

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEIKIRAN

2.1. Kajian Litelatur

2.1.1. Review Penelitian Sejenis

Pada setiap penelitian tentunya memiliki penelitian terhadulu untuk penyusunan penelitian ini, peneliti mengambil dari berbagai sumber sebagai bahan referensi. Mulai dari buku, jurnal, hingga mencari di Internet. Peneliti juga menemukan beberapa acuan dari peneliti-peneliti terdahulu sebagai perbandingan dengan penelitian ini, di sini peneliti menggunakan 3 peneliti sejenis sebagai berikut :

Tabel 2.1. **Penelitian Terdahulu**

No	1
Judul Penelitian	Analisis Semiotika Film A Mighty Heart
Nama Penelitian	Rizky Akmalsyah Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
Metode	Kualitatif
Hasil	Film A Mighty Heart hadir sebagai symbol ketabahan orang-orang yang di tinggal pergi oleh seorang profesi jurnalis
Perbedaan	Menggunakan teori yang berbeda
Persamaan	Menggunakan metode kualitatif

No	2
Judul Penelitian	Analisis Semiotika Pesan Moral Islami Dalam Film Kurang Garam
Nama Penelitian	Sofi Norlaila Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Metode	Kualitatif
Hasil	Interpretant dalam film Kurang Garam ini merupakan penafsiran peneliti yang dihasilkan dari representamen
Perbedaan	Model yang digunakan tidak menggunakan teori
Persamaan	Penggunaan metode yang sama kualitatif
No	3
Judul Penelitian	Anaslis semiotika film Cek Toko Sebelah
Nama Penelitian	Ahmad Faiz Abdurrahman Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan
Metode	Kualitatif
Hasil	Subjek penelitian yang dilakukan adalah membahas semiotika film Cek Toko Sebelah
Perbedaan	Tidak terdapat teori Makna Komunikasi Keluarga
Persamaan	Menggunakan teori yang sama

No	4
Judul Penelitian	Harmonisasi Pola Komunikasi Keluarga Dalam Film Keluarga Cemara
Nama Penelitian	Ukhwani Ramadani Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hassanuddin Makassar
Metode	Kualitatif
Hasil	Representasi melalui pola komunikasi keluarga jenis <i>the equality pattern</i> dan <i>the balance split pattern</i> yang dilakukan oleh setiap anggota keluarga secara verbal maupun nonverbal dengan menerapkan dimensi komunikasi keluarga berupa keterbukaan, empati, perasaan positif, dukungan, dan kesetaraan.
Perbedaan	Fokus penelitian yang berbeda
Persamaan	Menggunakan metode kualitatif
No	5
Judul Penelitian	Analisis Semiotika Peran Ayah (Fathering) Dalam Perspektif Islam Pada Film Keluarga Cemara
Nama Penelitian	Fadhilah Mahasiswa Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayattullah Jakarta
Metode	Kualitatif
Hasil	Konstruktivis dalam film ini tidak ada menunjukkan perspektif peran ayah sesuai agama islam
Perbedaan	Semiotika Saussure dan paradigma konstruktivis

Persamaan	Penggunaan metode yang sama kualitatif
NO	6
Judul Penelitian	Makna Pesan Moral dalam Film Keluarga Cemara (Analisis Semiotika John Fiske)
Nama Penelitian	Ridwan Adhim Wahyudi Mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang
Metode	Kualitatif
Hasil	Film keluarga cemara ini sangatlah mendidik, kita bisa mengambil makna pesan moral dari film tersebut. Berdasarkan penggambaran dari segi level realitas yaitu terdapat ekspresi, perilaku dan lingkungan yang menunjukkan adanya makna pesan moral.
Perbedaan	Menggunakan Teori Semiotika John Fiske
Persamaan	Menggunakan metode yang sama
No	7
Judul Penelitian	Analisis Semiotika Makna Keluarga dalam Film Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini
Nama Penelitian	Mersi Fahira Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten
Metode	Kualitatif
Hasil	Film Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini mengandung makna yang sarat akan nilai Human Interest. Dan dalam film ini, terdapat tiga makna keluarga yang signifikan sebagai implikasi pemaknaan terhadap struktur tanda. Makna keluarga yang dimaksud yaitu meliputi : Karakter dalam keluarga, Konflik dalam keluarga, dan Hubungan sosial dalam keluarga.
Perbedaan	Menggunakan Teori Semiotika Charles Sanders Pierce

Persamaan	Menggunakan metode penelitian yang sama
-----------	---

Sumber: Hasil Kajian Peneliti 2022

2.1.2. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan sebuah alur pemikiran terhadap suatu hubungan antar konsep satu dengan konsep lainnya untuk dapat memberikan gambaran serta mengarahkan asumsi riset terkait dengan variable-variable yang akan di teliti oleh peneliti. Kerangka konsep ini gunanya untuk menghubungkan atau menjelaskan secara panjang lebar tentang suatu topik yang akan dibahas, tinjauan pustaka berisi semua pengetahuan (teori, konsep, prinsip, hukum maupun proposisi) yang nantinya bisa membantu untuk menyusun kerangka konsep dan operasional penelitian. Temuan hasil peneliti yang telah ada sangat membantu dan mempermudah peneliti.

Kerangka konseptual memberikan petunjuk kepada peneliti di dalam merumuskan masalah penelitian. Peneliti akan menggunakan kerangka konseptual yang telah disusun untuk menentukan pertanyaan-pertanyaan mana yang harus dijawab oleh penelitian dan bagaimana prosedur empiris yang digunakan sebagai alat untuk menemukan jawaban terhadap pertanyaan tersebut. Kerangka konseptual diperoleh dari hasil sintesis dari proses berpikir deduktif (aplikasi teori) dan induktif (fakta yang ada, empiris), kemudian dengan kemampuan

kreatif-inovatif, diakhiri dengan konsep atau ide baru yang disebut kerangka konseptual.

Dalam Penelitian ini mengambil konsep dua teori yaitu semiotika, konstruksi realitas sosial dengan film sebagai objek penelitian. Semiotika adalah kajian mengenai tanda dan cara tanda-tanda tersebut bekerja, ini meliputi kajian mengenai berbagai jenis tanda yang berbeda, cara-cara berbeda dari tanda-tanda di dalam menghasilkan sebuah makna, dan cara tanda-tanda tersebut berhubungan dengan orang yang menggunakannya. Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami di dalam kerangka penggunaan atau konteks orang yang menempatkan tanda-tanda tersebut.

Studi tentang tanda-tanda dan proses tanda (semiosis), indikasi, penunjukan, kesamaan, analogi, metafora, simbolisme, makna, dan komunikasi. C.S Morris menjelaskan tiga dimensi dalam analisis semiotika, yaitu dimensi sintaktik, semantik dan pragmatik, yang ketiganya saling berkaitan satu sama lainnya.

Sintaktik berkaitan dengan studi mengenai tanda itu sendiri secara individual maupun kombinasinya, khususnya analisis yang bersifat deskriptif mengenai tanda dan kombinasinya. Semantik adalah studi mengenai hubungan antara tanda dan signifikasi atau maknanya. Dalam konteks semiotika struktural, semantik dianggap sebagai bagian dari semiotika.

Pragmatik adalah studi mengenai hubungan antara tanda dan penggunaannya, khususnya yang berkaitan dengan penggunaan tanda secara konkrit

dalam berbagai peristiwa serta efek atau dampaknya terhadap pengguna. Ia berkaitan dengan nilai, maksud, dan tujuan dari sebuah tanda, yang menjawab pertanyaan: untuk apa dan kenapa, serta pertanyaan mengenai pertukaran (exchange) dan nilai utilitas tanda bagi pengguna.

Film adalah karya cipta seni dan budaya yang merupakan media komunikasi massa sehingga dapat di pandang dan dengar, dibuat berdasarkan asas sinematografi dengan direkam pada camera, atau bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala bentuk, jenis, dan ukuran melalui proses elektronik dengan atau tanpa suara, yang dapat dipertunjukkan atau ditayangkan dengan sistem proyeksi mekanik, elektronik, dan lainnya sehingga film sangat mengandalkan teknologi sebagai bahan baku untuk memproduksi maupun eksibisi ke hadapan penontonnya.

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 lingkupnya 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. Dapat disimpulkan bahwa film merupakan salah satu media komunikasi massa yang menampilkan serangkaian gambar bergerak dengan suatu jalan cerita yang dimainkan oleh para aktor yang

diproduksi untuk menyampaikan suatu pesan dan gagasan ide cerita kepada para penontonnya.

Kekuatan dan kemampuan film menjangkau banyak segmen sosial, membuat para ahli film memiliki potensi untuk mempengaruhi dan membentuk suatu pandangan di masyarakat dengan muatan pesan di dalamnya. Hal ini didasarkan atas argumen bahwa film adalah potret dari realitas di masyarakat.

2.1.3. Kerangka Teoritis

2.1.3.1. Lingkup Komunikasi

1) Definisi Komunikasi

Komunikasi merupakan hal yang sudah tentu merupakan sesuatu yang penting dalam kehidupan manusia. Komunikasi telah ada di dunia ini sejak zaman dahulu karena komunikasi merupakan alat untuk berinteraksi dengan orang lain sehingga kebutuhan antara manusia dapat terpenuhi. Pengertian dari komunikasi sangatlah banyak dari para ahli, karena terdapat beberapa perspektif dalam mengartikan komunikasi. Dalam Wursanto, Wexley dan Yukl mengatakan:

“communication can be defined as the transmission of information between two or more persons”.(Wursanto,2003,p.152)

Hal tersebut memiliki arti bahwa komunikasi adalah pengiriman informasi antara dua orang atau lebih. (Wursanto, 2003, p. 152). Selain itu Gode dalam Verdiansyah (2004) menyatakan bahwa komunikasi merupakan proses yang semula dimiliki seseorang atau monopoli seseorang menjadi dimiliki dua orang atau lebih (Verdiansyah, 2004, p. 9).

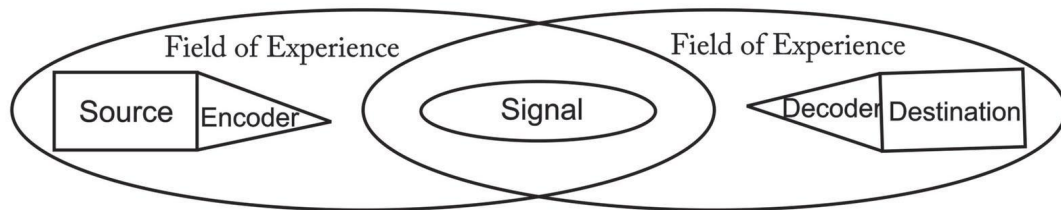
John Fiske mengatakan bahwa terdapat dua mazhab utama dalam ilmu komunikasi, yaitu pertama kelompok yang melihat komunikasi sebagai transmisi pesan yang memiliki fokus pada bagaimana pengirim dan penerima mengirimkan dan menerima pesan, yang kedua ialah kelompok yang melihat komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna yang berfokus pada bagaimana pesan atau teks berinteraksi dengan manusia didalam rangka untuk memproduksi makna sedangkan kesalah pahaman lebih dititik beratkan pada perbedaaan budaya antara pengirim dan penerima. (Fiske, 2012, p. 3).Hal ini jelas merupakan hal yang berbeda meskipun sama-sama menggunakan pesan. Yang pertama berorientasi pada transmisi pesan atau perpindahan pesan dan terlihat lebih sederhana sedangkan yang kedua menganggap bahwa pesan itu sendiri yang berinteraksi dengan manusianya dan pesan dimaknai sendiri oleh penerima berdasarkan budaya yang melatar belakanginya.

2) Model Komunikasi

Model komunikasi pada mazhab yang pertama dikemukakan oleh Shannon dan Weaver pada tahun 1949 yang memandang komunikasi sebagai transmisi pesan (Fiske, 2012, p. 9). Model komunikasi Shannon dan Weaver terlihat sederhana karena mereka melihat pesan dikirimkan melalui pesawat telepon dan terdiri dari sumber informasi, pesan atau sinyal, saluran dan penerima atau tujuan (Morissan, 2008, p. 42). Berbeda dengan konsep komunikasi Schramm, konsep komunikasi yang ia miliki merupakan konsep komunikasi dua arah (two-way-process) yaitu pengirim dan penerima pesan melakukan komunikasi

dalam konteks kerangka acuan (frame of reference), hubungan dan situasi sosial mereka masing-masing (Morissan, 2008, p. 43).

Gambar 2.1. **Model Komunikasi Schramm**



Sumber : Model Komunikasi Wilbur Schramm (1954)

Model komunikasi ini menggambarkan suatu proses yang dinamis yaitu pesan ditransmisikan melalui proses encoding dan decoding dari encoder(sumber) dan decoder (Penerima), yang harus dicatat adalah model ini menempatkan sumber dan penerima mempunyai kedudukan yang sederajat (Wiryanto, 2004, p. 18). Dalam bukunya, Morissan menjelaskan mengenai delapan elemen komunikasi (Morissan, 2008, p. 43) antara lain:

- (1) Sumber Komunikasi diawali dari pengirim pesan itu sendiri atau sumber pesan, dimana sender merupakan pembuat konsep pesan yang kemudian akan dikirimkan kepada penerima yang terdiri dari individu, kelompok atau bahkan organisasi.
- (2) Encoding adalah suatu kegiatan yang dilakukan sender dalam menerjemahkan pikiran serta ide ke dalam bentuk yang dapat diterima indra.

- (3) Pesan adalah sebagai produk jadi yang telah melalui proses encode dari sumbernya itu sendiri.
- (4) Saluran adalah jalan yang dilalui pesan untuk sampai dan diterima oleh penerima pesan. Pesan dapat sampai dengan berbagai media, sebagai contoh gelombang radio yang membawa kata-kata yang diucapkan penyiar kepada pendengarnya.
- (5) Decoding adalah merupakan kegiatan yang berlawanan dengan proses encoding yaitu kegiatan untuk menterjemahkan atau melakukan interpretasi pesan-pesan fisik kedalam suatu bentuk sehingga memiliki arti bagi penerima pesan tersebut.
- (6) Penerima Penerima pesan dapat berupa individu, kelompok, lembaga atau suatu kumpulan besar manusia yang tidak mengenal satu sama lain dan penerima pesan tersebut dapat ditentukan oleh source/sumber yang mengirimkan pesan tersebut.
- (7) Feedback Feedback atau bisa disebut dengan umpan balik merupakan tanggapan dari penerima pesan yang melakukan perubahan pesan selanjutnya yang akan disampaikan sumber dan menjadi tempat perputaran arah dari arus komunikasi, umpan balik tersebut sangat berguna untuk untuk sumber bilamana terdapat pertanyaan dari si penerima pesan.

Peneliti menarik kesimpulan dari penjabaran diatas, yaitu Komunikasi adalah proses pertukaran informasi antara dua orang atau lebih dan terdapat gangguan yang dapat mengganggu jalannya proses komunikasi.

3) **Unsur Komunikasi**

Komunikasi adalah hubungan kontak antar dan antara individu maupun kelompok dengan tujuan memberikan atau menerima informasi. Terdapat lima unsur komunikasi, yaitu komunikator, pesan, media komunikasi, komunikan, dan feedback.

- (1) Komunikator merupakan unsur komunikasi yang bertindak sebagai penyampai pesan. Pesan yang dimaksud disampaikan kepada penerima pesan yang disebut juga dengan istilah komunikan.
- (2) Pesan adalah informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan, tanpa adanya pesan, komunikasi tidak mungkin berlangsung.
- (3) Media komunikasi adalah sarana bagi komunikator untuk menyampaikan pesannya kepada komunikan, seperti melalui smartphone, surat, dan lain sebagainya.
- (4) Komunikan adalah penerima pesan yang disampaikan oleh komunikator, tanpa komunikan, komunikasi tidak dapat dilangsungkan.
- (5) Feedback atau umpan balik adalah reaksi atau balasan dari komunikan kepada komunikator, sehingga komunikasi dapat berlangsung dua arah.

4) **Tujuan Komunikasi**

Secara umum, menurut Wilbur Schramm, tujuan komunikasi dapat dilihat dari dua perspektif kepentingan yaitu: kepentingan sumber/pengirim/komunikator,

dan kepentingan penerima/komunikan. Dengan demikian maka tujuan komunikasi yang ingin dicapai dapat digambarkan sebagai berikut:

- (1) Tujuan komunikasi dari sudut kepentingan sumber: memberi informasi, mendidik, menyoalkan, dan menganjurkan suatu tindakan/persuasi
- (2) Tujuan komunikasi dari sudut kepentingan penerima: memahami informasi, mempelajari, menikmati, menerima/menolak.

Peneliti menarik kesimpulan berdasarkan penjabaran diatas, tujuan komunikasi adalah menciptakan pemahaman bersama atau mengubah persepsi bahkan perilaku. Dengan demikian komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam menentukan betapa efektifnya orang-orang bekerja sama dan mengkoordinasikan usaha-usaha untuk mencapai tujuan.

5) Memaknai Pesan Dalam Komunikasi

Komunikasi dalam kehidupan manusia terasa sangat penting, karena dengan komunikasi dapat menjembatani segala bentuk ide yang akan disampaikan seseorang. Dalam setiap melakukan komunikasi unsur penting diantaranya adalah pesan, karena pesan disampaikan melalui media yang tepat, bahasa yang dimengerti, kata-kata yang sederhana dan sesuai dengan maksud, serta tujuan pesan itu akan disampaikan dan mudah dicerna oleh komunikan.

Pesan merupakan seperangkat simbol verbal dan / non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud sumber tadi. pesan itu menurut Effendy, menyatakan bahwa pesan adalah : “suatu komponen dalam proses

komunikasi berupa paduan dari pikiran dan perasaan seseorang dengan menggunakan lambang, bahasa/lambang- lambang lainnyadisampaikan kepada orang lain”. (Effendy, 2009:224). Sedangkan Abdul Hanafi menjelaskan pesan itu adalah “produk fiktif yang nyata yang dihasilkan oleh sumber-encoder”. (Siahaan, 2009:62) Kalau berbicara maka “pembicara” itulah pesan, ketika menulis suratmaka “tulisan surat” itulah yang dinamakan pesan. Pesan mempunyai tiga komponen: makna, simbol yang diguankan untukmenyampaikan makna, dan bentuk atau organisasi pesan. Simbol terpenting adalah kata-kata (bahasa), yang dapat merepresentasikan objek (benda), gagasan, dan perasaan, baikucapan (percakapan, wawancara, diskusi, ceramah, dan sebagainya) ataupun tulisan (surat,esai, artikel, novel, puisi, pamflet, dan sebagainya). Kata-kata memungkinkan kita berbagi pikiran dengan oranglain. Pesan juga dapat dirumuskan secara non verbal dan verbal, seperti melalui tindakan atau isyarat anggota tubuh.

2.1.3.2. Komunikasi Keluarga

Komunikasi dan keluarga adalah dua hal yang tidak bisa dipisahkan karena saling berkaitan. Setiap keluarga di seluruh dunia memerlukan komunikasi untuk melaksanakan keberlangsungan kehidupan sehari – hari dan kelancaran dalam bersosialisasi. Definisi komunikasi keluarga adalah komunikasi yang terjadi dalam sebuah keluarga, yang merupakan cara seorang anggota keluarga untuk berinteraksi dengan anggota lainnya, sekaligus sebagai wadah dalam membentuk dan mengembangkan nilai-nilai yang dibutuhkan sebagai pegangan hidup. Menurut Rae Sedwig (1985), komunikasi keluarga adalah suatu pengorganisasian

yang menggunakan kata-kata sikap, tubuh (gestur), intonasi suara, Tindakan untuk menciptakan harapan image, ungkapan perasaan serta saling membagi pengertian (Achdiat, 1997:30). Apabila keluarga diciptakan melalui interaksi sosial dalam kehidupan bermasyarakat, memahami komunikasi keluarga adalah penting untuk setiap anggota keluarga. Beberapa ahli dalam Tuti Bahfiarti (2016 : 73) memfokuskan perhatiannya kepada komunikasi keluarga dengan alasan berikut, yaitu :

1. Komunikasi keluarga merupakan awal pengalaman sosialisasi. Mengamati dan berinteraksi dengan anggota keluarga adalah awal proses belajar berkomunikasi dan belajar untuk berpikir tentang pentingnya komunikasi. Mereka belajar bagaimana hubungan dan fungsi komunikasi keluarga, mereka juga belajar bagaimana harus berperilaku dalam konteks hubungan keluarga. Memang benar, komunikasi sebagai sarana yang memerintah tentang interaksi sosial dan hubungan sosial yang harus dipelihara dan dipertahankan. Orangtua menggunakan komunikasi guna untuk memberikan pembelajaran bagi anak tentang berbicara, siapa yang mereka ajak bicara dan bagaimana penuturan yang disampaikan. Ketentuan inilah bentuk cara anak-anak dan orang dewasa kemudian, berkoordinasi satu sama lain atau dengan orang lain.
2. Komunikasi sebagai sarana anggota dalam keluarga untuk menetapkan, memelihara, mempertahankan bahkan membubarkan suatu hubungan. Keluarga terbentuk melalui hubungan/interaksi sosial. Setelah suatu

keluarga terbentuk, anggota keluarga secara kontinuitas akan terus berhubungan satu sama lain dan hubungan tersebut melalui komunikasi.

Kalvin dan Brommel memberikan makna komunikasi (komunikasi keluarga) sebagai suatu proses simbolik, transaksional untuk menciptakan dan mengungkapkan pengertian dalam keluarga (Arwani, 2003 :4). Tujuan komunikasi dalam interaksi keluarga ditinjau dari kepentingan orang tua adalah untuk memberikan informasi, nasihat, mendidik dan menyenangkan anak-anak. Anak berkomunikasi dengan orang tua adalah untuk mendapatkan saran, nasihat, masukan atau dalam memberikan respon dari pertanyaan orang tua. Komunikasi antar anggota keluarga dilakukan untuk terjadinya keharmonisan dalam keluarga. Komunikasi dalam keluarga juga dapat diartikan sebagai kesiapan membicarakan dengan terbuka setiap hal dalam keluarga baik yang menyenangkan maupun yang tidak menyenangkan, juga siap menyelesaikan masalah-masalah dalam keluarga dengan pembicaraan yang dijalani dalam kesabaran dan kejujuran serta keterbukaan.

2.1.3.3. Komunikasi Massa

1) Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses penyampaian suatu ide, pesan dan informasi kepada publik dengan menggunakan sarana media tertentu guna memengaruhi atau mengubah perilaku masyarakat sebagai penerima pesan. Proses komunikasi massa dimana organisasi media membuat dan menyebarkan pesan kepada khalayak banyak atau public. Organisasi-organisasi media akan menyebarluaskan pesan-pesan yang akan memengaruhi dan mencerminkan kebudayaan suatu

masyarakat, sehingga informasi ini akan mereka hadirkan serentak kepada khalayak luas yang beranekaragam. Menurut Josep A Devito: komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa atau khalayak ramai yang luar biasa banyaknya. Komunikasi massa dilakukan oleh lembaga radio, televisi, majalah, surat kabar, film, dan buku. Hal ini membuat media menjadi bagian dari salah satu institusi yang melekat di masyarakat. Joseph A. Devito mengemukakan Fungsi komunikasi masa yaitu (Devito, 2010:575-579), yaitu:

- (1) Menghibur Media mendesain program-program mereka untuk menghibur. Media memberi hiburan untuk mendapatkan perhatian dari khalayak sebanyak mungkin sehingga media dapat menjual hal ini kepada para pengiklan. inilah sebab utama adanya komunikasi massa.
- (2) Meyakinkan Meskipun fungsi yang paling jelas adalah menghibur, fungsi yang terpenting adalah meyakinkan (to persuade). Persuasi dapat datang dalam banyak bentuk : memperkuat sikap, mengubah pada perilaku khalayak, menggerakkan khalayak untuk mengambil tindakan, menawarkan etika atau system nilai tertentu.
- (3) Menginformasikan sebagian besar informasi kita dapatkan bukan dari sekolah, melainkan dari media. Kita belajar music, politik, film, seni, sosiologi, psikologi, dan ekonomi serta banyak subyek lainnya dari media.
- (4) Menciptakan rasa kebersatuan salah satu fungsi komunikasi massa yang tidak banyak orang menyadarinya adalah kemampuannya membuat kita merasa menjadi anggota suatu kelompok.

2) Karakteristik Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan salah satu dari komunikasi yang memiliki perbedaan signifikan dengan bentuk komunikasi yang lain. Sifat pesannya yang terbuka dengan khalayak yang variatif, baik dari segi usia, agama, suku, pekerjaan, maupun dari segi kebutuhan. Komunikasi massa memiliki sejumlah ciri atau karakteristik yang khas diantaranya sebagai berikut (Effendy, 1998: 22-26) :

- (1) Komunikasi massa berlangsung satu arah (two-way traffic communication). Ini berarti bahwa tidak terdapat arus balik dari komunikan kepada komunikator. Dengan kata lain, perkataan wartawan sebagai komunikator tidak mengetahui tanggapan para pembacanya terhadap pesan atau berita yang disiarkannya itu. Demikian pula penyiar radio, penyiar televisi, atau sutradara film tidak mengetahui tanggapan khalayak yang dijadikan sasarannya. Yang dimaksud dengan “tidak mengetahui” ialah tidak mengetahui pada waktu proses komunikasi tersebut berlangsung. Mungkin saja komunikator mengetahui juga, misalnya melalui rubrik “surat pembaca” atau “surat pendengar” yang biasa terdapat dalam media surat kabar, majalah, dan radio, atau dengan jalan menelepon. Akan tetapi, itu semua terjadi setelah komunikasi dilancarkan oleh komunikator sehingga komunikator tidak dapat memperbaiki gaya komunikasi seperti yang biasa terjadi pada komunikasi tatap muka. Oleh karena itu, arus balik seperti itu dinamakan arus balik tertunda (delayed feedback).

(2) Komunikator pada komunikasi massa melembaga media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga, yakni suatu institusi atau organisasi. Oleh karena itu, komunikatornya melembaga atau dalam bahasa asing disebut *institutionalized communicator* atau *organized communicator*. Sebagai konsekuensi dari sifat komunikator yang melembaga itu, peranannya dalam proses komunikasi ditunjang oleh orang-orang lain. Kemunculannya dalam media komunikasi tidak sendirian, tetapi bersama orang lain. Tulisan seorang wartawan surat kabar misalnya, tidak mungkin dapat dibaca khalayak apabila tidak didukung oleh pekerjaan redaktur pelaksana (*managing editor*), juru tata letak (*layout man*), korektor, dan lain-lain.

Berdasarkan kenyataan tersebut, komunikator pada komunikasi massa dinamakan juga komunikator kolektif (*collective communication*) karena tersebarnya pesan komunikasi massa merupakan hasil kerja sama sejumlah kerabat kerja. Karena sifatnya kolektif, maka komunikator yang terdiri atas sejumlah kerabat kerja itu mutlak harus mempunyai keterampilan yang tinggi dalam bidangnya masing-masing. Dengan demikian, komunikasi sekunder sebagai kelanjutan dari komunikasi primer itu akan berjalan sempurna.

(3) Pesan pada komunikasi massa bersifat umum pesan yang disebarkan melalui media massa bersifat umum (*public*) karena ditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum. Jadi, tidak ditujukan kepada seseorang atau kepada sekelompok orang tertentu. Hal itulah yang antara lain membedakan media massa dengan media massa. Surat, telepon

telegram dan teleks misalnya, adalah media nirmassa, bukan media massa karena ditujukan kepada orang tertentu. Demikian pula majalah organisasi, surat kabar kampus, radio telegrafi atau radio citizen band, film documenter, bukan lah media massa, melainkan media nirmassa karena ditujukan kepada sekelompok orang tertentu. Media massa tidak akan menyiarkan suatu pesan yang tidak menyangkut kepentingan umum.

- (4) Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan ciri lain dari media massa adalah kemampuannya untuk menimbulkan keserempakan (simultaneity) pada pihak khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disampaikan.
- (5) Komunikan komunikasi massa bersifat heterogen Komunikan komunikasi atau khalayak yang merupakan kumpulan anggota masyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi massa sebagai sasaran yang dituju komunikator bersifat heterogen. Dalam keberadaannya, secara terpecah-pecah, di mana satu sama lainnya tidak saling mengenal dan tidak memiliki kontak pribadi, masing-masing berbeda dalam berbagai hal jenis kelamin, usia, agama, ideology, pekerjaan, pendidikan, pengalaman, kebudayaan, pandangan hidup keinginan cita-cita dan sebagainya.

3) **Proses Komunikasi Massa**

Proses komunikasi massa terjadi saat komunikator, yakni media massa, menyampaikan pesan kepada komunikan atau khalayak luas. Berikut penjelasan mengenai proses komunikasi massa sebagai berikut :

- (1) Distribusi Informasi, menurut Fatma Laili Khoirun Nida dalam jurnal *Persuasi dalam Media Komunikasi Massa* (2014), proses komunikasi massa yang paling awal adalah distribusi informasi kepada masyarakat. Contohnya berita di televisi dan radio disiarkan secara serentak di seluruh Indonesia. Siaran berita ini menandakan adanya distribusi informasi dalam skala besar.
- (2) Berlangsung Satu Arah, proses komunikasi massa dilakukan satu arah salah satu ciri komunikasi massa ialah dilakukan satu arah, yakni dari komunikator ke komunikan. Sangat jarang terjadi dialog dua arah di antara komunikator dan komunikan.
- (3) Berlangsung Asimetris, komunikasi massa berlangsung asimetris, sehingga menyebabkan jalinan komunikasi di antara komunikator dan komunikan berlangsung datar dan bersifat sementara.
- (4) Berlangsung Impersonal, proses komunikasi massa berlangsung impersonal. Karena proses komunikasinya dilakukan secara masif atau luas. Sehingga pesannya dapat sampai ke seluruh lapisan masyarakat dengan singkat.
- (5) Berdasarkan Kebutuhan Pasar, proses komunikasi massa berlangsung berdasarkan kebutuhan masyarakat Komunikasi massa terjadi karena didasarkan pada hubungan kebutuhan di masyarakat. Adanya tuntutan pasar menyebabkan informasi yang akan disampaikan, harus disesuaikan dengan permintaan pasar. contohnya sebuah program televisi yang sudah tidak disukai masyarakat, akan

diberhentikan dan diganti dengan acara lainnya yang sesuai dengan kebutuhan public.

Proses komunikasi massa berbeda dengan komunikasi tatap muka. Karena melibatkan banyak orang, proses komunikasi massa jauh lebih kompleks dan rumit. Proses komunikasi massa tidak sekadar memberi tahu dan mendengarkan informasi namun di dalamnya terjadi proses pembagian ide, pikiran, fakta dan opini dari banyak orang.

4) **Media Massa dan Komunikasi**

Dalam penelitian komunikasi yang berfokus pada studi media massa dikenal sebuah istilah yaitu komunikasi massa. Komunikasi massa adalah istilah yang digunakan untuk ilmu yang mempelajari komunikasi dengan prinsip penggunaan media massa. Dalam bukunya Deddy Mulyana mendefinisikan bahwa komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang tersebar yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen. Penjelasan ini menjadikan komunikasi massa adalah suatu komunikasi yang terjadi dan bersifat umum melalui perangkat media sehingga penerimanya bukan merupakan salah satu golongan atau suatu kelompok tertentu saja.

Dalam praktiknya komunikasi massa berbeda dengan jenis komunikasi lainnya karena komunikasi massa bekerja dengan melakukan komunikasi kepada

sejumlah populasi dari berbagai kelompok bukan hanya untuk satu individu atau beberapa individu. komunikasi massa juga memiliki anggapan tersirat tentang adanya alat-alat khusus yang digunakan menyampaikan komunikasi agar pesan dapat mencapai pada saat yang sama kepada semua orang yang mewakili berbagai lapisan tertentu. Jumlah penerima pesan atau komunikan dari komunikasi massa tersebar dalam area geografis yang luas, namun mempunyai perhatian dan minat terhadap isu yang sama. Media massa seperti surat kabar, majalah, radio, dan televisi menjadi penyalur pesan yang efektif menyebarkan pesan agar diterima oleh komunikan secara bersamaan. Komunikasi massa sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

2.1.3.4. Film

1) Pengertian Film

Film menjadi salah satu bagian dari media massa untuk menyampaikan sebuah pesan atau gagasan dari sudut pandang tertentu. Menurut buku yang berjudul "5 Hari Mahir Membuat Film" (Javandalasta, 2011: 1), dijelaskan bahwa film adalah rangkaian gambar yang bergerak membentuk suatu cerita atau juga bisa disebut Movie atau Video. Ada banyak sekali keistimewaan media film, beberapa diantaranya adalah:

1. Film dapat menghadirkan pengaruh emosional yang kuat.
2. Film dapat mengilustrasikan kontras visual secara langsung.

3. Film dapat berkomunikasi dengan para penontonnya tanpa batas menjangkau. Film dapat memotivasi penonton untuk membuat perubahan.

Perkembangan film sebagai alat untuk menyampaikan pesan atau ideologi kepada khalayak menjadi cukup efektif dengan realitas yang coba dihadirkan oleh para pembuatnya. Menurut Denis Mcquail dalam bukunya menjelaskan bahwa terdapat tiga elemen penting lainnya dalam sejarah film. Pertama, penggunaan film untuk propaganda sangatlah signifikan, terutama jika diterapkan untuk tujuan nasional atau kebangsaan, berdasarkan jangkauannya yang luas, sifatnya yang riil, dampak emosional, dan popularitas.

2) Macam – Macam Genre Film

Secara garis besar film dapat diklasifikasikan menurut genre yang secara umum dipahami oleh pembuatnya. Berikut beberapa genre film yang secara umum sering didapati :

1. *Action* (Laga), film dengan tema laga dan mengetengahkan perjuangan hidup biasanya dibumbui dengan keahlian dari tokoh dalam film untuk bertarung hingga akhir cerita.
2. *Comedy* (Humor), genre ini menyajikan film dengan berbagai macam kelucuan dari tokoh maupun ceritanya sebagai faktor utama. Film dengan tema humor disukai lebih banyak penonton karena pembawaannya yang ringan untuk diterima masyarakat.

3. *Roman* (Drama), faktor perasaan dan realitas kehidupan nyata ditawarkan dengan senjata simpati dan empati penonton terhadap tokoh yang diceritakan.
4. *Mystery* (Horror), film dengan genre ini bercerita tentang hal-hal gaib atau supranatural dimana penonton dibuat tegang dengan keadaan yang diciptakan oleh sutradara.
5. *Animation* (Animasi), genre ini menampilkan film yang dibuat dengan teknik menggambar tangan atau animasi computer, adapun animasi yang di tampilkan dapat berupa 2 Dimensi, 3 Dimensi, CGI, Stop Motion dan Ilustrasi.

2) **Jenis-Jenis Film**

Dalam pembuatan film, memiliki sebuah idealisme dalam menentukan tema untuk (membungkus) cerita agar dapat diterima oleh penontonnya, agar penonton dapat memahami jenis film apa yang mereka lihat. Dalam buku 5 Hari Mahir Membuat Film oleh Panca Javandalasta (2011), adapun beberapa jenis-jenis film yang biasa diproduksi untuk berbagai keperluan, antara lain:

1. Film Dokumenter, adalah sebutan yang diberikan untuk film pertama karya Lumiere bersaudara yang berkisah tentang perjalanan (travelogues) yang dibuat sekitar tahun 1890an. Tiga puluh enam tahun kemudian, kata 'dokumenter' kembali digunakan untuk pembuatan film dan kritikus film asal Inggris John Grierson untuk film *Moana* (1926) karya Robert Flaherty. Grierson berpendapat, dokumenter merupakan cara kreatif mempresentasikan realitas (Susan Hayward, 1996: 72) dalam

buku *Key Concepts in Cinema Studies*. Pada intinya film dokumenter tak pernah lepas dari tujuan penyebaran, pendidikan, propaganda bagi orang atau kelompok tertentu.

2. Film Pendek, menurut Panca Javandalasta (2011: 2) yaitu, sebuah karya film cerita fiksi yang berdurasi kurang dari 60 menit. Di berbagai negara, film pendek dijadikan laboratorium eksperimen dan batu loncatan bagi para film maker untuk memproduksi film panjang.
3. Film Panjang, adalah film cerita fiksi yang berdurasi lebih dari 60 menit. Umumnya berkisar antara 90-100 menit. Film yang diputar di bioskop umumnya termasuk dalam kelompok ini. Beberapa film, misalnya *Dance With Wolves*, bahkan berdurasi lebih dari 120 menit. Film-film produksi India rata-rata berdurasi hingga 180 menit.

Film dibedakan menjadi dua kategori jenis yaitu film fiksi dan non fiksi. Sebagai contoh, untuk film non fiksi adalah film dokumenter yang menjelaskan tentang dokumentasi sebuah kejadian alam, flora, fauna maupun manusia. Sedangkan untuk kelompok fiksi, dalam dunia perfileman kita mengenal jenis-jenis film yang berupa *drama, suspense atau action, science fiction, horror dan Film Musikal*. Dari segi penontonnya, film dibagi menjadi film anak, remaja, dewasa dan semua umur. Dari segi pemerannya, film dibedakan pula menjadi film animasi dan nonanimasi.

3) Unsur-Unsur Film

Menurut Krissandy (2014: 13) ada dua unsur yang membantu kita untuk memahami sebuah film di antaranya adalah unsur naratif dan unsur sinematik, keduanya saling berkesinambungan dalam membentuk sebuah film. Unsur ini saling melengkapi, dan tidak dapat dipisahkan dalam proses pembentukan film. Unsur Naratif, berhubungan dengan aspek cerita atau tema film. Oleh karena itu, setiap film tidak akan pernah lepas dari unsur naratif. Unsur ini meliputi pelaku cerita atau tokoh, permasalahan dan konflik, tujuan, lokasi, dan waktu.

- 1) Pemeran/tokoh. Dalam film, ada dua tokoh penting untuk membantu ide cerita yaitu pemeran utama dan pemeran pendukung. Pemeran utama adalah bagian dari ide cerita dalam film yang diistilahkan protagonis, dan pemeran pendukung disebut dengan istilah antagonis yang biasanya dijadikan pendukung ide cerita dengan karakter pembuat masalah dalam cerita menjadi lebih rumit atau sebagai pemicu konflik cerita.
- 2) Permasalahan dan konflik. Permasalahan dalam cerita dapat diartikan sebagai penghambat tujuan, yang dihadapi tokoh protagonis untuk mencapai tujuannya, biasanya di dalam cerita disebabkan oleh tokoh antagonis. Permasalahan ini pula yang memicu konflik antara pihak protagonis dengan antagonis. Permasalahan bisa muncul tanpa disebabkan pihak antagonis.
- 3) Tujuan. Dalam sebuah cerita, pemeran utama pasti memiliki tujuan atau sebuah pencapaian dari karakter dirinya, biasanya dalam cerita ada sebuah

harapan dan cita-cita dari pemeran utama, harapan itu dapat berupa fisik ataupun abstrak (non- fisik).

- 4) Ruang/lokasi. Ruang dan lokasi menjadi penting untuk sebuah latar cerita, karena biasanya, latar lokasi menjadi sangat penting untuk mendukung suatu penghayatan sebuah cerita.
- 5) Waktu. Penempatan waktu dalam cerita dapat membangun sebuah cerita yang berkesinambungan dengan alur cerita.

Unsur Sinematik, adalah unsur yang membantu ide cerita untuk dijadikan sebuah produksi film. Karena unsur sinematik merupakan aspek teknis dalam sebuah produksi film. Ada empat elemen yang mendukung unsur sinematik, diantaranya yaitu:

- 1) Mise-en-scene. Sebagai mata kamera, karena meliputi segala hal yang ada di depan kamera. Mise-en-scene memiliki empat elemen pokok yaitu, setting atau latar, tata cahaya, kostum dan make-up, dan akting atau pergerakan pemain.
- 2) Sinematografi, adalah perlakuan terhadap kamera dan filmnya serta hubungan antara kamera dengan obyek yang akan diambil gambarnya.
- 3) Editing. Proses penyatuan dan pemberian efek pada sebuah gambar (shot) ke gambar (shot) lainnya.
- 4) Suara, yaitu Segala hal dalam film yang mampu ditangkap melalui indera pendengaran.

Pendapat ini menunjukkan bahwa film dibentuk oleh dua komponen utama yakni unsur naratif dan sinematik. Unsur naratif terkait dengan aspek cerita atau

tema film dan unsur sinematik terkait aspek teknis produksi film. Kedua unsur tersebut saling melekat dan membentuk suatu karya seni yang disebut sebagai film.

4) **Film Sebagai Pesan**

Film Secara efektif film sekarang ini menjadi pengaruh besar bagi pemikiran dan tingkah laku dimasyarakat. Ditunjang dengan keadaan masyarakat sekarang yang tidak terlepas dari media, kemudahan akses dalam mendapat informasi akan mempengaruhi pola pikir dimasyarakat. Film sebagai media sangat berpengaruh dalam pembentukan kehidupan di masyarakat. Menurut Zulkarnain Nasution menjelaskan adanya pandangan bahwa media sebagai pembentuk (*constructor* atau *sharper*) yang artinya bahwa isi yang di sebarakan oleh media memiliki kekuatan atau mempengaruhi masa depan media. Pandangan ini tidak terlepas dari film sebagai media massa yang dengan penggunaannya serta representasi realita didalamnya akan dapat membentuk dan mempengaruhi penonton. Sehingga hal ini mengukuhkan film adalah sebagai bagian dari media massa.

Pesan yang disampaikan dalam film seharusnya dapat menimbulkan berbagai dampak yang mampu mempengaruhi dan menimbulkan efek-efek tertentu. Suatu media massa, termasuk media film, semua pesan yang terkandung dapat ditangkap dan dipahami dengan cara menganalisisnya. Oleh karena iitu, pada dasarnya studi tentang media massa mencakup pencarian pesan dan makna yang terdapat di dalamnya.

2.2. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah sebuah bagan yang nantinya akan memperlihatkan tahapan penelitian dari awal hingga akhir kemudian menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian . Film harus bisa menyampaikan makna yang terkandung pada film tersebut dengan tepat. Pandangan ini tidak terlepas dari film sebagai media massa yang dengan penggunaannya serta representasi realita didalamnya akan dapat membentuk dan mempengaruhi penonton.

2.2.1. Makna Komunikasi Keluarga

Komunikasi dapat terjadi di dalam rumah dan diluar rumah, misalnya antara anak dengan orang tuanya, guru dengan muridnya dan lain sebagainya. Komunikasi berhubungan dengan perilaku manusia dan kepuasan terpenuhinya kebutuhan berinteraksi dengan manusia-manusia lainnya. Hampir setiap orang membutuhkan hubungan sosial dengan orang-orang lainnya dan kebutuhan ini terpenuhi melalui pertukaran pesan yang berfungsi sebagai jembatan untuk mempersatukan manusia-manusia yang tanpa berkomunikasi akan terisolasi, Porter & Samovar dalam Mulyana dan Rahmat,2006:12).

Pesan-pesan itu muncul lewat perilaku manusia. Ketika kita melambaikan tangan, senyum, bermuka masam, menganggukan kepala atau memberikan suatu isyarat, kita juga sedang berperilaku. Perilaku ini merupakan pesan yang digunakan untuk mengkomunikasikan sesuatu kepada seseorang. Perilaku disebut pesan harus memenuhi dua syarat. Pertama perilaku harus diobservasi oleh

seseorang, dan kedua perilaku harus mengandung makna. Artinya, setiap perilaku yang dapat diartikan atau mempunyai arti adalah suatu pesan. Perilaku kita adalah pesan. Kedua perilaku mungkin disadari ataupun tidak disadari terutama perilaku nonverbal seperti membungkuk di kursi, membetulkan kacamata, dan tersenyum. Perilaku yang tidak disengaja ini menjadi pesan bila seseorang melihatnya dan menangkap suatu makna dari perilaku itu.

Komunikasi merupakan salah satu hal penting yang dibutuhkan dalam keluarga. Bukan tanpa alasan, keluarga menjadi kelompok sosial pertama dan tempat belajar sebagai makhluk sosial. Keefektifan komunikasi sangat penting dalam memperbaiki sebuah interaksi atau hubungan antar manusia, baik secara individu, maupun kelompok. Komunikasi yang berjalan dengan baik, secara tidak langsung akan memengaruhi sebuah hubungan akan terus terjalin atau bahkan menyebabkan timbulnya sebuah kekacauan baik dalam lingkup yang kecil hingga ruang lingkup yang besar. Salah satu proses komunikasi yang wajib kita perhatikan ialah komunikasi dalam keluarga.

Clark dan shidels (1997) dalam buku psikologi keluarga menemukan bukti bahwa komunikasi yang baik antara orang tua-anak berkorelasi dengan rendahnya keterlibatan anak dalam perilaku kenakalan. Orang tua dan remaja juga dapat menjadikan komunikasi sebagai indikator rasa percaya dan kejujuran dengan mencermati nada emosi yang terjadi dalam interaksi antar anggota keluarga. (Lestari, 2012: 61).

Djamarah (2014) mengungkapkan bahwa komunikasi adalah suatu kegiatan yang pasti terjadi dalam kehidupan keluarga. Tanpa komunikasi, sepiilah

kehidupan keluarga dari kegiatan berbicara, berdialog, bertukar pikiran dan sebagainya. Akibatnya kerawanan hubungan antara anggota keluarga pun sukar untuk dihindari. Oleh karena itu, komunikasi dalam keluarga sangat penting untuk dibangun secara harmonis.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi keluarga adalah aktivitas yang dilakukan oleh seluruh anggota keluarga yang bertujuan agar terjalin kehangatan, rasa percaya, kejujuran, keterbukaan, serta menjaga keharmonisan antar sesama anggota keluarga tersebut. Keharmonisan keluarga sangat dibutuhkan oleh anggota keluarga. Dalam keluarga orang tua akan menjadi teladan yang baik bagi anak-anaknya jadi, dalam hal ini perilaku dalam semua keluarga harus terjalin dengan baik.

2.2.2. Semiotika Film

Kata semiotik berasal dari kata dalam bahasa Yunani semeion yang berarti tanda. Definisi umum semiotika adalah cabang ilmu yang mengkaji mengenai tanda. Charles Sander Pierce (1839-1914) menampilkan latar belakang logika yang diistilahkan dengan semiotik. Namun sekarang ini ada kecenderungan istilah semiotika lebih banyak digunakan dari pada semiologi.

Pengkajian Film dengan pendekatan semiotik adalah untuk mencari pemecahan masalah dari tanda-tanda yang muncul dalam visual yang terdapat pada film karena banyak mengandung tanda-tanda yang sudah diolah sedemikian rupa oleh pembuatnya dengan tujuan tertentu. Dalam kajian semiotika pemaknaan terhadap tanda menjadi fokus utama. Tanda-tanda yang muncul dalam sebuah

produk komunikasi tidak lain merupakan kesatuan dari realitas yang diolah untuk mempengaruhi penerimanya. John fiske menjelaskan bahwa semiotika memiliki tiga wilayah kajian:

1. Tanda itu sendiri. Wilayah ini meliputi kajian mengenai berbagai jenis tanda yang berbeda, cara-cara berbeda dari tanda-tanda didalam menghasilkan makna, dan cara tanda-tanda tersebut berhubungan dengan orang yang menggunakannya. Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami di dalam kerangka penggunaan/konteks orang-orang yang menempatkan tanda-tanda tersebut.
2. Kode-kode atau sistem dimana tanda-tanda diorganisasi. Kajian ini melingkupi bagaimana beragam kode telah dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat atau budaya, atau untuk mengeksploitasi saluran- saluran komunikasi yang tersedia bagi pengiriman kode-kode tersebut.
3. budaya tempat dimana kode-kode dan tanda-tanda beroperasi. Hal ini pada gilirannya bergantung pada penggunaan dari kode-kode dan tanda-tanda untuk eksistensi dan bentuknya sendiri.

Sistem semiotika yang lebih penting lagi dalam film adalah digunakannya tanda tanda ikonis,yaitu untuk menggambarkan sesuatu yang dimaksud dalam menyampaikan pesan kepada khalayak. Barthes yang dikutip dari Sobur dalam bukunya Semiotika Komunikasi menjelaskan :

“Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda – tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya mencari jalan di dunia, ditengah – tengah manusia dan bersama – sama manusia. Semiotika atau dalam istilah barthes, semiology pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (humanity) memakai hal – hal (things). Memaknai (to signify) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (to communicate). Memaknai berarti bahwa objek – objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem struktur dari tanda.” (2006, 53).

Semiotika merupakan suatu studi ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda dalam suatu konteks skenario, gambar, teks, dan adegan di film menjadi suatu yang dapat dimaknai. Dimana analisa tersebut mengadopsi model analisa linguistic Ferdinand de Saussure (1960). Saussure memberikan pengertian semiotika sebagai sebuah ilmu yang bekerjanya tanda-tanda sehingga dapat dipahami dalam masyarakat. Dengan semiotika akan dapat ditampilkan apa saja yang membentuk tanda-tanda dan bagaimana kerjanya.

2.2.3. Semiotika Roland Barthes

Semiotika adalah studi tentang makna keputusan. Ini termasuk studi tentang tanda-tanda dan proses tanda (semiosis), indikasi, penunjukan, kesamaan, analogi, metafora, simbolisme, makna, dan komunikasi. Dalam ilmu komunikasi “tanda” merupakan sebuah interaksi makna yang disampaikan kepada orang lain melalui tanda – tanda. Dalam berkomunikasi tidak hanya dengan bahasa lisan saja namun melalui sebuah tanda tersebut juga dapat berkomunikasi.

Dengan konsep tentang konotasi dan denotasi sebagai kunci dari analisis maka pada penelitian ini peneliti menggunakan teori semiotika 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)	

Gambar 2.2. **Peta Tanda Roland Barthes**

Sumber: Paul Cobley dan Litza Jans (1999) (dalam Sobur, 2009, h. 69)

(1915-1980) dalam praktiknya Roland Barthes banyak menggunakan model linguistik dan teori semiologi Saussurean. Area penting yang disentuh oleh barthes tentang tanda adalah adanya peran pembaca (*the reader*). Barthes secara Panjang lebar menjelaskan apa yang disebut dengan sistem pemaknaan tataran kedua, yang dibangun diatas sistem lain yang telah ada sebelumnya. Sastra menjadi contoh sangat jelas bagaimana sistem pemaknaan kedua berada dan dibangun diatas bahasa sebagai sistem pertama. Konotasi, walaupun merupakan sifat asli dari tanda, hal tersebut juga membutuhkan keaktifan pembaca agar dapat berfungsi. Sistem kedua ini yang disebut oleh Roland barthes sebagai *konotatif*, yang secara tegas ia bedakan dari *denotatif* atau sistem pemaknaan tataran pertama. Barthes menciptakan peta tentang bagaimana tanda bekerja (Colbey&Jansz, 1999):

Dari peta Barthes di atas terlihat bahwa : tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Dengan kata lain, hal tersebut merupakan unsur

material: hanya jika anda mengenal kata “singa”, barulah konotasi seperti harga diri, kegarangan, dan keberanian menjadi mungkin.

Dalam konsepnya, Barthes menyatakan bahwa tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Pandangan Roland Barthes tentang denotasi dan konotasi memiliki perbedaan dengan pengertian yang diakui secara umum. Umumnya denotasi dipahami sebagai makna harfiah atau makna yang “sesungguhnya” bahkan kadang kala dirancukan dengan referensi atau acuan. Proses signifikansi yang secara tradisional disebut sebagai denotasi ini biasanya mengacu kepada penggunaan bahasa dengan arti yang sesuai dengan apa yang terucap. Akan tetapi, di dalam semiologi Roland Barthes denotasi merupakan sistem signifikansi tingkat pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua.

Dalam hal ini denotasi justru lebih diasosiasikan dengan ketertutupan makna dan, dengan demikian, sensor dan represi politis. Sebagai reaksi yang paling ekstrem melawan keharfiahan denotasi yang bersifat opresif ini, Barthes mencoba menyingkirkan dan menolaknya. Baginya, yang ada hanyalah konotasi semata-mata.

Pada signifikansi tahap kedua yang berhubungan dengan isi, tanda bekerja melalui mitos (myth). Mitos adalah bagaimana budaya menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Mitos merupakan produk kelas sosial yang sudah mempunyai suatu dominasi. Jadi Barthes menjelaskan dalam menunjukkan signifikansi tanda pada tahap kedua bekerja dalam tingkat subjektif, sehingga emosi dan perasaan hingga nilai-nilai kebudayaan dari pembaca turut serta didalamnya.

2.2.3.1. Denotasi dan Konotasi

Penjelasan makna dalam komunikasi pada dasarnya ialah sebuah kesepakatan secara kolektif dalam pengungkapan terhadap arti sesuatu. Ada tiga hal yang dijelaskan para filsuf dan linguis sehubungan dengan usaha menjelaskan istilah makna. Ketiga hal itu, yakni: (1) Menjelaskan makna secara alamiah, (2) mendeskripsikan kalimat secara alamiah, (3) Menjelaskan makna dalam proses komunikasi. Bahasa dan makna menghadirkan sebuah kerjasama antara yang membuat pernyataan dan yang menafsirkan.

Saussure menyebut tanda linguistik terdiri atas dua unsur, yakni *yang diartikan* (unsur makna) dan *yang mengartikan* (unsur bunyi). Kedua unsur ini yang disebut unsur intralingual, biasanya merujuk pada sesuatu referen yang merupakan unsur ekstralingual. Kedua unsur ini mengacu pada sebuah penggambaran untuk memahami informasi ataupun maksud dari segala sesuatu yang disepakati dan diartikan bersama. Jadi kita memperoleh makna hanya karena digunakan secara tepat, yaitu dalam penggunaan kata itu sendiri. Kitalah yang memberikan makna pada kata. Dan makna yang kita berikan kepada kata yang sama bisa berbeda-beda, bergantung pada konteks ruang dan waktu.

Dalam sudut pandang semiotika melihat komunikasi sebagai penciptaan makna dalam pesan baik dari pengirim ataupun penerima. John Fiske menjelaskan bahwa Makna adalah sebuah proses yang aktif para ahli semiotik menggunakan kata kerja seperti: menciptakan, memunculkan, atau negosiasi mengacu pada proses ini. Makna adalah interaksi dinamis antara tanda, konsep mental (hasil

interpretasi), dan objek: muncul dalam konteks historis yang spesifik dan mungkin berubah seiring dengan waktu. Bahkan mungkin akan berguna mengganti istilah 'makna' dan menggunakan istilah yang jauh lebih aktif dari pierce, yaitu '*semiosis*'- tindakan memaknai.

2.2.3.2. Mitos

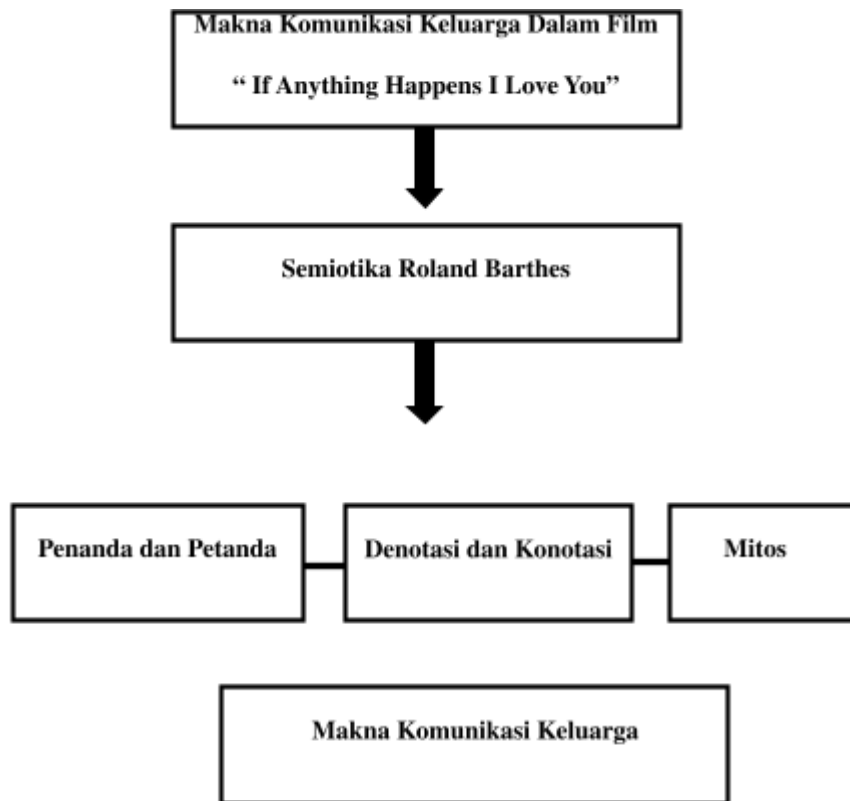
Istilah mitos memang memiliki makna yang cukup luas untuk didefinisikan. Alex Sobur dalam bukunya mendefinisikan bahwa mitos adalah uraian naratif atau penuturan tentang sesuatu yang suci (*sacred*), yaitu kejadian-kejadian yang luar biasa, di luar dan mengatasi pengalaman manusia sehari-hari. Penuturan itu umumnya diwujudkan dalam dongeng-dongeng, atau legenda tentang dunia supra-natural. Dengan kata lain dapat dipahami bahwa mitos berkaitan dengan sesuatu yang ada dimasyarakat dan dipercayai sebagai sebuah realitas secara umum.

Dalam bukunya Alex Sobur memandang mitos sebagai sebuah sistem komunikasi, sebab ia membawakan pesan. Oleh karena itu mitos bukanlah objek, bukan pula konsep atau suatu gagasan melainkan suatu cara signifikansi suatu bentuk. Lebih jauhnya lagi, Mitos tidak ditentukan oleh objek atau materi (bahan) pesan yang disampaikan, melainkan oleh cara mitos disampaikan. Dalam hal ini mitos tidak hanya berupa pesan yang disampaikan dalam bentuk verbal, namun juga dalam berbagai bentuk lain atau campuran antara bentuk verbal dan nonverbal .

Dalam teorinya Roland Barthes berpendapat bahwa mitos bisa jadi adalah kebutuhan manusia, sehingga mitos dieksploitasi sebagai media komunikasi. Seperti yang dikutip Sobur dari bukunya Roland Barthes *Mythologies* (1993), dalam buku tersebut Barthes menyatakan bahwa sebagai bentuk simbol dalam komunikasi, mitos bukan hanya diciptakan dalam bentuk diskursus tertulis, melainkan sebagai produk sinema, fotografi, advertise, olahraga, dan televisi. Gejala ini memang kita saksikan sehari-hari, terutama dalam advertise lewat televisi.

Dalam perspektif semiotika, mitos dapat dikaji atau ditemukan jejaknya dengan mencari indikasi fiksional dalam teks, yang secara keseluruhan disajikan sebagai nonfiksional (melalui indikasi nonfiksional dengan sifat referensial: nama-nama orang yang kita kenal sebagai nonfiktif). Kelompok indikasi nonfiksional yang paling penting mungkin ialah indikasi peristiwa. Peristiwa yang diceritakan boleh jadi sedemikian klise atau begitu tak bisa dipercaya sehingga dunia yang digambarkan, yang pada dasarnya nyata memperlihatkan tanda-tanda dunia fiktif seperti yang dikenal dalam dongeng dan sebagainya.

Gambar 2.3. Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber : Modifikasi Peneliti 2022