

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Kajian Literatur

2.1.1. *Review* Penelitian Sejenis

Review penelitian yaitu sebuah persamaan serta perbedaan dari sekumpulan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang sedang dilakukan saat ini. *Review* penelitian ini dilakukan peneliti dengan mengambil referensi untuk melihat karya penelitian sebelumnya dalam mencari informasi maupun pendapat yang mendukung penelitian yang akan dilakukan, menganalisis dan menelaah untuk memperoleh gambaran awal penelitian. *Review* penelitian sejenis dimaksudkan juga agar terhindar dari adanya plagiarisme yang mungkin terjadi karena terdapat kesamaan konteks yang dapat menciptakan keraguan dalam penelitian ini.

Peneliti menggunakan berbagai sumber sebagai referensi penelitian ini, diantaranya dari buku, jurnal, tesis, serta internet. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang peneliti gunakan sebagai referensi atau perbandingan dalam penelitian ini:

1. “Makna Oligarki dalam Film *Sexy Killers* Karya Dandhy Dwi Laksono”, Muhammad Syarifuddin Murdiyanto (Universitas Pasundan, 2019)

Pendekatan kualitatif dengan teknik studi deskriptif menjadi metode yang digunakan di penelitian kali ini, yaitu analisis semiotika Roland Barthes. Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme dalam penelitiannya.

Objek dari film penelitian ini adalah film *Sexy Killers* yang menceritakan tentang industri batu bara di Indonesia yang memberikan dampak akibat aktivitas tambang batu bara bagi kehidupan masyarakat, juga mengangkat isu yang relevan mengenai keadaan iklim di Indonesia saat ini.

Dari semua isu yang ingin disampaikan oleh film *Sexy Killers*, peneliti memilih oligarki dalam konteks politik menjadi isu yang difokuskan makna penelitiannya. Oligarki yang menjadi konteks penelitian adalah konstentasi PEMILU 2019 di Indonesia dengan melibatkan dua kubu saling berseteru yaitu Joko Widodo-Ma'ruf Amin dan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno, beserta para Tim Pemenang masing-masing.

Maka dari itu, peneliti mencari dan melihat makna oligarki yang terdapat dalam film *Sexy Killers*. Pendekatan Semiotika Roland Barthes digunakan pada penelitian ini melalui makna denotasi, konotasi dan mitos.

2. "Analisis Semiotika Representasi Gerakan Sadar Lingkungan dalam Film *Semesta*", Andika Nuriyatul Ula Farhana (UIN Sunan Ampel, 2021)

Analisis semiotika Roland Barthes digunakan dalam penelitian ini sebagai pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Dalam penelitiannya, peneliti menerapkan paradigma kritis yang berfokus pada pengungkapan dan analisis realitas sosial dengan mempertanyakan kesenjangan relasi sosial yang ada.

Objek dari penelitian ini adalah film *Semesta* yang bercerita tentang 7 sosok di 7 daerah Indonesia yang melakukan usaha-usaha kecil untuk

menghormati dan menjaga keselarasan mereka dengan alam sesuai iman, agama, dan kepercayaan masing-masing.

Data dalam penelitian ini diperoleh dari peneliti yang menganalisis adegan-adegan dalam film *Semesta* menggunakan analisis Semiotika Roland Barthes yang menggunakan dua tahapan analisis atau yang biasa disebut tahapan signifikasi, yaitu denotasi dan konotasi.

Peneliti menyimpulkan bahwa di dalam film *Semesta* dapat dilihat bahwa adanya upaya-upaya yang termasuk gerakan sadar lingkungan. Film *Semesta* merupakan bentuk dari ideologi atau pandangan dari pembuat film, bukan hanya gambar, dialog maupun simbol tapi juga menggambarkan keinginan dari pembuat film untuk menyadarkan masyarakat untuk selalu menjaga lingkungan.

3. “Makna Film Dokumenter *What The Health*: Studi Analisis Semiotika Roland Barthes”, Mellysa Desi Ariani (LSPR, 2019)

Analisis semiotika Roland Barthes digunakan dalam penelitian ini, yaitu penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Peneliti menggunakan paradigma kritis dalam penelitiannya.

Objek dari penelitian ini adalah film *What The Health* yang menceritakan mengenai pengungkapan kemungkinan adanya penutupan isu masalah kesehatan terbesar dengan memaparkan konspirasi dan korupsi dalam pemerintahan dan bisnis besar hingga menelan biaya triliunan dolar untuk perawatan kesehatan dengan cara membuat masyarakat menjadi sakit.

Oleh karenanya, pesan yang disampaikan dalam film *What The Health* menjadi fokus yang ingin diteliti dengan menganalisis *scene-scene* menggunakan analisis semiotika Roland Barthes melalui makna denotasi, konotasi dan mitos.

Tabel 2.1. Review Penelitian Sejenis

Nama dan Judul Penelitian	Teori Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
Muhammad Syarifuddin Murdiyanto (Universitas Pasundan, 2019) “Makna Oligarki dalam Film <i>Sexy Killers</i> Karya Dandhy Dwi Laksono”	Semiotika Roland Barthes, Teori Konstruksi Realitas Sosial	Kualitatif	Menggunakan metode penelitian kualitatif; menggunakan teori Semiotika Roland Barthes dan teori Konstruksi Realitas Sosial; jenis film sama	Fokus penelitian pada makna oligarki konteks politik PEMILU 2019.

			yaitu dokumenter.	
Andika Nuriyatul Ula Farhana (UIN Sunan Ampel, 2021) “Analisis Semiotika Representasi Gerakan Sadar Lingkungan dalam Film Semesta”	Semiotika Roland Barthes, Teori Representasi	Kualitatif	Menggunakan metode penelitian kualitatif; jenis film sama yaitu dokumenter; menggunakan Teori Roland Barthes.	Menggunakan Teori Representasi.
Mellysa Desi Ariani (LSPR, 2019) “Makna Film Dokumenter <i>What The Health: Studi Analisis Semiotika Roland Barthes</i> ”	Semiotika Roland Barthes	Kualitatif	Menggunakan metode penelitian kualitatif; menggunakan teori Semiotika Roland Barthes; jenis film sama	Menggunakan paradigma kritis; fokus penelitian pada isu kesehatan.

			yaitu dokumenter.	
--	--	--	----------------------	--

2.2. Kerangka Konseptual

2.2.1. Komunikasi

2.2.1.1. Definisi Komunikasi

Komunikasi merupakan proses menghantarkan pesan dari pengantar pesan (komunikator) terhadap penerima pesan (komunikan), dengan adanya timbal balik (*feedback*). Menurut Shanon dan Weaver (2013:43) dalam bukunya Komunikasi dan Perilaku Manusia yang diterjemahkan Ibnu Hamad mengatakan bahwa komunikasi merupakan proses memengaruhi satu pikiran dan pikiran lain, tidak hanya berupa tulisan dan lisan, tetapi juga berupa musik, seni menggambar, teater, serta seluruh tingkah laku manusia. Artinya segala aktivitas yang dapat memengaruhi pikiran orang lain merupakan aktivitas komunikasi.

Sedangkan komunikasi menurut Komala dalam bukunya **Komunikasi Ahli Makrifat** adalah:

Komunikasi mengacu pada tindakan oleh satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (*noise*), terjadi dalam satu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu dan kesempatan untuk melakukan umpan balik. (Komala, 2009, h.12)

Komala dan Rabathy (2020:54), dalam bukunya Psikologi Komunikasi mengatakan bahwa komunikasi akan terjalin dengan baik jika pengirim dan

penerima dapat saling mengerti sehingga menghasilkan pesan yang dipahami oleh kedua belah pihak. Pada intinya, komunikasi yang efektif akan terwujud dan dihasilkannya situasi yang komunikatif jika komunikator dan komunikan memiliki kesamaan makna pesan.

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi berarti berbagai bentuk penyampaian pesan baik secara verbal atau secara non-verbal yang dilakukan antar manusia satu dan yang lainnya dengan adanya respon atau *feedback*. Komunikasi lebih dari sekadar berbicara. Setiap tingkah laku, simbol/tanda mengungkapkan pesan, membujuk, memengaruhi sikap atau perilaku untuk mendapatkan saling pengertian antar komunikator sebagai pemberi pesan (informasi) kepada komunikan sebagai penerima pesan sehingga terjadi komunikasi yang efektif dan saling mendapatkan efek timbal balik (*feedback*).

2.2.1.2. Unsur-Unsur Komunikasi

Terdapat unsur-unsur komunikasi untuk mengetahui pedoman seperti mencari tahu siapa, sumber, serta apa dampak atau efek yang terjadi ketika komunikasi berlangsung. Menurut Lasswell dalam Mulyana (2016:69) mengutarakan bahwa:

(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. (2016:69)

Penjelasan Laswell di atas menjelaskan bahwa dalam komunikasi terdapat lima unsur-unsur komunikasi Laswell (2016:69-71) yang dikutip oleh Mulyana yaitu sumber, pesan, media/saluran, penerima, dan efek. Kelima unsur tersebut merupakan unsur utama dalam berlangsungnya proses komunikasi. Berikut penjelasan masing-masing unsur:

1. Sumber yaitu pihak yang membutuhkan komunikasi dengan pihak lainnya. Sumber dapat berupa individu atau kelompok, perusahaan, organisasi atau bahkan suatu negara.
2. Pesan yaitu berisi tentang sesuatu yang akan disampaikan oleh sumber terhadap penerima, dapat mewakili perasaan, atau berupa *value*, gagasan, atau tujuan sumber, yang disampaikan baik secara verbal maupun non-verbal.
3. Saluran atau media yakni berupa sarana dan prasarana dalam penyampaian pesan dari sumber pada penerima. Saluran lebih kepada bentuk baik verbal maupun non-verbal dari pesan yang disampaikan.
4. Penerima yakni pihak yang mendapat atau menerima pesan yang disampaikan dari sumber. Penerima pesan berperan dalam menerjemah kode-kode atau simbol yang diterima menjadi sebuah pesan atau gagasan yang dapat dipahami.
5. Efek yaitu hasil atau kondisi yang terjadi setelah penerima menerima pesan dari sumber.

Kelima unsur komunikasi di atas saling berkaitan antar satu dengan yang lainnya, dan masing-masing berperan dalam membangun suatu proses komunikasi. Agar terjalinnnya proses komunikasi yang baik, maka perlu untuk memperhatikan setiap unsur komunikasi supaya mendapat *feedback* yang baik pula.

2.2.1.3. Proses Komunikasi

Komunikasi merupakan serangkaian kegiatan atau proses dalam penyampaian pesan. Tanpa proses yang baik, tidak akan mendapat hasil yang baik pula. Karenanya, memahami proses komunikasi merupakan hal penting untuk

menciptakan komunikasi yang baik. Effendy dalam bukunya menyebutkan terdapat dua proses komunikasi, diantaranya sebagai berikut:

1. Proses komunikasi secara primer
Proses penyampaian pesan, pikiran, dan/atau perasaan seseorang terhadap orang lain dalam bentuk simbol-simbol atau pengkodean sebagai media.
2. Proses komunikasi secara sekunder
Proses penyampaian pesan atau gagasan seseorang dengan menggunakan simbol sebagai media utama, serta bantuan alat sebagai sarana. (2017:11)

Berdasarkan pada uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa proses komunikasi sangat penting diperhatikan karena membantu tersampainya pesan dengan tepat, baik menggunakan simbol sebagai media utama maupun alat atau sarana sebagai media sekunder.

2.2.2. Komunikasi Massa

2.2.2.1. Definisi Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan salah satu bentuk penyampaian pesan yang dituangkan melalui media massa seperti media cetak (surat kabar, majalah), media elektronik (televisi, radio), media *online* (internet), serta media film yang disampaikan kepada masyarakat secara berkelanjutan sehingga penerima pesan dapat memahami, bahkan terpengaruh oleh isi pesannya. Hikmat menjelaskan bahwa:

Komunikasi massa atau *mass communication* adalah komunikasi melalui media massa modern yang meliputi surat kabar, majalah, siaran radio, siaran televisi, dan media sosial atau dunia maya dengan teknologi internet. Komunikasi massa menyampaikan informasi, gagasan dan sikap

kepada khalayak yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media. (2018: 21)

Definisi di atas mengungkapkan bahwa komunikasi massa adalah serangkaian kegiatan penyampaian pesan dengan menggunakan media massa sebagai penyampai informasi, gagasan, dan sikap, serta dapat memberi pengaruh kepada beragam khalayak yang jumlahnya besar.

2.2.2.2. Karakteristik Komunikasi Massa

Karakteristik komunikasi massa adalah penyampaian pesan melalui media massa baik dalam bentuk audio visual ataupun cetak. Elvinaro menjabarkan bahwa terdapat berbagai macam karakteristik komunikasi massa, sebagai berikut:

1. **Komunikasi Terlembagakan**
Komunikasi yang dilihat dari komunikatornya, apakah berasal dari organisasi, dan/atau lembaga, atau tidak.
2. **Pesan Bersifat Umum**
Pesan komunikasi massa yang bersifat umum, artinya dapat berbentuk fakta, peristiwa, dan opini. Akan tetapi tidak semua informasi tersebut dapat dimuat di media massa.
3. **Komunikannya Anonim dan Heterogen**
Komunikasi yang tidak saling mengenal antar komunikator dan komunikan, serta terbentuk dari keberagaman lapisan masyarakat.
4. **Media Massa Menimbulkan Keserempakan**
Dalam hal ini, keserempakan terjadi karena media massa dapat merangkul atau menjangkau komunikan dari berbagai belahan wilayah, dalam menerima pesan.
5. **Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan**
Dalam konteks komunikasi massa, komunikator tidak diwajibkan untuk mengenal komunikan, yang terpenting adalah pesannya dapat tersampaikan dengan baik. Disesuaikan dengan jenis media dan disusun secara sistematis.
6. **Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah**
Komunikasi yang terjalin bersifat satu arah, dan tidak dapat melakukan dialog. Komunikator berperan aktif dalam menyampaikan pesan, sedangkan komunikan berperan sebagai penerima pesan.
7. **Stimulasi Alat Indra Terbatas**

Tidak semua komunikasi massa dapat melibatkan seluruh stimulus alat indra. Setiap pesan bergantung pada jenis medianya, seperti pada surat kabar/majalah, pembaca hanya menggunakan satu alat indra yaitu melihat. Sedangkan pada radio, melibatkan indra pendengaran, kemudian pada televisi dan film, melibatkan indra penglihatan dan pendengaran.

8. Umpan Balik Tertunda (*Delayed*) dan Tidak Langsung (*Indirect*)
Feedback yang diterima tidak langsung saat itu juga, atau bersifat *indirect* dan *delayed*. Komunikator akan menerima *feedback* dengan penyampaian melalui email, telepon, atau surat pembaca, dari komunikasikan atau dalam hal ini khalayak yang menikmati media massa. (2017:7-12)

Penjelasan di atas merupakan beberapa karakteristik dari komunikasi media massa yang sangat beragam. Hal tersebut juga menerangkan bagaimana media massa bekerja dalam menyampaikan pesan antara komunikator terhadap komunikasikan.

2.2.2.3. Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa pada dasarnya adalah komunikasi yang bersifat komunikasi tidak langsung (tatap muka), sehingga memiliki banyak peran, serta menawarkan banyak pilihan dalam memilih informasi kepada masyarakat. Hal tersebut dikarenakan komunikasi massa bersifat sangat kompleks. Elvinaro menjabarkan beberapa fungsi komunikasi massa bagi masyarakat, diantaranya sebagai berikut:

1. *Surveillance* (Pengawasan)
Fungsi pengawasan terbagi menjadi dua bentuk pengawasan utama, yaitu *warning of beware surveillance* (pengawasan peringatan), serta *instrumental surveillance* (pengawasan instrumental).
2. *Interpretation* (Penafsiran)
Fungsinya tidak jauh berbeda dengan pengawasan, dimana media massa perlu memberikan penafsiran pada setiap peristiwa penting yang terjadi, sehingga tidak semata hanya berperan untuk memuat

fakta dan data saja. Industri media biasanya menyaring dan memutuskan beberapa peristiwa yang akan dimuat atau ditayangkan.

3. *Linkage* (Pertalian)

Media massa juga berperan dalam menciptakan pertalian, atau menyatukan beragam masyarakat berdasarkan kesamaan minat dan kepentingan dalam sebuah *linkage*.

4. *Transmission of Values* (Penyebaran Nilai-Nilai)

Fungsi penyebaran nilai atau lebih sering disebut sosialisasi, yang mengacu pada cara individu dalam mengamati perilaku. Dalam hal ini, media massa berperan dalam mewakili gambaran masyarakat.

5. *Entertainment* (Hiburan)

Fungsi media massa sebagai hiburan yaitu bertujuan untuk menyegarkan pikiran yang sedang penuh atau penat yang dialami masyarakat. (2017: 15-17)

Fungsi dari komunikasi massa berkembang seiring dengan perkembangan teknologi dan komunikasi, dimana membantu masyarakat dari berbagai lapisan dalam memperoleh informasi dengan cepat dan secara luas melalui beragam media (surat kabar, majalah, televisi, serta internet).

2.2.3. Media Massa

2.2.3.1. Definisi Media Massa

Media massa berupa singkatan dari *media of mass communication*. Media massa yaitu sarana dan prasarana yang digunakan dalam memproses penyampaian pesan atau komunikasi secara meluas, sebanyak-banyaknya, serta dapat terjangkau dengan luas. Cangara menyebutkan bahwa:

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri adalah alat yang digunakan dalam penyampaian dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi. (2010:213, 216)

Seiring perkembangannya, media massa berperan penting dalam perkembangan dan kemajuan kehidupan manusia, khususnya dengan adanya media baru, selain media cetak dan media elektronik, yaitu internet.

2.2.3.2. Efek Pesan Komunikasi Massa

Tentunya terdapat pengaruh yang signifikan yang muncul di masyarakat luas dengan adanya komunikasi massa. Beberapa efek komunikasi massa menurut Ardianto dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** yaitu:

- a. Efek Kognitif
Efek kognitif yaitu efek yang terjadi pada diri komunikan itu sendiri, dan bersifat informatif.
- b. Efek Afektif
Masyarakat diharapkan dapat terbawa suasana sehingga dapat menikmati perasaan iba, terharu, sedih, gembira, dan lain sebagainya.
- c. Efek Behavioral
Efek behavioral yaitu perubahan perilaku, tindakan, yang timbul dalam diri khalayak ketika membaca berita atau jurnal yang dimuat. (2007:52)

2.2.4. Film sebagai Media Massa

Film merupakan salah satu bentuk seni, yang juga sebagai media massa yang efektif dalam menyampaikan pesan. Selain media penyampaian pesan, film juga bertujuan untuk dinikmati oleh masyarakat. Film dipercaya memiliki daya tarik dan kekuatan dalam menjangkau banyak segmen sosial, sehingga para ahli sepakat mengatakan film memiliki potensi dalam memengaruhi penikmatnya.

Prasetya (2019:28) dalam bukunya *Analisis Semiotika Film dan Komunikasi* mengatakan bahwa film memiliki fungsi sebagai media komunikasi massa karena ditonton oleh khalayak yang memiliki sifat heterogen. Film memiliki

pesan yang terkandung di dalamnya dan disampaikan kepada masyarakat secara luas bagi yang menonton film tersebut.

Film pada dasarnya terbangun dengan banyak tanda, dimana tanda tersebut menjadi kesatuan sistem yang bekerja sama dalam upaya mencapai efek yang diharapkan. Dalam buku Semiotika Komunikasi, Sobur berpendapat bahwa: “Yang paling penting dalam film adalah gambar dan suara; kata yang diucapkan (ditambah dengan suara-suara lain yang mengiringi gambar-gambar) dan musik film.” (2009:127-128)

Perbedaan film dan gambar terletak pada fungsinya dimana film dianggap sebagai pesan, sedangkan gambar berfungsi sebagai bahasa. Bahasa adalah sistem yang logis dan terorganisir, terdiri atas subsistem fonologis, gramatikal, dan leksikal yang menghubungkan dunia bunyi dan makna. Antara film dan gambar ada sebuah konteks, yang berpengaruh pada kompatibilitas sistem bahasa. Yang dimaksud dengan konteks di sini merupakan unsur non-linguistik yang dibahas dalam pragmatik ini.

Effendy (2003:209) dalam buku Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi mengungkapkan bahwa film berperan dalam memberikan penjelasan yang ditampilkan melalui gambar, suara, atau bahkan alur ceritanya.

Film merupakan sebuah media massa yang berbentuk *audio visual* yang bukan hanya memberi peran hiburan semata, melainkan juga media sumber informasi dan ilmu pengetahuan.

2.2.4.1. Karakteristik Film sebagai Media Massa

Menurut Ardianto (2017:145) menyebutkan bahwa ada beberapa faktor yang menunjukkan karakteristik film sebagai media massa, yaitu:

a. Layar yang Luas/Lebar

Kelebihan dari media film adalah layarnya yang memiliki ukuran luas yang dapat memberikan kepuasan dan keleluasaan penontonnya untuk menonton adegan-adegan yang tersaji dalam film. Saat ini teknologi semakin maju dan canggih, begitu pun media film yang sudah memiliki layar film di bioskop dengan model tiga dimensi, sehingga penonton seolah-olah ikut masuk ke dalam film seperti kejadian nyata.

b. Pengambilan Gambar

Salah satu konsekuensi dari layar lebar bioskop, pengambilan gambar atau *shot* dalam film bioskop memungkinkan dari jarak jauh atau *extreme long shot*, dan *panoramic shot*, yakni pengambilan gambar pemandangan secara menyeluruh. Pengambilan gambar tersebut dipakai untuk memberi kesan artistik dan membangun suasana yang nyata, sehingga film menjadi lebih menarik. Selain itu, melalui *panoramic shot*, penonton dapat memperoleh gambaran tentang daerah tertentu yang dijadikan lokasi dari film sekalipun belum pernah berkunjung ke daerah tersebut.

c. Konsentrasi Penuh

Saat menonton film di bioskop, suasana yang dibangun di dalam ruang teater dapat menciptakan konsentrasi penuh dalam menonton film. Ruang teater yang didesain kedap suara, lampu yang dimatikan ketika film sudah dimulai, dan *sound* film yang bergema seakan muncul dari setiap sudut ruangan membuat fokus hanya tertuju pada layar bioskop, sementara pikiran dan perasaan tertuju pada alur cerita. Tentunya emosi juga terbawa suasana, akan tertawa ketika adegan film lucu, akan menangis ketika adegan menyedihkan, bahkan ikut menjerit ketakutan ketika adegan menyeramkan. Bandingkan dengan saat menonton televisi di rumah, sulit berkonsentrasi penuh karena banyaknya distraksi dari orang-orang disekitar, ada yang hilir-mudik, suara telfon berbunyi dan banyak gangguan lainnya.

d. Identifikasi Psikologis

Secara tidak sadar saat menonton film, pikiran dan perasaan larut dalam cerita yang disajikan. Karena penghayatan yang amat mendalam, seringkali penonton ikut menyamakan dirinya dengan salah seorang tokoh dalam film tersebut, seolah sedang ikut berperan. Menurut Effendy (1981:192) yang disebutkan oleh Ardianto dalam bukunya mengatakan gejala tersebut menurut ilmu jiwa sosial disebut dengan identifikasi psikologis.

2.2.5. Film

2.2.5.1. Definisi Film

Film merupakan bentuk dari salah satu alat komunikasi massa yang menampilkan gambar bergerak. Komunikasi yang dihasilkan media film bersifat komunikasi satu arah kepada penerima pesan, yaitu komunikan, dalam hal ini adalah penonton (Bayu Widagdo & Winastwan, 2004:2)

Film di dalam kehidupan masyarakat sangat berkaitan erat. Sejak kemunculan pertamanya, bergambar hitam putih bergerak, hingga kini menjadi bergambar dengan konsep tiga dimensi (3D) serta memanfaatkan kecanggihan teknologi, sehingga masyarakat menjadikan film sebagai salah satu sarana hiburan, informasi hingga edukasi. Maka dari itu, tidak salah jika para ahli di bidang komunikasi menganggap film sebagai medium yang berfungsi untuk meneruskan pesan. Hal ini atas dasar kemampuan jangkauan film dalam berbagai lapisan sosial. Sejak saat itu, maka muncullah macam-macam penelitian tertarik akan pengaruh film pada masyarakat.

Menurut McQuail yang dikutip oleh Prasetya (2018:28) mengatakan bahwa terdapat tema penting yang menguatkan bahwa film adalah bentuk alat komunikasi publik. Tema yang pertama adalah film yang dimanfaatkan sebagai alat propaganda. Film yang mengangkat tema yang berdekatan dengan fenomena sosial di masyarakat dapat mengkonstruksi pola pikir masyarakat yang kemudian menjadikan perspektif dalam kehidupan sehari-hari. Kedua, tema yang diangkat adalah lahirnya berbagai *genre* seni film dan *genre* film dokumentasi sosial, membuat keberadaan film sebagai alat komunikasi massa menjadi terbukti.

Sesuai yang dikutip oleh Irwanto melalui buku **Semiotika Komunikasi**,
bahwasanya:

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

Definisi di atas mengungkapkan bahwa film yang berasal dari kisah asli atau nyata, maka harus disesuaikan dengan fakta-fakta yang terjadi, dengan tidak mengurangi atau menambahkan kebenaran yang ada. Tetapi tidak mengurangi atau mengubah pula kode-kode, konvensi, serta ideologi dari kebudayaan yang terjadi pada lingkungan dimana film tersebut dikerjakan.

2.2.5.2. Jenis-Jenis Film

Selaras dengan perkembangan industri perfilman, semakin beragam dan berwarna pula film yang diproduksi. Pada umumnya, film dapat diklasifikasikan berdasar orientasi pembuatan, cerita, dan *genre*.

Sebagai komunikator, berperan penting untuk mengetahui berbagai jenis film agar dapat menyalurkan film sesuai dengan karakteristiknya. Salah satunya, *genre* sebuah film bergantung pada negara dan budaya sekitarnya, karenanya beberapa film hanya populer pada negerinya masing-masing.

Keragaman jenis film juga meliputi adanya pengklasifikasian kembali dari *genre* utama yang telah ditentukan *Actuality Film*, *Docudrama*, *Docufiction*, atau *Travel Documentary*, misalnya, adalah jenis film dokumenter yang berbeda.

Hampir 200 jenis film yang berbeda telah diidentifikasi sebagai hasil dari berbagai turunan ini.

Secara umum, film dapat dibedakan menjadi beberapa jenis, yaitu:

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

Jenis film lainnya yang tidak disebutkan di atas yaitu film musikal, film fiksi ilmiah, film olahraga atau film perang. Menjamurnya varian satu *genre* film disebabkan oleh fakta bahwa *genre* film saling terkait dan tidak dapat diklasifikasikan ke dalam kategori yang berbeda. Sebagai contoh, film komedi yang memasukkan aspek horor bisa digolongkan sebagai komedi horor. Akibatnya, *genre* baru lahir.

2.2.5.3. Kategori Film

Dalam bukunya yang berjudul **Pengantar Memahami Semiotika Media**,

Danesi memaparkan ada tiga jenis film, diantaranya:

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

Dari pernyataan yang diutarakan Danesi, disimpulkan bahwa kategori film dapat ditentukan berdasarkan konteks, konten, serta proses pembuatannya. Atau juga dapat dikategorikan berdasar tujuan dari masing-masing film.

2.2.5.4. Genre-Genre Film

Referensi dalam proses pembuatan film dapat diperoleh dari beberapa bahan seperti novel, *vaudeville*, sirkus, dan lain sebagainya. Terkadang mereka juga menciptakan *genre* mereka sendiri.

Genre-genre film terpopuler yang termasuk ke dalam buku Danesi berjudul

Pengantar Memahami Semiotika Media, yaitu:

1. Drama Kriminal: seperti *Little Caesar* (1930).
2. Fiksi Ilmiah: seperti *A Trip To The Moon* (1902).
3. Animasi: seperti *Snow White and Seven Dwarf* (1937).
4. Komedi: seperti *It Happened One Night* (1934).
5. Drama Karakter: seperti *Citizen Kane* (1941).
6. Drama Sejarah: seperti *Intolerance* (1916).
7. Dokumenter: seperti *Nanook Of The North* (1921).
8. Film Detektif: seperti *The Maltes Falcon* (1941).
9. Film Suspense: seperti *M* (1931).
10. Film Fantasi-Petualangan: seperti *Kingkong* (1933).
11. Film Horor: seperti *Nesferatu* (1922) dan *Dracula* (1931).
12. Film Musik: seperti *Flying Down to Rio* (1933) dan *The Wizard of Oz* (1931).
13. Film Perang: seperti *Birth of A Nation* (1915) dan *Wings* (1931).
14. Film Aksi-Petualangan: seperti *Thief of Bhagdad* (1921).
15. Film Noir: seperti *Double Indemnity* (1944).
16. Western: seperti *The Great Train Robbery* (1903).
17. Roman: seperti *The Sheik* (1921).
18. Melodrama: seperti *The Perils of Pauline* (1914).

Bersamaan dengan perkembangan zaman, *genre* film pun mengiringi dengan pesat. Perubahan tersebut salah satunya terjadi karena adanya turunan dari *genre* menjadi sub-*genre*, atau mencampur beberapa *genre*. Alhasil menjadi sulit

membendung bentuk beragam *genre* dikarenakan banyaknya *genre* yang muncul (Gerzon, 2008).

2.2.5.5. Unsur-Unsur Film

Hal yang perlu diperhatikan pada unsur-unsur film yang diciptakan oleh pekerja kreatif hendaknya diperhatikan keterkaitannya dengan unsur film yang lain. Meskipun, masing-masing film ternilai terpisah. Hal tersebut ditemukan pada ajang penghargaan atau festival film. Sumarno, dalam bukunya dengan judul **Dasar-Dasar Apresiasi Film** menyebutkan unsur-unsur film yakni:

- a. Sutradara
- b. Penulis Skenario
- c. Juru Kamera (*Cameraman*)
- d. Penata Artistik
- e. Penata Suara
- f. Penata Musik
- g. Pemeran (1996:31-84)

Dimana peran sutradara sebagai penanggung jawab dalam aspek kreatif maupun artistik, secara interpretasi ataupun dalam produksi. Dengan kata lain, sutradara bertugas membangun sebuah karakter dari sang artis dan menata sedemikian rupa agar menjadi sebuah cerita.

Penulis skenario memiliki tugas yaitu menciptakan alur cerita yang apik serta logis. Bermula dari ide orisinal, kemudian tertuang dalam tulisan, atau dari ide tulisan lain seperti cerita pendek, novel, drama, dan kisah nyata. Dikembangkan gagasan melalui tokoh dan karakternya masing-masing.

Sedangkan juru kamera memiliki tanggung jawab dalam pengambilan gambar yang tepat, bekerja sama dengan sutradara yang ada. Tugas lainnya yaitu

mengecek ulang dan memastikan proses hasil syuting akar terciptanya hasil akhir yang maksimal.

Salah satu tugas dari editor yaitu menyusun hasil syuting untuk menjadi satu kesatuan cerita yang bagus, kerjaan editor diawasi oleh sutradara tanpa memengaruhi kinerjanya. Peranan editor menjadi sangat krusial karena merupakan penentu hasil akhir dari sebuah produksi film.

Jobdesc bagi penata suara yaitu mengolah materi suara dengan menggunakan beragam rekaman yang pas. Hal tersebut sama pentingnya dengan pada saat proses penyuntingan film.

Musik juga merupakan bagian penting lainnya di dunia perfilman, karena musik merupakan elemen pendukung yang sangat penting guna membangun emosi penonton dan menjadi nilai estetika yang tercipta pada suatu pembuatan film. Tugas penata musik yaitu mencocokkan antara *scene* dengan musik yang cocok dimainkan.

Faktor keberhasilan garapan film juga salah satunya dipengaruhi oleh aktor/aktris yang sudah bekerja untuk memerankan peran sesuai dengan perannya dan menghayatinya.

2.2.6. Film Dokumenter

2.2.6.1. Sejarah Singkat Film Dokumenter

Gerzon R. Ayawaila (2008) menjabarkan pada 1877 dua orang insinyur, Muybridge dan John D. Issacs melakukan kembali percobaan menggunakan 24 kamera yang disejajarkan dan disambungkan dengan baterai. Percobaan tersebut

dengan percobaan kuda, dapat terlihat dan bergerak dengan baik meskipun menggunakan kamera foto.

Pada beberapa tahun berikutnya, 1888, Louis Le Prince pertama kalinya melakukan pendokumentasian atau merekam adegan menggunakan kamera film (*single lens camera project*). Judul film yang dibuatnya yaitu *Roundhay Garden*, yang merupakan film pertama yang diciptakan manusia, menggunakan kamera film. Dimana terdapat *scene* berjoget yang dilakukan oleh sekumpulan orang Inggris pada sebuah taman bernama *Roundhay*.

Kemudian pada tahun 1895, kedua bersaudara dikenal dengan Lumiere Brothers, yang kini dikenal sebagai pelopor film dokumenter. Mereka memutar film dokumenter ciptaan mereka di berbagai tempat, dengan menggunakan proyektor ciptaan mereka. Mereka juga dikenal sebagai pelopor awal pencetus bioskop, dengan cara berkeliling dan memutar beberapa film non-fiksi.

Nanook of The North, film dokumenter karya Flaherty (1922) telah dianggap sebagai sebuah karya film dokumenter. Padahal pada tahun sebelumnya Charles Sheeler dan Paul Strand pernah melaksanakan eksperimen pembuatan non-fiksi di Manhattan, tentang potret pelabuhan kota New York.

2.2.6.2. Definisi Film Dokumenter

Dokumenter merupakan salah satu bentuk *genre* film. Sedangkan secara khusus, film dokumenter dikenal sebagai film propaganda pemerintah. Perkembangan film dokumenter berjalan dari bentuk sederhana hingga menjadi

kompleks, yang terdiri dari jenis dan fungsi yang semakin bervariasi. teknologi kamera dan suara menjadi peran penting bagi perkembangan film dokumenter.

Menurut Onong (2000:21) film dokumenter merupakan representasi dari fakta atau peristiwa pada kenyataan yang terjadi, dengan tanpa ada pengurangan atau penambahan cerita, tetapi disajikan dalam bentuk argumentatif dimana terdapat pemikiran-pemikiran kita dalam alur cerita tersebut.

2.2.7. Representasi

Menurut Danesi (2002) definisi representasi merupakan proses merekam ide, pengetahuan, atau pesan dalam beberapa cara sebagai penggunaan tanda (gambar, suara, teks, dll) untuk menghubungkan, menggambarkan, atau mereproduksi sesuatu yang dilihat, dirasakan, dibayangkan dalam bentuk fisik tertentu. Sedangkan menurut Hall (1995) representasi adalah penggunaan bahasa untuk menyampaikan atau mengatakan sesuatu yang bermakna kepada orang lain. Selain itu representasi juga merupakan bagian terpenting dari proses dimana makna diproduksi dan ditukarkan antar anggota kelompok dalam suatu budaya yang melibatkan penggunaan bahasa, tanda dan gambar. Representasi juga berarti mengartikan makna melalui bahasa yang ada di dalam pikiran.

2.2.8. Isu Lingkungan

Isu lingkungan yang ramai diperbincangkan saat ini menjadi topik yang sangat menarik perhatian. Untuk mengatasi permasalahan lingkungan yang cukup pelik ini maka dibutuhkan masyarakat yang memiliki rasa tanggung jawab dan rasa

saling membutuhkan terhadap lingkungan. Salah satu hal yang dapat meminimalisir kerusakan lingkungan adalah dengan mengelola secara bijaksana.

Untuk mengelola lingkungan secara bijaksana dibutuhkannya pengetahuan dan pemahaman yang cukup mengenai lingkungan serta sebab dan akibat yang dapat muncul karena adanya gangguan manusia. Maka dari itu, konsep pemahaman isu-isu lingkungan harus dapat dimengerti secara mendalam.

Pemahaman dan pengetahuan mengenai isu-isu lingkungan dapat menjadi salah satu upaya untuk mengubah perilaku masyarakat sehingga terbentuk masyarakat yang memiliki sikap peduli lingkungan agar dapat memperbaiki kondisi lingkungan sekarang dan yang akan datang (Vania Zulfa dkk, 2016). Pemahaman, kualitas dan kesadaran masyarakat tentang nilai-nilai lingkungan dan isu-isu lingkungan pada akhirnya dapat mendorong masyarakat agar aktif dalam upaya pelestarian dan keselamatan lingkungan. Maka pemahaman lingkungan merupakan dasar bagi pengelolaan sumber daya sebagai sumber bagi kehidupan sekarang dan di masa yang akan datang.

Pada tahun 2011 dalam bukunya, Aziz memaparkan bahwa faktor utama dalam isu permasalahan lingkungan adalah besarnya populasi manusia (laju pertumbuhan penduduk). Pertumbuhan penduduk yang pesat memunculkan tantangan yang dicoba diatasi dengan pembangunan dan industrialisasi. Namun industrialisasi, disamping mempercepat persediaan segala kebutuhan hidup manusia juga memberi dampak negatif terhadap manusia akibat terjadinya pencemaran lingkungan.

Kondisi lingkungan secara perlahan-lahan sudah tercemar. Dampaknya berupa kerusakan atau kehancuran sumber-sumber genetika tanaman, dan sumber-sumber organisme hidup yang diantaranya mungkin merupakan sebuah kebutuhan utama bagi manusia yang jika secara terus-menerus rusak dapat memperburuk kesejahteraan hidup manusia dan juga makhluk hidup lainnya. Dampak lainnya tidak hanya menimbulkan ancaman terhadap kelestarian sumber daya alam, tetapi juga menimbulkan proses berantai yang dapat membuat kerusakan pada lingkungan hidup. Untuk menjaga kelestarian lingkungan ini, setiap pengelolaan harus dilakukan secara bijaksana. Pengelolaan yang bijaksana menuntut adanya pengetahuan dan pemahaman yang cukup tentang isu-isu lingkungan yang ada dan akibat yang dapat timbul karena gangguan manusia (Zoer'aini, 2012). Pengelolaan yang bijaksana juga menuntut kesadaran akan tanggung jawab manusia terhadap kelangsungan kehidupan mendatang (Soedjiran, M.A., & Aprilani, 1984).

Pentingnya kesadaran manusia mengenai lingkungan agar meningkatnya pemahaman, kualitas dan kesadaran masyarakat mengenai nilai-nilai dan isu lingkungan saat ini yang nantinya dapat mendorong masyarakat agar aktif dalam upaya melestarikan lingkungan demi kepentingan generasi sekarang dan di masa yang akan datang.

2.2.9. Komunikasi Lingkungan

Komunikasi lingkungan adalah proses komunikasi yang memiliki upaya dalam meningkatkan kesadaran khalayak untuk menjaga dan melestarikan lingkungan (Agustin, 2017). Peran komunikasi lingkungan yaitu

mengkomunikasikan berbagai bentuk kerusakan lingkungan serta upaya penyelamatannya melalui strategi kampanye dan peningkatan kesadaran khalayak.

Menurut Cox (2013) komunikasi lingkungan ialah sebuah studi yang mengajarkan komunikasi yang terjadi antar manusia dengan lingkungannya, yang menggambarkan persepsi manusia terhadap lingkungan, diri sendiri, serta hubungan pada lingkungan. Sementara itu, Lie dan Servaes (2015) mendefinisikan komunikasi lingkungan sebagai subbidang tematik dalam studi komunikasi, pembangunan, dan perubahan sosial yang mengkaji semua aspek interaksi manusia-lingkungan.

Komunikasi lingkungan terdiri dari dua cakupan. Pertama, komunikasi lingkungan pragmatis, yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari dengan cara mendidik, memberi peringatan (*alert*), mengatur dan memersuasi masyarakat agar mampu memecahkan masalah di lingkungan. Kedua, komunikasi lingkungan konstitusif, yang meliputi bahasa dan simbol-simbol lainnya yang berperan dalam membentuk persepsi manusia mengenai realitas dan sifat (*nature*) manusia dengan masalah lingkungan.

Komunikasi lingkungan mempunyai dua fungsi. Pertama, fungsi strategis, memiliki kegiatan utama meliputi kampanye dan peningkatan kesadaran pada masyarakat untuk peduli terhadap lingkungan. Tujuannya mengedukasi, memersuasi, membujuk masyarakat dan pemerintah untuk ikut serta dalam mengatasi permasalahan lingkungan. Keikutsertaan dapat dilakukan dengan kampanye-kampanye sosial mengenai isu lingkungan, penyuluhan serta advokasi untuk menghasilkan kebijakan yang pro terhadap isu lingkungan (Lestari, 2020).

Kedua, fungsi teknis, mengumpulkan, memublikasikan, dan menyebarkan hal-hal yang berkaitan dengan isu lingkungan. Tujuannya agar menyampaikan informasi kepada masyarakat mengenai permasalahan lingkungan, meliputi publikasi, liputan media, tulisan di portal, media sosial dan iklan (Lestari, 2020).

Area studi komunikasi lingkungan menurut Cox (2013) yang dipaparkan dalam bukunya mencakup :

1. Retorika dan wacana lingkungan; merupakan area studi komunikasi lingkungan yang meliputi retorika dan aktivis lingkungan, kampanye kehumasan bisnis serta media dan *website*.
2. Media dan jurnalisme lingkungan; merupakan area studi komunikasi lingkungan yang fokus pada bagaimana berita/jurnalisme, iklan, dan situs di internet yang memperlihatkan masalah alam dan lingkungan. Selain itu area studi ini juga mencakup dampak dari media terhadap perilaku masyarakat.
3. Partisipasi publik dalam mengambil keputusan tentang isu lingkungan.
4. Edukasi publik dan kampanye advokasi (*social marketing*); merupakan area studi yang meliputi kampanye-kampanye yang memiliki tujuan dapat mengubah perilaku masyarakat agar mendapat suatu tujuan sosial atau lingkungan yang diharapkan.
5. Kolaborasi lingkungan dan resolusi lingkungan; merupakan area studi komunikasi lingkungan yang mendalami model alternatif dalam mengatasi ketidakpuasan pada partisipasi publik dan metode resolusi konflik. Area ini memiliki aspek penting yaitu kolaborasi dengan cara mengundang pemangku kepentingan untuk melakukan diskusi guna memecahkan masalah dan bukan berbentuk advokasi atau debat.
6. Komunikasi risiko; merupakan area studi yang mengevaluasi secara tradisional keefektifan strategi komunikasi dalam memberikan informasi mengenai kesehatan hingga melalui pendekatan yang lebih modern, yaitu dengan memperhatikan dampak dari pemahaman masyarakat pada risiko penilaian publik dalam menerima risiko.
7. Representasi isu lingkungan dalam budaya populer dan *green marketing*; merupakan area studi komunikasi lingkungan yang mendalami penggunaan gambar, musik, program televisi, fotografi dan iklan komersial yang dapat memengaruhi perilaku masyarakat terhadap lingkungan.

2.2.10. Semiotika

Secara etimologis, semiotika berasal dari bahasa Yunani yaitu *semeion* atau *seme* yang berarti “tanda”. Sehingga diartikan bahwa semiotika merupakan kajian ilmu yang mempelajari hakikat mengenai kajian suatu tanda. Semiotika juga merupakan ilmu yang mempelajari terkait bagaimana sistem tanda bekerja, serta merupakan salah satu cabang filsafat penanda. Dengan kata lain, semiotika dapat diartikan suatu kajian ilmu dalam mempelajari makna sesuatu, melalui tanda.

Tanda yang dimaksudkan mengarah pada konteks sosial dan budaya yang melingkupinya, yang digunakan dalam memberi makna tertentu, dimana tanda tersusun secara sistematis dari sekumpulan kode yang berfungsi untuk menyampaikan pesan atau perasaan yang tersirat pada manusia. Sebab manusia merupakan salah satu perantara dalam penyampaian pesan melalui komunikasi, dimana tanda menjadi diantara manusia, karenanya manusialah yang menjadi mediator yang baik dalam memahami makna dari tanda tersebut.

Teori semiotika komunikasi mencerminkan komunikasi sebagai proses dengan mengungkapkan tanda-tanda seperti bahasa, lambang, dan simbol yang tersirat dalam penyampaian pesan, dalam berbagai sudut pandang subjektif. Menurut Saussure (2016:7) yang dikutip Sobur mengatakan bahwa “Ilmu yang mengkaji tentang peran tanda sebagai peran kehidupan sosial.”

Penjelasan tersebut menjelaskan bahwa pengaruh tanda memerankan peranan yang erat dalam kehidupan bersosial. Hal tersebut mencerminkan bahwa semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda beserta maknanya, yang tentunya

berdampak pada kehidupan sosial karena dapat berperan dalam menjadi perantara komunikasi. Menurut Barthes yang dikutip Sobur menjelaskan bahwa:

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika, atau dalam istilah semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). (2016:15)

Penjelasan di atas mengungkapkan bahwa semiotika adalah ilmu untuk menganalisis tanda, dengan perantara manusia. Tanda yang dianalisis dapat berupa objek melalui teks, gambar, video, dan simbol-simbol yang ada pada media cetak dan elektronik. Oleh karena itu, manusia menjadi perantara sekaligus pengguna simbol itu sendiri dalam menyampaikan pesan. Proses komunikasi terbantu dengan adanya semiotika dalam menafsirkan pesan-pesan yang disampaikan.

2.3. Kerangka Teoritis

2.3.1. Teori Konstruksi Realitas Sosial

Teori konstruksi realitas sosial muncul pertama kali pada tahun 1966 dalam buku berjudul *The Social Construction of Reality* oleh Peter L. Berger, seorang sosiolog dari *New School for Social Research* di New York, dan Thomas Luckmann, seorang sosiolog dari *University of Frankfurt*. Teori konstruksi realitas sosial dipahami sebagai analisis teoritis dan sistematis dari ilmu sosiologi.

Dalam bukunya yang diterjemahkan Hasan Basri, Berger dan Luckmann, pengertian teori konstruksi realitas sosial digambarkan dengan:

Teori sosiologi kontemporer yang berpijak pada sosiologi pengetahuan. Dalam teori ini terkandung pemahaman bahwa kenyataan dibangun secara sosial, serta kenyataan dan pengetahuan merupakan dua istilah kunci untuk memahaminya. Kenyataan adalah suatu kualitas yang terdapat dalam fenomena yang diakui memiliki keberadaan (*being*)nya sendiri sehingga tidak tergantung kepada hendak manusia, sedangkan pengetahuan adalah kepastian bahwa fenomena itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik. (1990:1)

Pada teori ini menjelaskan bahwa realitas terdiri dari kualitas yang didalamnya terdapat realitas yang diakui kebenarannya tetapi tidak bergantung pada kemauan atau kehendak sendiri melainkan kehidupan berkembang bersama dengan bermasyarakat. Pengetahuan, sebagai kepastian yang muncul dalam masyarakat dengan memiliki karakter tertentu. Dimana realitas kepastian yang ada, benar adanya dengan memberikan ciri-ciri yang jelas dari interaksi atau kebiasaan yang dilakukan masyarakat sehingga terbentuklah realitas. Karena, saat ini manusia dapat dengan mendominasi dan berperan dalam menciptakan citra kehidupan secara menyeluruh, serta mengatur bentuk sosial berupa makna simbolis dari berbagai bidang. Sobur mengutip dari Berger dan Luckmann, memaparkan bahwa realitas sosial adalah:

Realitas sosial yang terdiri dari realitas objektif, realitas simbolik, dan realitas subjektif. Realitas objektif adalah realitas yang terbentuk dari pengalaman di dunia objektif yang berada di dunia objektif yang berada diluar diri individu, dan realitas ini dianggap sebagai kenyataan. Realitas simbolik merupakan ekspresi simbolik dari realitas objektif dalam berbagai bentuk. Sementara, realita subjektif adalah realitas yang terbentuk sebagai proses penyerapan kembali realitas objektif dan simbolik ke dalam individu melalui proses internalisasi. (2006:186)

Setiap peristiwa termasuk pada realitas sosial objektif yang tersusun dari peristiwa-peristiwa yang memang terjadi berdasar pengalaman yang terjadi di dunia

objektif, sehingga realitas objektif tersebut dapat diterima dan diimplementasikan oleh pekerja media dalam membangun realitas subjektif menjadi objektif, yang sesuai dengan pilihan serta bersifat simbolik yang dapat diterima masyarakat sebagai realitas objektif dan dapat diterima oleh masyarakat sebagai realitas yang objektif apa adanya. Sedangkan gambaran konstruksi sosial yang disebutkan oleh Berger dan Luckmann dalam Sobur (2016:91) adalah “Konstruksi realitas digambarkan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu secara intens menciptakan suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif.”

Dapat disimpulkan bahwa konstruksi realitas adalah proses sosial berupa interaksi serta tindakan individu yang kemudian menciptakan realitas dan dialami secara nyata. Tindakan dan interaksi yang terjadi merupakan ekspresi diri, sedangkan interaksi pada saat penyampaian ekspresi diri individu lewat produk sosial masyarakat, adalah ekspresi interaksi. Karena produk sosial ini penting perannya untuk mengekspresikan diri bagi masyarakat.

Konstruksi realitas ini merupakan sekumpulan individu yang secara intens menciptakan realitas yang nantinya menjadi miliknya, dan penggambarannya bersifat nyata dan subjektif sebab realitas merupakan proses sosial-individu yang terjadi di masyarakat. Tujuannya untuk mencerminkan interaksi dan tindakan seorang individu dalam bermasyarakat.

2.3.2. Semiotika Roland Barthes

Roland Barthes merupakan seorang ahli semiotika yang melakukan penyempurnaan semiotika dari Ferdinand de Saussure yaitu penanda berperan sebagai objek, serta petanda bentuk maknanya. Lalu Barthes menambahkan, makna sebenarnya disebut denotasi dan makna tambahan disebut konotasi, serta mitos yang terjadi dibalik komunikasi sehari-hari.

Semiotik, atau dalam istilah Barthes semiologi, yang pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana manusia memaknai banyak hal, tanpa harus mengkomunikasikan tafsiran makna tersebut. Memaknai menandakan bahwa objek-objek yang ditemukan tidak hanya berisi informasi tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda, bila mana hal-hal tersebut akan dikomunikasikan. (Barthes, 1998:179; Sobur:15)

Salah satu aspek penting yang diungkapkan Barthes mengenai tanda adalah peran pembaca. Seperti halnya konotasi, yang merupakan sifat asli tanda tetapi tetap membutuhkan keaktifan dari pembaca agar berfungsi. Barthes secara lugas juga menyebutnya sistem pemaknaan tataran kedua ini disebut konotatif dan tataran pertama disebut denotatif.

Gambar 2.1. Peta Tanda Roland Barthes

1. <i>signifier</i> (penanda)	2. <i>signified</i> (petanda)
3. <i>denotative sign</i> (tanda denotatif)	
4. <i>CONNOTATIVE SIGNIFIER</i> (PENANDA KONOTATIF)	5. <i>CONNOTATIVE SIGNIFIED</i> (PETANDA KONOTATIF)
6. <i>CONNOTATIVE SIGN</i> (TANDA KONOTATIF)	

Sumber : Sobur, Semiotika Komunikasi (2006:69)

Dari peta bagan di atas dapat diketahui bahwa tanda denotatif terdiri dari penanda dan petanda. Dimana denotatif juga merupakan penanda konotatif secara bersamaan. Karenanya, hal tersebut adalah bentuk unsur material: hanya jika Anda mengenal tanda “singa”, akan tercermin konotasi mengenai singa seperti harga diri, garang, dan keberanian akan menjadi mungkin (Cobley dan Jansz, 1999:51).

Tanda konotatif bukan hanya bermakna tambahan atau melebih-lebihkan, namun juga tetap mengandung kedua bagian tanda denotatif sebagai yang melandasi. Memang, kontribusi Barthes inilah yang berperan signifikan terhadap kesempurnaan semiologi Saussure, yang berakhir pada level penandaan denotatif.

2.3.2.1. Denotasi dan Konotasi

Dalam semiologi, pemaknaan denotasi dan konotasi berperan penting jika dibanding peranan lainnya dalam ilmu linguistik. Pemaknaan denotasi bersifat

langsung, berarti dalam sebuah tanda terdapat makna khusus, yang pada intinya merupakan gambaran sebuah petanda (Berger, 2000b:55). Sedangkan pengertian pada umumnya, denotasi dimaknai sebagai makna yang sebenarnya, yang mengacu pada penggunaan bahasa dengan arti yang sebenarnya terucap. Dengan kata lain, denotasi adalah tingkat pertandaan yang pada pemaknaannya menghasilkan makna eksplisit, langsung, dan pasti.

Lain halnya dengan makna konotasi, sedikit berbeda jika dihubungkan antara kebudayaan yang tersirat dalam bungkusnya, dengan makna yang sebenarnya terkandung di dalamnya. Konotatif mengungkapkan makna yang tidak eksplisit, tidak langsung, dan tidak pasti. Pemahaman konotatif dijabarkan sebagai aspek dari sebuah atau sekelompok kata yang berdasar dari perasaan, serta pikiran yang berasal atau berefek pada penulis dan pembaca. Arthur Asa Berger menyatakan pendapat bahwa terdapat hal-hal yang bersifat simbol, tanda, atau historis yang kaitannya dengan emosional (Berger, 2000a:15). Secara subjektif, terdapat pergeseran dari makna umum yaitu denotatif yang disebabkan oleh penambahan emosional dan nilai tertentu, yang hanya bisa dicerna oleh sebagian kecil dari mereka.

2.3.2.2. Mitos

Mitos merupakan sebuah pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku pada periode tertentu. Terdapat tiga pola dimensi diantaranya penanda, petanda, dan tanda dalam pemaknaan mitos, tetapi dengan sistem yang unik yang

mengungkapkan bahwa mitos dibangun oleh pemaknaan yang ada sebelumnya, atau dalam hal ini menjadi pemaknaan tataran kedua.

Mitos merupakan sistem komunikasi yang bersifat wicara, yaitu sebuah pesan. Dapat dikatakan bahwa mitos adalah cara pemaknaan dari sebuah bentuk, yang tidak bisa dijadikan sebagai sebuah objek, konsep, atau ide. Mitos berbentuk dan bersifat wicara, sehingga segala sesuatu dapat dikatakan mitos asal disajikan oleh wacana.

Beberapa aspek yang ditekankan Barthes, adalah aspek dinamismenya, dimana perubahan mitos terbilang cepat, menyesuaikan kebutuhan perubahan nilai-nilai kultural dimana masyarakat menjadi bagian dari kebudayaan tersebut. Maka dari itu, mitos disini dijabarkan sebagai sebuah cara pemaknaan, dalam tipe wicara. Bukan dijabarkan sebagai aspek mitologi dan lain sejenisnya.

2.4. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah gambaran singkat tahapan-tahapan untuk melakukan penelitian dari tahap awal hingga akhir. Dalam sebuah penelitian yang menggunakan metode kualitatif, kerangka pemikiran menjadi penentu alur dalam melakukan proses penelitian secara keseluruhan. Melalui kerangka pemikiran, peneliti dapat menjelaskan alur proses penelitian yang akan dilakukan untuk mengungkap permasalahan atau fenomena yang menjadi topik pembahasan dalam penelitian ini.

Peneliti menggunakan film sebagai objek penelitian sebab dasar pemikiran dari film merupakan salah satu media massa yang paling banyak diminati dan dapat menarik perhatian banyak khalayak dari berbagai kalangan. Film bukan hanya sebagai sarana hiburan saja, tetapi juga dapat menjadi sarana edukasi dan informasi yang bersifat persuasif.

Salah satu *genre* film yang dapat mengedukasi dan memberikan informasi yang banyak kepada khalayak adalah film dokumenter. Film dokumenter adalah salah satu media massa yang berbentuk gambar bergerak/*audio visual* yang dibuat berdasarkan fakta dan menampilkan suatu keadaan secara nyata tanpa adanya bantuan skenario (Susanto, H., Irmawati, Akmal, H., & Abbas, E. W, 2021:2-3). Film dokumenter menampilkan serta mengungkap realita yang terjadi di masyarakat .

Salah satu film dokumenter yang menampilkan dan mengungkap realita yang terjadi di masyarakat adalah film Pulau Plastik yang peneliti gunakan sebagai objek penelitian. Film Pulau Plastik ini membuat peneliti tertarik untuk menelitinya karena menampilkan keresahan-keresahan beberapa aktivis lingkungan dengan keadaan sampah plastik di Indonesia yang semakin hari semakin terus bertambah banyak. Film ini juga mengungkap fakta-fakta mengerikan mengenai dampak plastik sekali pakai. Hal ini tentunya sangat berbahaya bagi keberlangsungan hidup umat manusia 20-30 tahun mendatang jika tidak segera ditanggapi dan ditangani dengan serius.

Film ini akan membawa penonton mengikuti perjalanan para pemainnya dalam menyuarakan darurat penggunaan sampah plastik sekali pakai, dampak-dampak yang dihasilkan dari penggunaan plastik yang dapat masuk ke dalam tubuh manusia melalui *microplastic* yang terpapar ke dalam makanan manusia sehari-hari, serta upaya apa yang dapat dilakukan untuk dapat menghentikannya.

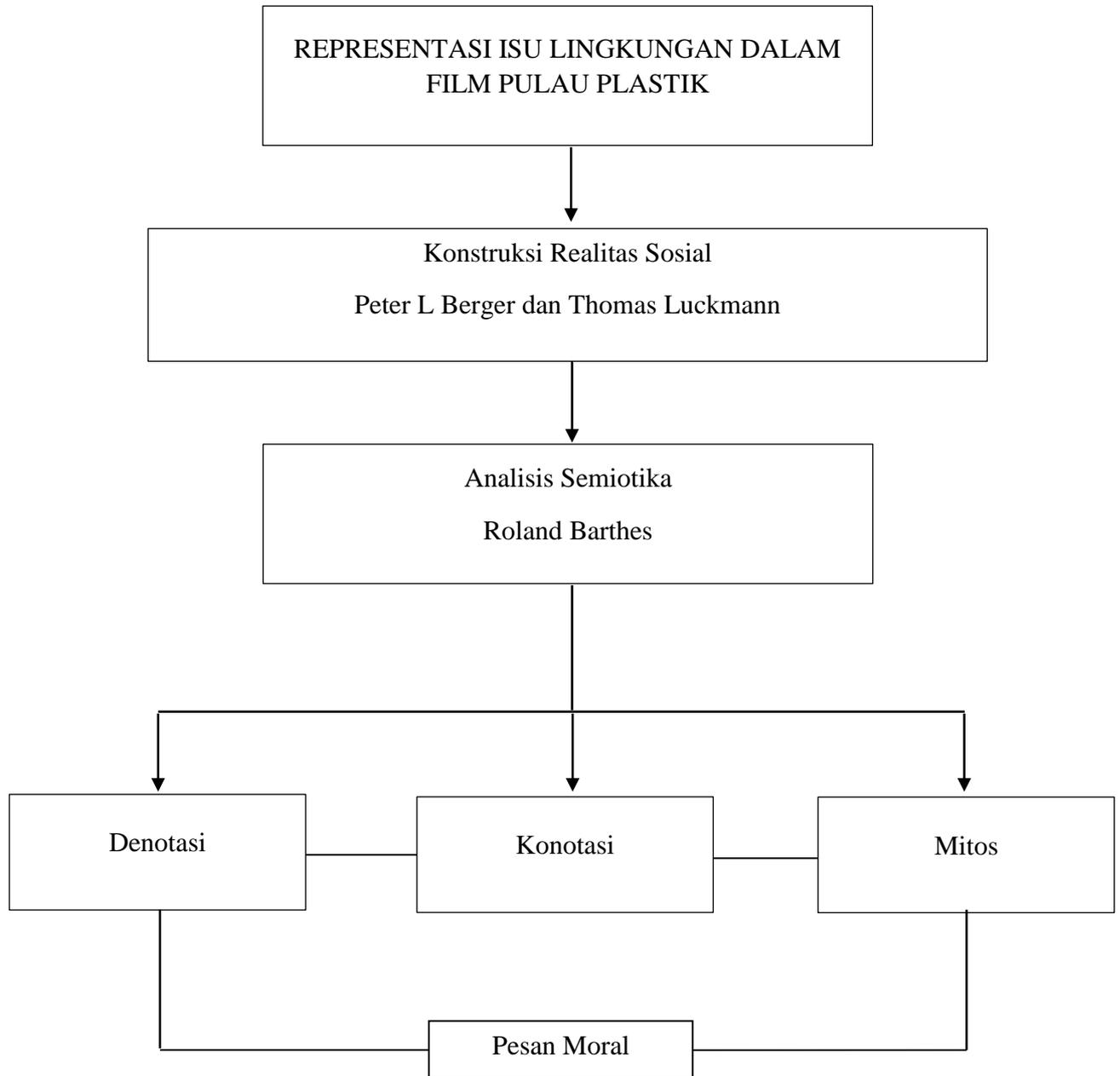
Film dokumenter Pulau Plastik ini termasuk dalam area studi komunikasi lingkungan berupa representasi isu lingkungan dalam budaya populer dan *green marketing* yang mendalami penggunaan gambar, musik, program televisi, fotografi dan iklan komersial yang dapat memengaruhi perilaku masyarakat terhadap lingkungan. Komunikasi lingkungan merupakan suatu proses komunikasi yang terjalin antara individu dengan alam yang memiliki upaya dalam meningkatkan kesadaran khalayak melalui pesan yang terkandung untuk menjaga dan melestarikan lingkungan. Peran komunikasi lingkungan yaitu mengkomunikasikan berbagai bentuk kerusakan lingkungan serta upaya penyelamatannya melalui strategi kampanye dan peningkatan kesadaran khalayak. Salah satu strategi kampanye komunikasi lingkungan yaitu melalui film Pulau Plastik, eksistensi dari film Pulau Plastik ini diharapkan dapat membangun dan meningkatkan kesadaran masyarakat betapa pentingnya menciptakan lingkungan yang baik.

Peneliti melakukan penelitian dengan judul “Representasi Isu Lingkungan dalam Film Pulau Plastik” guna meneliti pesan, makna serta tanda isu lingkungan yang terkandung di dalam film Pulau Plastik dengan mengkonstruksi nilai realitas sosial yang terdapat dalam film untuk mengetahui pandangan dan pola pikir yang tersimpan melalui Teori Konstruksi Realitas Sosial. Setelah itu peneliti akan

menganalisis tanda-tanda yang terdapat dalam adegan-adegan film Pulau Plastik yang melalui Analisis Semiotika Roland Barthes melalui denotasi, konotasi dan mitos yang mengarah pada representasi isu lingkungan dan menghasilkan pesan moral.

Berdasarkan pembahasan pada kerangka pemikiran di atas, berikut peneliti paparkan kerangka pemikiran dari penelitian yang dilakukan yang disajikan dalam sebuah tabel. Hal ini bertujuan dalam memudahkan peneliti ataupun pembaca dalam menjabarkan fokus penelitian yang dilakukan oleh peneliti agar tetap pada batasan penelitian yang telah ditetapkan.

Gambar 2.2. Bagan Kerangka Pemikiran



**Sumber : Peter L. Berger, Roland Barthes dan Modifikasi Pembimbing dan
Peneliti, November 2021**