

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1. Kajian Literatur

##### 2.1.1. Review Penulisan Sejenis

Review penelitian merupakan kumpulan dari penelitian-penelitian sebelumnya yang dibuat oleh orang lain yang berkaitan dengan penelitian ini. Sebagai bahan pijakan dalam penelitian ini, penulis menggunakan referensi dari penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu dalam tinjauan pustaka memudahkan peneliti dalam menentukan langkah-langkah yang sistematis. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang sudah dirangkum dalam bentuk tabel oleh penulis sebagai acuan dalam penelitian:

- 1) Rujukan dari skripsi Rachel Mauliadina Nuryadi mahasiswa Universitas Pasundan tahun 2016 yang berjudul Analisis Semiotika pada Film Joker. Penelitian ini berjudul "Analisis Semiotika Pada Film Joker". Tujuan diadakan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana makna dari tanda (*Represetament*), acuan tanda (*Object*), dan penggunaan tanda (*Interpretant*). Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan ilmu dan pengalaman tentang analisis semiotika yang ada pada film joker dalam upaya mengetahui makna *Representament*, *Object*, dan *Interpretant* yang ada dalam film joker. peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu dengan menemukan penemuan-penemuan tentang bagaimana makna representament, objek dan interpretant yang ada dalam film Joker.

Berdasarkan hasil penelitian maka diperoleh makna pada film Joker. Joker memiliki makna Representamen, Object dan Interpretan yang dilihat dari fungsi komunikasi, nilai-nilai social dan memiliki makna yang mendalam, sehingga membuat orang yang sudah menonton film Joker, memiliki sebuah persepsi terhadap makna yang terkandung dalam film ini. Representamen dalam sebuah film ialah suatu tanda-tanda yang terjadi pada suatu scene atau adegan yang terjadi.

- 2) Rujukan dari skripsi Iva Nurul Syifa mahasiswa Universitas Pasundan tahun 2016 yang berjudul Analisis Semiotika pada Film Dua Garis Biru. Penelitian ini berjudul "Analisis Semiotika Pada Film Dua Garis Biru". Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui makna denotasi, makna konotasi, mitos dan pesan moral yang terkandung dalam film tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Teori yang diacu dalam mengkaji makna dan symbol menjelaskan upaya untuk menemukan tanda-tanda yang memiliki arti adalah teori semiotika Roland Barthes, yakni makna denotasi, konotasi dan mitos, Mitos disini merupakan pengungkapan apa yang terjadi pada periode tertentu. Hasil penelitian makna yang terdapat pada film berupa pemahaman konsekuensi seks pra nikah serta peran orang tua dalam menghadapi masalah adapula mitos berupa seks pra nikah menjadi salah satu aktivitas yang tidak tabu dan pesan moral berupa rasa tanggung jawab atas segala perbuatan dan segera bangkit untuk mencapai impian

3) Rujukan dari skripsi Elsa Yunistira mahasiswa Universitas Pasundan tahun 2016 yang berjudul Analisis Semiotika pada Film *Parasite*. Judul dari penelitian ini adalah "Analisis semiotika dalam Film Parasite". Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi makna dan pesan moral yang mengacu pada realitas sosial dalam masyarakat. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Teori yang digunakan adalah teori konstruksi realitas sosial. Sedangkan teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah film Parasite, dengan mengobservasi gambar, dialog dan audio. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan model semiotika Ferdinand de Saussure yang terdiri dari petanda (signifier) dan penanda (signified). Hasil penelitian menunjukkan bahwa film parasite memiliki penanda dan petanda yang memiliki makna dan pesan moral yang sangat berkualitas di dalamnya karena adanya kesenjangan sosial yang sangat menonjol yang mampu mengubah cara berpikir setiap orang yang menontonnya. Makna dan pesan moral yang disampaikan dalam film dapat menyadarkan bahwa kebohongan hanya akan mempersulit diri kita sendiri, segala sesuatu yang ingin dimiliki harus bekerja keras untuk mendapatkannya.

Tabel 2.1 *Review Penelitian Sejenis*

No.		Penelitian	Penelitian	Penelitian
		Rachel Mauliadina Nuryadi (2016)	Iva Nurul Syifa (2016)	Elsa Yunistira (2016)
1.	<b>Judul</b>	Analisis Semiotika Pada Film Joker	Analisis Semiotika Pada Film Dua Garis Biru	Analisis Semiotika Dalam Film Parasite
2.	<b>Metode Penelitian</b>	Metode penelitian kualitatif	Metode penelitian kualitatif	Metode penelitian kualitatif
3.	<b>Persamaan</b>	Teori pendukung konstruksi realita sosial Peter L. Berger & Thomas Luckman	Menggunakan teori konstruksi sosial Peter L. Berger & Thomas Luckman sebagai teori pendukung	Menggunakan teori konstruksi realita sosial sebagai teori pendukung serta menggunakan teori penelitian Semiotika Ferdinand De Saussure, hasilnya peneliti

				menemukan makna mengenai tanda dan petanda melalui gambar, audio dan dialog, terdapat unsur realita sosial dalam film dengan kehidupan nyata serta memiliki pesan moral yang dapat mengubah perilaku penonton.
<b>4.</b>	<b>Perbedaan</b>	Menggunakan teori penelitian Semiotika Charles Sanders Peirce, dimana hasilnya peneliti menemukan makna representasi, objek, penafsir dan nilai social	Menggunakan teori penelitian Semiotika Roland Barthes, dimana hasilnya peneliti menemukan makna denotasi yang bersifat langsung yang	

		dalam film tersebut	terdapat makna pada suatu tanda dan petanda yang ada pada adegan, dialog dan karakter, adanya makna konotasi pemahaman terhadap sex bebas, adanya makna mitos bahwa sex pranikah adalah hal yang lumrah sehingga mendapatkan pesan moral mengenai konsekuensi dari perbuatan tersebut.	
--	--	---------------------	--	--

**Sumber:** dianalisis peneliti (2021)

### 2.1.2. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah hubungan antara teori atau konsep-konsep yang sangat mendukung penelitian, dimana konsep itu sendiri merupakan sebuah gambaran yang dibentuk dalam menggenarilisasikan sebuah pengertian yang ada. Serta mempermudah suatu penelitian, kerangka konseptual digunakan menjadi sebuah pedoman dalam menyusun sistematis sebuah teori yang akan penulis teliti.

#### 2.1.2.1. Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam kehidupan kita sehari-hari. Komunikasi biasanya dilakukan dengan cara berbicara langsung dengan lawan bicara atau melalui media tertentu seperti surat, telepon dan sebagainya. Dari hal tersebut merupakan bentuk nyata dari komunikasi yang tanpa kita sadari sering kita lakukan sehari-hari. Istilah komunikasi berasal dari Bahasa latin *communication*, yang bersumber dari kata komunis yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna, jadi komunikasi dapat terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan.

Menurut **Effendy** dalam buku **Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi** mengatakan bahwa komunikasi adalah:

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

Komunikasi mempunyai peranan penting bagi kehidupan manusia, karena keseharian manusia dilakukan dengan berkomunikasi. Dengan berkomunikasi

manusia dapat memenuhi kebutuhan dan mencapai tujuan hidupnya. Oleh sebab itu manusia sebagai makhluk sosial ingin berhubungan dengan manusia lainnya.

#### **2.1.2.1.1. Model Komunikasi**

Model komunikasi adalah gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya.

Dalam buku **Pengantar Ilmu Komunikasi** karangan **Wiryanto** ada beberapa model komunikasi salah satunya yaitu model komunikasi Lasswell, yang merupakan model komunikasi menggunakan ungkapan verbal, yaitu:

- 1) What
- 2) Say what
- 3) In wich channel
- 4) To whom
- 5) With what effect

Unsur sumber (*who*) mengandung pertanyaan mengenai pengendalian pesan. Unsur pesan (*say what*) merupakan bahan untuk analisis isi pesan. Saluran komunikasi (*in wich channel*) menarik untuk mengkaji mengenai analisis media. Unsur penerima (*to whom*) banyak digunakan untuk studi analisis khalayak. Unsur (*with what effect*) berhubungan erat dengan kajian efek pesan pada khalayak. Oleh karena itu, model Lasswell ini banyak diterapkan dalam komunikasi massa



#### 2.1.2.1.2. Proses Komunikasi

Proses komunikasi menurut **Effendy** dalam bukunya yang berjudul **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek** terbagi menjadi dua tahap, yaitu secara primer dan secara sekunder.

- 1) Proses komunikasi secara primer  
Proses komunikasi primer adalah proses penyampain pikiran seseorang kepada orang lain melalui penggunaan simbol sebagai medianya. Simbol-simbol yang menjadi media utama dalam proses komunikasi adalah bahasa, sinyal simbol, gambar, warna dan lain-lain. Mereka dapat secara langsung ”menerjemahkan” pikiran komunikator kepada komunikan. Bahasa yang paling banyak digunakan dalam komunikasi sangat jelas, karena hanya bahasa yang dapat “menerjemahkan” pikiran seseorang terhadap orang lain.
- 2) Proses komunikasi secara sekunder  
Proses komunikasi sekunder adalah proses menggunakan alat atau media sebagai media kedua menyampaikan pesan sesoarang kepada orang lain setelah simbol digunakan sebagai media pertama. Komunikator menggunakan media kedua untuk melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasaran terletak relatif jauh atau di banyak tempat. Surat, telepon, teks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan banyak media lainnya yang sering digunakan dalam komunikasi. Oleh karena itu, proses komunikasi pembantu menggunakan media massa dan minamassa atau nonmedia massa.

Dari pengertian diatas yang telah dijelaskan, maka proses komunikasi secara primer melalui media cetak adalah dalam bentuk tulisan (karya jurnalistik). Sedangkan dalam proses komunikasi secara sekunder sebagai penyalur pesan atau komunikasi tersebut adalah surat kabar.

#### 2.1.2.1.3. Fungsi Komunikasi

Komunikasi memiliki berbagai fungsi didalamnya yang dibagi menjadi empat fungsi, yaitu:

1) Menginformasikan (*to inform*)

Untuk memberikan informasi kepada publik, menginformasikan kepada publik tentang peristiwa terkini, pikiran dan tindakan orang lain, serta apa pun yang disampaikan orang lain.

2) Mendidik (*to educate*)

Fungsi komunikasi sebagai sarana pendidikan. Komunikasi memungkinkan orang-orang dalam suatu masyarakat untuk mengkomunikasikan ide dan pemikirannya kepada orang lain, sehingga orang lain dapat memperoleh informasi dan pengetahuan.

3) Menghibur (*to entertain*)

Fungsi komunikasi selain untuk transmisi Pendidikan dan pengaruh, komunikasi juga berfungsi untuk menghibur atau menghibur orang lain.

4) Mempengaruhi (*to influence*)

Kemampuan untuk mempengaruhi setiap individu dengan siapa mereka berkomunikasi, serta mempengaruhi cara mereka berpikir dan berusaha untuk mengubah sikap dan perilaku mereka di masa depan sesuai dengan harapan mereka.

### **2.1.2.2. Komunikasi Massa**

Komunikasi massa terdiri dari dua kata. komunikasi dan massa. Banyak ahli mengungkapkan definisi atau pengertian komunikasi, salah satunya adalah pendapat Wilbur Schramm (seperti dikutip dalam buku Jampel, 2016: 1) yang

menyatakan komunikasi berasal dari bahasa latin “communis”, yang juga berarti “sama”. Oleh karena itu, ketika kita berkomunikasi, kita harus mengenali persamaan antara diri kita dengan orang lain. Padahal, komunikasi adalah ilmu yang mempelajari konfirmasi antara komunikator dan orang-orang dimana konfirmasi dilakukan dengan menggunakan simbol-simbol yang sangat berarti bagi mereka. Ini berarti lebih dari sekedar ucapan lisan dan tulisan.

Istilah "massa" digunakan oleh P.J. Bowman untuk menyebut sejumlah besar orang dan kadang-kadang untuk khalayak yang luas, bukan organisasi melainkan semangat koneksi dan kesamaan. Ini berarti bahwa ada potongan yang terlihat dan tidak terlihat. Misalnya, ada sekelompok pembaca koran, pendengar radio atau penonton televisi. Mengetahui dua arti dari kata “komunikasi” dan “massa”, apa yang dimaksud dengan komunikasi massa? (Jampel, 2016: 2)

Menurut M.O. Palapah (seperti dikutip dalam buku Jampel, 2016: 2) Komunikasi massa merupakan penyampaian yang dilakukan seseorang yang ditujukan kepada massa. Seperti Jurnalistik, *public relations*, propaganda, *advertising* dan pertunjukan.

Definisi komunikasi massa dikemukakan oleh **Gerbner** yang dikutip dari buku **Etika dan Hukum Pers** karangan **Hikmat**, yaitu:

Komunikasi Massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan Lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industry. (2011:71)

Media yang digunakan dalam penyebaran tersebut seperti radio, televisi, surat kabar, majalah dan sebagainya. Pesan-pesan pada komunikasi massa ditujukan kepada khalayak umum.

#### **2.1.2.2.1. Proses Komunikasi Massa**

Proses komunikasi berbeda dengan komunikasi personal. Karena sifat komunikasi massa yang melibatkan banyak orang, maka proses komunikasi menjadi sangat kompleks. Diyakini bahwa proses komunikasi massa mengambil bentuk:

- 1) Menyebarakan dan menerima informasi dalam skala besar. Oleh karena itu, proses komunikasi massa melakukan penyebaran informasi sosial secara massal. Misalnya, ketika beberapa program Seputar Indonesia ditayangkan di RCTI, banyak pemirsa yang menerimanya secara serentak.
- 2) Proses komunikasi massa juga dilakukan satu arah: dari komunikator ke komunikan. Kemungkinan percakapan dua arah antara pengirim dan penerima pesan sangat terbatas.
- 3) Proses komunikasi massa terjadi secara asimetris antara komunikator dan komunikan, sehingga komunikasi di antara mereka bersifat datar dan sementara.
- 4) Proses komunikasi massa juga bersifat impersonal (tidak pribadi) dan anonim. Misalnya, tidak mudah menentukan dengan cepat siapa yang menjadi tuan rumah demonstrasi kelompok tertentu.
- 5) Proses komunikasi massa juga dilakukan berdasarkan hubungan kebutuhan sosial (pasar). Karena permintaan pasar, liputan berita publik

lebih cenderung selaras dengan permintaan pasar (audit). Misalnya, jika acara "bukan empat mata" tidak lagi populer di kalangan pemirsa, pemilik siaran akan segera menghentikan acara tersebut. Wajar saja karena mempengaruhi permintaan iklan/sponsorship (seperti dikutip dalam Nida, 2014)

Maka dari itu proses komunikasi massa lebih kompleks dibandingkan dengan komunikasi personal.

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

Komunikasi pribadi memiliki banyak saluran melalui pesan dapat dikirim dan diterima dan proses komunikasinya kompleks. Proses komunikasi massa lebih kompleks daripada menghasilkan dan mendistribusikan pesan dibandingkan dengan sistem atau jenis komunikasi lainnya. Banyak orang yang berbeda dan anonim menerima dan menggunakan pesan media.

Bekerja dengan media melibatkan banyak elemen dan area. Media elektronik memiliki mekanisme dan proses produksi yang lebih kompleks dibandingkan media cetak. Produksi televisi misalnya meliputi penulis skenario, beberapa aktor, produser, sutradara, juru kamera dan kru film lainnya, presenter dan lain-lain. Tayangan televisi merupakan hasil kerjasama beberapa pihak dengan peran dan fungsi yang berbeda. Komunikasi massa dengan demikian dicirikan oleh beberapa faktor: (1) pesan komunikasi massa dihasilkan oleh organisasi yang kompleks, (2) lingkungan untuk replikasi pesan yang akurat, dan (3) pesan didistribusikan ke sejumlah besar orang dan penonton secara bersamaan.

Studi tentang komunikasi massa berkaitan dengan prinsip-prinsip pengorganisasian hubungan produktif, sosial, politik dan ekonomi yang ada antara organisasi media dan khalayaknya. Oleh karena itu, komunikasi massa diproduksi dan dikonsumsi oleh masyarakat. Media memiliki produk untuk dijual dan audiens adalah pembelinya.

Kajian komunikasi massa berfokus pada sejumlah isu seperti sejarah komunikasi massa, praktik jurnalistik, hukum media, dan efek media. Studi komunikasi massa berkaitan dengan institusi media dan proses seperti penyebaran informasi dan efek media seperti persuasi dan manipulasi opini publik.

Menurut Wright (seperti dikutip dalam Halik, 2013) komunikasi massa memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) Ditujukan untuk audiens anonim yang relatif besar dan heterogen.
- 2) Pesan mewakili upaya berbagai orang dan dikomunikasikan secara publik.
- 3) Seringkali dapat menjangkau sebagian besar penonton pada saat yang bersamaan.
- 4) Komunikator bekerja atau bekerja di organisasi yang kompleks yang biasanya mahal dan bekerja dalam organisasi yang kompleks.

Sedangkan menurut Elisabeth N. Neumann (seperti dikutip dalam Halik, 2013) mengidentifikasi ciri komunikasi massa sebagai berikut:

- 1) Tidak langsung. Pesan media yang ditujukan untuk audiens harus melalui media teknis.

- 2) Proses komunikasi massa bersifat sepihak. Tidak ada interaksi antara peserta komunikasi (media dan audiens).
- 3) Pesan komunikasi massa terbuka untuk publik secara anonim tanpa batasan.
- 4) disebarluaskan ke publik atau khalayak.

Dari beberapa penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa karakteristik komunikasi dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- 1) komunikator yang dilembagakan. Komunikasi massa melibatkan institusi, dan komunikator terlibat dalam organisasi yang kompleks daripada tugas individu. Kegiatan komunikasi lebih terencana dan terorganisir.
- 2) Pesan komunikasi massa bersifat umum dan terbuka. Pesan komunikasi massa adalah untuk semua orang, bukan hanya satu kelompok. Media berita tidak dimaksudkan untuk penggunaan pribadi atau perorangan. Ada banyak orang yang terlibat dalam membuat dan memainkan pesan dan itu rapi, terorganisir secara profesional.
- 3) Komunikator bersifat anonim dan heterogen. Anonim artinya pengirim dan penerima tidak saling mengenal. Keanekaragaman mengacu pada khalayak yang besar yang mewakili masyarakat yang beragam, demografi, ekonomi, dan kepentingan yang beragam. Audiens komunikasi massa sangat luas dan tidak mengenal batas geografis atau budaya.
- 4) Media menciptakan keserempakan. Pesan media sama-sama diterima dan dikonsumsi oleh khalayak pada saat yang bersamaan.

- 5) Dalam komunikasi massa, isi (ucapan) lebih diutamakan daripada hubungan (cara mengatakannya). Isi pesan meliputi berbagai aspek kehidupan manusia, seperti bidang ekonomi, sosial, budaya, politik, dan lainnya.
- 6) Penyampaian pesan komunikasi massa cepat dan tidak ada batasan waktu untuk menjangkau khalayak luas. Juga, pengiriman pesan bersifat periodik daripada sementara dan permanen.
- 7) Umpan balik dari media bisa tertunda dan tidak langsung. Komunikator tidak segera mengetahui bagaimana reaksi audiens terhadap pesan yang dikirim

#### **2.1.2.2.3. Fungsi Komunikasi Massa**

Komunikasi massa adalah aktivitas sosial yang berguna untuk khalayak umum. **Robert K. Merton** seperti dikutip dalam buku **Romli** yang berjudul **Komunikasi massa** mengatakan bahwa fungsi aktivitas memiliki dua aspek, yaitu:

- 1) Fungsi nyata, adalah fungsi nyata yang diinginkan setiap khalayak
- 2) Fungsi tidak nyata atau tersembunyi, yaitu fungsi yang tidak diinginkan. Oleh sebab itu, pada dasarnya setiap fungsi sosial dalam masyarakat itu memiliki efek fungsional dan disfungsional. Selain fungsi nyata dan tidak nyata, aktivitas sosial juga melahirkan fungsi sosial lainnya. Bahwa, manusia memiliki tingkat beradaptasi yang tinggi

#### **2.1.2.3. Media Massa**

Media massa menjadi sebuah wadah media informasi yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan masyarakat social dalam mencari atau mendapatkan



suatu informasi terkini. Dalam hal tersebut media massa memiliki peran yang sangat penting dalam kemajuan masyarakat baik itu dalam pola pikir dan juga sudut pandang dari masyarakat nya itu sendiri.

Menurut **Hikmat** dalam bukunya yang berjudul **Etika dan Hukum Pers**, definisi media massa yaitu:

Media massa adalah tempat dimuat atau disiarkannya hasil kerja wartawan. Media massa dapat dibagi dalam dua kategori, yakni media massa cetak seperti surat kabar dan majalah dan media massa elektronik seperti radio, televisi dan internet (media online). Setiap media massa memiliki karakteristik masing-masing. (2011:74)

Sedangkan secara umum media massa itu sendiri alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari suatu sumber kepada khalayak dengan menggunakan media komunikasi seperti radio, surat kabar, film, televisi dan sebagainya. Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa media massa menjadi bagian terpenting bagi masyarakat social yang erat kaitannya dengan informasi. Tetapi disisi lain ada pula beberapa kalangan masyarakat yang bersikap biasa saja dengan adanya kehadiran media massa. Hal ini disebabkan adanya perbedaan media yang memberikan informasi dan pandangan kepada pihak tertentu.

#### **2.1.2.3.1 Karakteristik Media Massa**

Sebuah media bisa disebut media massa jika memenuhi karakteristik sebagai berikut (Romeltea, 2012):

##### 1) Publisitas

Disebarluaskan kepada khalayak atau masyarakat luas untuk dikonsumsi oleh khalayak dan umum

2) Universalitas

Sebuah pesan, atau isinya, bersifat umum dan menyangkut semua aspek kehidupan dan semua peristiwa di berbagai tempat, serta mempengaruhi kepentingan publik karena sasaran dan audiensnya adalah banyak orang (masyarakat umum).

3) Periodisitas

Dipublikasikan atau disiarkan secara berkala atau tetap, misalnya harian, mingguan atau mungkin per sekian jam.

4) Kontinuitas

Disajikan terus menerus atau sesuai dengan periode siaran harian, mingguan, bulanan

5) Aktualitas

Berisi konten baru seperti informasi atau laporan kejadian terkini (berita), tips baru, dan lainnya. Aktualitas juga mengacu pada kecepatan di mana informasi dikomunikasikan kepada publik.

#### **2.1.2.3.2. Komponen Komunikasi Massa**

Proses komunikasi sederhana meliputi kehadiran komunikator, penyampaian pesan, media, dan komunikator. Dalam komunikasi massa, komunikator atau pengirim disebut sumber, sedangkan komunikator atau penerima disebut khalayak karena jumlahnya banyak. Untuk saluran dalam media massa seperti radio, televisi, surat kabar, film dan lain-lain. Menurut Nurudin (2014:96135), komunikasi massa dibagi menjadi delapan unsur atau komponen, secara khusus sebagai berikut:

### 1) Komunikator

Rumah media massa termasuk jaringan, stasiun, manajer dan staf teknis yang terlibat dalam acara tersebut. Dapat dikatakan bahwa propagandis di media massa bukanlah individu, melainkan kumpulan individu yang bekerja sama dalam sebuah institusi media massa. Hal ini karena proses produksi yang panjang membutuhkan kombinasi bagian tugas yang berbeda.

### 2) Isi

Dalam pengelolaan isi pesan tergantung pada media massa karena masing-masing media memiliki kebijakan sendiri-sendiri sesuai dengan target audiensnya. Ray Eldon Hiebert et al (1985) (dikutip dalam Nurudin, 2014:101) menyatakan bahwa setidaknya isi media dibagi menjadi enam kategori, yaitu; (1) berita dan informasi, (2) analisis dan interpretasi, (3) pendidikan dan peningkatan kesadaran, (4) hubungan masyarakat dan persuasi, (5) iklan dan bentuk lain dari penjualan baranglain, dan (6) hiburan. Pada umumnya pesan yang dikirim bersifat umum seperti berita, informasi pendidikan dan sejenisnya. Namun karena bisa tergolong serius dan menegangkan, akan muncul kategori ringan lainnya seperti entertainment, advertising dan lain-lain.

### 3) Audience

Khalayak media massa sangat luas, beragam dan banyak, dalam hal ini audien saling berjauhan dalam hal berpikir, menanggapi pesan, pengalaman dan orientasi hidup.

#### 4) Umpan Balik

Umpan balik adalah suatu jenis tanggapan yang diberikan oleh komunikator kepada komunikator, dalam komunikasi umpan balik dibagi menjadi dua yaitu; (1) Umpan balik langsung (instant feedback) biasanya terjadi ketika komunikator dan komunikator saling bertatap muka. (2) umpan balik tidak langsung (delayed response) dalam hal ini komunikator tidak dapat bereaksi secara langsung dan biasanya komunikator memberikan umpan balik melalui beberapa saluran. Karena komunikasi massa bersifat satu arah, umpan balik tidak dapat diberikan secara langsung tetapi harus melalui saluran lain.

#### 5) Gangguan

Komunikasi massa tidak selalu lancar, terkadang ada interupsi atau hambatan dalam menyampaikan pesan. Gangguan pada saluran, seperti kesalahan ketik yang tidak jelas, akan membingungkan pembaca. Ada juga gangguan semantik, seringkali terkait bahasa, seperti kesalahan wartawan dalam berekspresi.

#### 6) Gatekeeper

Dalam komunikasi massa terdapat unsur informasi. Orang yang bertanggung jawab untuk mempengaruhi atau mengevaluasi informasi di media massa disebut gatekeeper. Dalam hal ini, tugas gatekeeper adalah untuk menarik perhatian dan memungkinkan penyebaran informasi, istilah yang pertama kali dicetuskan oleh psikolog Kurt Lewin pada tahun 1947 dalam bukunya *Human Relations* (Nurudin, 2014: 118).

#### 7) Pengatur

Regulator berbeda dengan gatekeeper, yang ruang lingkungannya terbatas pada media dan memiliki pengaruh langsung terhadap kebijakan media. Sedangkan regulator adalah individu atau organisasi di luar media yang berperan dalam penyebaran informasi, seperti mengatur iklan di media massa yang akan diiklankan.

#### 8) Filter

Filter adalah pikiran khalayak dalam menyaring dan mengatur informasi yang diterimanya, filter itu sendiri dibagi menjadi tiga jenis: (1) filter psikologis, (2) filter fisik, dan (3) filter budaya. Secara umum, khalayak memiliki banyak cara yang berbeda untuk menyaring informasi mereka, semua filter di atas akan mempengaruhi khalayak pada pesan yang diterima.

### **2.1.2.3.3. Fungsi Media Massa**

Terlepas dari bentuk dan perkembangannya, media tetap memegang peranan penting dalam kehidupan manusia. Berikut beberapa fungsi dari media massa (Aditya Rifan, 2015):

#### 1) Fungsi Informasi

Ini merupakan fungsi yang sangat mendasar. Dimana, masyarakat dapat mendapatkan informasi dengan mudah melalui media massa

#### 2) Fungsi Hiburan

Media massa menyediakan beberapa hiburan untuk dikonsumsi seperti film, infotainment, sinetron dan konser musik

3) Fungsi persuasi

Media massa juga berfungsi untuk menggiring suatu opini atau pandangan publik berdasarkan apa yang ditampilkan

4) Fungsi Korelasi

Media juga membantu untuk menemukan kemungkinan korelasi antara peristiwa saat ini dan peristiwa sebelumnya.

5) Fungsi Pendidikan

Dalam sejumlah platform juga tersedia beberapa konten yang terakit pada pendidikan. Seperti, artikel sains ataupun liputan teknologi

6) Fungsi Pengawasan

Media memberikan informasi tentang kejahatan yang dapat terjadi dalam masyarakat atau otoritas tertentu. Informasi yang tersedia membantu masyarakat untuk mengetahui tentang ancaman yang mungkin mereka timbulkan.

7) Fungsi Interpretasi

Media dapat digunakan sebagai sarana untuk membantu khalayak memahami suatu peristiwa atau masalah yang sedang berlangsung. Media digunakan sebagai alat untuk menggambarkan sesuatu dengan cara yang mudah dipahami. Misalnya, iklan layanan masyarakat tentang pentingnya vaksin COVID-19.

#### **2.1.2.3.4. Jenis-Jenis Media Massa**

Media massa memiliki ciri yang khas, yakni memiliki kemampuan yang dapat memikat perhatian khalayak secara serempak dan serentak. Dalam

menyusun strategi komunikasi sifat dari media yang akan digunakan harus benar-benar mendapat perhatian, karena erat sekali kaitannya dengan khalayak yang akan diterpanya.

Menurut **Hafied Cangara** dalam bukunya yang berjudul **Pengantar Ilmu Komunikasi**, jenis-jenis media massa dapat dibedakan menjadi tiga jenis yakni antara lain:

- 1) Media Cetak
  - 2) Media Elektronik
  - 3) Media Online
- (2010, 74)

1) Media Cetak (*printed Media*): Surat kabar, tabloid dan Majalah

Media massa pertama kali muncul di dunia pada tahun 1920 an. Saat itu awalnya media massa digunakan oleh pemerintah untuk mendoktrin masyarakat, sehingga membawa masyarakat kepada tujuan tertentu. Seperti teori jarum suntik pada teori komunikasi massa. Namun sekarang sudah ada kebebasan pers seperti timbal balik dari audiens.

2) Media Elektronik (*Electronic Media*): Radio, Televisi dan Film

Setelah media cetak muncul media elektronik pertama yaitu radio. Sebagai media audio yang menyampaikan pesan melalui suara. Kecepatan dan ketepatan waktu dalam penyampaian pesan tentu radio lebih cepat dengan menggunakan siaran langsung. Pada waktu penyebaran informasi proklamasi kemerdekaan media massa berperan penting dalam penyebaran berita. Setelah radio muncul televisi yang lebih canggih yang dapat menampilkan gambar sebagai media massa audio visual.

### 3) Media Online: Website, Portal Berita, Blog

Populer pada abad ke-21, google lahir pada tahun 1997. Media internet bisa melebihi kemampuan media cetak dan elektronik. Apa yang ada pada kedua media tersebut bisa masuk kedalam internet melalui website. Memiliki banyak kelebihan dibandingkan kedua media tersebut. Tetapi, akses internet yang masih terbilang bebas bisa berbahaya bagi para pengguna nya seperti penipuan.

#### **2.1.2.4. Film**

Secara etimologis film adalah gambar bergerak. Istilah film sendiri sangatlah tidak asing, film merupakan sebuah karya khusus yang bisa disaksikan oleh penonton melalui berbagai saluran seperti bioskop, platform digital, televisi dan sebagainya. Menurut beberapa pendapat mengatakan bahwa film adalah susunan gambar yg terdapat dalam seluloid kemudian diputar dengan memakai teknologi proyektor yang memperlihatkan nafas demokrasi dan bisa ditafsirkan pada aneka macam makna. Sedangkan menurut Stuart Hall (seperti dikutip dalam Toni, 2017) film adalah Suatu pandangan yang menunjukkan proses dimana makna diproduksi dan dipertukarkan di antara anggota kelompok dalam suatu budaya dengan menggunakan bahasa. Representasi menghubungkan konsep bahasa dan pikiran kita yang memungkinkan kita untuk menginterpretasikan dunia maya dari suatu hal, orang, peristiwa nyata, dan hal-hal non-nyata, orang, benda dan peristiwa.



Sedangkan menurut **Elvinaro** dalam bukunya yang berjudul **Komunikasi**

**Massa Suatu Pengantar** mengatakan bahwa:

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

Film adalah industri media massa yang tidak ada habisnya. Film digunakan sebagai media yang merefleksikan realitas atau bahkan membentuk realitas. Cerita yang ditayangkan dapat berupa fiksi maupun non fiksi. Film merupakan media massa yang banyak disukai orang karena dapat dijadikan sebagai hiburan dan penyalur hobi.

Kemampuan film dapat menjangkau banyak segmen sosial, maka para ahli berpendapat bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayak. Sejak saat itulah, mereka berbagi penelitian yang melihat dampak dari sebuah film terhadap khalayak.

#### **2.1.2.4.1. Karakteristik Film**

Menurut **Vera** dalam bukunya yang berjudul **Semiotika dalam Riset Komunikasi** menjelaskan bahwa karakteristik film terdiri dari:

- 1) Layar yang luas  
Kelebihan film dibandingkan dengan acara televisi adalah layar yang luas sehingga penonton bisa lebih leluasa untuk menonton adegan-adegan yang disajikan dalam film tersebut
- 2) Pengambilan gambar  
Dengan layar yang luas memungkinkan untuk pengambilan gambar jarak jauh atau *extreme long shot* dan *panoramic shot*. Dengan begitu maka akan memunculkan kesan artistik dan memperlihatkan suasana yang sesungguhnya
- 3) Konsentrasi penuh

Penonton memiliki konsentrasi penuh saat menonton di bioskop, ruangan kedap suara, maka dengan begitu penonton akan fokus pada alur cerita yang disajikan

4) Identifikasi psikologis

Dengan konsentrasi penuh saat kita menonton, tanpa kita sadari dapat membuat kita lebih menghayati alur cerita yang disampaikan dalam film tersebut.

#### **2.1.2.4.2. Jenis-Jenis Film**

Film pada dasarnya dibedakan menjadi dua yaitu jenis, yaitu film fiksi dan film nonfiksi. Film fiksi adalah film yang dibuat berdasarkan kisah fiktif atau khayalan belaka. Film fiksi dibagi menjadi dua yaitu film cerita pendek dan cerita panjang. Perbedaan yang paling spesifik yaitu durasi, untuk film cerita pendek berdurasi dibawah 60 menit, sedangkan film cerita panjang berdurasi 90-100 menit, bahkan ada pula yang sampai 120 menit.

Film nonfiksi contohnya seperti film dokumenter, yaitu film yang menceritakan tentang dokumentasi sebuah peristiwa, alam, makhluk hidup ataupun flora dan fauna.

Genre merupakan pembagian tertentu dalam sebuah film yang memiliki ciri tersendiri. Dalam film fiksi terdapat beberapa genre, antara lain sebagai berikut:

1) Film drama

Genre film yang umumnya tentang kehidupan nyata yang melibatkan latar, tema, karakter, dan cerita. Selain itu, drama diambil dalam skala besar yaitu masyarakat, dan dalam skala kecil khususnya keluarga. Dalam skala besar, drama sering kali tentang politik dan kekuasaan. Sedangkan dalam

skala kecil atau dalam keluarga biasa, ceritanya tentang keharmonisan dan cinta.

2) Film aksi

Genre action atau aksi adalah jenis film yang seringkali sangat menegangkan untuk ditonton. Film bergenre ini juga memiliki penjahat dan karakter utama yang saling terkait dalam sebuah konflik. Tidak mengherankan jika film jenis ini sering menampilkan kejar-kejaran, tembak-menembak, dan balapan.

3) Film komedi

Salah satu genre film yang paling populer adalah komedi. Genre ini sering membuat penontonnya tertawa. Selain itu, komedi juga disampaikan dengan sangat ringan dan sering kali melebih-lebihkan tindakan, situasi, dan bahasa.

4) Film horror

Horror merupakan salah satu genre film yang menceritakan tentang ketakutan dan suasana yang menyeramkan. Biasanya film bergenre ini berhubungan dengan makhluk gaib, monster, dan bentuk fisik yang membuat takut penonton.

5) Film animasi

Film animasi adalah keajaiban yang mengalahkan sihir. Lahir dari dunia penuh keajaiban sang animator yang mengubah gambar-gambar diam menjadi hidup dan mengubah imajinasi menjadi visual nyata.

6) Film ilmu fiksi

sebuah film yang mempromosikan ilmu pengetahuan dan teknologi serta gambar. Dalam film-film sci-fi, tidak ada batasan yang tegas bagi sutradara untuk bebas mengekspresikan ide-idenya melalui film-film yang ia ciptakan.

7) Film musikal

genre film di mana lagu-lagu yang dinyanyikan oleh karakter terjalin ke dalam cerita, terkadang disertai dengan tarian. Lagu-lagu terutama membangkitkan atau mengembangkan karakter film,

### **2.1.3. Kerangka Teoritis**

#### **2.1.3.1. Semiotika**

Film merupakan salah satu media massa yang terdiri dari audio dan visual yang menampilkan tanda di setiap adegan. Dalam memahami arti dari setiap tanda yang ada dalam film, maka peneliti menggunakan analisis semiotika dalam penelitian ini.

Semiotika sering diartikan sebagai ilmu signifikasi yang dipelopori oleh dua orang, yaitu Ferdinand De Saussure seorang ahli linguistik Swiss (1857-1913) dan Charles Sanders Peirce seorang filosof pragmatisme Amerika (1839-1914).

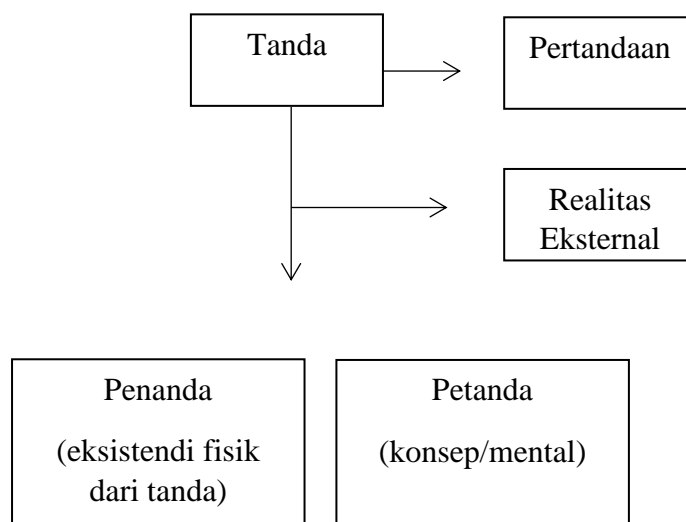
Daniel Chandler (Vera, 2014:2) mengatakan bahwa semiotika adalah ilmu tentang tanda-tanda. Selain itu, ada juga yang mengungkapkan bahwa semiotika adalah studi tentang bagaimana khalayak memperoleh makna dan nilai-nilai dalam sebuah sistem komunikasi disebut semiotika, yang berasal dari kata

*seemion* sebuah istilah Yunani yang berarti “tanda”. Disebut juga *semeiotikos* yang berarti “teori tanda”.

Dalam dunia perfilman tanda sangat berpengaruh terhadap kehidupan manusia. Dari tanda tersebut manusia mulai mengkajinya dan mengetahui segala sesuatu. Oleh karena itu diadakannya ilmu semiotika untuk mempelajari film. Karena film mengandung banyak tanda-tanda yang mengandung banyak arti.

Ferdinand De Saussure yang dijuluki sebagai bapak semiotika modern (1857-1913) beliau membagi relasi antara penanda dan petanda. Saussure lahir tahun 1857 menyukai bidang bahasa dan sastra sehingga mempelajari bahasa secara mendalam sebuah bahasa. Menurut ia tanda dan makna berada dalam kehidupan sehingga dapat mempengaruhi sistem dan pembentukan tanda masyarakat. Menurut Sobur (2009:12), ada beberapa komponen yang dapat mempengaruhi sistem pembentukan tersebut, diantaranya peran bahasa sebagai komponen penting dalam realitas, Semiotika ini lebih fokus menguraikan ilmu tanda dalam kehidupan ditengah kehidupan masyarakat.

**Gambar 2.1** Struktur Tanda Saussure



**Sumber:** Vera Nawiroh, 2014:20

Kata lain, penanda ialah hal yang bermakna atau penanda adalah komponen dasar dari sebuah bahasa. Sedangkan Petanda adalah komponen dari bahasa, nantinya sesuatu yang ditandakan melalui sebuah tanda hal tersebut termasuk kedalam sebuah faktor linguistik karena menciptakan sebuah realitas. Demikian, Saussure menempatkan bahasa sebagai dasar dalam tanda yang menurutnya mampu menyampaikan dan mengekspresikan sebuah ide dengan cara tertentu agar dapat terlihat maknanya.

Pemberian makna yang disebut oleh Saussure terdapat dalam sebuah istilah sirkuit wicara atau parole. Parole merupakan sebuah aktivitas yang didalamnya terdapat interaksi antara pemberi dan penerima pesan. Pesan yang disampaikan oleh komunikator harus dapat dimengerti dan dipahami oleh komunikan sebagai penerima pesan, maka hasilnya komunikan akan terus berinteraksi dengan komunikator dan terbentuklah Parole atau sirkuit wicara (Patriansah & Artikel, 2020:209).

### **2.1.3.2. Teori Kontruksi Realitas Sosial**

Teori konstruksi realitas sosial adalah karya penting dalam kajian sosiologi interpretative, berisi tentang perubahan sosial yang menyatukan masalah teoritis dengan politik praktis (Hunter dan Ainlay, 1986). Teori ini dilahirkan oleh Berger seorang sosiolog dan Thomas Luckman yang merupakan seorang professor. Lahirnya teori ini dilatar belakangi oleh keingintahuan Berger mengenai sebuah

kenyataan, melalui konsep sosiologi Berger akhirnya dapat menjawab rasa penasarannya dengan menghasilkan rumusan kenyataan objektif dan subjektif.

Pandangan teori ini juga dihasilkan dalam konteks fenomenologi Husserl, dimana dalam memandang sebuah realitas sosial harus dimaknai oleh sesuatu yang objektif. Objektifitas dalam hal ini memisahkan pengetahuan yang berkonteks dan individual. Oleh sebab itu, sebuah realitas sosial merupakan kepentingan yang mengarahkan manusia dalam memilih teknik pemahaman melalui interaksi dan membentuk realitas.

Konsep realitas dalam masyarakat diubah dan berevolusi dengan cara yang tidak dapat diubah dan terjadi secara tiba-tiba. Ketika manusia saling berinteraksi, maka mereka akan terus menerus memberikan pesan dan makna, saling mengamati dan memahami, lalu nantinya akan terkondisikan dalam proses pemahaman untuk mengartikan sebuah realitas hidup dan menawarkan makna (Berger dan Luckman, 1966).

Proses pemberian makna antar manusia membuat basis teori ini berevolusi menjadi modernisasi, dimana proses interaksi dapat dilakukan dengan memanfaatkan sebuah media massa yang tentunya kini menjadi sebuah fenomena sosial. Tanpa adanya komponen media didalam sebuah interaksi, tentunya proses penyampaian makna dan pesan akan lamban dan tidak mampu menjawab perkembangan khalayak modern.

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah model konseptual mengenai bagaimana hubungan antar teori dengan faktor lainnya yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting. Kerangka pemikiran dalam sebuah penelitian kualitatif sangat menentukan proses penelitian secara keseluruhan. Tentunya kerangka pemikiran memiliki esensi tentang pemaparan teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Di bawah ini merupakan kerangka pemikiran penulis dalam melaksanakan penelitian yang berjudul "Pesan Moral pada Film Hari Yang Dijanjikan".

Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah film Hari yang Dijanjikan dan untuk memahami makna dalam film tersebut, peneliti menggunakan teori konstruksi realitas sosial sebagai landasan untuk menelaah fenomena yang terjadi di dalam sebuah film. Istilah konstruksi sosial atau realitas didefinisikan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama subjektif

Film merupakan media komunikasi yang tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga untuk Pendidikan. Maka film merupakan komunikasi yang paling efektif untuk menyampaikan informasi secara audio visual. Film dituntut untuk menyampaikan pesan yang bermakna di setiap adegannya sehingga film memiliki tanggung jawab yang berat untuk setiap film yang ditayangkannya.

Semiotika merupakan ilmu yang mempelajari tentang tanda untuk menggambarkan suatu hal. Begitupun komunikasi yang berawal dari tanda karena

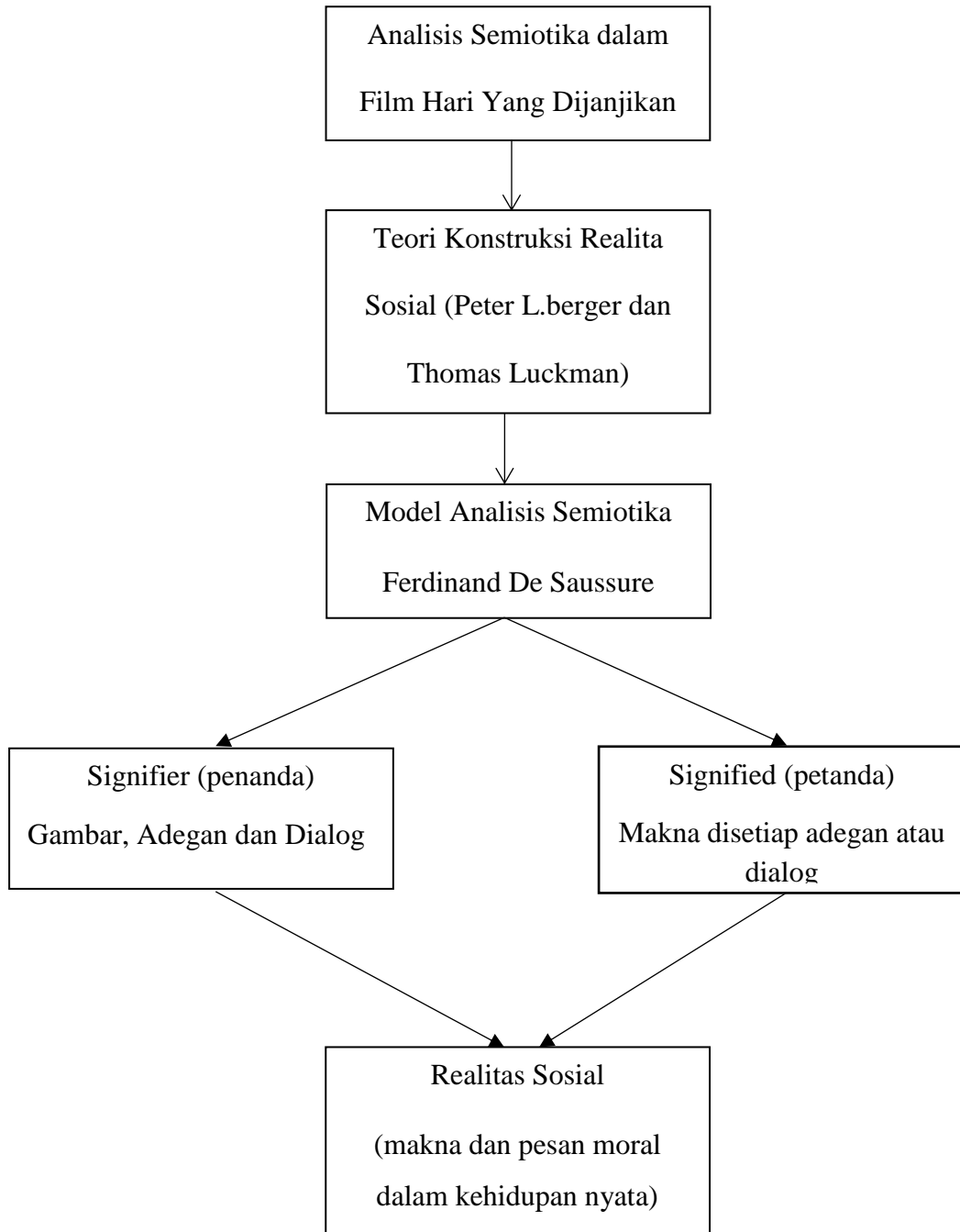


dari tanda tersebut mengandung banyak pesan. Tanda merupakan jalannya komunikasi agar selalu efektif dan baik menjadi perantara dari komunikator kepada komunikan. Ilmu semiotika yang diambil yaitu dari Ferdinand De Saussure.

Dalam analisis Saussure ini semiotika dibagi menjadi dua bagian yaitu penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Penanda dilihat dari wujud fisik yang dapat dilihat melalui gambar, dialog dan suara. Sedangkan petanda dapat dilihat dari makna yang terungkap dari penanda dan menghasilkan suatu pemaknaan dalam sebuah film.

Penelitian ini berhubungan dengan suatu realitas sosial dalam kehidupan sehari-hari yang didapat dari suatu pengamatan film yang disampaikan melalui kata-kata. Dari hasil penanda dan petanda adanya suatu realitas sosial yang memiliki makna dan pesan moral yang diperoleh melalui gambar, dialog dan suara.

Penelitian ini didukung oleh teori konstruksi realitas social untuk mengetahui makna dan pesan moral dalam kehidupan nyata yang diungkapkan melalui kata-kata. Serta bisa memberikan pengaruh pola pikir dalam kehidupan sehari-hari kepada para penonton

**Gambar 2.2** Kerangka Pemikiran

**Sumber:** dianalisis peneliti (2021)