

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Literatur

Kajian literatur adalah salah satu cara penelitian yang mencakup pengumpulan, evaluasi, dan integrasi informasi dari berbagai sumber dalam bentuk buku, jurnal, dan publikasi lainnya. Dokumen dalam literatur dapat membantu peneliti memahami topik tertentu secara lebih baik dan relevan dengan fokus kajian. Dalam hal ini, relevan berarti bahwa literatur dapat membantu mengatasi masalah dalam mencari informasi yang dibutuhkan.

2.1.1 *Review* Penelitian Sejenis

Dalam setiap penelitian, biasanya dilakukan penelitian terlebih dahulu untuk membandingkan dengan penelitian sejenis yang telah dilakukan sebelumnya, serta sebagai referensi. Dalam penelitian ini, digunakan empat penelitian sejenis sebagai bahan perbandingan dan referensi dalam penelitian yang dilakukan. Hasil perbandingan dijabarkan dan dibuat tabel dibawah ini.

Penelitian pertama berjudul **“PESAN MORAL DALAM SINETRON AZAB DI INDOSIAR (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)”** yang ditulis oleh Dzaki Wicaksono, mahasiswa IAIN Salatiga Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Penelitian ini mengkaji sinetron Azab yang tayang pada tanggal 21-26 Januari 2019 menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Analisis dilakukan dengan menggunakan konsep semiotika Charles Sanders Peirce yang terdiri dari tiga komponen, yaitu tanda, objek

dan interpretan. Penelitian ini menemukan pesan moral yang dikategorikan menjadi empat, yaitu;

- A. Pesan moral pribadi, yaitu tidak berbohong, bersikap jujur dan tidak berperilaku sombong.
- B. Pesan moral keluarga, yaitu berbakti kepada orang tua.
- C. Pesan moral masyarakat, yaitu saling tolong menolong, memaafkan dan menghargai orang lain.
- D. Pesan moral agama, yaitu bersikap sabar, ikhtiar, pasrah dan syukur kepada Allah SWT.

Penelitian kedua berjudul “**Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Tentang Makna Logo Pariwisata Kabupaten Sukabumi**” yang ditulis oleh Abdul Malik, Raray Istianah dan Bachrul Restu Bagja dari Universitas Nusa Putra. Penelitian ini mengkaji simbol simbol yang terdapat pada logo pariwisata Kabupaten Sukabumi (GURILAPSS) dengan pendekatan kualitatif menggunakan metode analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Penelitian ini menemukan bahwa logo pariwisata Kabupaten Sukabumi (GURILAPSS) mempunyai tiga simbol yang masing masing memiliki maknanya sendiri, yaitu;

- a. Logogram penyu. Logogram ini mempunyai makna penyu sebagai hewan yang dilestarikan di Kabupaten Sukabumi.
- b. Logotype GURILAPSS yang merupakan singkatan dari Gunung, Rimba, Laut, Pantai, Sungai dan Seni Budaya.
- c. Logotype *tagline* Pesona Sukabumi yang merupakan slogan pariwisata Kabupaten Sukabumi.

Penelitian ketiga berjudul **“ANALISIS SISTEM TANDA DI PUSAT PERBELANJAAN BERDASARKAN SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE”** yang ditulis oleh Riana Hoseani dan Fenti Mariska Yohana dari Universitas Indraprasta PGRI. Penelitian ini meneliti tanda-tanda visual yang sering ditemukan pada pusat perbelanjaan dengan pendekatan kualitatif menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Penelitian ini menemukan bahwa sistem tanda yang terdapat di pusat perbelanjaan bersifat deskriptif karena memang ditujukan untuk mendeskripsikan objek secara khusus dan terbedakan satu sama lain. Dalam penelitian ini, kategori tanda yang berhasil diidentifikasi diantaranya adalah *Dicent Sinsign*, *Iconic Sinsign*, *Dicent Symbol* atau *Proposition*, *Dicent Indexical Legisign*, *Qualisign* dan *Rhematic Indexical Legisign*. Penelitian ini juga menemukan bahwa semiotika Peirce bukanlah klasifikasi yang terpilah secara kaku dikarenakan satu tanda dapat memiliki karakteristik dari beberapa kategori yang berbeda sekaligus.

Penelitian keempat berjudul **“KOREAN DRAMA “MEMORIES OF THE ALHAMBRA” (Studi Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Episode 13)”** yang ditulis oleh Aulia Ayu Ningtyas dari Universitas Pasundan. Penelitian ini meneliti seberapa besar drama televisi menggambarkan sebuah realitas di masyarakat kini dan berpengaruh kepada dengan realitas di dunia maya. Pendekatan kualitatif dan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Penelitian ini menemukan empat pesan yang berusaha disampaikan oleh penulis kepada penonton sebagai cerita bersambung. Pesan-pesan tersebut adalah:

- a. Teknologi canggih yang digunakan dalam film ini terasa nyata. Drama ini menggambarkan bagaimana masyarakat Korea Selatan yang semakin maju berkat teknologi yang terus berkembang. Hal ini dapat dijadikan inovasi bagi Indonesia untuk mengembangkan teknologi agar dapat bersaing dengan negara lain.
- b. Penggambaran karakter Emma sebagai Fatima dalam sejarah istana Alhambra. Kemampuan Emma sebagai karakter yang dapat memulihkan pemain ketika berinteraksi dengannya, menjaga kedamaian dan ketentraman pemain dengan membuat larangan dalam permainan, mengambil senjata pemain yang berada didekatnya dan me-*reset* ulang *game* secara otomatis tanpa pemberitahuan sebelumnya apabila kunci surga diberikan kepadanya. Dalam sejarah istana Alhambra, tangan Fatima yang terdapat pada dinding istana diartikan sebagai pembawa kedamaian, keadilan dan kesejahteraan. Sementara kunci surga adalah kunci bagi gerbang keadilan, yang apabila gerbang keadilan dibuka maka kerajaan akan runtuh.
- c. Awal mula terjadinya kecacatan dalam *game* yang disebabkan Jung See-Joo dan Marco akan melakukan transaksi penjualan *game* kepada Cha Hyeong-Sok. Transaksi penjualan *game* pada Cha Hyeong-Sok mengalami kegagalan sehingga *game* tersebut terjual pada orang lain bernama Yoo Jin-Woo. Kecacatan mulai terjadi ketika Marco menggunakan senjata tajam asli dan melakukan penyerangan dihadapan Emma. Kecacatan sistem ini

berdampak negatif pada pemain lain yang ikut berpartisipasi dalam *game*.

- d. Hubungan antara benda spesial bagi master dan Emma. Benda tersebut adalah kunci surga yang didapatkan oleh Yoo Jin-Woo setelah mencapai level 100 dalam *game*. Ketika Jung Hee-Joo menceritakan sebuah sejarah, Yoo Jin-Woo memperkirakan gambaran dari fungsi kunci yang didapatnya berhubungan dengan Emma. Dengan keyakinannya, Yoo Jin-Woo semakin berambisi untuk menyelamatkan Jung See-Joo yang terjebak di dalam *game* tersebut.

Hasil *review* dikelompokkan dalam tabel seperti berikut:

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Wicaksono, Dzaki. (2019). IAIN Salatiga.	PESAN MORAL DALAM SINETRON AZAB DI INDOSIAR (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)	Kualitatif	Menggunakan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce dan film sebagai objek penelitian	Film yang digunakan berformat sinetron dan penelitiannya berfokus pada pencarian pesan moral	Penelitian ini menemukan pesan moral yang dikategorikan menjadi empat, yaitu; pesan moral pribadi, keluarga, masyarakat dan agama
2	Malik, Abdul., Istianah, Raray., Bagja, Restu Bachrul. (2021). Universitas Nusa Putra.	Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Tentang Makna Logo Pariwisata Kabupaten Sukabumi	Kualitatif	Menggunakan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce	Objek yang diteliti adalah logo dinas pariwisata Kabupaten Sukabumi	Penelitian ini menemukan bahwa logo dinas pariwisata Kabupaten Sukabumi (GURILAPSS) memiliki tiga logogram yang masing masing memiliki maknanya

						sendiri, yaitu; Penyu sebagai hewan yang dilestarikan di Kabupaten Sukabumi. GURILAPSS sebagai singkatan dari Gunung, Rimba, Laut, Pantai, Sungai dan Seni Budaya. <i>Tagline</i> Pesona Sukabumi yang menjadi slogan pariwisata Kabupaten Sukabumi
3	Hoseani, Riana., Yohana, Mariska Fenti. (2020). Universitas Indraprasta PGRI	ANALISIS SISTEM TANDA DI PUSAT PERBELANJAAN BERDASARKAN SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE	Kualitatif	Menggunakan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce	Objek yang diteliti adalah tanda/symbol.	. Penelitian ini menemukan bahwa sistem tanda yang terdapat di pusat perbelanjaan bersifat deskriptif karena memang ditujukan untuk mendeskripsikan objek secara khusus dan terbedakan satu sama lain. Dalam penelitian ini, kategori tanda yang berhasil diidentifikasi diantaranya adalah <i>Dicent Sinsign, Iconic Sinsign, Dicent</i>

						<i>Symbol</i> atau <i>Proposition</i> , <i>Dicent</i> <i>Indexical</i> <i>Legisign</i> , <i>Qualisign</i> dan <i>Rhematic</i> <i>Indexical</i> <i>Legisign</i>
4	Ningtyas, Ayu Aulia. (2019). Universitas Pasundan.	DRAMA KOREA “MEMORIES OF THE ALHAMBRA” (Studi Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Episode 13)	Kualitatif	Menggunakan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce dan film sebagai objek penelitian	Film yang digunakan berformat sinetron.	Penelitian ini menemukan empat pesan yang disampaikan oleh penulis cerita kepada penonton sebagai cerita bersambung, yaitu: Teknologi canggih yang digunakan dalam film ini terasa nyata. Penggambaran karakter Emma sebagai Fatima dalam sejarah istana Alhambra. Awal mula terjadinya kecacatan dalam <i>game</i> yang disebabkan Jung See-Joo dan Marco akan melakukan transaksi

						<p>penjualan <i>game</i> kepada Cha Hyeong-Sok. Hubungan antara benda spesial bagi master dan Emma. Benda tersebut adalah kunci surga yang didapatkan oleh Yoo Jin-Woo setelah mencapai level 100 dalam <i>game</i>.</p>
--	--	--	--	--	--	--

Tabel 2.1. Review Penelitian Sejenis (Sumber: Modifikasi Peneliti)

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Komunikasi

Manusia sangat erat kaitannya dengan komunikasi, baik dalam kehidupan pribadi, sosial bahkan beragama. Karena pada hakikatnya, komunikasi merupakan bentuk interaksi. Dalam hal ini, manusia berinteraksi dengan sesama manusia lewat komunikasi antarindividu, dengan kelompok lewat komunikasi antarkelompok, dan juga berinteraksi dengan Tuhan lewat komunikasi transedental.

Komunikasi berasal dari istilah Bahasa Inggris yaitu *communis* yang berarti “sama” Sebagai ilmu, Komunikasi berkembang pada tahun 1950-an di Amerika Serikat dengan meleburkan *Departement of Speech Communication* dan *Departement of Mass Communications* (Redi Panuju, 2018). Secara umum, komunikasi diartikan sebagai proses penyampaian pesan dari pengirim (komunikator) kepada penerima (komunikan). Dalam proses ini,

ada hal yang lebih penting dari hanya sekedar penyampaian pesan, yaitu efektivitas. Redi Panuju dalam buku *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi* (2018) menyampaikan bahwa komunikasi seringkali dianggap sebagai perkara yang selesai pada bagaimana orang mengirimkan pesan pada orang lain, padahal belum tentu apa yang disampaikan mampu dipahami oleh penerima secara tepat sesuai yang dimaksud penyampainya. Disinilah efektivitas berupa tingkat pemahaman dari pengirim dan penerima. Jika pengirim dan penerima memiliki pemahaman yang sama, maka komunikasi tersebut dikatakan efektif.

Deddy Mulyana dalam pengantar *Human Communication* (2005) mengatakan, bahwa orang baru menyadari komunikasi penting dan tidak semudah dibayangkan ketika mengalami sendiri proses komunikasi yang macet. Karena pada dasarnya, adalah proses yang rumit. Kerumitan itu dapat terlihat dari pesan yang disampaikan tidak terbatas pada sesuatu yang bersifat verbal. Sesuai dengan pendapat Bernald Berelson dan Gary A. Steiner dalam buku *Human Behavior: An Inventory of Scientific Finding* (1964) yang menyebutkan bahwa komunikasi merupakan proses transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan lain lain melalui penggunaan kata, angka, simbol, gambar dan sebagainya.

Jenis jenis pesan yang digunakan dalam komunikasi tersebut, memiliki tradisinya masing masing. Stephen W. Littlejohn (Sambas, 2016) berpendapat bahwa ada tujuh tradisi ilmu komunikasi, yaitu:

1. Tradisi Semiotika.

Semiotika adalah ilmu tentang tanda gambar atau simbol.

2. Tradisi Fenomenologi.

Fenomenologi mensyaratkan pengamatan terhadap kehidupan dalam keseharian. Ada tiga bagian, yaitu klasik (kebenaran diyakini melalui pengamatan langsung), persepsi (manusia merupakan sosok gabungan antara fisik dan mental, yang terakhir adalah hermeneutik (makna diketahui melalui penggunaan bahasa sehari-hari))

3. Tradisi *Cybernetic*.

Tradisi ini berasal dari adanya hubungan antara komponen dalam sistem yang saling bergantung.

4. Tradisi Psikologi Sosial.

Tradisi ini memiliki tiga pendekatan, yaitu Behavioral (tindakan), Kognitif (hasil pikiran manusia) dan Biologikal (sisi biologis manusia).

5. Tradisi Sosial Budaya.

Memiliki tiga jenis: interaksi simbolik, konstruksi sosial dan sosio linguistik.

6. Tradisi Kritis.

Banyak bertumpu pada asumsi asumsi yang dikembangkan oleh Friederich Engels dan Karl Marx.

7. Tradisi Retorika.

Memberi perhatian pada proses pembuatan pesan atau simbol.

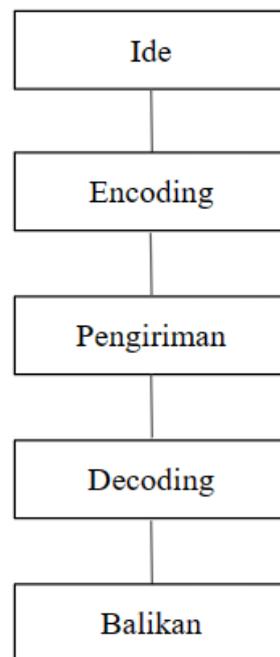
2.2.1.1 Elemen Komunikasi

Komunikasi merupakan kegiatan yang memiliki proses. Proses tersebut dimulai ketika komunikator mulai memberikan pesan kepada komunikan hingga sampai lalu terjadi timbal balik (*feedback*). Proses komunikasi dijabarkan lewat elemen elemen komunikasi. Redi Panuju dalam *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi* (2018) menyebutkan ada beberapa elemen yang selalu terlibat dalam komunikasi, yaitu:

1. Komunikator. Yaitu penyampai atau pengirim pesan.
2. Pesan. Pesan adalah ide, abstraksi realitas atau harapan yang disampaikan oleh komunikator.
3. Saluran. Merupakan sarana atau media yang digunakan oleh komunikator dalam menyampaikan pesannya.
4. Komunikan. Komunikan merupakan penerima pesan yang bersifat individu, kelompok maupun massa.
5. Hambatan. Hambatan adalah gangguan dalam proses penyampaian pesan. Gangguan bisa berasal dari komunikator, isi pesan, atau komunikan.
6. Umpan Balik. Umpan balik atau *feedback* adalah respons, reaksi atau tanggapan dari pesan. *Feedback* bisa berbentuk reaksi netral, positif atau negatif (penolakan).
7. Efek. Merupakan akibat dari komunikasi yang berupa emosi, perilaku maupun pikiran pelaku.

8. Situasi. Keadaan saat terjadinya proses komunikasi. Keadaan bisa berupa tujuan komunikasi, sikap pelaku komunikasi, suhu maupun cuaca saat terjadinya proses komunikasi.
9. Selektivitas.
10. Lingkungan. Merupakan intervensi atau pihak dari luar yang ikut campur dalam proses komunikasi.

Elemen elemen komunikasi yang disebutkan diatas bekerja melalui alur proses komunikasi seperti berikut:



Sumber: Suprpto (2009:8)

1. Pertama, komunikator menciptakan ide atau gagasan.
2. Kemudian ide diubah menjadi bentuk lambang lambang yang mempunyai makna (*encode*) untuk kemudian dikirimkan.
3. Pesan yang telah di-*encode* dikirimkan melalui media yang sesuai dengan karakteristik lambang komunikasi.

4. Penerima menafsirkan isi pesan (*decoding*) sesuai dengan persepsinya.
5. Setelah proses *decoding*, penerima akan memberikan timbal balik (*feedback*) kepada komunikator.

2.2.1.2 Fungsi Komunikasi

Komunikasi, sebagaimana kegiatan lain pada umumnya, memiliki fungsi. William I Gordon berpendapat bahwa terdapat 4 fungsi dalam komunikasi, yaitu:

1. Komunikasi Sosial

Sebagai makhluk sosial, komunikasi sangatlah diperlukan. Dalam konteks ini, komunikasi membantu dalam proses adaptasi, bekerja sama, membangun aktualisasi diri dan memperoleh kebahagiaan dalam diri sendiri. Selain itu, komunikasi juga menjadi sarana utama bagi manusia dalam hidup bermasyarakat.

2. Komunikasi Ekspresif

Dalam konteks ini, komunikasi berfungsi sebagai sarana manusia dalam menyampaikan perasaan dan emosi yang berbentuk dalam pesan pesan nonverbal seperti gestur, perasaan senang, sedih, atau marah.

3. Komunikasi Ritual

Komunikasi dalam konteks ritual merupakan peristiwa kolektif yang dilakukan oleh manusia dalam merayakan sesuatu. Contohnya lamaran pernikahan, sunatan atau 40 harian dalam tradisi muslim Indonesia.

4. Komunikasi Instrumental

Komunikasi dalam konteks instrumental artinya komunikasi yang bertujuan persuasif. Tujuan utamanya ada pada menginformasikan, merubah sikap atau perilaku atau menghibur.

2.2.2 Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan kepada khalayak (massa) menggunakan media massa sebagai perantaranya. Massa sendiri adalah kumpulan orang yang memiliki sifat menyebarkan (sporadis), beragam (heterogen) dan saling tidak mengenal (anonim) (Dedi Sahputra, 2019). Joseph R. Dominick dalam buku *The Dynamic of Mass Communication: Media in Transition* mendefinisikan komunikasi massa sebagai proses pengiriman informasi yang dilakukan oleh suatu organisasi kepada khalayak yang heterogen, besar dan tersebar. Sementara menurut Wright yang dikutip dari Jalaluddin Rakhmat (2011, 186), mendefinisikan komunikasi massa sebagai bentuk baru komunikasi yang dapat dibedakan dari corak corak yang lama karena memiliki

2.2.2.1 Ruang Lingkup Kajian

John Vivian membagi studi Komunikasi Massa berdasarkan penggunaan media massa menjadi empat bagian, yaitu:

1. Media Massa Fundamental, berisikan teknologi media dan ekonomi media.
2. Media Massa sebagai Industri, berisikan media cetak, media auditif, media gambar bergerak dan media baru.

3. Isi Media Massa, meliputi berita, hiburan (*entertainment*), hubungan masyarakat dan periklanan.
4. Isu isu Media Massa yang meliputi khalayak luas, efek media massa, pemerintahan dan media massa, media global, hukum media dan etika.

2.2.2.2 Komponen Komunikasi Massa

Komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Namun, yang membedakan antara komunikasi biasa dengan komunikasi massa adalah bentuknya yang satu arah dan tidak mengharapkan timbal balik (*feedback*). Ardianto dkk (2007) berpendapat bahwa komunikasi massa terdiri dari komponen komponen sebagai berikut:

1. Komunikator

Komunikator adalah pengirim pesan. Dalam konteks komunikasi massa, komunikator tidak berasal dari individu, melainkan kumpulan orang yang bekerja satu sama lain yang bisa disebut organisasi, lembaga, institusi atau jaringan.

2. Pesan

Pesan dalam komunikasi massa bersifat *universal* (umum). Maksudnya, pesan dalam komunikasi dapat diterima oleh siapa saja dan memiliki peran tergantung pada sifat media.

3. Media

Media adalah sarana dalam berkomunikasi. Dalam konteks komunikasi massa, media yang digunakan adalah media yang mempunyai

kemampuan untuk memikat perhatian khalayak secara serempak (*simultaneous and instaneous*).

4. Khalayak

Khalayak adalah massa dengan jumlah besar, bersifat heterogen dan anonim. Dalam komunikasi massa, khalayak berasal dari berbagai sumber, seperti penonton televisi, pembaca buku, jurnal ilmiah, koran atau majalah. Sifat heterogen dalam khalayak membuat masing masing individu dalam khalayak tersebut memiliki kepentingan berbeda, seperti tujuan, orientasi atau pengalaman hidupnya.

5. Filter dan Regulator Komunikasi Massa

Khalayak dalam komunikasi massa bersifat heterogen sehingga menimbulkan banyak kepentingan yang berbeda beda. Masing masing individu dalam khalayak tersebut akan menyaring (*filtering*) pesan yang disampaikan lewat media sesuai dengan latar belakangnya masing masing seperti sosial, ekonomi, pendidikan dan budaya. Sehingga pesan yang diterima akan sesuai dengan kebutuhannya masing masing.

6. Gatekeeper

Gatekeeper adalah individu atau kelompok yang dilalui pesan komunikasi massa dari perjalanannya kepada penerima. *Gatekeeper* bekerja sebagai pengemas, yang menyederhanakan, menambah atau mengurangi informasi yang akan disebarluaskan sehingga mudah dipahami.

2.2.2.3 Fungsi Komunikasi Massa

Menurut Dominick (2013), komunikasi massa memiliki fungsi utama sebagai:

1. Pengawasan (*surveillance*)

Fungsi pengawasan yang dimaksud adalah komunikasi massa dijadikan media peringatan kemungkinan terjadinya bencana (*early warning system*). Contohnya, ketika terjadi bencana alam, otoritas mengirimkan pesan pada televisi untuk disebarluaskan pada masyarakat sehingga langkah mitigasi dapat dilakukan.

2. Interpretasi

Fungsi interpretasi dalam komunikasi massa berarti bahwa media memiliki fungsi untuk “menterjemahkan” atau memberi makna pada fakta atau peristiwa. Fungsi ini dapat berarti juga bagaimana media membuat *framing* untuk masyarakat dalam setiap pesan yang disampaikan.

3. Mediasi atau Hubungan

Mediasi dalam konteks ini adalah media massa menjadi lembaga yang menjembatani komunikasi antar kelompok dalam masyarakat, pemerintah dengan rakyat dan antara elit politik dengan konstituennya.

4. Penyebaran Nilai Nilai

Media massa adalah media propaganda. Maksudnya, media massa menjadi referensi untuk ditiru masyarakat lewat tayangan yang

ditayangkan. Hal ini membuat media massa seperti pisau yang bermata dua. Jika tayangan memiliki pesan positif, maka akan berdampak positif untuk masyarakat. Sebaliknya, jika tayangan memiliki pesan negatif, maka akan menimbulkan dampak negatif untuk masyarakat.

5. Hiburan (*entertainment*)

Fungsi ini merupakan fungsi yang paling dominan dari media massa, terutama untuk media baru seperti televisi. Fungsi hiburan ini juga berguna untuk meraup keuntungan lewat iklan. Bukti dari dominannya fungsi hiburan ini diperjelas oleh pernyataan Mulyana (2008) yang mencontohkan tayangan *infotainment* yang disiarkan oleh televisi swasta Indonesia, disukai oleh banyak orang. Menurut Mulyana, hal itu disebabkan tayangan tersebut memenuhi naluri primitif manusia, yaitu tertarik pada misteri, drama, konflik dan sensualitas. Unsur unsur tersebut, setidaknya ada dua atau tiga yang terkandung dalam tayangan *infotainment*.

2.2.3.4 Efek Komunikasi Massa

Keith R. Stamm dan John E. Bowes (1990) membagi efek komunikasi massa menjadi dua bagian dasar. Pertama, efek primer yang meliputi terpaan, perhatian dan pemahaman. Kedua, efek sekunder yang meliputi perubahan tingkat kognitif (perubahan pengetahuan dan sikap) dan perubahan perilaku (menerima dan memilih)

1. Efek Primer

Pesan terkadang sulit dipahami oleh komunikan. Kondisi ini tidak menyulitkan jika dalam konteks komunikasi antarpersonal karena umpan balik langsung terjadi. Namun, dalam komunikasi massa, umpan balik sangat terbatas dan tidak ada cara praktis untuk memastikan pesan tidak hanya sampai, namun juga dipahami oleh audiens, terutama audiens yang bersifat heterogen.

Untuk mengatasi masalah ini, komunikator mengonstruksi pesan sesuai batas maksimal yang lebih mudah dipahami atau menggunakan formula menarik (*readability formula*) yang digunakan untuk meramal seberapa jauh pemahaman audiens terhadap suatu pesan. Pengambilan gambar, suara atau penggunaan tulisan tertentu juga dapat digunakan bila pesan disampaikan lewat media elektronik seperti televisi.

2. Efek Sekunder

Salah satu cara paling populer untuk melihat pengaruh komunikasi adalah efek kegunaan dan kepuasan. Efek ini diyakini lebih menggambarkan secara konkret kondisi yang terjadi di masyarakat.

Setiap individu memiliki tujuan yang berbeda dalam menikmati media massa. Apabila tujuan tersebut sudah dipenuhi melalui saluran komunikasi massa, berarti individu tersebut telah mencapai tingkat kepuasan (Nurudin, 2015)

2.2.3 Media Baru

Media baru adalah bagian dari kemajuan teknologi yang sangat berkaitan dengan internet. Dalam konteks komunikasi, media baru adalah medium atau perantara pesan yang biasanya bersifat digital.

Media baru memiliki perbedaan dengan media lama (konvensional) seperti media cetak atau media elektronik berupa radio atau televisi. Media baru lebih merujuk pada media yang bersifat *online* di internet. Media baru juga membutuhkan koneksi internet dan perangkat yang memadai seperti *smartphone* atau komputer.

Menurut Ardianto (2007), media baru merupakan media yang saat ini sedang berkembang dan akan terus berkembang mengikuti perkembangan zaman. Media ini berkembang dalam teknologi, komunikasi atau informasi. Dari pendapat diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa media baru merujuk pada media yang dikembangkan oleh teknologi dalam komunikasi massa saat ini. Power dan Littlejohn menyebut *new media* sebagai “*a new periode in which interactive technologies and network communications, particularly the internet, would transform society.*” Persamaan definitif tentang konsep media baru memperlihatkan bahwa kekuatan dalam suatu media baru adalah penguasaan teknologi (terutama internet) yang dapat membawa perubahan dalam masyarakat (Junaedi, 2011).

Teknologi dalam konteks komunikasi media baru ini terkait dengan tiga hal, yaitu *interactivity*, *de-massification* dan *asynchronous*. *Interactivity* adalah kemampuan untuk berbicara balik atau interaksi menggunakan sistem

teknologi komunikasi baru. Metode ini bersifat interaktif sehingga membuat komunikasi yang dilakukan pengguna lebih efektif dan juga optimal (Junaedi, 2011).

De-massification (non-massal) adalah sebuah pesan yang disampaikan secara masing masing diantara para pengguna yang ada dalam jumlah banyak (bersifat individu). Dalam konsep *de-massification*, pengaturan dari sistem komunikasi massa tidak diatur oleh produsen pesan, namun oleh konsumen media. Kemudian yang terakhir adalah *asynchronous* yang diartikan bahwa teknologi baru ini dapat mengirim dan menerima pesan kapan pun, dimana pun dan oleh siapa pun. Sifatnya yang global menjadikan teknologi komunikasi baru memiliki kemampuan untuk menjangkau siapa saja yang diinginkan penggunaanya (Junaedi, 2011).

2.2.3.1 Fungsi Media Baru

Sama dengan media konvensional atau media lama, media baru juga mempunyai fungsi sebagai berikut:

1. Menyajikan informasi yang mudah diakses dimana saja dan kapan saja dengan mudah.
2. Sebagai media hiburan seperti *game online*.
3. Sebagai sarana pendidikan berupa *e-book* atau dokumen berbentuk *pdf* yang dapat dipelajari di gawai.
4. Sebagai media transaksi jual beli seperti *ecommerce* atau forum jual beli.

5. Sebagai media komunikasi yang memungkinkan penggunanya untuk berkomunikasi dengan siapa saja dan kapan saja tanpa terkendala ruang dan waktu.

2.2.3.2 Jenis Media Baru

Media baru memudahkan proses komunikasi karena mengikuti perkembangan teknologi.

McQuail (2011) mengidentifikasi media baru dalam lima kategori yang dibedakan berdasarkan jenis, penggunaan, konteks dan kategorinya, yaitu:

1. Media komunikasi antar pribadi seperti telepon.
2. Media permainan yang berbasis aplikasi atau *game*.
3. Media pencarian informasi, mesin pencari informasi atau sumber data yang mempermudah seseorang untuk mencari informasi di internet.
4. Media partisipasi kolektif atau jejaring sosial seperti Instagram atau Twitter.
5. Substitusi media penyiaran atau media yang dapat mempermudah penggunanya untuk mengunduh suatu konten seperti film dan lagu.

2.2.4 Komunikasi Budaya

Kebudayaan berinteraksi dengan komunikasi. Fenomena ini disebut komunikasi budaya (*cultural communication*), ada juga fenomena yang menunjukkan budaya antar budaya dalam suatu negara, yang disebut oleh Iris Varner dan Linda Beamer (2011) sebagai *intercultural communication*. Mulyana (2004: 14) menjelaskan bahwa budaya dan komunikasi berinteraksi

secara erat dan dinamis, karena inti budaya adalah komunikasi, dan budaya muncul melalui komunikasi (timbang balik). Pernyataan ini juga dikuatkan oleh Edward T. Hall dalam Mulyana (2019) yang menulis “Budaya adalah komunikasi dan komunikasi adalah budaya”. Artinya, ketika manusia berkomunikasi, maka konteks dan makna budaya pasti menempel didalamnya.

Mulyana (2019) berpendapat bahwa konsep komunikasi yang tepat dalam konteks lintas budaya adalah konsep yang humanistik (dua arah, transaksional, interaksional). Model komunikasi humanistik mengasumsikan bahwa pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi adalah setara (sama-sama disebut komunikator) dan mengakui bahwa kata-kata dan perilaku nonverbal yang sama dapat dipahami secara berbeda oleh orang-orang yang berbeda-beda budaya. Model komunikasi humanistik dianggap cocok karena setiap tindakan atau pesan yang sama dapat mempunyai makna yang berbeda-beda tergantung bagaimana kebudayaannya.

2.2.5 Jawa Timur

2.2.5.1 Dialek Jawa Timuran

Dialek adalah variasi bahasa yang berbeda-beda menurut pemakai, berdasarkan daerah tertentu, kurun waktu tertentu atau kelompok sosial tertentu. Dialek, dikutip dari Nurhuda, Rafli, Ansoriyah (2021) adalah sistem kebahasaan yang digunakan untuk membedakan dari masyarakat lain yang hidup berdekatan atau pemakaian sistem kebahasaan yang berbeda meskipun memiliki hubungan yang erat. Jawa Timur memiliki empat dialek, yaitu dialek Jawa Timur, dialek Osing, dialek Tengger dan dialek Solo-Yogya.

Dialek Jawa Timuran salah satunya digunakan di Malang. Ciri khas dari dialek ini adalah penggunaan intonasi yang cenderung keras. Selain itu, bahasa Jawa yang digunakan adalah bahasa Jawa ngoko yang cenderung kasar. Penggunaan ini, selain didasari oleh faktor geografis, juga dipengaruhi oleh tidak adanya keraton (yang membedakan dengan Jawa Tengah yang cenderung menjunjung tinggi tatakrama). Selain itu, dialek Jawa Timuran Malang pun menggunakan fatis. Fatis adalah salah satu alat komunikasi untuk menyambung hubungan atau kontak sosial di masyarakat guna membangun kekerabatan (Maulani & Arum, 2023).

Dialek Jawa Timuran Malang juga terkenal dengan penggunaan bahasa Walikan. Bahasa ini juga disebut *kiwalan* atau *lawikan* adalah yang awalnya digunakan oleh pejuang gerilya dalam perang kemerdekaan era 1947-1949 sebagai kode rahasia. Kini, bahasa Walikan digunakan oleh masyarakat umum di Kota Malang. Bahasa Walikan digunakan dengan cara menyebutkan kata kata secara terbalik, seringnya dalam bahasa Jawa dan terkadang bahasa Indonesia. Yanuar (2022), menuliskan bahwa bahasa Walikan mengalami evolusi dari kode rahasia yang digunakan oleh pejuang menjadi bahasa yang digunakan sehari hari dan menjadi pembeda antara masyarakat Malang dengan masyarakat Jawa Timur lainnya. Evolusi ini dibawa oleh pengaruh dua kelompok, yang pertama adalah pelajar dan yang kedua adalah Aremania, kelompok suporter Arema FC.

2.2.6 Etnis Tionghoa Dan Stereotip

Etnis Tionghoa, menurut Danandjaja (2003) sudah mendapatkan situasi diskriminatif dan bentuk kekerasan sejak era kolonialisme. Orang Tionghoa, Arab dan India pada masa itu bersama sama digolongkan oleh pemerintah Hindia Belanda sebagai golongan Timur Asing. Namun, perlakuan diskriminasi terhadap etnis Tionghoa terasa berbeda karena perbedaan agama yang dipeluk, ditambah dengan peraturan Orde Baru yang menjalankan politik asimiliasi terhadap etnis Cina hingga puncaknya adalah tragedi kekerasan massal pada 13-15 Mei 1998. Keadaan ini diawali oleh stereotip buruk yang sudah terlanjur melekat pada benak masyarakat.

Stereotip adalah penilaian terhadap suatu kelompok masyarakat. Barker (2004) dalam Murdianto (2008) mendefinisikan stereotip sebagai representasi terang terangan namun sederhana yang mereduksi orang menjadi serangkaian ciri karakter yang dibesar-besarkan dan biasanya bersifat negatif. Dalam perjalanan etnis Tionghoa, stereotip yang diberikan adalah eksklusivitas (tidak mau berbaur dengan masyarakat), rakus, pelit, perhitungan dan *economy animal* sehingga seringkali disalahkan ketika terjadi sesuatu yang berhubungan dengan kondisi politik atau ekonomi yang buruk.

2.2.5 Film

Film merupakan rangkaian dari gambar yang bergerak dan membentuk suatu cerita yang dikenal dengan sebutan *movie* atau video (Javadalasta, 2011). Menurut Ibrahim (2011), film termasuk dalam bagian dari komunikasi yang digunakan oleh individu maupun kelompok yang

berfungsi untuk mengirim dan menerima pesan. Dari pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa film merupakan gambar bergerak yang memuat pesan pesan tertentu yang disampaikan baik oleh individu maupun kelompok.

Sejak pertama kali ditemukan oleh Edison dan Lumiere sekitar akhir abad ke-19, film sudah mengalami perkembangan yang besar. Di Indonesia sendiri, film mulai diperkenalkan pada 5 Desember 1900 di Batavia lewat pemutaran “gambar *idoep*” yang menceritakan tentang perjalanan Ratu dan Raja Belanda di Den Hag. Stanley J. Baran (2012) dalam Pengantar Komunikasi Massa, membuat pembabakan perkembangan film di Indonesia sebagai berikut:

1. Tahun 1900-1920, film masuk ke Indonesia.
2. Tahun 1929, film diproduksi untuk pertama kalinya di Indonesia.
3. Tahun 1955, Festival Film Indonesia (FFI) dibentuk.
4. Tahun 1960-1970an, kelesuan dan kebangkitan perfilman Indonesia.
5. Tahun 1980-1990an, munculnya perfilman asing dan sinetron televisi.
6. Tahun 2000, kebangkitan perfilman Indonesia.

2.2.5.1 Unsur Pembentuk Film

Dalam film, sangat penting bagaimana unsur unsur pembentuk membuat sebuah karya seni tersebut menarik minat penonton. Secara umum, unsur pembentuk film terbagi menjadi dua unsur utama, yaitu unsur naratif dan sinematik. Menurut Pratista (2017), kedua unsur utama tersebut sangat penting karena saling berinteraksi dan berkesinambungan untuk membentuk sebuah film.

2.2.5.1.1 Unsur Naratif

Unsur naratif merupakan aspek yang berhubungan dengan cerita pada sebuah film. Menurut Pratista (2017), unsur naratif merupakan materi yang akan diolah. Materi yang dimaksud adalah bahan yang dapat dikembangkan menjadi sebuah cerita, meliputi tokoh, tema, konflik, sosial budaya, tempat kejadian dan waktu. Semua materi tersebut diolah menjadi unsur naratif yang sempurna, memiliki jalinan peristiwa yang memiliki hubungan sebab dan akibat. Prasista (2017) menyatakan bahwa naratif merupakan suatu rangkaian peristiwa yang saling terhubung satu sama lainnya dan terikat dalam logika sebab akibat (*kausalitas*) yang terjadi dalam ruang dan waktu.

2.2.5.1.2 Unsur Sinematik

Unsur sinematik merupakan aspek teknis dalam produksi sebuah film (Pratista, 2017). Aspek teknis dalam film tersebut meliputi *mise en scene*, sinematografi, *editing* dan suara.

1. *Mise en Scene*

Mise en scene adalah semua hal yang berada di depan kamera, meliputi:

a. *Setting*

Setting termasuk bagian penting yang harus dipertimbangkan. Menurut Pratista (2017), *setting* adalah seluruh elemen latar dan semua properti yang digunakan dalam produksi film. *Setting* dalam film erat hubungannya dengan ruang waktu, status sosial budaya, menunjukkan motif atau simbol, dan juga menjadi pendukung dalam adegan sebuah film.

b. Kostum dan Tata Rias

Kostum merupakan semua yang digunakan oleh pemain termasuk aksesoris (Prasista, 2017). David Bordwell dan Kristin Thompson (2008) menyatakan bahwa kostum bisa berfungsi untuk memperkuat pola naratif dan tematik dalam sebuah cerita. Memperkuat pola naratif disini dapat juga diartikan bahwa kostum berfungsi untuk memperkuat sebuah karakter dalam cerita. Sementara itu, tata rias adalah pendamping dari kostum. Tata rias atau *make up* berfungsi untuk menggambarkan usia manusia, aksi manusia seperti luka atau bekas sayatan pisau, karakter tertentu yang bukan manusia.

c. Pencahayaan

Pencahayaan berfungsi untuk menciptakan komposisi yang sesuai dengan yang diinginkan. Dalam proses pengambilan gambar, pencahayaan yang stabil dapat membuat hasil lebih fokus terhadap objek atau tindakan tertentu. Bordwell, Thompson dan Smith (2016) mengatakan bahwa pencahayaan memiliki dua sumber, yaitu sumber cahaya alami dan buatan. Sumber cahaya alami berasal dari alam seperti sinar matahari, bintang atau bulan. Sementara cahaya buatan berasal dari peralatan seperti lampu yang disesuaikan dengan spesifikasi yang dibutuhkan dalam produksi film.

d. Pemain dan Pergerakan

David Bordwell dan Kristin Thompson (2018) menyatakan bahwa penampilan seorang aktor (pemain) dalam sebuah film meliputi elemen visual dan elemen audio. Dari pernyataan diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa pemain (aktor) adalah orang yang berperan dalam sebuah film dan memenuhi unsur audio dan visual.

2. Sinematografi

Sinematografi adalah unsur yang akan digunakan setelah semua unsur *mise en scene* telah selesai dipersiapkan. Menurut Kanus Ilmiah Serapan Bahasa Indonesia, Sinematografi diartikan sebagai teknik pembuatan film atau ilmu, teknik, dan seni pengambilan gambar film dengan sinematograf (Kamarulzaman, 2005). Dari definisi diatas, dapat diartikan bahwa sinematografi merupakan unsur yang lebih berfokus pada teknik, namun tidak hanya terpaku pada itu, melainkan juga mengontrol, mengatur adegan yang akan diambil seperti jarak, ketinggian, sudut pandang, durasi dan sebagainya (Prasista, 2017).

Secara umum, sinematografi dibagi menjadi tiga aspek, yaitu: kamera dan film, *framing* dan durasi gambar (Prasista, 2017). Aspek kamera dan film berkaitan dengan teknik yang akan dilakukan dengan kamera seperti pemilihan lensa, penggunaan lensa, kecepatan gambar yang diambil (*shutter speed*), visual efek dan kontras warna. Sedangkan unsur *framing* berkaitan antara hubungan kamera dengan objek yang akan dijadikan gambar atau video. *Framing* memiliki ruang lingkup meliputi wilayah

frame gambar, jarak *frame* dengan objek, ketinggian subjek dengan objek. Sedangkan unsur durasi berkaitan dengan berapa lama durasi adegan yang direkam oleh kamera.

3. *Editing*

Editing adalah sebuah tahap lanjutan setelah semua gambar sudah selesai diambil. Pada tahap ini, gambar gambar akan dipilah dan diolah menjadi kesatuan yang utuh. Pada tahap ini, semua hasil syuting disusun hingga membentuk pengertian oleh seorang yang disebut editor (Sumarsono, 1996)

4. Suara

Suara dalam konteks film dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang keluar dari gambar (Prasista, 2017). Secara umum, suara dikategorikan menjadi tiga jenis, yaitu dialog, musik dan efek suara tambahan yang dihasilkan oleh semua objek yang ada dalam sebuah film.

2.2.5.2 Jenis Film

Sejak pertama kali ditemukan pada abad ke 19, film terus mengalami perkembangan. Dari segi orientasi saja, film dapat dikategorikan dalam film komersial yang bertujuan untuk meraup keuntungan dan film nonkomersial yang biasanya bertujuan untuk edukasi. Pun dengan jenisnya, secara umum, film terbagi menjadi tiga jenis, yaitu film dokumenter, fiksi dan eksperimental (Prasista, 2017). Ketiga jenis film ini dikategorikan berdasarkan film cerita dan non cerita atau fiksi dan nonfiksi (Sumarno, 1996).

1. Film Dokumenter

Film ini merupakan film yang menyajikan fakta sebagai isi dari filmnya. Menurut Nicholas (1991), film dokumenter adalah upaya kembali menceritakan sebuah kejadian menggunakan fakta dan data. Dari pendapat diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa film ini tidak perlu menggunakan plot atau karakter antagonis protagonis seperti dalam film fiksi, melainkan berjalan apa adanya sesuai dengan fakta dan data yang ada. Dalam produksinya, film dokumenter dibuat berdasarkan tema dan argumen atau sudut pandang dari pembuatnya. Film dokumenter juga mampu merekonstruksi ulang peristiwa yang sudah terjadi.

2. Film Fiksi

Film fiksi adalah film yang ceritanya dibuat buat atau dikarang. Film fiksi memiliki plot dan dimainkan oleh aktor dan aktris yang telah disesuaikan dengan konsep pengadeganan. Struktur cerita dalam film fiksi selalu terikat dengan hukum sebab akibat, seperti adanya antagonis dan protagonis. Prasista (2017), memaparkan bahwa film fiksi berada diantara dua kutub, yaitu nyata dan abstrak, baik secara naratif maupun sinematik.

Pemaparan Prasista pada paragraf sebelumnya diartikan bahwa film fiksi terkadang akan memiliki tendensi ke salah satu kutub tersebut, baik secara naratif maupun sinematik.

Menurut catatan sejarah, film fiksi yang pertama kali diproduksi di Indonesia adalah *Loetoeng Kasaroeng* yang diproduksi pada tahun 1926.

3. Film Eksperimental

Film eksperimental adalah film yang menentang kaidah umum perfilman seperti kausalitas dan biasanya sulit dipahami karena bersifat personal. Menurut Sumarno (1996), film eksperimental adalah film yang tidak dibuat berdasarkan kaidah kaidah pembuat film yang lazim dilakukan. Film eksperimental tetap memiliki struktur, namun tidak memiliki plot dan sangat dipengaruhi oleh eksperimen si pembuat film. Film eksperimental biasanya memiliki tema sureal.

2.2.5.3 Struktur Tiga Babak Film

Konsep cerita tiga babak pertama kali diperkenalkan oleh Aristoteles untuk menyampaikan berbagai macam bentuk cerita yang memiliki unsur dramatik di setiap babak. Konsep ini disempurnakan oleh Syd Field dalam bukunya yang berjudul *Screenplay*. Dalam buku tersebut, Syd menjelaskan bahwa struktur tiga babak dibagi melalui skenario yang ada. Satu halaman skenario mewakili kira-kira satu menit durasi film. Dikutip dari Bernard & Adra (2021), Jika film berdurasi 90 menit sampai 120 menit, maka jumlah halaman skenario berjumlah 90 hingga 120 halaman. Untuk film berdurasi 120 menit, pembagiannya adalah babak satu dimulai dari halaman 1 hingga 30, babak pertengahan 31 hingga 90 halaman dan babak tiga 91 hingga 120 halaman (Bianus, 2017).

Pada babak perkenalan, karakter utama dalam film akan diperkenalkan. Selain itu, tokoh tokoh lainnya, kerangka cerita, latar pun biasanya dikenalkan dalam bagian ini. Babak ini krusial karena menentukan minat atau tidaknya penonton untuk masuk ke babak selanjutnya. Dalam babak ini, ada beberapa unsur dramatik, yaitu *inciting incident* dan *key turning point 1*.

Babak tengah dimulai ketika karakter utama mulai mendapatkan konflik atau berusaha untuk mencapai tujuannya. Babak ini memiliki porsi lebih banyak dari babak lain karena perkembangan dan kompleksitas cerita. Dalam babak ini terdapat *key turning point 2* atau disebut juga *lowest point*. Dalam babak ini, karakter mengalami kondisi yang berkebalikan dengan kondisi akhirnya. Jika film berakhir dengan akhir yang baik, maka di babak ini karakter utama akan mengalami kegagalan atau kondisi yang tidak menyenangkan. Sebaliknya, jika film berakhir dengan akhir yang buruk, maka di babak ini karakter utama akan mengalami kondisi yang ideal atau menyenangkan.

Babak akhir adalah babak dimana masalah sudah mencapai puncak dan ditemukan resolusi. Cerita dan konflik yang sudah berkembang dari babak perkenalan dan babak pertengahan akan diselesaikan di babak ini. Di babak akhir ini terdapat *resolution* atau klimaks dimana karakter utama sudah atau gagal mencapai tujuannya.

2.2.6 Semiotika

Semiotika atau semiologi adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda. Secara bahasa, semiotika berasal dari bahasa Yunani “*semeion*” yang berarti tanda. Sementara kata semiotika diturunkan dari bahasa Inggris yaitu *semiotics*.

Semiotika sendiri adalah ilmu yang bersifat multidisipliner. Ferdinand de Saussure mengembangkan ilmu semiotika atau semiologi yang awalnya merupakan bagian dari bidang psikologi sosial, menjadi ilmu yang mengkaji berbagai sistem tanda (Teeuw, 1984). Sejak itu, istilah semiologi semakin populer dan para penutur dan lingkungan eropa beramai ramai menggunakan istilah “semiologi” dalam berbagai ilmu yang tidak terbatas pada bahasa dan susastra, namun juga seni lukis, interior, antropologi budaya, filsafat dan psikologi sosial. Sementara itu, istilah semiotika populer sejak ditemukan oleh Charles Sanders Peirce. Peirce menyamakan semiotika dengan logika dan mengembangkan semiotika dalam hubungannya dengan filsafat pragmatisme.

2.2.6.1 Komponen Dasar Semiotika

Puji Santosa dalam Ancangan Semiotika dan Pengkajian Susastra (2021), mengatakan bahwa komponen dasar semiotika adalah masalah masalah pokok mengenai tanda (*sign*), lambang (*symbol*) dan isyarat (*signal*). Sementara, pemahaman mengenai lambang akan meliputi masalah penanda (*signifier; signans; signifant*) dan pertanda (*signified; signatum; signifie*).

1. Tanda

Tanda merupakan bagian yang menandai sesuatu hal atau keadaan untuk menerangkan atau memberitahukan objek kepada subjek. Tanda selalu menunjukkan pada sesuatu yang nyata, misalnya benda, kejadian, tulisan atau bahasa. Sebagai contoh, kebakaran hutan yang didahului oleh penggundulan hutan. Wujud tanda alamiah ini merupakan satu bagian yang menunjuk pada bagian yang lain, yakni adanya kebakaran hutan disebabkan penggundulan hutan.

2. Lambang

Lambang adalah sesuatu hal yang memimpin pemahaman subjek terhadap objek. Suatu lambang selalu dikaitkan dengan tanda-tanda yang sudah diberi sifat situasional, kultural dan kondisional. Contohnya adalah bendera putih yang melambangkan sikap menyerah. Warna putih, selain diberi makna sebagai suci, bersih dan mulia, juga dapat diartikan sebagai sikap menyerah dalam peperangan. Perbedaan makna ini menunjukkan bahwa setiap lambang sudah diberi sifat situasional, kultural dan kondisional.

Peirce berpendapat bahwa lambang merupakan bagian tanda, meskipun tidak semua tanda dapat menjadi lambang. Salah satu tanda yang menjadi lambang adalah bahasa, karena bahasa adalah sistem tanda yang arbitrer sehingga setiap tanda dalam bahasa merupakan lambang.

Bahasa adalah suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan antara penanda dan petandanya. Penanda adalah yang tanda yang dapat dilihat oleh mata, sementara petanda adalah makna yang terkandung dalam tanda tersebut.

3. Isyarat

Isyarat adalah hal atau keadaan yang diberikan oleh subjek kepada objek. Dalam keadaan ini, subjek berbuat sesuatu untuk memberitahukan kepada objek yang diberi isyarat pada waktu itu juga. Isyarat bersifat temporal. Jika ditangguhkan pemakaiannya, maka isyarat akan berubah menjadi tanda.

2.2.6.2 Ruang Lingkup Semiotika

Semiotika meliputi bidang keilmuan, keagamaan, estetika dan budaya. Cakupan ini memiliki korelasi masing masing yang khas sehingga membedakan antara bidang satu dan bidang lainnya. Contohnya, pada korelasi antara penanda dan petanda. Dalam bidang keilmuan, terdapat hubungan yang monosemantis yang biasa dijumpai pada simbol simbol atom, seperti lambang kimia dan matematika. Sementara dalam bidang keagamaan, korelasi terjadi dari masing masing keyakinan seseorang terhadap kepercayaan realitas dengan apa yang dicantumkan dalam kitab suci.

Lalu dalam bidang budaya, korelasi penanda dan petanda terdapat pada norma, tradisi, ritual yang masing masing memiliki nilai sosial. Sementara pada bidang estetika, korelasi terlihat dari masalah kesenian.

Berdasarkan lingkup pembahasannya, semiotika dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

1. Semiotika Murni

Semiotika murni atau *pure semiotic* membahas tentang dasar filosofis semiotika, yaitu berkaitan dengan arti hakikat bahasa secara universal.

2. Semiotika Deskriptif

Semiotika ini membahas tentang sistem tertentu, misalnya sistem tanda tertentu secara deskriptif.

3. Semiotika Terapan

Semiotika terapan membahas penerapan semiotika pada bidang atau konteks tertentu. Contohnya pada bidang sosial, komunikasi, sastra atau periklanan.

2.3 Kerangka Teoritis

2.3.1 Semiotika Charles Sanders Peirce

Charles Sanders Peirce adalah seorang filsuf asal Amerika yang mengembangkan filsafat pragmatisme melalui kajian semiotika. Dalam teori semiotika yang dikembangkannya, Peirce mengenalkan model *triadic* atau trikotomi, yaitu:

1. *Representament*

Representament adalah bentuk yang diterima oleh tanda atau berfungsi sebagai tanda. *Representament* disebut juga *sign*.

2. *Interpretant*

Interpretant adalah makna dari tanda.

3. *Object*

Object adalah sesuatu yang merujuk pada tanda. Sesuatu yang diwakili oleh representamen yang berkaitan dengan acuan, dapat berupa representasi mental atau sesuatu yang nyata diluar tanda.

Berdasarkan model tersebut, maka makna yang menempel pada tanda dapat berlaku bergantung pada konteks tertentu. Dalam konsep ini, tanda hanya menunjukkan, penafsirlah yang memaknai berdasarkan pengalamannya. Dalam menafsirkan sebuah objek, Peirce menggunakan tiga jalur logika, yaitu:

1. Hubungan penalaran dengan jenis penandanya.

- a. *qualisign* : penanda yang bertalian dengan kualitas,
- b. *sinsign* : penanda yang bertalian dengan kenyataan,
- c. *legisign* : penanda yang berkaitan dengan kaidah.

2. Hubungan kenyataan dengan jenis dasarnya.

- a. *icon* : penanda yang serupa dengan bentuk objeknya,
- b. *index* : penanda yang mengisyaratkan petandanya,
- c. *symbol* : penanda yang secara konvensi telah lazim digunakan dalam masyarakat.

3. Hubungan pikiran dengan jenis pertandanya.

- a. *rheme or seme* : penanda yang bertalian dengan mungkin terpahaminya objek petanda bagi penafsir,
- b. *dicent, dicisign, pheme* : penanda yang menampilkan informasi tentang petandanya,
- c. *argument* : penanda yang petandanya bukan suatu benda tetapi kaidah.

Peirce lebih jauh menjelaskan tentang ikon, indeks dan simbol. Pada ikon, terdapat kesamaan antara yang diajukan sebagai penanda dan yang diterima sebagai petanda. Bentuk bentuk puisi, kaligrafi, patung, lukisan, sketsa dan yang tampak sebagai tata wajah adalah contoh tanda tanda yang bersifat ikonis.

Indeks merupakan hubungan antara tanda sebagai penanda dan petandanya yang memiliki sifat sifat nyata, berurutan dan mengisyaratkan sesuatu. Contohnya adalah kilat yang merupakan indeksikal bagi petir atau gemericik air yang menandakan air mengalir dan sebagainya.

Semiotika adalah kajian tentang tanda. Setiap tanda yang berubah menjadi simbol, akan ditambahi sifat sifat kultural, kondisional dan situasional. Berikut ini adalah tabel perbedaan ikon, indeks dan simbol dengan objek “sapi”.

Ikonis	Indeksikal	Simbolis
a. lukisan sapi	a. suara sapi	a. diucapkan kata sapi
b. gambar sapi	b. suara langkah	b. makna gambar sapi
c. patung sapi	c. bau sapi	c. makna suara sapi
d. foto sapi	d. gerak sapi	d. makna bau sapi

Tabel 2.2 Perbedaan Ikon, Indeks dan Simbol (Sumber: Modifikasi Peneliti)

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa sesuatu yang berupa gambar atau hal hal yang bisa dilihat oleh mata bersifat ikonis. Sementara sesuatu yang mengisyaratkan hal melalui suara atau yang dapat didengar oleh indra pendengaran bersifat indeksikal. Terakhir, tanda yang berupa arti atau makna dari sesuatu yang bersifat ikonis dan indeksikal merupakan sesuatu yang bersifat simbolis.

2.4 Kerangka Pemikiran

Film telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, namun juga sebagai media edukasi, komersil, pengkonstruksian realitas tertentu bahkan propaganda. Dalam film, tanda tanda digunakan oleh sineas dalam mengemas sebuah cerita agar memiliki muatan pesan tertentu yang diinginkan. Termasuk dalam film *Yowis Ben* yang mengkonstruksikan realitas masyarakat Jawa Timur dalam film yang dibalut dengan komedi.

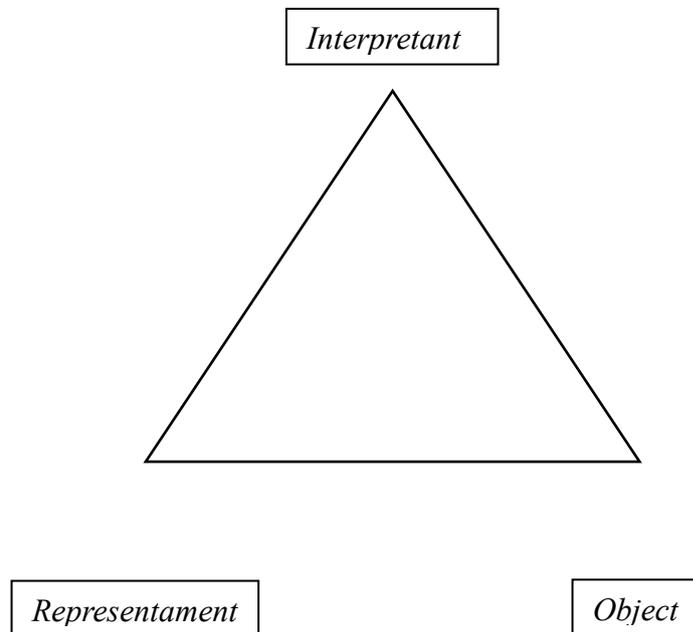
Yowis Ben adalah film yang disutradai oleh Bayu Skak dan Fajar Nugros dan rilis pada tanggal 22 Februari 2018. Film ini mengkonstruksikan

realitas masyarakat Jawa Timur lewat kisah Bayu, seorang siswa SMA di Kota Malang yang berusaha mendapatkan hati Susan, teman sekelasnya. Penggambaran masyarakat Jawa Timur dalam film ini digambarkan dalam bentuk tanda-tanda yang dapat dikaji dalam kajian semiotika.

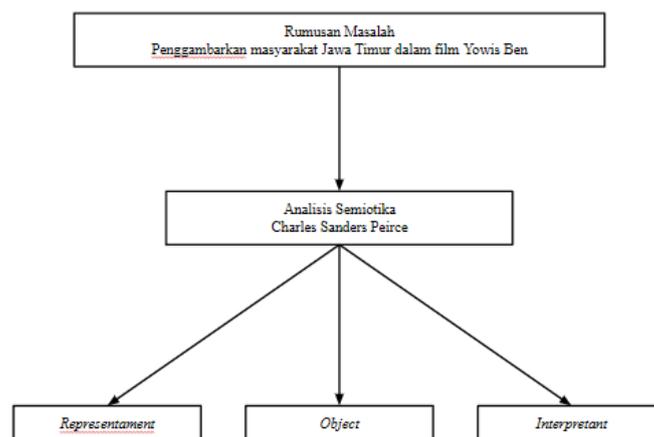
Semiotika atau semiologi adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda. Pertama kali ditemukan oleh Ferdinand de Saussure, kini semiotika menjadi ilmu pengetahuan yang bersifat multidisipliner, termasuk diantaranya komunikasi. Artinya, ilmu semiotika dapat diaplikasikan dalam kajian komunikasi. Komunikasi dan tanda adalah hal yang saling berkaitan satu sama lain. Karena pada dasarnya, komunikasi pun berawal dari tanda yang mengandung makna dan pesan tersendiri. Dalam penelitian ini, peneliti hendak menganalisis tanda-tanda yang menggambarkan interaksi dalam kehidupan masyarakat Jawa Timur dalam film *Yowis Ben* (2018) dengan menggunakan metode semiotika Charles Sanders Peirce.

Metode semiotika Charles Sanders Peirce adalah pengembangan dari semiotika klasik yang ditemukan oleh Ferdinand de Saussure. Dalam semiotika Peirce, dikenalkan model *triadic* (*Ground/Representament + Object + Interpretant = Sign*). Peran subjek dalam menghasilkan makna dalam tingkat komunikator adalah pemilihan *ground/representament* untuk menjelaskan suatu konsep. Dalam model ini, suatu penanda dan objek yang ditandai dapat menjadi tanda setelah melewati proses pemaknaan yang dilakukan oleh pemakna (*interpretant*). *Interpretant* sendiri adalah efek pertandaan, yaitu konsep mental yang dihasilkan baik oleh tanda maupun

pengalaman pengguna terhadap objek. Pemaknaan ini digambarkan dengan model sebagai berikut:



Gambar 2.1 Model *Triadic* Semiotika Charles Sanders Peirce (Sumber: Modifikasi Peneliti)



Gambar 2.2 Bagan Kerangka Pemikiran (Sumber: Modifikasi Peneliti)