian jurnalistik menurut pendapat Romli dalam buku Jurnalistik Praktis mengemukakan:

Jurnalistik dapat dipahami sebagai proses kegiatan meliput, membuat dan menyebarkan peristiwa yang bernilai berita (*news*) dan pandangan (*views*) kepada khalayak melalui saluran media massa baik cetak maupun elektronik. Sedangkan pelakunya disebut jurnalis atau wartawan. (2001:70)

Dari berbagai literatur, dapat dikaji bahwa definisi jurnalistik adalah suatu pengelolaan laporan harian yang menarik minat khalayak mulai dari peliputan sampai penyebaran kepada masyarakat melalui media massa baik cetak maupun elektronik.

Kegiatan jurnalistik memiliki prinsip-prinsip hal ini juga dijelaskan dalam karya Sudirman Tebba, *Jurnalistik Baru* yaitu:

- a. Tidak boleh memasukkan opini pribadi
- b. Berita yang disajikan hanya fakta yang mengandung kebenaran.
- c. Unsur 5W+1H tetap ada.
- d. Penulisan berita harus tepat, ringkas, jelas, sederhana dan dapat dipercaya.
- e. Naskah beirta harus lugas dan mengandung daya gerak (2005:3).

Proses jurnalistik adalah setiap kegiatan mencari, mengumpulkan, menyeleksi, dan mengolah informasi yang mengandung nilai berita, serta menyajikan pada khalayak melalui media massa periodik, baik cetak maupun elektronik.

2.1.2.8 Bentuk Jurnalistik

Menurut Sumadiria dalam karyanya *Jurnalistik Indonesia*, dilihat dari segi bentuk dan pengolahannya, jurnalistik dibagi dalam tiga bagian besar yaitu:

- a. **Jurnalistik Media Cetak**
Jurnalistik media cetak meliputi, jurnalistik surat kabar harian, jurnalistik surat kabar mingguan, jurnalistik tabloid mingguan, dan jurnal majalah.
- b. **Jurnalistik Auditif**
Jurnalistik auditif yaitu jurnalistik radio siaran
- c. **Jurnalistik Media Elektronik Audio Visual**
Jurnalistik media elektronik audio visual adalah jurnalistik televisi siaran dan jurnalistik media online (*internet*), (2005:4).

Jenis-jenis jurnalistik yang telah disebutkan di atas, dapat diketahui jurnalistik mengandung aliran-aliran sendiri yang beragam jenisnya. Hal ini terjadi karena perbedaan visi misi, tujuan dan kepentingan tersendiri dalam tubuh masing-masing media.

2.1.2.9 Definisi Film

Pengertian Film adalah gambar bergerak. Film dikenal sebagai *movie*, gambar hidup, film teater atau foto bergerak, merupakan serangkaian gambar diam, yang ketika ditampilkan pada layar akan menciptakan ilusi gambar bergerak. Analisis Semiotika film dan komunikasi arif budi prasetya. Film berperan sebagai sarana baru yang digunakan untuk menyebarkan hiburan yang sudah menjadi kebiasaan terdahulu, serta menyajikan cerita, peristiwa, musik, drama, lawak, dan sajian teknik lainnya kepada masyarakat umum (McQuail, 1994:3). Masyarakat pasti mengenal apa yang dinamakan dengan film. Film telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Sejak kemunculannya yang pertama berupa gambar bergerak berwarna hitam putih, hingga saat ini diproduksi film dengan konsep tiga dimensi (3D) yang menggunakan teknologi canggih.

Film merupakan salah satu bentuk media massa *audio visual* yang sudah dikenal oleh masyarakat. Khalayak menonton film tentunya adalah untuk mendapatkan hiburan se usai bekerja, beraktivitas atau hanya sekedar untuk mengisi waktu luang. Akan tetapi dalam film dapat terkandung fungsi informative maupun edukatif, bahkan persuasif (Ardiyanto, 2007:145). Film dapat mempengaruhi setiap orang yang menontonnya, baik secara persepsi, ekspresi, perasaan, hingga tingkah laku.

Danesi menjelaskan film dalam bukunya yang berjudul *Semiotika Media* sebagai berikut:

Pada tingkat penanda, film merupakan sebuah teks yang membuat serangkaian citra dan mengakibatkan adanya ilusi gerak dan tindakan dalam kehidupan nyata. Sedangkan dalam tingkat pertanda, film merupakan cermin kehidupan metaforis. (2010: 134)

Definisi tersebut menjelaskan bahwa topik yang diangkat dalam sebuah film dapat dijadikan pokok pembahasan semiotika media karena di dalam jenis film terdapat sistem signifikasi yang ditanggapi orang-orang masa kini dan melalui film mereka mencari hiburan, inspirasi, dan wawasan.

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

Film (gambar bergerak) adalah bentuk dominan dari komunikasi massa visual dibelahan dunia ini. Lebih dari ratusan juta orang menonton film bioskop, film televisi dan film video laser setiap minggunya. (2007: 143)

Kekuatan film dalam mempengaruhi khalayak terdapat dalam mempengaruhi khalayak terdapat dalam aspek *audio visual* yang terdapat di dalamnya, juga kemampuan sutradara dalam menggarap film tersebut sehingga tercipta sebuah cerita yang menarik dan membuat khalayak terpengaruh. Cerita yang ditayangkan melalui sebuah film dapat berbentuk fiksi dan non fiksi. Melalui sebuah film, informasi dapat dikonsumsi dengan mendalam karena bentuk film adalah *audio visual*. Media film ini menjadi banyak digemari orang karena dapat dijadikan sebagai hiburan.

2.1.2.10 Jenis-Jenis Film

Film merupakan salah satu alat komunikasi dalam *audio* dan *visual*, serta memiliki berbagai jenis. Effendy dalam bukunya yang berjudul Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi membedakan jenis-jenis film sebagai berikut:

1. Film Cerita (*Story Film*)
2. Film Berita (*Newsreel*)
3. Film Dokumenter
4. Film Kartun (*Cartoon Film*). (Effendy, 2003: 210-2017)

2.1.2.11 Unsur-Unsur Film

Film merupakan hasil karya bersama atau hasil kerja kolektif. Dengan kata lain, proses pembuatan film pasti melibatkan kerja sejumlah unsur atau profesi. Unsur-unsur yang dominan di dalam proses pembuatan film antarlain: produser, sutradara, penulis skenario, penata kamera (kameramen), penata artistik, penata musik, editor, pengisi dan penata suara, aktor-aktris (bintang film).

A. Produser

Unsur paling utama (tertinggi) dalam suatu tim kerja produksi atau pembuatan film adalah produser. Karena produserlah yang menyanggah atau mempersiapkan dana yang dipergunakan untuk pembiayaan produksi film. Produser merupakan pihak yang bertanggungjawab terhadap berbagai hal yang diperlukan dalam proses pembuatan film. Selain dana, ide atau gagasan, produser juga harus menyediakan naskah yang akan difilmkan, serta sejumlah hal lainnya yang diperlukan dalam kaitan proses produksi film.

B. Sutradara

Sutradara merupakan pihak atau orang yang paling bertanggungjawab terhadap proses pembuatan film di luar hal-hal yang berkaitan dengan dana dan properti lainnya. Karena itu biasanya sutradara menempati posisi sebagai “orang penting kedua” di dalam suatu tim kerja produksi film. Di dalam proses pembuatan film, sutradara bertugas mengarahkan seluruh alur dan proses pemindahan suatu cerita atau informasi dari naskah skenario ke dalam aktivitas produksi.

C. Penulis Skenario

Skenario film adalah naskah cerita film yang ditulis dengan berpegang pada standar atau aturan-aturan tertentu. Skenario atau naskah cerita film itu ditulis dengan tekanan yang lebih mengutamakan visualisasi dari sebuah situasi atau peristiwa melalui adegan demi adegan yang jelas pengungkapannya. Jadi, penulis skenario film adalah seseorang yang menulis naskah cerita yang akan difilmkan. Naskah skenario yang ditulis penulis skenario itulah yang kemudian digarap atau diwujudkan sutradara menjadi sebuah karya film.

D. Penata Kamera (Kameramen)

Penata kamera atau populer juga dengan sebutan kameramen adalah seseorang yang bertanggungjawab dalam proses perekaman (pengambilan) gambar di dalam kerja pembuatan film. Karena itu, seorang penata kamera atau kameramen dituntut untuk mampu menghadirkan cerita yang menarik, mempesona dan menyentuh emosi penonton melalui gambar demi gambar yang direkamnya di dalam kamera. Di dalam tim kerja produksi film, penata kamera memimpin departemen kamera.

E. Penata Artistik

Penata artistik (art director) adalah seseorang yang bertugas untuk menampilkan cita rasa artistik pada sebuah film yang diproduksi. Sebelum suatu cerita divisualisasikan ke dalam film, penata artistik setelah terlebih dulu mendapat penjelasan dari sutradara untuk membuat gambaran kasar adegan demi adegan di dalam sketsa, baik secara hitam putih maupun berwarna. Tugas seorang penata artistik di antaranya menyediakan sejumlah sarana seperti lingkungan

kejadian, tata rias, tata pakaian, perlengkapan-perengkapan yang akan digunakan para pelaku (pemeran) film dan lainnya.

F. Penata Musik

Penata musik adalah seseorang yang bertugas atau bertanggungjawab sepenuhnya terhadap pengisian suara musik tersebut. Seorang penata musik dituntut tidak hanya sekadar menguasai musik, tetapi juga harus memiliki kemampuan atau kepekaan dalam mencerna cerita atau pesan yang disampaikan oleh film.

G. Editor

Baik atau tidaknya sebuah film yang diproduksi akhirnya akan ditentukan pula oleh seorang editor yang bertugas mengedit gambar demi gambar dalam film tersebut. Jadi, editor adalah seseorang yang bertugas atau bertanggungjawab dalam proses pengeditan gambar.

H. Pengisi dan Penata Suara

Pengisi suara adalah seseorang yang bertugas mengisi suara pemeran atau pemain film. Jadi, tidak semua pemeran film menggunakan suaranya sendiri dalam berdialog di film. Penata suara adalah seseorang atau pihak yang bertanggungjawab dalam menentukan baik atau tidaknya hasil suara yang terekam dalam sebuah film. Di dalam tim kerja produksi film, penata suara bertanggungjawab memimpin departemen suara.

I. Bintang Film (Pemeran)

Bintang film atau pemeran film dan biasa juga disebut aktor dan aktris adalah mereka yang memerankan atau membintangi sebuah film yang diproduksi dengan memerankan tokoh-tokoh yang ada di dalam cerita film tersebut sesuai skenario yang ada. Keberhasilan sebuah film tidak bisa lepas dari keberhasilan para aktor dan aktris dalam memerankan tokoh-tokoh yang diperankan sesuai dengan tuntutan skenario (cerita film), terutama dalam menampilkan watak dan karakter tokoh-tokohnya. Pemeran dalam sebuah film terbagi atas dua, yaitu pemeran utama (tokoh utama) dan pemeran pembantu (piguran)

2.1.2.12 Karakteristik Film

Menurut Elvinaro (2007) dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* menyatakan faktor-faktor yang dapat menunjang karakteristik film adalah layar yang luas atau lebar, pengambilan gambar, konsentrasi penuh, dan identifikasi psikologis.

1. Layar yang Luas/Lebar
penonton seolah-olah melihat kejadian nyata dan tidak berjarak.
2. Pengambilan Gambar
3. Konsentrasi Penuh
2. Identifikasi Psikologis. (Elvinaro, 2007: 145-147).

2.1.3 Kerangka Teoritis

2.1.3.1 Kontruksi Realitas Sosial

Konstruksi sosial (social construction) merupakan sebuah teori sosiologi kontemporer yang dicetuskan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Menurut Berger, realitas sosial eksis dengan sendirinya dan struktur dunia sosial bergantung pada manusia yang menjadi subjeknya (Kuswarno, 2009: 111).

Sebagaimana yang telah dituangkan dalam buku karangan Engkus Kuswarno yang berjudul Metode Penelitian Komunikasi: Fenomenologi, menyebutkan bahwa Thomas Luckmann beserta Berger menuangkan pikiran tentang konstruksi sosial dalam bukunya yang berjudul *The Social Construction of Reality*. Berger dan Luckmann dalam buku tersebut menyebutkan bahwa seseorang hidup dalam kehidupannya mengembangkan suatu perilaku yang repetitif, yang mereka sebut dengan kebiasaan (*habits*).

Kebiasaan ini memungkinkan seseorang mengatasi suatu situasi secara otomatis. Kebiasaan seseorang ini juga berguna untuk orang lain. Dalam situasi komunikasi interpersonal, para partisipan saling mengamati dan merespon kebiasaan orang lain, dengan demikian para partisipan saling mengamati dan merespon kebiasaan orang lain tersebut. Dengan kebiasaan tersebut, seseorang dapat membangun komunikasi dengan orang lain yang disesuaikan dengan tipe-tipe seseorang, yang disebut dengan pengkhasan (*typication*) (Kuswarno, 2009: 112).

Dalam teori konstruksi sosial Menurut Berger, realitas sosial eksis dengan sendirinya dan struktur dunia sosial bergantung pada manusia yang menjadi subjeknya. Berger memiliki kecenderungan untuk menggabungkan dua perspektif yang berbeda, yaitu perspektif fungsionalis dan interaksi simbolik, dengan mengatakan bahwa realitas sosial secara objektif memang ada (perspektif fungsionalis), namun maknanya berasal dari dan oleh hubungan subjektif individu dengan dunia objektif (perspektif interaksionis simbolik). (Poloma dalam Kuswarno, 2000: 299).

Berger menemukan konsep untuk menghubungkan antara yang subjektif dan objektif melalui konsep dialektika, yang dikenal dengan internalisasi-eksternalisasi objektivasi.

- A. Internalisasi ialah individu mengidentifikasi diri di tengah lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial di mana individu tersebut menjadi anggotanya. *“Man is a social product”*.
- B. Eksternalisasi ialah penyesuaian diri dengan dunia sosio-kultural sebagai produk manusia. *“Society is a human product”*.
- C. Objektivasi ialah interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami institusionalisasi. *“Society is an objective reality”*. Melalui proses internalisasi atau sosialisasi inilah orang menjadi anggota masyarakat. Dalam tradisi psikologi sosial, Berger dan Luckman (1966) sebagaimana dikutip oleh Margaret Poloma menguraikan :

Sosialisasi primer sebagai sosialisasi awal yang dialami individu di masa kecil, disaat mana dia diperkenalkan pada dunia sosial obyektif. Individu berhadapan dengan orang lain yang cukup berpengaruh (orang tua atau pengganti orang tua), dan bertanggung jawab terhadap sosialisasi anak. Batasan realitas yang berasal dari orang lain yang cukup berpengaruh itu dianggap oleh si anak sebagai realitas obyektif. (Margaret, 1979: 304) Karena relitas yang ada tidak mungkin diserap dengan sempurna maka si anak akan menginternalisir penafsiran terhadap realitas tersebut. Setiap orang memiliki versi realitas yang dianggapnya sebagai cermin dari dunia obyektif. Dengan demikian Berger dan Luckmann menekankan eksistensi realitas sosial berganda. Berger dan Luckmann (1966) menyatakan :

Realitas obyektif dapat langsung diterjemahkan ke dalam realitas subyektif, dan begitu pula sebaliknya. Menurut mereka realitas subyektif dan obyektif memang bersesuaian satu sama lain, tetapi selalu ada realitas yang “lebih” obyektif yang dapat diinternalisir oleh seorang individu saja (Margaret, 1979: 305)

Yang dapat kita simpulkan bahwa seorang individu memiliki realitas “subyektif” yang tentunya berbeda dengan individu lainnya walau sama – sama memahami realitas obyektif yang sama. Eksternalisasi, merupakan proses dimana semua manusia yang mengalami sosialisasi yang tidak sempurna dan secara bersama- sama membentuk realitas baru dan individu menyesuaikan dirinya didalam konteks sosial.

Pengetahuan adalah kepastian bahwa fenomena-fenomena itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik-karakteristik yang spesifik. Kenyataan sosial adalah hasil (eksternalisasi) dan internalisasi dan obyektivikasi manusia terhadap pengetahuan dalam kehidupan sehari-hari- atau secara sederhana, eksternalisasi dipengaruhi oleh stock of knowledge yang dimilikinya. Cadangan sosial pengetahuan adalah akumulasi dari *common sense knowledge*.

Terbentuknya realitas obyektif bisa melalui legitimasi. Legitimasi merupakan obyektivikasi makna, karena selain menyangkut penjelasan juga mencakup nilai-nilai. Legitimasi berfungsi untuk membuat obyektivikasi yang sudah melembaga menjadi masuk akal secara subyektif. Menurut Peter Berger dan Luckmann (1979) di sisi sebaliknya, masyarakat, yaitu individu-individu sebagai realitas subyektif menafsirkan realitas obyektif melalui proses internalisasi. Internalisasi berlangsung seumur hidup seorang individu dengan melakukan sosialisasi. Individu berupaya memahami definisi “realitas obyektif”; namun lebih

dari itu, individu turut mengkonstruksi pengetahuan bersama. Jadi, individu adalah aktor yang aktif sebagai pembentuk, pemelihara, sekaligus perubah masyarakat.

Istilah konstruksi sosial atas realitas (*social construction of reality*) didefinisikan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif.

2.1.3.2 Semiotika

Semiotika berasal dari kata Yunani *Semeion* yang berarti “tanda”. North dikutip Fiske dalam bukunya *Introduction to Communication Studies* menguraikan asal-usul kata semiotika:

Secara etimologi semiotika dihubungkan dengan kata Yunani *sign = sign* dan *signal = signal, sign. (1993:13)*

Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan didunia ini. Penjelajahan semiotika sebagai metode kajian ke dalam berbagai cabang keilmuan ini dimungkinkan karena ada kecenderungan untuk memandang berbagai wacana sosial sebagai fenomena bahasa. Dengan kata lain, bahasa dijadikan model dalam berbagai wacana sosial. Berdasarkan pandangan semiotika, bila seluruh praktek sosial dapat dianggap sebagai fenomena bahasa, maka semuanya dapat juga dipandang sebagai tanda. Hal ini dimungkinkan karena luasnya pengertian tanda itu sendiri.

Semiotika yang dikembangkan oleh Peirce dikenal dengan nama semiotika komunikasi. Semiotika komunikasi berasal dari aliran pemikiran pragmatisme. Berbeda dari pemikiran Saussure yang lebih mengutamakan struktur pada bahasa,

Peirce lebih cenderung kepada filsafat yang mementingkan agency atau subjek manusia yang menggunakan struktur tersebut. Dengan diperhitungkannya interpretant atau penafsir dalam produksi tanda, maka - makna yang dihasilkan dari tanda tersebut tidaklah homogen. Menurut Charles Peirce tanda ialah sesuatu yang dapat mewakili sesuatu yang lain dalam batas-batas tertentu, tanda akan selalu mengacu kepada suatu yang lain, oleh Charles Peirce disebut objek. Mengacu berarti mewakili atau menggantikan, tanda baru dapat berfungsi bila diinterpretasikan dalam benak penerima tanda melalui interpretant. Jadi interpretant ialah pemahaman makna yang muncul dalam diri penerima tanda, artinya tanda baru dapat berfungsi sebagai tanda bila dapat ditangkap dan pemahaman terjadi berkat ground yaitu pengetahuan tentang sistem tanda dalam suatu masyarakat. Hubungan ketiga unsur yang dikemukakan oleh Peirce terkenal dengan nama segitiga semiotik. Bagi Charles Peirce Tanda merupakan sesuatu yang digunakan agar tanda bisa berfungsi, oleh Peirce disebut ground. Konsekuensinya, tanda selalu terdapat dalam hubungan triadik, yakni ground, object, dan interpretant. Atas dasar hubungan ini, Charles Peirce mengadakan klasifikasi tanda atau representamen (Pateda, 2001:44), menjadi qualisign, sinsign, dan legisign.

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

mengenal orang dan cara jalan, ketawanya, nada suara yang semuanya itu merupakan sinsigns.

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

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

- a. Ikon, adalah tanda yang dicirikan oleh persamaannya (resembles) dengan objek yang digambarkan. Tanda visual seperti fotografi adalah ikon, karena tanda yang ditampilkan mengacu pada persamaannya dengan objek.
- b. Indeks, adalah hubungan langsung antara sebuah tanda dan objek yang kedua-duanya dihubungkan. Indeks, merupakan tanda yang hubungan eksistensialnya
- c. Simbol, adalah tanda yang memiliki hubungan dengan objeknya berdasarkan konvensi, kesepakatan, atau aturan. Makna dari suatu simbol ditentukan oleh suatu persetujuan bersama, atau diterima oleh umum sebagai suatu kebenaran tanda.

Berdasarkan Interpretant Tanda dibagi atas tiga bagian yaitu, rheme, dicentsign atau dicisign dan argument.

- a) Rheme adalah tanda yang memungkinkan orang menafsirkan berdasarkan pilihan. Tanda merupakan rheme bila dapat diinterpretasikan sebagai representasi dari kemungkinan denotatum. Misal, orang yang matannya merah

dapat saja menandakan bahwa orang itu baru menangis, atau menderita penyakit mata, atau mata dimasuki insekta, atau baru bangun atau ingin tidur.

- b) Dicensign adalah tanda sesuai kenyataan. Tanda merupakan dicensign bila ia menawarkan kepada interpretannya suatu hubungan yang benar. Artinya, ada kebenaran antara tanda yang ditunjuk dengan kenyataan yang dirujuk oleh tanda itu, terlepas dari cara eksistensinya.
- c) Argument adalah tanda yang langsung memberikan alasan tentang sesuatu. Bila hubungan interpretatif tanda itu tidak dianggap sebagai bagian dan suatu kelas. Contohnya adalah silogisme tradisional. Silogisme tradisional selalu terdiri dari tiga proposisi yang secara bersama-sama membentuk suatu argumen; setiap rangkaian kalimat dalam kumpulan proposisi ini merupakan argumen dengan tidak melihat panjang pendeknya kalimat-kalimat tersebut (Ratmanto, dalam Mediator: Jurnal komunikasi, Vol. 5 No.1, 2004).

2.2 Kerangka Pemikiran

Dasar pemikiran yang peneliti ambil untuk mengambil film sebagai objek penelitian adalah karena film merupakan salah satu bagian dari media massa, dimana keberadaannya semakin penting bagi khalayak seiring perkembangan zaman. Informasi sudah menjadi kebutuhan yang penting bagi hidup manusia. Sehingga, tidak salah jika media massa dikatakan mampu memberikan pengaruh bagi khalayaknya. Dengan pengaruh tersebut media massa bisa memasukkan nilai-nilai khusus atau pesan pada khalayak.

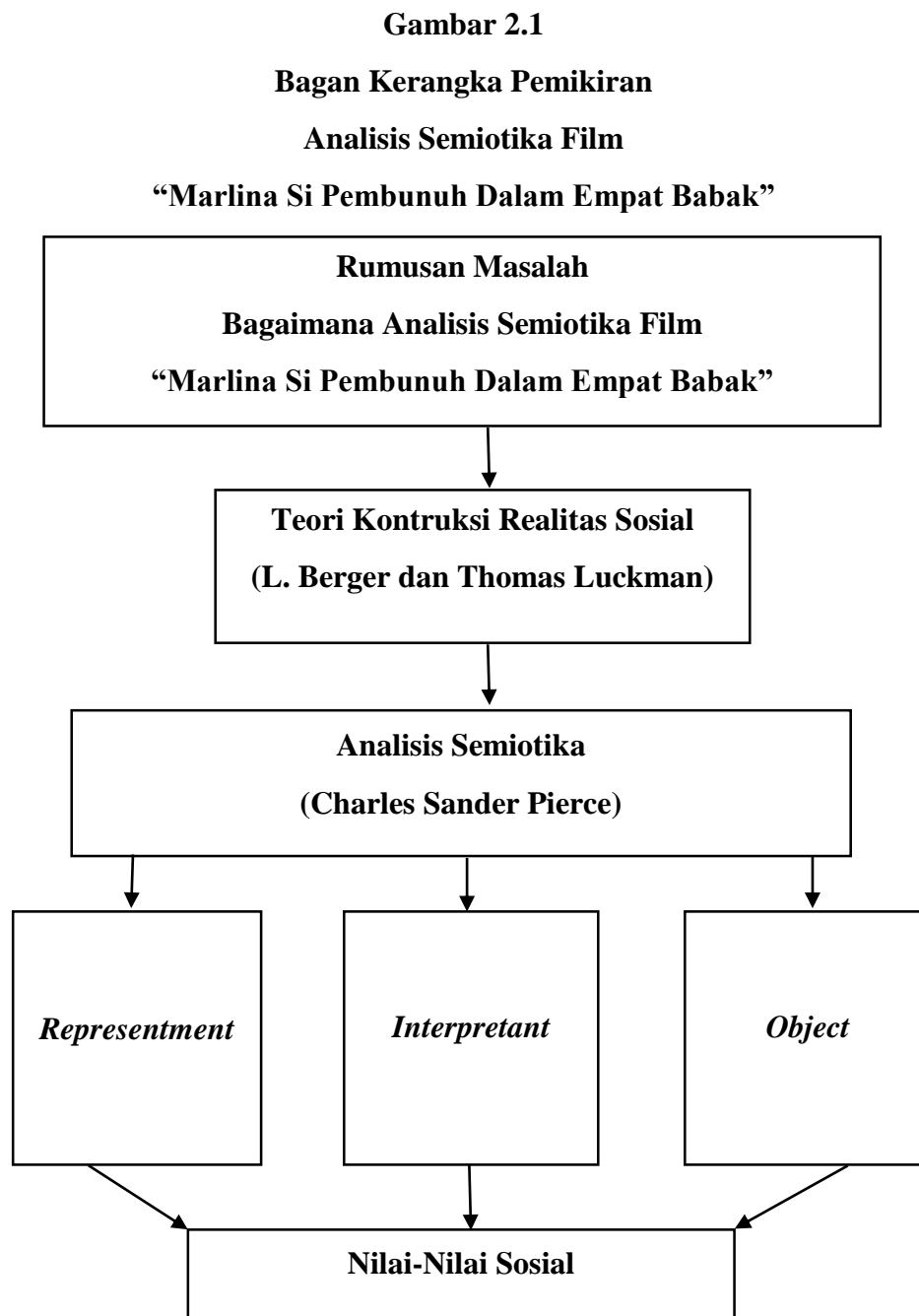
Film adalah media komunikasi massa yang ampuh sekali, bukan saja untuk hiburan tetapi untuk penerangan dan pendidikan. Film merupakan media massapenglihatan dan indra pendengaran. Maka dari itu film merupakan media komunikasi yang efektif dan kuat dengan menyampaikan pesannya secara audio visual. Sebagai salah satu bentuk media massa dalam hal ini film juga harus bertanggung jawab secara sosial kepada masyarakat tentang apa yang akan disampaikan. Film sebagai media massa juga dituntut untuk menjalankan fungsi edukatifnya untuk memberikan pencerahan dan pendidikan kepada masyarakat melalui sajian audio visual dalam film.

Dalam cerita sebuah film biasanya terdapat pesan tersembunyi untuk masyarakat luas yang diisyaratkan melalui tanda atau adegan tertentu. Pengungkapan makna dalam sebuah adegan film sangatlah penting, karena makna yang terkandung di dalam adegan film tersebut merupakan komunikasi verbal dan komunikasi non verbal yang penting untuk ditelaah dalam kajian ilmu komunikasi.

Film “Marlina Si Pembunuh Dalam Empat Babak” dianggap dapat melukiskan realitas yang ada dan terjadi, sehingga peneliti menggunakan Teori Konstruksi Realitas Sosial dari Peter L. Berger dan Thomas Luckman, yang menjelaskan konstruksi sosial atas realita terjadi secara simultan melalui tiga tahap, yaitu eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi.

Tanda merupakan sebuah bentuk, peringatan, sifat atau juga bisa menyatakan suatu keadaan. Mengingat begitu pentingnya sebuah tanda dalam kehidupan, maka diciptakanlah ilmu khusus mempelajari tanda yaitu Semiotika.

Semiotika adalah sebuah ilmu yang mempelajari tentang tanda atau sign. Tanda digunakan oleh manusia untuk menggambarkan suatu hal. Komunikasi pun berawal dari tanda, karena di dalam tanda mengandung makna dan pesan tersendiri. Dengan adanya tanda, maka akan mempermudah seseorang dalam berkomunikasi, karena tanda merupakan sebuah perantara antara seseorang dan pihak lain untuk melakukan interaksi.



Sumber: *Peneliti 2020*

