

## **BAB II**

### **KAJIAN LITERATUR**

#### **2.1 Review Penelitian Sejenis**

Penelitian tentunya memiliki sebuah hasil penelitian terlebih dahulu. Penelitian tersebut dipakai sebagai media pembandingan dengan penelitian masa kini, tujuannya untuk meminimalisir kesamaan isi penelitian. selain itu penelitian terdahulu dapat dijadikan sebuah acuan oleh peneliti selaku bahan rujukan pendukung dan pelengkap materi untuk skripsi. Biasanya dalam sebuah penelitian terdahulu menelusuri tentang penelitian semiotika dikarenakan model pengetahuan yang sama dengan model sebelumnya.

Peneliti menemukan beberapa review kajian yang digunakan sebagai bahan pembandingan, tujuannya untuk menghindari kesamaan antara riset yang peneliti kerjakan dengan penelitian terdahulu, yaitu sebagai berikut:

1. Achmad Fardian 162050270, Skripsi, dengan judul **“Analisis Semiotika Pada Film Serial Messiah (Studi Semiotika Film Series Messiah Di Saluran Netflix)”**. Menggunakan analisis semiotika Ferdinand De Saussure dengan teori Konstruksi Realitas sosial.
2. Devayagi Gustiani Turganda 172050077, Skripsi, dengan judul **“Analisis Semiotika Film Tilik (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Film Tilik)”**. melakukan analisis Semiotika Charles Sanders Peirce dengan teori Konstruksi Realitas Sosial.

3. Elsa Yunistira 162050349, **Skripsi dengan judul Analisis Semiotika dalam film Parasite (Analisis Semiotika Roland Bartnes).**

**Tabel 2. 1 Review Penelitian Sejenis**

No.		Penelitian	Penelitian	Penelitian
		Achmad Fardian	Devayagi Gustiani Turganda	Elsa Yunistira
<b>1.</b>	<b>Judul</b>	Analisis Semiotika Pada Film Serial Messiah (Studi Semiotika Film Series Messiah Di Saluran Netflix).	Analisis Semiotika Film Tilik (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Film Tilik).	Analisis Semiotika dalam film Parasite (Analisis Semiotika Roland Bartnes)
<b>2.</b>	<b>Metode Penelitian</b>	Metode penelitian kualitatif	Metode penelitian kualitatif	Metode penelitian kualitatif
<b>3.</b>	<b>Persamaan</b>	Teori pendukung konstruksi realita sosial Peter L. Berger & Thomas Luckman serta menggunakan teori penelitian Semiotika Ferdinand De	Menggunakan teori konstruksi sosial Peter L. Berger & Thomas Luckman sebagai teori pendukung	Menggunakan teori konstruksi sosial Peter L. Berger & Thomas Luckman sebagai teori

		Saussure		pendukung
<b>4.</b>	<b>Perbedaan</b>	Perbedaan dalam penelitian adalah peneliti meneliti film Serial Messiah	Perbedaan dalam penelitian ini adalah peneliti meneliti film Tilik	Perbedaan dalam penelitian ini adalah peneliti meneliti film Parasite

Sumber: diolah peneliti

## 2.2 Kerangka Konseptual

### 2.2.1 Komunikasi

#### 2.2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi sangat penting dalam kehidupan kita sehari-hari. Komunikasi biasanya melalui percakapan tatap muka atau melalui beberapa media seperti surat atau telepon. Oleh karena itu, ini adalah bentuk komunikasi asli yang sering kita lakukan tanpa kita sadari. Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin communication, yang berasal dari kata communist, dan berarti hal yang sama. Karena "sama" di sini berarti hal yang sama, komunikasi terjalin ketika pesan yang dikirim oleh pemancar dan pesan yang diterima oleh pemancar memiliki arti yang sama. 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 memiliki urgensi bagi kehidupan manusia, karena keseharian manusia ialah bersosialisasi yang dilakukan dengan cara berkomunikasi. Dengan berkomunikasi, manusia dapat memenuhi kebutuhan dan mencapai tujuan hidupnya. Oleh sebab itu manusia sebagai makhluk sosial ingin berhubungan dengan manusia lainnya untuk mencapai sebuah tujuan yang diharapkan dapat mengubah perilaku individu.

#### **2.2.1.2 Proses Komunikasi**

Proses komunikasi adalah unsur terpenting dalam menentukan berhasil atau tidaknya proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan yang menjadi tujuan utama dari komunikasi. Beberapa ahli memiliki pendapat berbeda tentang proses terjadinya komunikasi. Proses komunikasi juga dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi latar belakang, karakter, dan tujuan dari masing-masing komunikator dan komunikan. Lalu ada faktor eksternal yang mencakup tempat komunikasi berlangsung, gangguan perangkat yang digunakan dalam komunikasi, hingga nilai dan norma yang berlaku di masyarakat. Para ahli memiliki berbagai pendapat mengenai proses atau model komunikasi yang dapat terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Proses komunikasi mampu terjadi satu arah dan dua arah. Berikut penjelasan lebih lengkap:

##### 1) Proses Komunikasi Aristoteles

Proses komunikasi ini mampu diterima secara luas di antara proses lainnya. Proses ini memiliki lima elemen yang meliputi *speaker*, *speech*, *occasion*, *audience*, dan *effect*. Proses Aristoteles menitikberatkan pada pembicara (*speaker*) dan pesan (*speech*) karena pembicara dipandang sebagai pihak yang aktif

dan berperan penting dalam mengirimkan pesan kepada khalayak. Dalam proses ini, khalayak digambarkan sebagai pihak yang pasif dalam menerima pesan. Oleh karena itu, proses komunikasi Aristoteles berlangsung secara linear atau satu arah. Proses komunikasi Aristoteles dimulai dari pembicara (*speaker*) yang mengutarakan pesan (*speech*) dalam suatu situasi (*occasion*) kepada khalayak (*audience*) yang kemudian menimbulkan dampak atau pengaruh (*effect*).

2) Proses Komunikasi Lasswell

Harold D. Lasswell (1948) mengembangkan proses komunikasi yang dikenal dengan model komunikasi Lasswell. Proses komunikasi Lasswell berupa proses komunikasi linear atau komunikasi satu arah. Proses komunikasi menurut Lasswell diawali dengan pengirim pesan (*sender*) yang menyampaikan pesan (*message*) melalui media (*medium*) yang diterima oleh penerima pesan (*receiver*), kemudian menciptakan umpan balik (*feedback*) untuk diberikan kepada pengirim pesan.

3) Proses Komunikasi Schramm

Proses Komunikasi Schramm yang dicetuskan oleh Wilbur Schramm (1954) menggambarkan proses komunikasi yang berlangsung secara dua arah. Pengirim pesan maupun penerima pesan dapat berganti peran dalam mengirim dan menerima pesan. Pesan dikirimkan setelah proses *encoding*. Karenanya, pengirim pesan juga disebut dengan *encoder*. Penerima pesan atau *receiver* disebut dengan *decoder* karena pesan yang telah diencode oleh pengirim pesan mengalami proses *decoding* yang dilakukan oleh penerima pesan. Proses komunikasi menurut Schramm dimulai dari pengirim pesan (*encoder*) yang mengirim pesan (*message*) kepada penerima pesan (*decoder*) yang kemudian secara bergantian mengirim pesan kepada pengirim pesan pertama.

Berbeda dengan 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 seseorang 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 nonmedia massa 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.

### 2.2.1.3 Fungsi Komunikasi

Setelah mengetahui seperti apa prosesnya, perlu juga mengetahui fungsi komunikasi secara umum. Berikut penjelasan Effendy bahwa komunikasi memiliki beberapa fungsi, diantaranya:

1. Sarana untuk memberikan informasi Setiap orang membutuhkan informasi tentang berbagai hal yang terjadi di sekitar mereka. Adanya proses komunikasi memudahkan seseorang untuk mendapatkan informasi.
2. Sosialisasi Proses komunikasi membawa orang lebih dekat bersama-sama. Dalam proses komunikasi, orang menjadi kurang ragu untuk bersosialisasi, menjadi sadar akan fungsi sosialnya, dan mampu berpartisipasi aktif dalam masyarakat.
3. Pendidikan Proses komunikasi secara langsung dapat mendukung perkembangan ilmu pengetahuan. Melalui proses komunikasi, terjadi proses pembentukan karakter, keterampilan dan pembelajaran yang lebih membimbing masyarakat.
4. Hiburan Hiburan dalam masyarakat menyebar melalui komunikasi. Proses komunikasi merupakan proses yang luas dan kompleks, sehingga tidak terbatas pada percakapan antara dua orang saja. Proses komunikasi yang baik membuat orang terhibur.
5. Integrasi antar komunitas Proses komunikasi membantu menjaga integrasi antar individu, kelompok dan bahkan negara. Melalui proses komunikasi, orang mengenal satu sama lain lebih baik dan mampu menilai situasi, pendapat, dan keinginan orang lain. (2003:36)

#### 2.2.1.4 Unsur Komunikasi

Unsur komunikasi merupakan hal yang mendasar bagi kelangsungan hidup manusia dan organisasi yang ada. Ini adalah proses menciptakan ide, fakta, pandangan, perasaan, dll., Dan membagikannya di antara orang-orang untuk mencapai pemahaman yang sama. Dikutip dari buku Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik karya Yetty Oktarina dan Yudi Abdullah, komunikasi memiliki lima unsur, diantaranya:

- 1) Sumber atau komunikator (source)  
Komunikator atau sumber adalah pengirim pesan dalam proses komunikasi. Istilah lain dari komunikator ialah sender, encoder, source, atau pengirim pesan. Komunikator bisa berupa perorangan ataupun lembaga yang bertindak sebagai pengirim pesan.
- 2) Pesan (message)  
Pesan dalam proses komunikasi dimaknai sebagai sesuatu yang dikirimkan komunikator kepada komunikan. Pesan bisa disampaikan secara tatap muka atau lewat media komunikasi, seperti telepon, surat, dan lainnya. Isi pesan sangat bervariasi, ada yang sifatnya informatif, menghibur, dan nasihat. Namun, ada pula pesan yang berisikan propaganda.
- 3) Saluran atau media (channel)  
Media yang dimaksud ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari komunikator kepada komunikan. Beberapa contoh media yang sering dipakai dalam proses komunikasi ialah pancaindra dan alat komunikasi, seperti surat, telepon, dan telegram. Selain itu, media dalam proses komunikasi juga bisa dimaknai sebagai media cetak, media elektronik, dan media daring yang menjadi perantara penyampaian pesan komunikasi.
- 4) Penerima atau komunikan (receiver)  
Komunikan adalah sasaran penyampaian pesan oleh komunikator. Komunikan bisa berupa perorangan, kelompok, partai, bahkan negara. Penerima merupakan elemen penting dalam proses komunikasi, karena menjadi sasaran dari komunikasi. Apabila pesan tidak diterima komunikan, akan timbul permasalahan yang sering menuntut adanya perubahan, entah dari komunikator, pesan, atau media.
- 5) Akibat atau pengaruh (effect)



Adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, serta dilakukan komunikasi sebelum dan setelah menerima pesan. Pengaruh bisa terjadi pada sisi pengetahuan, sikap, maupun tingkah laku individu atau sekelompok orang. Oleh sebab itu, effect dapat juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada sisi pengetahuan, sikap, serta tindakan seseorang akibat penerimaan pesan. Umpan balik (feedback) Umpan balik bisa muncul dari pengaruh pesan yang ditimbulkan. Namun, juga bisa muncul dari unsur komunikasi lainnya, yakni pesan dan media. (2017:87)

### **2.2.1.5 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.

## **2.2.2 Komunikasi Massa**

### **2.2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa**

Pengertian komunikasi Massa secara rinci dinyatakan oleh seorang ahli komunikasi yakni Gebner (1967), sebagai:

*“Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies”.*

Dapat diartikan bahwa komunikasi massa ialah produksi dan distribusi dengan landasan teknologi lembaga dari arus pesan secara berkesinambungan dan paling besar dalam diri masyarakat Indonesia. (Rakhmat, seperti yang dikutip Komala, dalam Kamilah, dkk. 1999).

Berdasarkan pengertian yang dikemukakan Gebner dapat diketahui bila komunikasi massa dapat menciptakan sebuah produk berwujud pesan-pesan komunikasi. Produk ini akan disebarluaskan pun juga didistribusikan kepada khlayak luas secara berkesinambungan dengan selisih waktu yang konsisten, misalnya harian, mingguan hingga bulanan. Proses memproduksi pesan tak dapat dijalankan oleh perorangan, namun wajib oleh lembaga, dan memerlukan suatu teknologi tertentu, karenanya komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri. komunikasi massa merupakan komunikasi yang memanfaatkan media massa, baik media audio visual ataupun media cetak.

- **Komunikator dalam Komunikasi Massa Melembaga**

Komunikator dalam komunikasi massa bukanlah individu, melainkan sekelompok orang, yaitu kombinasi dari banyak elemen dan saling bersinergi dalam satu organisasi. Organisasi dalam konteks ini mirip dengan sistem. Sistem yaitu sekumpulan orang, pedoman dan media yang menjalankan suatu aktivitas untuk melakukan pengolahan, penyimpanan, dan merealisasikan ide, lambang, dan lambang ke dalam informasi, sehingga dapat mewujudkan kesepakatan dan saling pengertian dengan mengubah informasi menjadi sumber informasi di proses pengambilan keputusan.

- Komunikasi dalam Komunikasi Massa Bersifat Heterogen

Komunikasi massa memiliki sifat heterogen. komunikasi tersusun atas berbagai latar belakang baik usia, *gender*, pendidikan, status sosial ekonomi, jabatan, maupun agama atau kepercayaan.

- Pesannya Bersifat Umum

Pesan yang ada dalam komunikasi massa tidak ditujukan pada individu atau kelompok masyarakat tertentu. Melainkan ditujukan kepada khalayak lebih dari satu. Maka sebab itu pesan yang dikemukakan harus bersifat universal.

Komunikasi massa menjadi salah satu aktifitas sosial yang mempunyai 2 aspek yaitu:

1. Fungsi nyata (*manifest function*) berupa fungsi nyata yang diinginkan.

2. Fungsi tidak nyata atau tersembunyi (*latent function*), fungsi yang tak diharapkan karena itu pada hakikatnya masing-masing fungsi sosial dalam masyarakat itu mempunyai efek fungsional dan disfungsional. Selain fungsi nyata dan fungsi tidak nyata, seluruh aktivitas sosial juga memiliki fungsi untuk menghadirkan (*beiring function*) berbagai fungsi sosial lainnya, yakni manusia mempunyai kemampuan dalam melakukan adaptasi secara sempurna. Karenanya masing-masing fungsi sosial yang dinilai membahayakan dirinya, meskipun ia akan mengubah fungsi-fungsi suasana yang ada.

#### **2.2.2.2 Komponen Komunikasi Massa**

Menurut Vivian (2008) dalam bukunya dijelaskan beberapa komponen komunikasi massa. Terdapat lima komponen dalam komunikasi massa yang terdapat dalam buku tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Komunikator Massa

Komunikator merupakan seseorang yang dalam hal ini memiliki fungsi untuk mengkomunikasikan atau memproduksi pesan yang ingin disampaikan melalui media massa. Dalam komunikator massa berbeda dengan komunikator lainnya yang dapat melihat langsung audien yang diberikan pesan dan langsung mendapatkan *feedback*.

2. Pesan Massa

Pesan (*message*) adalah bentuk paling nyata dari hubungan kita dengan media massa. Kita memerhatikan media karena ingin mendapatkan

pesannya. Kita tidak mendengarkan radio, misalnya, untuk memahami teknologi radio, kita mendengarkan radio untuk mendengarkan musik

### 3. Media Massa

Media massa (*mass media*) adalah sarana yang membawa pesan. Media massa utama adalah buku, majalah, koran, televisi, radio, rekaman, film, dan web.

### 4. Komunikasi Massa

Proses di mana pesan sampai ke audien melalui media massa disebut “komunikasi massa” (*mass communication*).

### 5. Audien Massa

Audien massa adalah orang yang menerima pesan massa dari komunikator massa, atau bisa disebut komunikan massa. Komunikator massa tidak pernah tahu pasti berapa besar audien, apalagi efek dari pesannya. Audien massa berubah-ubah. Apa yang menarik perhatian pada suatu saat mungkin tidak menarik lagi di saat yang lain.

#### **2.2.2.3 Fungsi Komunikasi Massa**

Di dalam komunikasi massa film atau sinetron yang tayang di televisi adalah salah satu media untuk belajar sebagaimana salah satu fungsi komunikasi massa yakni sebagai media edukasi bagi para penonton, terutama bagi para siswa remaja. Film sebagai komunikasi massa yang dapat mempengaruhi khalayak melalui media massa memiliki berbagai macam fungsi. Adapun fungsi komunikasi massa dalam tatanan kehidupan, salah satunya dalam bidang sistem sosial, sebagai berikut:

1) Informasi

Pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta dan pesan, opini dan komentar yang dibutuhkan agar orang dapat mengerti dan bereaksi secara jelas terhadap kondisi internasional, lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat.

2) Sosialisasi

Penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat.

3) Motivasi

Menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginan, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.

4) Perdebatan atau Diskusi

Menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik, menyediakan bukti-bukti yang relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum agar masyarakat lebih melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kegiatan bersama di tingkat internasional, nasional dan lokal.

5) Pendidikan

Pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, dan pendidikan keterampilan serta kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.

6) Memajukan kebudayaan

Penyebarluasan hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, perkembangan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang, membangunkan imajinasi dan mendorong kreativitas serta kebutuhan estetikanya.

7) Hiburan

Penyebarluasan sinyal, simbol, suara, dan citra (image) dari drama, tari, kesenian, kesusastraan, musik, komedi, olahraga, permainan dan sebagainya untuk rekreasi dan kesenangan kelompok dan individu.

8) Integrasi

Menyediakan bagi bangsa, kelompok, dan individu kesempatan memperoleh berbagai pesan yang diperlukan mereka agar mereka dapat saling kenal dan mengerti dan menghargai kondisi, pandangan dan keinginan orang lain. Suatu film dapat dijadikan pesan bagi setiap kelompok masyarakat untuk nantinya dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

## **2.2.3 Media Massa**

### **2.2.3.1 Pengertian Media Massa**

Media massa ialah alat yang digunakan oleh banyak khalayak sebagai media penyampaian pesan. Hal ini berlandaskan dari segi manfaat dan kemudahan media massa yang relatif mudah dan cepat dalam menyebarluaskan sebuah informasi. (Cangara, 2002). Media massa adalah salah satu sarana untuk memenuhi kebutuhan manusia akan informasi maupun hiburan. Media massa merupakan hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa.

Merupakan salah satu elemen penting dalam proses komunikasi massa. McQuail dalam Rusadi (2002, hlm 7) memaparkan peran media massa cukup penting, sebab dapat menghidupkan sektor industri yang berkaitan dengannya dikarenakan media massa adalah sumber kekuatan ideologi yang mampu menarik perhatian khalayak, membujuk sebuah anggapan publik dan menjustifikasi realitas sosial.

Kebebasan dalam sebuah media massa digambarkan dengan adanya sebuah gambaran realitas dan merujuk kepada sumber berita sebagai identitas dari sebuah media itu sendiri. Menilik dari beberapa topik yang diangkat kedalam sebuah media massa dapat diartikan bahwa media massa menghadirkan kepentingan masyarakat mengenai wacana terhadap sebuah kenyataan sosial. Hal tersebut disebabkan oleh lingkungan media massa yang dituntut agar dapat mempengaruhi permasalahan untuk kepentingan pemilik modal.



### 2.2.3.2 Fungsi Media Massa

Wardhani (2008:25) dalam buku *Media Relations “Sarana Membangun Reputasi Organisasi”* memaparkan fungsi dalam sebuah media massa, yakni :

1. *To Inform* (menyiarkan informasi)

Penyampaian informasi berhubungan dengan gagasan dan peristiwa yang informatif. pesannya bisa berupa sebuah gambar, fakta, opini atau komentar yang dapat melahirkan pemikiran baru dan menciptakan wawasan terhadap suatu fenomena.

2. *To Educate* (mendidik)

Media massa mendidik dengan cara mengemukakan pengetahuan yang diuraikan dalam artikel, tajuk dan laporan khusus sebagai penambah wawasan dan keahlian khalayak dalam menyelesaikan sebuah masalah.

3. *To Entertain* (hiburan)

Memberikan pesan yang ditujukan untuk menghilangkan rasa kelelahan, ketegangan, kecemasan dalam pikiran khalayak, biasanya dikemas dalam berita, cerita pendek, film, musik dan tarian.

4. *To Influence* (mempengaruhi)

Dapat mempengaruhi sikap, perilaku, pikiran masyarakat sehingga khalayak yang terpengaruhi dapat memiliki kemandirian untuk melakukan sebuah pengawasan.

### 2.2.3.3 Jenis Media Massa

Pemberitaan dalam sebuah media mengusung unsur 5W + 1H dan bersifat umum, tetap berkesinambungan, memuat berbagai hal baru (Romly,2002 : 5-6). Media massa sendiri mempunyai sejumlah wujud yang umum kita temukan dalam kehidupan, meliputi:

1. Media cetak

Media ini muncul pada tahun 1920, digunakan pemerintah untuk mempengaruhi masyarakat dalam tujuan tertentu.

2. Media Elektronik

Muncul istilah media elektronik, contohnya adalah radio yang bersifat menyampaikan pesan lewat audio atau suara.

3. Media Internet

Populer pada abad-21, internet lahir pada tahun 1997 berbasis alat pencarian raksasa bernama Google yang kemampuannya melebihi media cetak dan media elektronik (Cagara,2010:74).

Kemunculan media internet yang mencakup sebuah kebebasan masih terbilang berbahaya jika akses pengguna tidak diawasi. Hal ini dapat mengacu pada sebuah penipuan atau hal-hal yang berbau pornografi. Namun, kemunculan media internet yang semakin pesat dan banyak diminati oleh sebagian besar khalayak karena manfaatnya. Perubahan ini menjadikan peranan penting media dalam pengaruh global untuk membeberkan informasi kepada masyarakat luas artinya informasi dapat dikonsumsi secara melebar sampai ke belahan dunia lain.

Dampaknya, media dapat membawa opini public terhadap sebuah perubahan. Dominick menyebutkan bahwa komunikasi massa dapat mengakibatkan sebuah efek terhadap perubahan pengetahuan, sudut pandang dan juga sikap seseorang. Salah satu media penyebarannya adalah lewat televisi dan media sosial yang di dalamnya terdapat nilai-nilai yang menjalankan peranan penting terhadap penyebaran sikap, pemikiran dan keyakinan (Dominick,2007:59).

Media massa selain memberikan manfaat tentunya memiliki efek yang dapat ditimbulkan dalam masyarakat saat ini. Menurut Biagi (2010) media massa memberikan efek bukan terhadap perilaku yang dilakukan masyarakat terhadap media massa. Melainkan adalah bagaimana hubungan yang terbentuk antara media massa dengan masyarakat yang berada di sekitar atau bersinggungan langsung dengan penggunaan media massa tersebut.

#### **2.2.3.4 Efektivitas Media Massa**

Efektif berarti mengandung efek, ada pengaruh atau akibatnya. Efektivitas adalah pengukuran keberhasilan dalam pencapaian tujuan-tujuan yang telah ditentukan. Media massa merupakan saluran komunikasi massa. Menggunakan media, berarti kita telah melakukan proses komunikasi. Oleh karenanya, efektivitas media bisa dilihat dari sudut efektivitas komunikasi. Komunikasi dikatakan efektif bila rangsangan yang disampaikan dan disampaikan oleh sumber (komunikator) dapat ditangkap dan dipahami oleh penerima (komunikan) (Tubbs, 2005:22).

Komunikasi yang efektif menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss (2005:23-28), mencakup lima hal berikut:

1) Pemahaman

Artinya penerimaan secara cermat atas rangsangan yang diberikan oleh komunikator. Komunikasi dikatakan efektif ketika komunikan mampu memahami seluruh isi pesan yang disampaikan oleh komunikator.

2) Kesenangan

Komunikasi tidak hanya ditujukan untuk menyampaikan informasi dan memberikan pemahaman, akan tetapi juga untuk menimbulkan kesenangan. Tingkat kesenangan dalam berkomunikasi berkaitan dengan perasaan komunikan.

3) Mempengaruhi Sikap

Manusia melakukan komunikasi memiliki berbagai macam tujuan, salah satunya untuk mempengaruhii orang lain, yaitu dengan menggunakan komunikasi persuasi. Media massa kini mampu mengendalikan emosi atau perasaan khalayak, serta mempengaruhi sikap.

4) Hubungan Sosial yang Baik

Komunikasi ditujukan untuk menumbuhkan hubungan sosisal yang baik. Adanya hubungan saling percaya antara komunikator dan komunikan, akan mempengaruhi keefektifan komunikasi.

5) Tindakan

Efektivitas komunikasi diukur dari tindakan nyata yang dilakukan oleh komunikan pasca menerima pesan. Hal tersebut merupakan indikator

efektivitas yang paling penting, karena untuk menimbulkan tindakan, komunikator terlebih dahulu harus berhasil menanamkan pengertian, memberikan pemahaman, mempengaruhi emosi atau perasaan dan menumbuhkan sikap yang baik.

#### **2.2.3.5 Efek Media Massa**

Menurut Biagi (2010) Efek media massa adalah bukan pada apa yang dilakukan khalayak terhadap media melainkan apa yang dilakukan media terhadap khalayaknya. Seorang ilmuwan pernah berfikir bahwa efek media mudah diukur, sebagai hubungan langsung antara pesan media dan efek media. Para ilmuwan menyadari bahwa hubungan antara media dan khalayak adalah hal yang kompleks.

Efek kehadiran media massa secara fisik dapat ditunjukkan sebagai berikut:

1. Efek Ekonomis

Dengan hadirnya media massa, maka akan menumbuhkan berbagai bidang usaha dan menciptakan lapangan kerja. Bagi masyarakat, media massa memberikan efek ekonomis dalam pemenuhan kebutuhan informasi. Khalayak dapat menerima dan membaca berita kapanpun dan dimanapun, apalagi di era digital saat ini segala sesuatu sudah sangat canggih dan semua menjadi praktis.

2. Efek Sosial

Disebut efek sosial ketika adanya perubahan interaksi sosial dalam masyarakat yang menggunakan media.

### 3. Efek Penjadwalan Kegiatan

Efek ini timbul manakala kehadiran media massa mempengaruhi jadwal kegiatan sehari-hari khalayak konsumen media. Misalnya, sebelum berpergian ke bioskop untuk menonton film, penggemar film mencari berita tentang film yang sedang diputar di bioskop saat ini.

### 4. Efek Penyalur Perasaan

Media massa dapat dimanfaatkan untuk menghilangkan perasaan tertentu, misalnya marah, kesepian, kecewa, sedih, dan lain-lain. Dalam hal ini komunikasi bahkan tidak menghiraukan isi pesan media. Misalnya, seseorang menonton televisi untuk melupakan hal-hal menyedihkan yang baru saja terjadi, meskipun acara yang ditayangkan tidak menarik sama sekali.

### 5. Efek Perasaan Seseorang Terhadap Media

Selain menghilangkan perasaan tertentu, media massa juga dapat menumbuhkan perasaan tertentu pada khalayaknya. Timbulnya perasaan dalam diri khalayak, misalnya percaya akan suatu media tertentu dan menghindari atau tidak percaya dengan media lain. Hal tersebut terjadi atas pengalaman yang dialami komunikasi terhadap media tertentu.

Selain secara fisik, efek kehadiran media massa juga dapat timbul dari segi pesan yang ingin disampaikan

### 1. Efek Kognitif

Efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri seseorang yang terkena terpaan media yang sifatnya informatif bagi dirinya. Efek kognitif mencakup tingkat pemahaman, pengetahuan, dan pengertian komunikasi. Pengetahuan yang dimiliki khalayak dapat meningkatkan kesadaran pribadinya serta memperluas cakrawala berfikirnya. Seseorang yang mengkonsumsi media massa khususnya dalam bentuk isi pesan informasi akan dapat membantunya dalam menambah wawasan dan pengetahuannya. Kehadiran pesan dalam media massa memberikan pengetahuan, khalayak yang semula tidak tahu menjadi tahu, yang awalnya ragu menjadi yakin, tidak jelas menjadi jelas dan paham.

Media massa menyampaikan informasi secara selektif, melalui proses seleksi terhadap berita yang akan dimuat. Hasil seleksi itulah yang selama ini dikonsumsi khalayak. Namun, di lain pihak, media massa juga menghasilkan efek prososial kognitif, yaitu media massa mampu memberikan manfaat yang diharapkan masyarakat. Dalam hal ini media massa memiliki peran menyampaikan pengetahuan, kebenaran, dan nilai-nilai yang positif.

## 2. Efek Afektif

Efek afektif disebut memiliki kadar yang lebih tinggi dibandingkan efek kognitif. Efek yang ditimbulkan tidak hanya sekedar khalayak tahu tentang orang, benda, dan peristiwa yang terjadi di dunia sekitar, melainkan khalayak dapat juga merasakannya. Di sini media massa menimbulkan rangsangan emosional pada khalayak. Efek afektif juga dapat diartikan

sebagai reaksi emosional khalayak terhadap konten media. Contoh kasus, ketika membaca koran yang memuat berita secara lengkap dan sangat jelas, pembaca akan merasa puas. Seseorang merasa takut berada di lingkungan asing akibat seringnya menonton tindakan kekerasan dalam program televisi.

### 3. Efek Perilaku

Sesuai dengan namanya, efek perilaku mengacu pada perilaku, tindakan, atau kegiatan khalayak yang tampak pada kegiatan sehari-hari pasca mengkonsumsi sebuah media. Pada umumnya, efek ini meliputi perilaku antisosial dan prososial. Dalam efek ini, perilaku antisosial meliputi segala bentuk perilaku yang bersifat negatif. Misalnya, seseorang yang seringkali menonton adegan kekerasan di televisi lama kelamaan akan berubah menjadi orang yang pemaarah dan brutal.

Segi positif dari efek perilaku disebut efek prososial behavioral. Di sini khalayak pengguna media massa mengambil sisi baik dari terpaan media yang digunakan. Efek prososial ini terjadi manakala seseorang memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperolehnya dari media massa dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari sehingga ilmu tersebut juga bermanfaat bagi orang lain

## 2.2.4 Film

### 2.2.4.1 Pengertian Film

Film dalam KBBI diartikan sebagai selaput tipis yang tersusun atas seluoid yang memiliki fungsi sebagai wadah gambar negatif (yang akan dijadikan potret) ataupun gambar positif (yang akan ditayangkan di bioskop): *gulungan -- yang*



*disita itu berisi cerita sadisme*. Film juga didefinisikan sebagai cerita gambar hidup. Dalam bidang industri, film mempunyai arti suatu bagian produksi ekonomi di masyarakat dan film dinilai memiliki keterkaitan dengan produk lainnya. Film tergolong dalam bagian komunikasi yang menjadi aspek paling utama atas suatu sistem yang dipergunakan individu ataupun kelompok, memiliki fungsi untuk mengirim sekaligus menerima pesan (Ibrahim, 2011).

Secara umum film merupakan *cinematographie*. *Cinematographie* terdiri atas kata *cinema* yakni “gerak”. *Tho* atau *phytos* yakni cahaya. Film juga bisa didefinisikan sebagai kegiatan melukis suatu gerakan menggunakan cahaya. Film diartikan juga sebagai dokumen sosial dan budaya yang memudahkan adanya komunikasi pada suatu zaman saat pembuatan film tersebut (Ibrahim, 2011). Film ialah serangkaian gambar bergerak dan mempunyai suatu cerita dimana disebut sebagai *movie* atau video. Film selaku audio visual tersusun atas potongan gambar bersatu padu menjadi kesatuan utuh, mempunyai kemampuan dalam memotret realita sosial budaya, mendorong film untuk mampu mengirimkan pesan yang terkandung di dalamnya dalam wujud media visual.

#### **2.2.4.2 Sejarah Film**

Sejarah film menurut Edison merupakan gambar bergerak sebagai fonograf pada tahun 1877, dengan cepat menjadi perangkat hiburan paling populer. Dengan iringan visual fonograf Edison menugaskan Dickson seorang asisten laboratorium muda untuk menciptakan kamera gambar bergerak pada tahun 1888. Film ditemukan sekitar abad ke-19 sampai sekarang ini terus mengalami perkembangan yang begitu pesat. Mulanya film Edison dan Lumiere berdurasi hanya beberapa

menit, film ini menampilkan wujud realitas yang direproduksi ulang melalui film-selebriti, pemain sulap, atlet angkat besi, dan bayi yang tengah makan. Proses perekaman gambar diambil dengan bingkai secara statis dan tak terdapat proses penyuntingan atas hasil rekaman gambar.

George Melies, pembuat film berkebangsaan perancis, mulai menciptakan sebuah cerita gambar bergerak, yakni sebuah film yang bercerita. Proses penciptaan film yang dilakukan George Melies hingga akhir tahun 1890-an, Georges Melies mulai menciptakan dan menayangkan film dalam satu adegan film pendek. Kemudian ia mulai menyusun konsep cerita dari gambar yang diperoleh secara berurutan dalam lokasi yang berlainan. Karenanya tak jarang ia disebut “artis pertama dalam dunia sinema”, sebab kemampuan yang ia miliki, menciptakan cerita narasi pada sebuah medium yang berbentuk kisah imajinatif seperti *A Trip to The Moon* (Baran, 2012).

Edwin S Porter, seorang juru kamera Edison Company, melihat kemampuan dari film yang mampu menjadi alat dalam penyampaian cerita melalui teknik penggunaan dan penetapan kamera secara artistik disertai proses penyuntingan setelah proses produksi, ia membuat sebuah karya film dengan durasi 12 menit yang berjudul *The Great Train Robbery* (1903) , film tersebut merupakan sebuah film yang disempurnakan dengan proses penyuntingan, agar dapat membuat dan menceritakan kisah yang relatif kompleks. Dari tahun 1907 hingga 1908 ada lebih banyak film naratif dalam film dokumenter. Banyaknya tayangan Nickelodeon

dan antusiasme masyarakat membuat mereka semakin yakin untuk menciptakan industri yang berkaitan dengan perfilman. (Baran, 2012).

Awalnya para sineas bergerak dalam produksi film menjadi novel, vaudeville, sirkus, dan berbagai sumber yang bisa dijadikan sebuah skenario film (Danesj, 2010). Dengan berjalannya waktu, perfilman dunia kian mengadirkan perubahan yang signifikan, hal ini erupakan hasil atas kontribusi teknologi yang berperan dalam proses produksi film. Awalnya film masih berupa gambar hitam putih seiring berkembangnya zaman dan teknologi menjadi film berwarna. Perkembangan tersebut membuat film menjadi. sebuah komoditas industri baik dalam komoditas Hollywood, Bollywood dan Hongkong. Sejarah perfilman di tanah air ini juga mengalami perkembangan dari masa ke masa, Stanley J. Barran (2012) dalam pengantar Komunikasi Massa menjelaskan seperti apa perfilman di Indonesia sebagaimana berikut ini:

1. Tahun 1900-1920, film masuk ke Indonesia

Sejarah perfilman Indonesia dapat ditelusuri kembali ke masa kini dari era kolonial. Bisa dikatakan industri perfilman Indonesia saat ini sudah bangun. Teknologi memang tidak secanggih Hollywood, namun industri film tanah air meraih pertumbuhan tertinggi dalam sejarahnya. Pertumbuhan ini dapat dilihat dari sisi peningkatan dan permintaan pembuatan film. Di bawah ini adalah sejarah perfilman Indonesia.

- a) Masa Kolonial Belanda (1900-1941)

Orang Indonesia mulai mengenal film pada tahun 1900-an ketika Belanda masih menjajah. Saat itu, Kebon Jae Tanah Abang menayangkan film dokumenter bisu tentang perjalanan Ratu dan Raja Belanda. Selama 25 tahun ke depan, film dari Amerika Serikat dan China telah tiba di Indonesia. Pada tahun 1926, Indonesia memulai produksi film asli Lotoeng Kasaroeng yang disutradarai oleh Kluger dan L. Heuveldorp. Difilmkan oleh Jerman dan Belanda, tetapi diproduksi oleh Perusahaan Film NV Jaya Bandung, film ini dianggap sebagai film Indonesia pertama karena menceritakan kisah asli Indonesia. Film-film Indonesia telah tumbuh sebagai Cina telah mengambil alih ekonomi. Pada titik ini, ternyata andalan pertama industri film Indonesia adalah sosio-ekonomi ketimbang sosial-budaya. Itu karena pembuat film bukan pribumi, sementara beberapa aktor dan cerita berasal dari Indonesia.

b) Periode penjajahan Jepang (1942-1945)

Pada masa pemerintahan Jepang, film Indonesia sangat kekurangan. Pasalnya, pembuatan film yang diperbolehkan hanyalah film-film propaganda yang memuji kebesaran Jepang, dan semua film asing dilarang masuk ke Indonesia. Selama ini masyarakat umum hanya bisa menonton film-film Jepang dan Indonesia yang sudah ada.

c) Periode (1945-1949)

Di awal kemerdekaan, Pacific Corporation milik Belanda berubah menjadi Pusat Film Nasional (PFN) sebab kehadiran Persatuan Artis

Film Indonesia (PARFI). Namun, perkembangan ini tak didukung oleh regulasi yang mendorong pertumbuhan film Indonesia. Sehingga persaingan menjadi takimbang sebab film-film asing membanjiri Indonesia dan produksinya sendiri belum kuat.

d) Periode (1950-1959)

Pada masa itu, perfilman Indonesia bercirikan karya para pekerja film, yang sebagian berasal dari pekerja terpelajar dan tergabung dalam organisasi seniman film. Pada tanggal 30 Maret 1950, Usmaru Smile mendirikan Perusahaan Film Nasional Indonesia (PERFINI), yang pertama adalah film "Darah dan Doa". Setelah itu, tanggal 30 Maret diperingati sebagai Hari Film Nasional setiap tahunnya. Film Usmar Ismail "Darah dan Doa" sebenarnya adalah film pertama yang disutradarai oleh orang Indonesia dan diproduksi oleh perusahaannya sendiri. Pada 23 April 1951, Persatuan Seniman Indonesia (PERSARI) yang dipimpin oleh Jamaldin Malik resmi ditetapkan sebagai surganya para seniman film dan teater. Pembuatan film dalam negeri meningkat, mencapai puncaknya pada tahun 1955 dengan 59 judul film. Pada tahun 1955, Persatuan Pengusaha Film Seluruh Indonesia (GPBSI) dan Persatuan Penerbit Film Indonesia (PERPENI) didirikan, menyadari pentingnya pendanaan film. Festival Film Indonesia (FFI) pertama digelar di tahun yang sama. Pada tahun 1959, sebuah film India datang ke Indonesia dan langsung disukai oleh banyak orang.

e) Periode (1960-1969)

Periode ini merupakan salah satu pergolakan yang terjadi bersamaan dengan munculnya PKI sebagai kekuatan sosial baru. Ada juga tindakan kekerasan seperti boikot film yang diduga agen imperialisme Amerika. Jumlah bioskop menurun karena pembakaran pada tahun 1964. Kerusuhan G30S/PKI juga memperparah keadaan hingga tahun 1966, melumpuhkan kegiatan produksi di berbagai daerah.

2. Tahun 1929, produksi film pertama di Indonesia

Film Indonesia pertama yang diproduksi adalah *Loetoeng Kasaroeng* yang dipelopori oleh Bupati Bandung Willana Takuma V. Pembuatan film menarik perhatian karena partisipasi aktif masyarakat Indonesia. “Orang Indonesia hanya ditugaskan sebagai penonton atau penonton film, terutama film dokumenter Belanda,” tulis RB Armantono dari Roetoeng Kasaroeng: Wiranatakusumah V Sang Pendiri Film Transnasional. Selain film pertama yang diproduksi pada tahun tersebut, *Loetoeng Kasarong* juga pernah diberi judul film transnasional. Menurut pengajar IKJ ini, *Loetoeng Kasaroeng* buatan Indonesia dan Belanda.

3. Tahun 1955, pembentukan FFI

Festival Film Indonesia (FFI) adalah acara upacara penghargaan utama untuk industri film Indonesia. FFI pertama kali diadakan pada tahun 1955, dilanjutkan pada tahun 1960 hingga tahun 1967 (dengan nama Pekan Apresiasi Film Nasional), dan mulai diadakan secara rutin pada tahun 1973. FFI dihentikan pada tahun 1992 dan tidak dilanjutkan sampai tahun

2004. Dalam perkembangannya, film ini juga memenangkan Penghargaan Piala Vidia untuk Film Televisi. Vidia Cup resmi ditiadakan sejak tahun 2015.

4. Tahun 1960-1970an, kelesuan dan kebangkitan perfilman di Indonesia.

Industri film Indonesia mulai mengalami stagnansi dan kemunduran pada tahun 1960-an, ketika situasi politik saat itu begitu panas sehingga ruang gerak seniman film terbatas. Saat itu, industri film tidak hanya lesu, tetapi juga tidak mampu menunjukkan kreativitas di hampir setiap bidang seni budaya. Situasi politik dan ekonomi begitu menegangkan sehingga seniman pada saat itu tidak dapat mengekspresikan seni, salah satunya dituduh suaka di pemerintah.

Situasi menyedihkan tahun 1960-an memicu protes dari berbagai seniman dan pekerja budaya pemerintah, yang mengarah pada pemberlakuan undang-undang kebebasan berbicara oleh Menteri Penerangan saat itu, Budi Harjo. Sejak dikeluarkannya arahan ini, perfilman Indonesia telah mencapai pertumbuhan baru dan berakselerasi dengan pendanaan dari sumber film asing. Saat itu, film-film asing yang ingin diputar di Indonesia harus dibiayai sebagai bentuk komitmen untuk mendukung perkembangan film-film lokal.

Perkembangan dan kemajuan dunia perfilman nasional inilah Asrul Sani. Hal ini tidak terlepas dari peran tokoh dan sutradara ternama yang berperan penting seperti Noer dan Wahyu Sihombing Arifin. Kebijakan baru Menteri Penerangan saat itu tentu saja membawa angin segar bagi

industri perfilman Indonesia, meski dengan beberapa aspek negatif yang harus diterima. Misalnya, karena peningkatan produksi film, kekurangan kru akan mengakibatkan beberapa penurunan kualitas film dan tumpang tindih selama bekerja.

5. Tahun 1980-1990an, munculnya persaingan dengan film asing dan sinetron televisi.

Maraknya film Indonesia juga mengiringi banyaknya film asing yang masuk ke tanah air, yang kemudian mulai mendominasi bioskop pada tahun 1980-an. Orang-orang juga cenderung menonton film-film buatan luar negeri. Karena mereka dianggap lebih baik dan lebih menarik. Bahkan bioskop terkenal saat itu yakni Bioskop 21, hanya menayangkan film-film buatan luar negeri, kecuali film-film lokal yang diputar di bioskop-bioskop pinggiran kota. Situasi ini diperparah pada 1990-an dengan munculnya stasiun televisi komersial yang menyiarkan drama televisi dan film elektronik, yang biasa disebut sinetron. Orang-orang suka menonton TV dari rumah dan menontonnya setiap hari tanpa harus pergi ke bioskop. Meski demikian, ada beberapa film berkualitas saat itu yang cukup untuk mengharumkan nama Indonesia di kancah festival. Misalnya, *Cinta Roti dan Daun di Atas Bantal*.

6. Tahun 2000, kebangkitan dunia perfilman Indonesia

Setelah mengalami pasang surut sejarah, perfilman Indonesia akhirnya mengalami kebangkitan sekitar tahun 2000. Tentu saja, saya masih ingat



film-film memukau "Ada Apa Dengan Cinta", "Nagabonar", atau "Petualangan Sherina", yang menarik hati banyak penonton Indonesia. Kualitas film dalam negeri semakin canggih dan meningkat tidak hanya untuk meningkatkan materi, tetapi juga untuk membuat film yang sangat baik. Film-film lokal menghadirkan genre dan variasi yang semakin beragam, mulai dari *romance* hingga *action*, agar tidak monoton dan membosankan. Contohnya, film "The Raid" yang telah meraih berbagai penghargaan di tingkat internasional dan mengharumkan nama Indonesia di kancah perfilman dunia.

Beberapa film animasi berkualitas tinggi telah diproduksi, yang tentunya akan menambah keragaman industri perfilman Indonesia. Ini adalah pembahasan tentang sejarah dan dunia perfilman Indonesia. Sebagai warga negara yang baik, sudah sepatutnya kita menghormati dan memberikan pujian yang setinggi-tingginya kepada industri perfilman Indonesia dan para sineas yang telah memberikan kontribusi signifikan untuk itu.

Sejarah tersebut juga melaporkan bahwa film-film Indonesia juga didatangkan dari Indonesia. film Amerika. Perlu dicatat bahwa pada awal film, film tersebut tidak dianggap sebagai karya seni. Awalnya, film hanya dianggap sebagai tiruan dari kenyataan. Namun, pengakuan film sebagai karya seni tentu dimulai dengan sejarah panjang, dengan pembuat film tampil di berbagai negara, dan akhirnya film diakui sebagai bagian dari karya seni.

### 2.2.4.3 Karakteristik Film

Film dapat didefinisikan sebagai cerita yang dituturkan kepada penonton melalui rangkaian gambar bergerak, dari definisi tersebut ada empat hal film yaitu:

1. Cerita
2. Dituturkan
3. Penonton
4. Rangkaian Gambar Bergerak

Cerita sejatinya diujarkan via media seperti novel, drama panggung dan lainnya. Memproyeksikan cerita dengan film jelas tidak sama dengan memproyeksikan cerita dengan novel, karenanya kita harus memahami karakteristik film.

- a) Film menggunakan unsur gambar sebagai sarana utama untuk menyampaikan informasi.

Sejarah film yaitu kelanjutan atas fotografi. Pada awalnya film berupa tayangan bisu, lalu hadir unsur suara sebagai pelengkap unsur gambar. Keduanya menyajikan sebuah cerita untuk penonton. Suara dan gambar memuat ekspresi media film yaitu bagaimana kita berbicara secara visual. dengan demikian apabila kita menyajikan cerita melalui film, maka kita wajib mempunyai pola berfikir visual, berfikir suatu informasi yang akan disampaikan dalam bentuk gambar. Unsur suara (dialog, musik dan efek) sarana penunjang. unsur suara di gunakan ketika:

- 1) Gambar sudah tak dapat mendeskripsikan.
- 2) Gambar tak efektif dan efisien.
- 3) Penggunaan suara demi menunjang *mood*, suasana atau perasaan.
- 4) Penggunaan suara sebagai kebutuhan realita.

b) Film memiliki keterbatasan waktu

Penulis novel dapat menentukan kapan novel berakhir, namun film mempunyai batas durasi tertentu yakni berkisar 80 hingga 120 menit, pun bisa melebihi waktu tersebut. Sedangkan jika film pendek bisa kurang dari 30 menit. Penyampaian yang harus disajikan yaitu informasi yang penting, yang dimaksud informasi yaitu:

- 1) cerita
- 2) artistik
- 3) dramatik

Berkenaan dengan itu, penonton akan selalu menganggap penting seluruh informasi yang disampaikan dengan konsekuensi:

- 1) Informasi tidak penting, tetap dinilai penting sehingga dapat membingungkan penonton.
- 2) Kredibilitas suatu informasi, kita dapat menanamkan informasi (*planting of information*) yakni memberikan sebuah informasi dimana selalu berujung dengan diperlihatkan hasilnya, yang dikenal dengan sebutan "*pay off*". Ketika *planting* penonton

dilakukan pengondisian untuk mengaharapkan bahwa suatu hal akan terjadi, maka “*pay off*” harapan ini harus dipenuhi.

c) Film mengalir dalam waktu

Pembaca novel dapat berhenti dan beristirahat di halaman tertentu ketika mereka lelah, dan kemudian melanjutkan membaca di hari lain. Pembaca novel juga dapat membaca ulang beberapa bagian yang mungkin sulit dipahami. Namun penonton tidak dapat melakukannya, karena waktu film berlalu, penonton tidak dapat menghentikan atau memutar ulang bagian-bagian tertentu dari film untuk memahami bagian-bagian yang tidak dapat dicerna. Penonton menonton film dalam sekali jalan. Karena itu, cerita harus disajikan tanpa membuat mereka bosan, dan harus diserap sepenuhnya. Oleh karena itu, jika ada informasi yang memerlukan penekanan khusus atau sulit dipahami oleh penonton, produser harus mengulanginya untuk penonton. Pengulangan dalam film tersebut bukanlah pengulangan biasa melainkan semacam pengulangan yang disebut *DUPLICATION*, yaitu pengulangan dan:

- 1) Cara yang berbeda.
- 2) Peningkatan kualitas yang dramatis.

#### **2.2.4.4 Jenis Film**

Pertumbuhan dan perkembangan film setiap tahunnya tentu memiliki berbagai paduan unsur seni budaya serta teknologi yang memberikan dampak terhadap pembuatan film itu sendiri. Dengan semakin berkembangnya zaman tentu

membuat perfilman menjadi semakin berwarna dan beraneka ragam jenisnya. Berdasarkan sifatnya jenis film dapat dibedakan menjadi beberapa jenis sebagai berikut:

1. Film cerita (*Story film*)

Film yang mengandung suatu cerita, yang lazim dipertunjukkan di gedung – gedung bioskop yang dimainkan oleh para bintang sinetron yang tenar. Film jenis ini diperuntukan untuk semua publik.

2. Film berita (*News film*)

Adalah film mengenai fakta, peristiwa yang benar – benar terjadi, karena sifatnya berita maka film yang disajikan pada publik harus mengandung nilai berita (*Newsvalue*).

3. Film documenter

Film dokumenter pertama kali diciptakan oleh John Gierson yang mendefinisikan bahwa film dokumenter adalah “Karya cipta mengarah kenyataan (*Creative treatment of actuality*) yang merupakan kenyataan – kenyataan yang menginterpretasikan kenyataan. Titik fokus dari film dokumenter adalah fakta atau peristiwa yang terjadi, bedanya dengan film berita adalah film berita harus mengenai sesuatu yang mempunyai nilai berita atau *news value*.

4. Film kartun

Walt Disney adalah perusahaan kartun yang banyak menghasil berbagai macam film karton yang terkenal samapai saat ini. Timbulnya gagasan membuat film kartun adalah dari seniman pelukis. Serta ditemukannya

sinematografi telah menimbulkan gagasan untuk menghidupkan gambar – gambar yang mereka lukis dan lukisan itu menimbulkan hal-hal yang bersifat lucu.

#### **2.2.4.5 Film Sebagai Media Komunikasi Massa**

Film merupakan salah satu alat komunikasi massa, tidak bisa kita pungkiri antara film dan masyarakat memiliki sejarah yang panjang dalam kajian para ahli komunikasi. Menurut Oey Hong Lee (dalam Sobur, 2004:126), film merupakan alat komunikasi massa yang muncul pada akhir abad ke-19. Film merupakan alat komunikasi yang tidak terbatas ruang lingkungannya dimana di dalamnya menjadi ruang ekspresi bebas dalam sebuah proses pembelajaran massa. Kekuatan dan kemampuan film menjangkau banyak segmen sosial, yang membuat para ahli film memiliki potensi untuk mempengaruhi membentuk suatu pandangan di masyarakat dengan muatan pesan di dalamnya. Hal ini didasarkan atas argument bahwa film adalah potret dari realitas di masyarakat. Film selalu merekam realitas yang tumbuh dan berkembang di dalam masyarakat dan kemudian memroyeksikanya ke dalam layar (Sobur, 2004: 126-127). Pendapat ini menyatakan bahwa film berpotensi sebagai sarana untuk berkomunikasi dengan masyarakat dengan mempengaruhi pandangan mereka tentang sesuatu hal berdasarkan realitas sosial yang terjadi sebagai bagian dari proses pembelajaran.

Film sebagai suatu bentuk karya seni, banyak maksud dan tujuan yang terkandung di dalam pembuatannya. Hal ini dipengaruhi juga oleh pesan yang ingin disampaikan oleh pembuat film tersebut. Meskipun cara pendekatannya

berbeda, dapat dikatakan setiap film mempunyai suatu sasaran, yaitu menarik perhatian orang terhadap muatan masalah-masalah yang dikandung. Selain itu film dirancang untuk melayani keperluan publik terbatas maupun publik tak terbatas (Sumarno, 1996:10). Hal ini disebabkan pula adanya unsur ideologi dari pembuat film di antaranya unsur budaya, sosial, psikologis, penyampaian bahasa film, dan unsur yang menarik ataupun merangsang imajinasi khalayak (Irawanto, 1999:88). Berdasarkan pendapat Sumarno dan Irawanto di atas, maka film dapat menjadi sebuah sarana komunikasi untuk menyampaikan suatu pesan kepada publik sasaran berdasarkan ideologi dari pembuatnya.

## **2.3 Kerangka Teoritis**

### **2.3.1 Semiotika Ferdinand De Saussure**

Semiotika ialah studi mengenai pertanda dan makna yang dapat dilihat dari sebuah tanda. Tanda dapat dikenali dalam sebuah teks yang dibangun tentang bagaimana sebuah karya mengkonstruksikan sebuah makna (John Fiske, 2007:282). Ilmu ini beranggapan bahwa sebuah fenomena yang ada dalam sebuah masyarakat merupakan tanda yang dapat mempelajari sebuah klasifikasi aturan yang memiliki arti. Kajian Semiotika merujuk pada pemahaman kelas tanda yang ada pada sebuah teks atau dialog agar dapat mengarahkan pembaca, penonton atau pendengar untuk menangkap isi makna pesan yang ada di dalamnya (Hidayat,1996:163). Teori semiotik menurut Ferdinand Saussure (1857-1913) adalah:

Memfokuskan terhadap suatu bahasa. Bisa dibilang Saussure lebih mementingkan tanda yang terkait ke dalam sebuah objek

yang langsung menunjuk pada sebuah makna. Penanda adalah citra tanda, biasa dilihat dalam sebuah lambang atau konsep gestur yang berhubungan dengan sebuah kata dan perilaku sistem (John Fiske,2007:65).

Tanda atau simbol masuk ke dalam sebuah bahasa yang menyerap rangsangan dan pengalaman. Sussure dalam Pradopo 1951:54 memaparkan bahwa :

Tanda ialah sebuah komponen yang tidak dapat dipisahkan, Dimana tanda dapat ditangkap oleh indera manusia yang disebut sebagai *signifier* (penanda atau bentuk), dan *signified* dalam konsep bidang makna. Sehingga petanda merupakan konsep yang dipresentasikan oleh aspek pertama (1951:54).

Pemaparan tersebut menjelaskan bila analisa semiotika film *The Medium* perlu diketahui penanda dan petandanya sehingga akan mudah dipahami permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Tahapnya dapat dilakukan melalui masalah yang akan diteliti, makna apa yang dihasilkan dan pesan moral apa yang terkandung dalam film ini.

### **2.3.2 Teori Konstruksi Realitas Sosial**

Teori konstruksi realitas sosial ditemukan oleh Peter L berger dan Thomas Luckman. Keduanya menunjukkan bila dalam tahap sosial harus dilakukan melalui tindakan dan interaksi secara kontinyu agar bersifat subyektif. Dalam buku *The Construction of Reality*, Berger dan Luckman menguraikan bahwa konstruksi sosial ialah:

Teori yang berpijak dalam sebuah pengetahuan lintas sosiologi. Kuncinya dilihat dalam sebuah pemahaman kenyataan sosial dan pengetahuan. Kenyataan terdiri dalam sebuah fenomena yang ada, sedangkan pengetahuan berisi tentang kepastian sebuah peristiwa itu benar adanya (Hasan Basari, 1990:1).



Realita yang terbentuk dimaknai sebagai sesuatu yang objektif, sedangkan pengetahuan dilakukan secara subjektif. Terdapat beberapa asumsi dalam teori konstruksi realitas sosial, diantaranya:

1. Realitas adalah hasil ciptaan manusia yang kreatif terhadap dunia.
2. Memiliki hubungan dalam konteks pemikiran sosial yang timbul dan bersifat berkembang dan terkonstruksi.
3. Kehidupan masyarakat dilakukan secara kontinyu.
4. Membedakan antara realitas dan pengetahuan yang diakui oleh pemilik dan didefinisikan sebagai sebuah validasi bahwa fenomena itu nyata dan spesifik (Basari, 1990 hal 1).

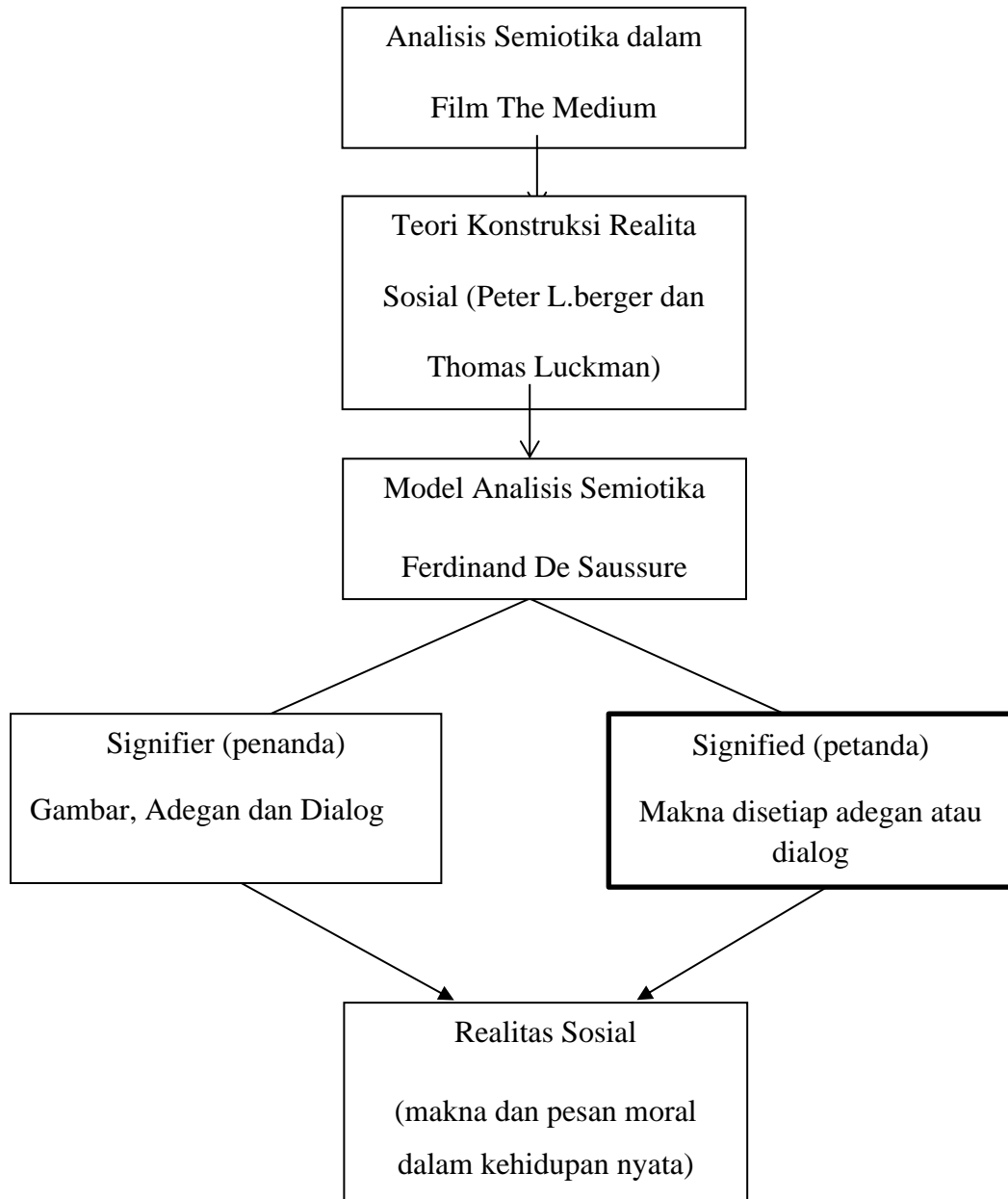
Konstruksi realitas sosial memiliki dialeksi yang terbagi menjadi tiga, diantaranya:

1. Eksternalisasi: mengekspresikan diri kedalam sebuah kegiatan, hal ini berlandaskan karena sifat dasar manusia sehingga manusia harus memiliki tempat pencurahan diri.
2. Objektivasi: adanya interaksi kedalam sebuah dunia yang intersubjektif sehingga dapat mengalami proses untuk memilih peraturan yang sangat penting bagi kehidupannya.
3. Internalisasi: seseorang dapat mengidentifikasi dan mengklasifikasi siapa saja yang akan berinteraksi bersamanya (Eriyanto, 2002).

## 2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan konsepsi tentang proses hubungan antar teori dengan komponen lainnya yang telah terekognisi sebagai hal yang prinsipil. Kerangka pemikiran dalam sebuah kajian kualitatif sangat menentukan proses penelitian secara keseluruhan. Penelitian ini menggunakan teori semiotik Ferdinand de Saussure yang terbagi dalam dua spesifikasi yakni penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Sebuah signifikasi merupakan bagian tanda yang menjelaskan sebuah hubungan beberapa komponen berdasarkan peraturan tertentu, sehingga dapat memaknai tanda. Saussure menyebutkan bunyi dan gambar dapat menjelaskan sebuah tanda atau biasa disebut dengan petanda.

Film “The Medium” digunakan sebagai objek dalam penelitian ini dan untuk meneliti serta memahami makna yang terkandung dalam film tersebut. Peneliti mengaplikasikan teori komunikasi Konstruksi Realitas Sosial dari Peter L. Berger dan Thomas Luckman sebagai metode penggambaran proses tindakan dan interaksi sosial secara terus menerus sehingga terbentuknya realitas subjektif antar individu dan kelompok, hal ini 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.

**Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Pemikiran**

Sumber: diolah peneliti 2022