

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 *Review* Penelitian Terdahulu

Review penelitian untuk menggunakan penelitian terdahulu yang relevan dengan yang sedang dilakukan peneliti guna menjadi sumber referensi yang menunjang pengembangan penelitian. Dalam hal ini, peneliti menggunakan beberapa penelitian terdahulu yang di sajikan dalam bentuk tabel *review* penelitian sebagai berikut:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Husninatul Ghassani Mahasiswa Universitas Diponegoro, jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik tahun 2010 memiliki judul penelitian “Kekerasan Terhadap Perempuan: Analisis Semiotika Film Jamila dan Sang Presiden”. Pada penelitian tersebut menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Penelitian tersebut bertujuan untuk menunjukkan kekerasan terhadap perempuan dimanifestasikan dalam berbagai bentuk seperti kekerasan fisik, seksual, ekonomi, perampasan kemerdekaan sewenang-wenang, dan psikologis.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Anak Agung Ngurah Bagus Janitra Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha, jurusan Ilmu Komunikasi, tahun 2020 memiliki judul penelitian “Analisis

Semiotika Dalam Film Dua Garis Biru Karya Gina S. Noer”. Pada penelitian tersebut menggunakan Analisis semiotika Ferdinand De Saussure. Pada penelitian ini film bergenre keluarga Dua Garis Biru terkandung beberapa pesan tersirat yang ingin disampaikan Gina S. Noer kepada para penonton, tidak hanya bermakna menghibur, tetapi sarat akan nilai moral dan pendidikan. Beberapa pesan tersebut berupa semiotika yang divisualkan melalui

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Seli Anita, dan Alfitriana Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, jurusan Komunikasi dan Penyiaran, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, tahun 2021 memiliki judul penelitian “Analisis Semiotika Pesan Moral Dalam Film "Jokowi"”. Pada penelitian tersebut menggunakan Analisis semiotika Charles S. Peirce. Penelitian tersebut menunjukkan pesan moral yang dapat dicontoh anak-anak agar tertanam bagi diri mereka sifat-sifat moral yang mulia. sepuluh scene dalam film Jokowi ini menceritakan hubungan kepada tuhan, syukur, kepada orang tua, berbakti, tolong menolong, rajin, ulet, sifat toleransi, dan sebagainya. Mencapai masa depan yang cerah dengan menjadi pribadi yang lebih baik.

Tabel 2.1.
Review Penelitian Terdahulu

NO	PENELITI	JUDUL	METODE/TEORI	PERBEDAAN HASIL PENELITIAN
1	Husninatul Ghassani/2010	Kekerasan Terhadap Perempuan: Analisis Semiotika Film Jamila dan Sang Presiden	Metode analisis yang digunakan adalah analisis semiotika Roland Barthes dengan fokus penelitian bagaimana representasi kekerasan terhadap perempuan dalam film Jamila dan Sang Presiden.	Hasil penelitian menunjukkan kekerasan terhadap perempuan dimanifestasikan dalam berbagai bentuk seperti kekerasan fisik, seksual, ekonomi, perampasan kemerdekaan sewenang-wenang, dan psikologis. Patriarkisme dan kapitalisme menjadi latar belakang ideologi yang mendominasi tindak kekerasan.
2	Anak Agung Ngurah Bagus Janitra Dewanta/2020	Analisis Semiotika Dalam Film Dua Garis Biru Karya Gina S. Noer	Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah rancangan deskriptif kualitatif.	Pada penelitian ini film bergenre keluarga Dua Garis Biru terkandung beberapa pesan tersirat yang ingin disampaikan Gina S. Noer kepada para penonton, tidak hanya bermakna menghibur, tetapi sarat akan nilai moral dan pendidikan. Beberapa pesan tersebut berupa semiotika yang divisualkan melalui beberapa adegan dalam film.
3	Seli Anita, dan Alfitriana Purba/2021	Analisis Semiotika Pesan Moral Dalam Film "Jokowi"	Metodologi penelitian yang diterapkan pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Sumber data yang digunakan dari DVD film	Dapat disimpulkan film Jokowi ini terdapat pesan moral yang dapat dicontoh anak-anak agar tertanam bagi diri mereka sifat-sifat moral yang mulia. sepuluh scene dalam film Jokowi ini menceritakan hubungan kepada Tuhan, syukur, kepada orang tua, berbakti,

			Jokowi dan buku-buku yang membahas film, pesan moral, dokumentasi dan wawancara.	tolong monolong, rajin, ulet, sifat toleransi, dan sebagainya. Mencapai masa depan yang cerah dengan menjadi pribadi yang lebih baik.
--	--	--	--	---

2.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan suatu hubungan yang berkaitan dengan konsep satu dengan konsep yang lainnya dalam sebuah penelitian. Kerangka konsep menghubungkan dan menjelaskan secara panjang lebar tentang topik yang akan dibahas dalam penelitian. Kerangka didapatkan dari sebuah konsep ilmu atau teori yang digunakan untuk dijadikan landasan dalam sebuah penelitian. Dengan adanya kerangka konseptual dapat memberikan gambaran untuk mengarahkan asumsi yang berhubungan dengan variabel-variabel yang akan diteliti.

2.2.1 Komunikasi

2.2.1.1 Pengertian Komunikasi

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

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

Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam. (Rogers dan Kincaid, 2015 : 19)

Pertukaran informasi adanya manusia yang saling membutuhkan satu sama lain, dimana untuk saling

berhubungan membutuhkan komunikasi. Menurut Efendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Filsafat Komunikasi mengatakan :

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

2.2.1.2 Proses Komunikasi

Proses komunikasi ialah suatu bentuk tindakan yang dilakukan oleh komunikator untuk dapat menyampikan pesan kepada komunikan, sehingga dapat terciptanya suatu persamaan sebuah makna diantara komunikan dengan komunikatornya. Tujuan proses komunikasi agar dapat menciptakan komunikasi yang lebih efektif.

Proses komunikasi dapat terwujud apabila adanya interaksi antara manusia dan juga adanya penyampaian pesan untuk mendapatkan sebuah motif komunikasi. Melalui komunikasi ini sikap dan juga perasaan seseorang atau

sekelompok orang dapat dipahami oleh pihak lain. Dalam buku yang berjudul *Ilmu, Filsafat, dan Teori Komunikasi* dijelaskan tentang proses komunikasi dari dua perspektif:

1. Proses Komunikasi dalam Perspektif Psikologis

Proses perspektif ini terjadi pada diri komunikator dan komunikan. Ketika seorang komunikator berniat akan menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, maka dalam dirinya akan terjadi suatu proses. Dimuka ditegaskan bahwa 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 "*picture in our head*", sedangkan Walter Hagemann menamakannya "*das Bewustseinhalte*". Proses "mengemas" atau "membungkus" pikiran dengan bahasa yang dilakukan komunikator itu dalam bahasa komunikasi itu dinamakan *encoding*. Hasil *encoding* berupa pesan yang kemudian ditransmisikan atau operkan atau dikirimkan kepada komunikan.

2. Proses Komunikasi dalam Perspektif Mekanistik

Proses ini berlangsung ketika komunikator mengoperkan 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-indera lainnya. Proses komunikasi dalam perspektif ini kompleks atau rumit, sebab bersifat situasional, bergantung pada komunikasi ketika komunikasi itu berlangsung. Adakalanya komunikannya seorang, maka komunikasi dalam situasi seperti itu dinamakan komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi, kadang-kadang komunikasinya sekelompok orang; komunikasi dalam situasi tersebut disebut komunikasi kelompok; acapkali pula komunikasinya tersebar dalam jumlah yang relatif amat banyak sehingga untuk menjangkanya diperlukan suatu media atau sarana, maka komunikasi dalam situasi seperti itu dinamakan komunikasi massa. (Effendy, 2003 : 31-32).

Dari dua perspektif yang dijelaskan oleh Effendy dalam bukunya bahwa proses komunikasi bisa terjadi karena adanya perspektif psikologis merupakan proses komunikasi yang dilakukan oleh komunikator dan komunikan memiliki dua perspektif yaitu komunikasi yang dilakukan memiliki isi pesan dan lambang. Komunikasi yang memiliki isi berupa sebuah pikiran yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan, sedangkan proses pesan yang dilakukan melalui sebuah lambang berupa bahasa.

Proses komunikasi melalui perspektif mekanistik menjelaskan bahwa proses komunikasi yang dilakukan oleh komunikator melalui lisan dan panca indera manusia seperti indera penglihatan dan indera pendengaran. Proses komunikasi yang dilakukan dalam perspektif mekanistik dilakukan sesuai dengan kebutuhan komunikannya, dan seringkali komunikasi tersebut dilakukan melalui sebuah media massa sebagai alat untuk menyampaikan pesan kepada komunikan.

Setiap manusia pasti akan membutuhkan komunikasi dengan manusia yang lainnya. Pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan bisa dilakukan dalam bentuk lisan maupun tulisan. Pesan yang disampaikan melalui lisan disampaikan secara langsung oleh

komunikasikan atau dengan cara bertatap muka, sedangkan pesan yang disampaikan secara tulisan membutuhkan suatu alat atau saluran untuk dapat menyampaikan pesan, saluran yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan disebut dengan media massa.

2.2.1.3 Tipe Komunikasi

Tipe-tipe komunikasi sesuai dengan yang dikemukakan oleh Deddy Maulana buku yang berjudul *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* terdapat beberapa tipe komunikasi yang disepakati oleh para pakar, yaitu :

1. Komunikasi intrapribadi

Komunikasi intrapribadi merupakan komunikasi yang dilakukan oleh diri sendiri. Komunikasi ini dilakukan oleh satu orang, dua orang, tiga orang, atau lebih karena sebelum melakukan komunikasi dengan orang lain kita akan melakukan komunikasi dengan diri sendiri, walaupun komunikasi tersebut sering kali tidak kita sadari.

2. Komunikasi antapribadi

Komunikasi antapribadi merupakan komunikasi yang dilakukan antara orang-orang secara langsung atau bertatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik verbal maupun non verbal.

3. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok merupakan sekumpulan orang yang memiliki tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok.

tersebut, meskipun setiap anggota boleh jadi memiliki peran yang berbeda.

4. Komunikasi publik

Komunikasi publik merupakan komunikasi antara orang yang berbicara dengan sejumlah besar orang (khalayak), yang tidak bisa dikenali satu persatu.

5. Komunikasi organisasi

Komunikasi organisasi merupakan komunikasi yang terjadi dalam satu organisasi, yang bersifat formal dan informal, berlangsung dalam jaringan yang lebih besar dari pada komunikasi kelompok.

6. Komunikasi massa

Komunikasi massa merupakan komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio dan televisi), berbiaya relatif mahal, yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah orang yang tersebar dalam jumlah yang banyak tempat, anonim dan heterogen. (Mulyana, 2013, h.80-83)

Dari semua tipe-tipe komunikasi yang dipaparkan film termasuk dalam sebuah komunikasi massa. Pesan yang disampaikan dan ditunjukkan kepada khalayak yang berbeda di berbagai tempat. Maka film dapat dimasukkan dalam kategori komunikasi massa.

2.2.2 Komunikasi Massa

2.2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah bentuk komunikasi yang menggunakan media dengan dihubungkan antara komunikator kepada komunikan secara luas, heterogen.

berjumlah banyak dan menimbulkan efek tertentu. Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner yang dikutip oleh Elvinaro dalam buku Komunikasi Massa yakni :

Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is message communicated through a mass medium to a larger number of people*). (Bittner, 2007:3)

Definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti ketika rapat akbar di lapangan luas yang dihadiri oleh ribuan orang, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa seperti surat kabar, majalah, televisi dan radio maka itu semua tidak dapat dikatakan sebagai komunikasi massa. Komunikasi massa sebagai komunikasi yang berlangsung antara sumber dan penerima tidak terjadi kontak secara langsung, pesan-pesan komunikasi mengalir kepada penerima melalui saluran-saluran media massa, seperti surat kabar, radio, film atau televisi. Komunikasi massa (*mass communication*) menurut Mulyana dalam Pengantar Ilmu Komunikasi, menyebut pengertian komunikasi massa adalah:

Komunikasi yang menggunakan media massa baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi) yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak dan selintas. (Mulyana, 2008:75)

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa, komunikasi massa harus menggunakan media massa sebagai media penyampai informasi kepada khalayak dalam kegiatan berkomunikasi pada komunikasi massa. Dimana media yang termasuk media massa adalah radio, televisi, majalah, film dan surat kabar. Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dirumuskan oleh Bittner (1980: 10) dalam buku yang berjudul Psikologi Komunikasi menjelaskan bahwa :

“Mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people. (Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang).”(Rakhmat, 2008, h.188)

Sedangkan definisi komunikasi massa yang lebih terperinci dikemukakan oleh Garbner yang dikutip dalam buku yang berjudul Psikologi Komunikasi menjelaskan bahwa:

Mess communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang

berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas yang dimiliki orang dalam masyarakat industry). (Rakhmat, 2008 : 188)

Definisi tersebut menggambarkan bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk yang berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebar, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jangka waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, bulanan, dan tahunan. Proses produksi pesan tidak hanya dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus dilakukan oleh lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan dilakukan oleh masyarakat industri. Arti komunikasi massa dalam buku yang berjudul Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar Deddy Mulyana menjelaskan bahwa:

Komunikasi massa merupakan komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio dan televisi), berbiaya relatif mahal, yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah orang yang tersebar dalam jumlah yang banyak tempat, anonim dan heterogen. (Mulyana, 2013 : 83)

Dari definisi tersebut menjelaskan bahwa komunikasi massa dilakukan dengan menggunakan suatu alat berupa media massa, baik dalam bentuk media cetak maupun elektronik.

2.2.2.2 Karakteristik Komunikasi Massa

Dalam buku yang berjudul Komunikasi Massa Suatu Pengantar dijelaskan oleh Ardianto dan Komala karakteristik komunikasi massa yaitu terdiri dari:

1. **Komunikator Terlembaga**
Komunikasi mass memiliki komunikator atau sumber yang menyampaikan pesan bukanlah secara personal, namun bersifat melembaga. Lembaga penyampai pesan komunikasi massa inilah yang dinamakan media massa, seperti televisi, surat kabar, radio, internet.
2. **Pesan Bersifat Umum**
Komunikasi massa bersifat terbuka, yang artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa, atau opini. Namun tidak semua fakta dan peristiwa yang terjadi dapat dimuat dalam media massa. Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk apa pun harus memenuhi kriteria penting atau menarik, bagi sebagian besar komunikan.
3. **Komunikannya Anonim dan Heterogen**
Komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak bertatap muka. Di samping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokkan.
4. **Media Massa Menimbulkan Keserempakan**
Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya, adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari itu, komunikan yang lebih banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama pula.
5. **Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan**
Salah satu prinsip komunikasi adalah komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan. Dimensi isi menunjukkan muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan, sedangkan

dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu.

6. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah
Komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana halnya yang terjadi dalam komunikasi antarpersonal. Dengan kata lain, komunikasi massa itu bersifat satu arah.
7. Stimulasi Alat Indra Terbatas
Stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat. Pada radio siaran dan rekaman auditif, khalayak hanya mendenga, sedangkan pada media televisi dan film, kita menggunakan indra penglihatan dan pendengaran.
8. Umpan Balik Tertunda (*Delayed*) dan Tidak Langsung (*Indirect*)
Sedangkan dalam proses komunikasi massa umpan balik bersifat tidak langsung (*indirect*) dan tertunda (*delayed*). Artinya komunikator komunikasi massa tidak dapat dengan segera mengetahui reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya. (Ardianto dkk, 2017 : 7-11)

Definisi tersebut menjelaskan bahwa karakteristik komunikasi massa bersifat satu arah, menimbulkan adanya keserempakan disampaikan oleh komunikator yang terlembaga dan pesan yang disampaikannya bersifat umum.

2.2.2.3 Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa menurut Dominick (2001) yang dimuat dalam buku Komunikasi Massa Suatu Pengantar terdiri dari:

1. *Surveillance* (Pengawasan)
 Fungsi pengawasan terbagi menjadi dua yaitu *warning of beware surveillance* (fungsi pengawasan peringatan), dan *instrumental surveillance* (pengawasan instrumental).
 - a) Fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang akan adanya sebuah ancaman bagi masyarakat. Contohnya seperti adanya peringatan akan terjadinya angin topan, dan gunung meletus.
 - b) Fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan dapat membantu dalam kehidupan sehari-hari.
2. *Interpretation* (Penafsiran)
 Komunikasi massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian yang penting.
3. *Linkage* (Pertalian)
 Komunikasi massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk linkage (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.
4. *Transmission of values* (Penyebaran nilai-nilai)
 Komunikasi massa yang mewaliki gambaran masyarakat itu ditonton, didengar, dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada masyarakat bagaimana caranya untuk bertindak melalui sebuah tayangan.
5. *Entertainment* (Hiburan)
 Komunikasi massa memiliki fungsi sebagai hiburan seperti halnya televisi dan radio. Televisi merupakan sebuah media massa yang menyajikan sebuah tayangan hiburan bagi masyarakat, dan radio memberikan siaran yang menghibur bagi pendengarnya. (Ardianto dkk, 2017 : 15-17)

Dari definisi tersebut menjelaskan bahwa komunikasi massa untuk memberikan pengawasan dalam menyebarkan nilai-nilai yang ditonton atau dibaca dalam sebuah media, serta memberikan hiburan yang mendidik untuk khalayak.

2.2.3 Media Massa

2.2.3.1 Pengertian Media Massa

Media Massa pada dasarnya ialah saluran atau sarana yang dapat penyampaian pesan yang berhubungan langsung dengan khalayak melalui televisi, radio, film atau media online (internet)

Tentang media massa dalam buku yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi mendefinisikan bahwa: “Media Massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, TV.” (Cangara, 2010 : 123)

Definisi tersebut menjelaskan bahwa media massa adalah suatu saluran yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan sebuah informasi kepada khalayak. Ada tiga saluran yang digunakan adalah media cetak seperti surat kabar, media elektronik adalah televisi, dan media online seperti media sosial. Film termasuk dalam media massa yang menyebarkan informasi dalam bentuk media elektronik.

Media massa terbagi menjadi dua seperti yang dikatakan Kuswandi didalam buku Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi yakni :

1. Media Massa cetak : surat kabar, majalah, dll
2. Media elektronik : radio, televisi, film. (Kuswandi 1996 : 98).

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

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

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

2.2.3.2 Efek Pesan Media Massa

Komunikasi massa merupakan sejenis kekuatan sosial yang dapat menggerakkan proses sosial ke arah suatu tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Akan tetapi

untuk mengetahui secara tepat dan terperinci mengenai kekuatan sosial yang dimiliki oleh komunikasi massa dan hasil yang dapat dicapainya dalam menggerakkan proses sosial tidaklah mudah. Oleh karena itu, efek atau hasil yang dapat dicapai oleh komunikasi yang telah dilaksanakan melalui berbagai media (lisan, tulisan, visual/audio visual) perlu dikaji melalui metode tertentu yang bersifat analisis psikologi dan analisis sosial. Yang dimaksud dengan analisis psikologi adalah kekuatan sosial yang merupakan hasil kerja dan berkaitan dengan watak serta kodrat manusia. Sedangkan analisis sosial adalah peristiwa sosial yang terjadi akibat komunikasi massa dengan penggunaan media massa yang sangat unik serta kompleks. Dalam buku yang berjudul *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* bahwa efek komunikasi massa menurut Elvinaro ada tiga yaitu:

1. Efek Kognitif
2. Efek kognitif adalah akibat yang timbul dari diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya.
3. Efek Afektif
4. Efek afektif kadarnya lebih tinggi dari efek kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan sekedar memberitahu khalayak tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu, khalayak diharapkan dapat turut merasakan perasan iba, terharu, sedih, gembira, marah, dan sebagainya.
5. Efek Behavioral
6. Efek behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan. (Ardianto dkk, 2017 : 52-57).

Setiap film dapat memberikan efek kognitif, afektif, dan behavioral. Melalui efek kognitif dapat memberikan pesan tentang orang atau tempat yang belum banyak diketahui banyak orang, menimbulkan efek afektif karena sebuah film dapat membuat penontonnya terbawa perasaan atas apa yang ditayangkan, dan menimbulkan efek behavioral dapat membuat penonton meniru adegan yang ditayangkan dalam film tersebut.

2.2.3.3 Film Sebagai Media Massa

Hadirnya film tidak terlepas dari adanya teknologi fotografi. Film memiliki teknologi yang spesial karena bersifat audio visual. Karakter tersebut, menjadikan film sebagai media yang atinya dalam penggunaannya menggunakan panca indera. Film menjadi sangat unik karena memiliki karakter dalam bentuk audio visual yang memberikan pesan yang dapat membawa perasaan kepada setiap penontonya melalui sebuah tayangan.

Sebagai media massa, film dapat digunakan sebagai media refleksi suatu realitas, atau dapat membentuk realitas. Dalam setiap cerita yang ditampilkan dalam film dapat berbentuk fiksi dan non fiksi. Melalui sebuah film informasi dapat dikonsumsi dengan sangat mendalam. Film sangat digemari karena dapat dijadikan sebagai

hiburan bagi khalayak. Seperti yang diungkapkan dalam buku yang berjudul Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi menjelaskan bahwa:

Film adalah medium komunikasi massa yang ampuh sekali, bukan saja untuk hiburan, tetapi juga untuk penerangan dan pendidikan. Dalam ceramah-ceramah penerangan atau pendidikan kini banyak digunakan film sebagai alat pembantu untuk memberikan penjelasan. (Effendy, 2003 : 209)

Dalam definisi yang telah dijelaskan film merupakan salah satu jenis media massa yang menyampaikan pesan kepada khalayak dalam bentuk audio visual yang dapat memberikan hiburan dan pendidikan dalam setiap tayangannya.

2.2.4 Film

2.2.4.1 Pengertian Film

Film adalah sebuah media komunikasi yang didalamnya memiliki pesan berupa audio (suara), visual (gambar) dan suara musik yang dipadukan dengan Teknik kamera dan teknologi yang membuat gambar menjadi bergerak. Sebagai media massa, film tidak hanya berfungsi sebagai hiburan tetapi memiliki fungsi untuk menyampaikan informasi atau pesan yang disampaikan berupa edukasi atau Pendidikan untuk khalayak luas. Pengertian film menurut

Elvinaro dalam buku yang berjudul Komunikasi Massa Suatu

Pengantar menjelaskan bahwa film adalah :

Gambar bergerak (film) adalah bentuk dominan dari komunikasi massa visual dibelahan dunia ini. Lebih dari ratusan juta orang menonton film di bioskop, film televisi dan film video leaser setiap minggunya. Di Amerika Serikat dan Kanada lebih dari satu juta tiket dalam setiap tahunnya. (Elvinaro, 2007:143)

Film merupakan media massa yang dalam bentuk gambar bergerak. Sudah banyak orang yang menonton film dalam berbagai bentuk bahkan di Indonesia sendiri film sudah menjadi alat yang digunakan untuk menyampaikan sebuah informasi kepada khalayak.

Film adalah sebuah karya gambar bergerak yang memiliki tanda-tanda didalamnya dan mempunyai dampak bagi para penontonnya. Di Indonesia, perkembangan film saat ini semakin pesat dan para pembuat film saling bersaing untuk memperbaiki bahkan meningkatkan kualitasnya untuk bersaing diranah dunia perfilman.

Di dalam film memiliki genre yang dapat didefinisikan sebagai jenis film yang memiliki karakter atau pola yang sama, contohnya setting, isi, cerita, tema peristiwa, karakter, gaya, situasi dan lain sebagainya. Genre merupakan kategori semiotic karena didalamnya terdapat kode-kode yang dimiliki pada film-film dengan genre yang sama.

2.2.4.2 Jenis-jenis Film

Sebagai seorang komunikator penting sekali untuk mengetahui agar dapat memanfaatkan film-film tersebut sesuai dengan karakteristik film itu sendiri, **Elvinaro** menjelaskan dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** menuliskan jenis film dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1. Film Cerita

Film cerita adalah film yang mengandung suatu cerita yang lazim yang dipertunjukan digedung-gedung bioskop dengan bintang film yang terkenal dan film tersebut didistribusikan sebagai barang dagangan.

2. Film Berita

Film berita atau *newsreel* adalah film yang mengenai fakta, peristiwa, yang benar-benar terjadi peristiwanya. Karena bersifat berita, maka film yang disajikan kepada publik harus mengandung nilai berita (*news value*)

3. Film Dokumenter

Berbeda dengan film berita yang merupakan rekaman kenyataan, maka film dokumenter merupakan hasil interpretasi pribadi (pembuatnya) mengenai kenyataan tersebut)

4. Film Kartun

Film kartun (*film cartoon*) adalah film yang dibuat untuk konsumsi anak-anak. Sebagian besar film kartun sepanjang kita menontonnya akan membuat tertawa karena kelucuan para tokohnya. (Ardianto dkk, 2017 : 148-149).

Pernyataan diatas menunjukkan bahwa jenis-jenis film dalam penyampaian pesan memiliki genre yang berbeda-beda namun tetap mengandur unsur yang sama sebagai media komunikasi untuk

menyampaikan informasi, pendidikan, dan hiburan bagi khalayak.

2.2.4.3 Karakteristik Film

Elvinaro, menjelaskan dalam bukunya Komunikasi Massa Suatu Pengantar bahwa faktor-faktor yang dapat menunjukkan karakteristik film adalah sebagai berikut :

1. Layar yang Luas
Film dan televisi sama-sama menggunakan layar, namun kelebihan media film menggunakan layar yang berukuran lebih luas. Layar film yang luas dapat memberikan keleluasan kepada penontonnya untuk melihat adegan-adegan yang disajikan dalam film.
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 yang menyeluruh.
3. Konsentrasi Penuh
Saat kita menonton film dibioskop, atau waktu main sudah tiba, pintu mulai ditutup, lampu dimatikan, tampak didepan layar yang luas dengan gambar cerita film tersebut.
4. Identifikasi Psikologis
Kita semua dapat merasakan bahwa suasana di gedung bioskop telah membuat pikiran dan perasaan kita larut dalam cerita yang telah disajikan. (Ardianto dkk, 2017 : 145-147)

Dalam hal ini, karakteristik film mempengaruhi khalayak melalui layar lebar, pengambilan gambar konsentrasi penuh dan identifikasi psikologi.

2.2.4.4 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 :

1. Sutradara
2. Penulis Skenario
3. Juru Kamera
4. Penata Artistik
5. Penata Suara
6. Penata Musik
7. 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 skenario merupakan proses bertahap yang bermula dengan ide orisinal dan berdasarkan ide tertulis yang lain. Misalnya dari cerita pendek, cerita berdasarkan kisah nyata, naskah drama, dan novel.

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

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

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

2.3 Kerangka Teoritis

2.3.1 Teori Konstruksi Realitas Sosial

Penelitian ini menggunakan teori konstruksi realitas sosial untuk melihat apa yang terjadi dalam penelitian yang dilakukan. Teori Konstruksi Sosial diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan

Thomas Luckmann. Konstruksi sosial merupakan teori sosiologi kontemporer, teori ini merupakan suatu kajian teoritis dan sistematis mengenai sosiologi pengetahuan (penalaran teoritis yang sistematis), bukan merupakan suatu tinjauan historis mengenai perkembangan disiplin ilmu.

Konsep mengenai konstruksi sosial yang dikemukakan oleh Peter L Berger dan Thomas Luckmann mengatakan bahwa setiap realitas sosial dibentuk dan dikonstruksi oleh manusia. Proses terciptanya konstruksi realitas sosial melalui tiga tahap, yaitu eksternalisasi, objektivitas, dan internalisasi.

- a. *Eksternalisasi*, yaitu proses penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia. Yang dimulai dari interaksi antara pesan yang disampaikan melalui sebuah film atau iklan dalam tayangan televisi. Tahap pertama ini merupakan tahapan yang penting dan sangat mendasar dalam satu pola interaksi antara individu dengan produk sosial masyarakat. Yang dimaksud dalam proses ini adalah ketika suatu produk telah menjadi sebuah bagian penting dalam masyarakat dibutuhkan oleh individu, maka produk ini menjadi bagian yang terpenting dalam kehidupan seseorang dalam melihat dunia luar.
- b. *Objektifikasi*, adalah hasil yang telah dicapai, baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia tersebut. Hasil itu berupa realitas objektif yang bisa jadi akan menghadapi si

penghasil itu sendiri sebagai suatu faktisitas yang berada diluar dan berlainan dari manusia yang menghasilkannya (hadir dalam wujud yang nyata). Realitas objektif itu berbeda dengan kenyataan subjektif perorangan. Ia menjadi kenyataan empiris yang bisa dialami oleh setiap orang. Pada tahap ini masyarakat dilihat sebagai realitas yang objektif, atau proses interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi.

- c. *Internalisasi*, lebih 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 tersebut akan ditangkap sebagai gejala realitas diluar kesadarannya, sekaligus sebagai gejala internal bagi kesadaran. Melalui internalisasi manusia menjadi hasil dari masyarakat.

2.3.2 Karakter

Karakter adalah watak, sifat, akhlak atau kepribadian yang membedakan individu dengan individu lainnya. Karakter yang dapat di katakan juga sebagai keadaan yang sebenarnya dari dalam diri seorang individu, yang membedakan antara dirinya dengan individu lain. Adapun menurut Agus Wibowo definisi karakter, yaitu :

“Bahwa karakter adalah cara berpikir dan berperilaku yang menjadi ciri khas tiap individu untuk hidup dan bekerja sama,

baik dalam lingkup keluarga, masyarakat, bangsa dan negara”. (Agus Wibowo, 2012 : 87)

2.3.3 Analisis

Analisis atau analisa berasal dari kata Yunani kuno *analusis* yang berarti melepaskan. *Analusis* terbentuk dari dua suku kata, yaitu *ana* yang berarti kembali, dan *luein* yang berarti melepas, jika digabung berarti melepas kembali atau menguraikan. Kata *analusis* ini diserap ke dalam bahasa Inggris menjadi *analysis*.

Analisis adalah sebuah kemampuan menguraikan dan memecahkan suatu informasi atau materi menjadi komponen-komponen yang lebih kecil sehingga lebih mudah dimengerti. Analisis dapat diartikan sebagai usaha dalam mengamati sesuatu secara mendetail dengan cara menguraikan komponen menyusun atau pembentukan sebuah komponen untuk kemudian dikaji lebih mendalam agar dapat dipahami. Menurut Efrey Liker definisi analisis, yaitu:

Analisis menurut Liker adalah aktivitas dalam mengumpulkan bukti, untuk menemukan sumber suatu masalah, yaitu akarnya. (Efrey Liker, 2018 : 47)

Definisi tersebut menjelaskan bahwa analisis adalah sebuah aktivitas yang mana dengan mengumpulkan data dan bukti-bukti, dan ditelusuri dimana pemasalahannya sampai terbukti.

2.3.4 Semiotika

Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda. Kata semiotika sendiri diambil dari bahasa Yunani *semeion* yang artinya tanda atau *same* yang berarti “penafsiran tanda”. Tanda merupakan sesuatu yang terdiri pada sesuatu atau menambah dimensi yang berbeda pada sesuatu, dengan memakai apapun yang dapat dipakai untuk mengartikan sesuatu hal lainnya.

Tanda-tanda tersebut bersifat komunikatif karena dapat menyampaikan suatu informasi. Keberadaannya mampu menggantikan sesuatu yang lain, yang dapat dipikirkan dan dibayangkan. Ilmu ini berkembang dalam bidang bahasa, yang kemudian berkembang dalam bidang sains dan seni rupa. Menurut **Lechte** mengemukakan pengertian semiotika dalam buku yang berjudul **Semiotika Komunikasi** karya **Alex Sobur** mengatakan bahwa:

Semiotika adalah suatu disiplin yang menyelidiki semua bentuk komunikasi yang terjadi dengan sarana *signs* “tanda-tanda” dan berdasarkan pada *sign system* (code) “system tanda””. (Sobur, 2016 : 62)

Definisi tersebut menjelaskan bahwa semiotika merupakan suatu proses komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan sebuah tanda untuk menyampaikan sebuah pesan atau makna. Semiotika sangat berkaitan dengan sebuah tanda atau makna yang dapat diteliti, dapat diakulturasikan kapan dan dimana suatu itu tanda dapat dimaknai. Dalam sebuah film dengan adanya

tanda dapat diartikan melalui setiap adegan yang memiliki makna tersendiri untuk menyampaikan pesan kepada penontonnya.

2.3.5 Semiotika (Ferdinand de Saussure)

Film memiliki kombinasi antara gambar, suara, serta musik pada setiap adegan, dalam sebuah film memunculkan banyak tanda. Untuk menemukan setiap tanda dalam film, peneliti menggunakan analisis semiotika dalam penelitian.

Semiotika adalah ilmu yang mengkaji tentang suatu tanda (*sign*). Dalam sebuah ilmu komunikasi “tanda” merupakan sebuah interaksi yang dapat dimaknai atau disampaikan kepada khalayak melalui tanda-tanda. Melakukan komunikasi tidak hanya dilakukan dengan melalui sebuah bahasa lisan, dapat juga dilakukan dengan menampilkan sebuah gambar, dan suara akan tersampailah sebuah komunikasi.

Teori yang dipakai oleh peneliti adalah analisis semiotika Ferdinand de Saussure. Saussure menggunakan istilah semiologi dalam kajian semiotikanya, dengan menggunakan pendekatan bahasa atau linguistik dalam studinya karena latar belakang linguistik yang ia miliki. Semiologi menurut Saussure adalah kajian berupa tanda yang ada dalam kehidupan sosial manusia.

Konsep teori semiotika yang Saussure gunakan memiliki dua komponen yaitu penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Penanda (*signifier*) merupakan hal-hal yang dapat ditangkap oleh pancaindera

seperti suara, dan gambar visualisasi, sedangkan petanda (*signified*) merupakan makna atau kesan yang ada dalam pikiran kita terhadap apa yang dapat kita tangkap.

Saussure menjelaskan tentang semiotika dalam buku Pengantar Semiotika mengatakan bahwa:

“Tanda-tanda itu seperti lembaran kertas. Satu sisi penanda dan sisi yang lain menjadi petanda dan kertas itu sendiri adalah tanda”. (Berger, 2010 : 61)

Pemaparan yang dikemukakan oleh Saussure bahwa dalam sebuah film untuk menentukan penanda dan petanda keduanya saling berhubungan satu sama lain. Penanda untuk dapat memaknai sebuah film melalui gambar dan suara, sedangkan untuk petanda dapat dimaknai pesan apa yang disampaikan untuk dapat dipahami oleh penonton. Adapun Prinsip-prinsip semiotika Saussure dapat disederhanakan ke dalam butir-butir pemahaman sebagai sebagai berikut :

1. Bahasa adalah sebuah fakta sosial
2. Sebagai fakta sosial, bahasa bersifat laten, bahasa bukanlah gejala-gejala permukaan melainkan sebagai kaidah-kaidah yang menentukan gejala-gejala permukaan, yang disebut sebagai langue. Langue tersebut termanifestasikan sebagai parole, yakni tindakan berbahasa atau tuturan secara individual.

3. Bahasa adalah suatu sistem atau struktur tanda-tanda. Karena itu, bahasa mempunyai satuan-satuan yang bertingkat-tingkat, mulai dari fonem, morfem, kalimat, hingga wacana.
4. Unsur-unsur dalam setiap tingkatan tersebut saling menjalin melalui cara tertentu yang disebut dengan hubungan paradigmatis dan sintagmatik.
5. Relasi atau hubungan-hubungan antara unsur dan tingkatan itulah yang sesungguhnya membangun suatu bahasa. Relasi menentukan nilai, makna, pengertian dari setiap unsur dalam bangunan bahasa secara keseluruhan.
6. Untuk memperoleh pengetahuan tentang bahasa yang prinsip-prinsipnya yang telah disebut di atas, bahasa dapat dikaji melalui suatu pendekatan sinkronik, yakni pengkajian bahasa yang membatasi fenomena bahasa pada satu waktu tertentu, tidak meninjau bahasa dalam perkembangan dari waktu ke waktu (diakronis).

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan landasan teori untuk memecahkan masalah yang dikemukakan. Peneliti memerlukan adanya kerangka pemikiran yang berupa sebuah teori atau pendapat para ahli yang tidak diragukan lagi kebenarannya, yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Film merupakan media massa yang menyampaikan sebuah pesan atau informasi kepada khalayak melalui sebuah audio visual. Film sebagai media massa berfungsi untuk dapat menyampaikan pesan baik berupa hiburan maupun pendidikan kepada setiap orang yang menontonnya. Film juga memiliki tanggungjawab secara sosial atas pesan yang disampaikan. Hal ini diperlukan karena sebuah film memiliki pengaruh yang kuat untuk mempengaruhi psikologi seseorang. Dalam setiap cerita yang difilmkan pesan yang tersendiri untuk khalayak yang diisyaratkan melalui sebuah tanda atau dalam setiap adegan tertentu. Film Borats 2 menceritakan bahwa masih adanya praktik misogini yang tidak diperhatikan serius oleh Pemerintah Amerika Serikat di Era Donald Trump melalui video perjalanan documenter yang dilakukan oleh Borat seorang Jurnalis Kazakhstan. Sementara itu, Fakta Misogini di Amerika Serikat Pada Era Trump memang masih menjadi polemik, hal ini dikarenakan masih adanya Sebagian masyarakat sindrom yang menyebabkan seseorang membenci perempuan, baik perempuan yang sedang haid, menyetir mobil, menjadi jurnalis, menempuh Pendidikan tinggi dan sebagainya.

Pesan merupakan sebuah simbol atau makna yang ada dalam sebuah cerita yang disampaikan secara verbal maupun non verbal. Pesan memiliki sifat mempengaruhi kepada komunikan. Dalam sebuah film memiliki pesan sosial yang dapat disampaikan kepada penontonnya. Pesan sosial merupakan pesan yang terkandung dalam sebuah cerita yang difilmkan untuk dapat memberikan pelajaran kepada setiap orang yang menontonnya.

Penelitian ini menggunakan Teori Konstruksi Realitas Sosial yang dikemukakan oleh Peter L Berger dan Thomas Luckmann, menjelaskan bahwa konstruksi realitas sosial secara simultan melalui tiga tahap yaitu, tahap eksternalitas, objektivitas, dan internalisasi. Ketiga proses tersebut dapat terjadi pada setiap individu satu dengan individu yang lainnya dilingkungan masyarakat.

Semiotika merupakan sebuah ilmu yang mempelajari tentang tanda. Tanda dapat digunakan untuk menggambarkan sebuah makna dan pesan tersendiri. Dengan adanya tanda, sebuah komunikasi akan dengan mudah dilakukan karena tanda merupakan sebuah perantara antara satu orang dengan orang yang lainnya untuk dapat berinteraksi. Salah satu tokoh yang mengemukakan tentang semiotika adalah Ferdinand de Saussure.

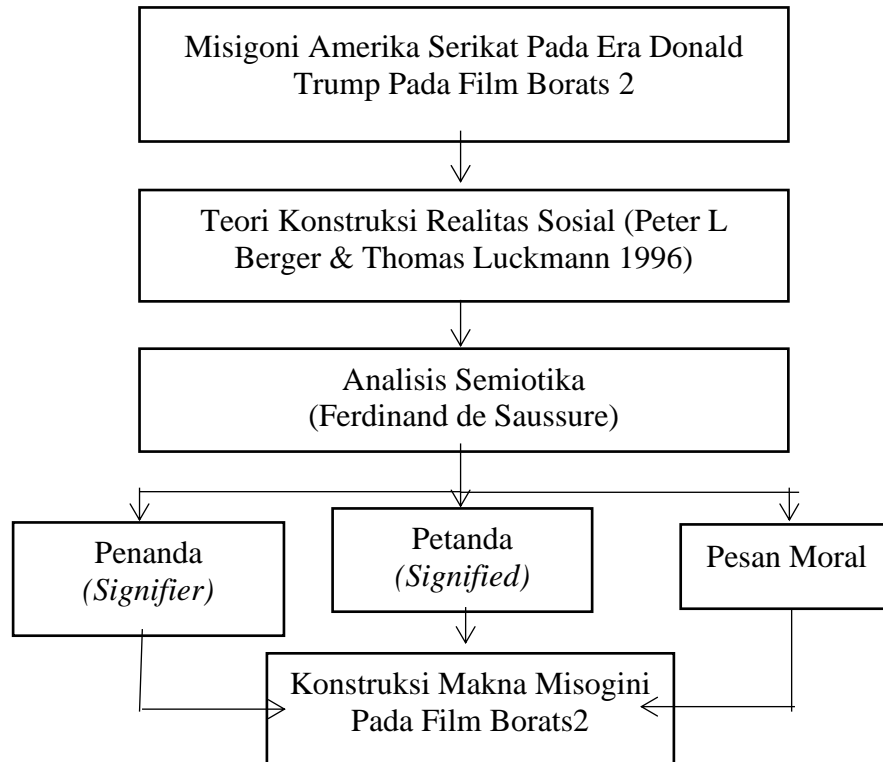
Ferdinand de Saussure menjelaskan bahwa:

“Semiotika atau *semiology* merupakan sebuah ilmu yang mengkaji kehidupan tanda-tanda ditengah masyarakat”. (dalam Sobur, 2016 : 95)

Semiotika yang dikemukakan oleh Saussure memiliki dua komponen yaitu penanda dan petanda, yang dimana diantara keduanya dapat menghasilkan sebuah realitas eksternal. Realitas eksternal adalah segala bentuk realitas yang terjadi pada diri dan di luar diri kita. Realitas ini merupakan fakta yang terjadi dalam kehidupan kita.

Tabel 2.4

Bagan kerangka pemikiran



(Sumber : Olahan Peneliti, 2021)