

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 Review Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang memiliki ketertarikan yang serupa dijadikan sebagai referensi oleh penulis guna memperkuat kajian penelitian yang dilakukan. Kajian penelitian terdahulu juga berfungsi sebagai acuan yang dapat membantu peneliti dalam menentukan alur, rumusan dasar dan pengembangan kajian. Penulis menetapkan tinjauan penelitian terdahulu yang masih memiliki hubungan dengan penelitian ini. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang sejenis dan memiliki kaitan dengan topik yang penulis lakukan, diantaranya:

Rujukan yang pertama yaitu skripsi yang ditulis oleh Rasil Khairin, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan, dengan judul **“Representasi Isu Lingkungan dalam Film Pulau Plastik”**. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2022 dengan metode kualitatif, analisis semiotika. Teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan cara wawancara mendalam dengan informan ahli, akademisi, dan informan pendukung. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konstruktivisme. Peneliti menggunakan teori semiotika yang digagas oleh Roland Barthes dan teori konstruksi realitas sosial dari Peter L. Berger dan Thomas

Luckmann yang menitikberatkan pada makna denotasi, konotasi, dan mitos yang terkandung dalam film.

Dalam penelitian ini, informan yang menjadi sumber data berjumlah 6 orang yang dibagi menjadi 1 informan akademisi, 2 informan ahli dan 3 informan pendukung. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu makna denotatif dapat ditemukan dalam 5 scene dari total 101 scene, ditemukan 5 scene yang mengandung makna denotatif, dan mitos yang muncul dari informan terkait makna film tersebut adalah ‘apa yang ditanam, maka itu lah yang dituai’.

Penelitian ini memiliki persamaan dari segi subjek yang diteliti yaitu film. Peneliti dan rujukan juga menggunakan teori dan paradigma yang sama yaitu kualitatif analisis semiotika dan paradigma konstruktivisme. Teknik pengumpulan data juga sama-sama menggunakan wawancara dan kajian literatur. Perbedaan penelitian terletak pada isu yang menjadi representasi dalam film tersebut. Peneliti memaknai film dengan isu feminisme, sedangkan rujukan memaknai film dengan isu pencemaran lingkungan.

Rujukan kedua berasal dari skripsi yang ditulis oleh Tikka Gustiarti, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Peminatan Komunikasi Massa, Universitas Brawijaya, dengan judul **“Representasi Feminisme dalam Film Namaku Siti”**. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2018 dengan metode deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu analisis dokumen, jurnal dan artikel.

Peneliti menggunakan analisis tekstual Alan McKee dan menitikberatkan pada makna yang ditampilkan melalui teks.

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa representasi feminisme dapat dimaknai dalam beberapa dialog yang dibagi menjadi tiga point yaitu ranah pendidikan, kebebasan berpendapat, dan hak berpolitik.

Persamaan yang terdapat dalam penelitian ini terletak pada subjek penelitian dan isu yang terkait, dimana peneliti dan rujukan sama-sama meneliti tentang film dan representasi terhadap feminisme. Peneliti dan rujukan juga sama sama menggunakan paradigma konstruktivisme. Perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini yaitu teori yang digunakan oleh rujukan yaitu analisis semiotika Alan McKee yang menitikberatkan pada teks sedangkan peneliti menggunakan analisis semiotika Roland Barthes yang terfokus pada makna denotasi, konotasi dan mitos yang terkandung. Teknik pengumpulan data yang dilakukan pun berbeda, dimana peneliti melakukan analisis dalam film tersebut dan melakukan wawancara, sedangkan rujukan melakukan analisis dokumen.

Rujukan ketiga berasal dari skripsi yang ditulis oleh Rahmawati Dewi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan dengan judul **“Representasi Citra Perempuan Pada Iklan Parfum Posh Hijab Chic”**. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2021, dengan metode kualitatif, teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu observasi dan wawancara. Peneliti menggunakan analisis semiotika Sander Pierce yang

menggagas *triangle meaning theory*, dan teori ATR sebagai pendukung yang menjelaskan bahwa khalayak dapat dipengaruhi oleh iklan.

Pada penelitian ini melibatkan 7 informan yang dibagi menjadi 1 informan akademisi, 1 informan ahli, dan 5 informan inti dengan latar belakang yang berbeda. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa iklan parfum Posh Hijab Chic merepresentasikan citra perempuan dengan karakter yang energik, ceria dan mudah bergaul.

Dalam penelitian ini memiliki persamaan dalam fokus penelitian yaitu analisis semiotika dari sebuah tayangan. Dalam mengumpulkan data, penulis dan rujukan menggunakan metode yang sama yaitu wawancara. Perbedaan yang terdapat pada rujukan dengan penulis yaitu teori yang menjadi dasar penelitian. Analisis semiotika Roland Barthes dan teori pendukung konstruksi realita sosial dijadikan sebagai landasan penelitian. Teori tersebut menitikberatkan pada makna denotatif, konotatif dan mitos, sedangkan rujukan memakai analisis semiotika Sander Pierce yang menekankan pada *sign*, *object* dan *interpretant*. Rujukan juga menggunakan Teori ATR sebagai pendukung yang merujuk pada khalayak dapat dipengaruhi oleh tayangan iklan.

Rujukan keempat berasal dari jurnal ilmiah karya Alycia Putri dan Lestari Nurhajati, The London School of Public Relations, dengan judul **“Representasi Perempuan dalam Kukungan Tradisi Jawa pada Film Kartini Karya Hanung Bramantyo”**. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2020 dengan metode deskriptif

kualitatif dan teknik analisis wacana kritis Sara Mills. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan cara menganalisis film Kartini dalam berbagai scene.

Kesimpulan dari penelitian ini, perempuan ditampilkan dalam teks sebagai pihak yang salah dibandingkan dengan laki-laki. Posisi subjek-objek menampilkan adegan adanya kesenjangan sosial antara perempuan dengan laki-laki dalam konsep adat pada film Kartini.

Dalam penelitian ini memiliki persamaan pada isu yang dikaitkan dengan fokus penelitian yaitu feminisme dalam sebuah film. Sedangkan perbedaannya terletak pada teori landasan dimana rujukan menggunakan metode analisis wacana kritis Sara Mills, sedangkan peneliti menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Dalam teknik pengumpulan data juga terdapat perbedaan, peneliti melakukan observasi terhadap film dan melakukan wawancara, sedangkan rujukan hanya melakukan observasi film saja.

Rujukan kelima berasal dari jurnal ilmiah karya Maulia Putri Sutorini, Muhammad Alif dan Sarwani yang berasal dari Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin pada tahun 2019. Judul dari jurnal ilmiah ini yaitu **“Semiotika Gender dalam Film Brave”**. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode Kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika Roland Barthes.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dari 30 scene yang diteliti, makna denotasi, konotasi dan mitos hampir secara terus menerus muncul. Makna denotasi yang diangkat yaitu sosok pemeran utama perempuan dituntut untuk

berperilaku sempurna dan bertindak sesuai dengan tuntutan lingkungannya. Makna konotasi yang diangkat yaitu pemeran utama perempuan menolak perjodohan merupakan sebuah tindakan yang melawan tradisi dan berkaitan dengan mitos yang muncul yaitu kepercayaan masyarakat yang melekat apabila sebuah tradisi dilanggar.

Perbedaan penelitian ini terdapat pada film yang di analisis, dan teknik pengumpulan data yang digunakan. Peneliti melakukan wawancara dengan informan untuk mendukung teori konstruksi realitas sosial sedangkan rujukan hanya melakukan observasi pada film. Persamaan antara rujukan dan penelitian penulis terletak pada fokus penelitian, dimana rujukan dan peneliti sama-sama mengangkat isu gender. Metode penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan deskriptif kualitatif, landasan teori yang digunakan pun sama-sama berasal dari Roland Barthes yaitu analisis semiotika.

Rujukan keenam yaitu berasal dari jurnal ilmiah karya Feryna Nur Rosyidah dan Nunung Nurwati, Pascasarjana Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Padjadjaran yang berjudul **“Gender dan Stereotipe: Konstruksi Realitas dalam Media Sosial Instagram”** (2019). Penelitian ini dilakukan dengan metode Kualitatif dengan pendekatan studi etnografi virtual yang berfungsi untuk melihat fenomena sosial dan kultur di ruang siber.

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu menganalisis dokumen. Hasil dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa kemajuan teknologi komunikasi dan informasi memudahkan interaksi antar individu, namun pengetahuan yang

rendah tentang pemahaman gender menyebabkan pandangan stereotip masih muncul dalam pengguna media sosial Instagram. Stereotip kaum perempuan dalam pandangan positif maupun negatif masih banyak muncul tidak hanya di dunia nyata namun juga di media massa.

Perbedaan yang dapat ditemukan pada rujukan tersebut terletak pada subjek dan objek penelitian. Rujukan memiliki fokus penelitian konstruksi realita sosial di media sosial Instagram, sedangkan peneliti memiliki fokus representasi isu feminisme dalam sebuah film. Teori yang digunakan pun berbeda, rujukan menggunakan teori etnografi, sedangkan penulis menggunakan analisis semiotika. Relevansi rujukan dan judul peneliti yaitu terletak pada teori pendukung yang digunakan oleh peneliti yaitu teori konstruksi realita sosial. Persamaan yang terdapat dalam rujukan yaitu metode penelitian yang digunakan sama-sama deksriptif kualitatif.

Tabel 2.1 Kajian Literatur

Nama	Rasil Khairin	Tikka Gustiarti	Rahmawati Dewi	Alycia Putri dan Lestari Nurhajati	Maulia Putri Sutorini, Muhammad Alif dan Sarwani	Feryna Nur Rosyidah dan Nunung Nurwati
Asal Instansi	Universitas Pasundan	Universitas Brawijaya	Universitas Pasundan	The London School of Public Relations	Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin	Universitas Padjadjaran
Judul dan Tahun Penelitian	Representasi Isu Lingkungan dalam Film Pulau Plastik (2022)	Representasi Feminisme dalam Film Namaku Siti (2018)	Representasi Citra Perempuan dalam Iklan Parfum Posh Hijab Chic (2021)	Representasi Perempuan dalam Kukungan	Semiotika Gender dalam Film Brave (2019)	Gender dan Stereotipe: Konstruksi Realitas dalam

				Tradisi Jawapada Film Kartini Karya Hanung Bramantyo (2020)		Media Sosial Instagram (2019)
Metode Penelitian	Kualitatif	Kualitatif	Deksriptif Kualitatif	Deksriptif Kualitatif	Deksriptif Kualitatif	Deksriptif Kualitatif
Teori Penelitian	Analisis Semiotika Roland Barthes dan Teori Konstruksi Sosial	Analisis Semiotika Alan McKee	Analisis Semiotika Sander Pierce dan Teori ATR	Analisis Wacana Kritis Sara Mills	Analisis Semiotika Roland Barthes	Teori Etnografi Siber
Persamaan	• Dalam segi subjek yang diteliti yaitu	• Peneliti dan rujukan sama-	• Fokus penelitian yang sama yaitu	• Isu yang dikaitkan	• Fokus penelitian,	• Metode penelitian yang

<p>film.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Peneliti dan rujukan menggunakan teori dan paradigma yang sama yaitu kualitatif analisis semiotika dan paradigma konstruktivisme. • Teknik pengumpulan data juga sama-sama menggunakan 	<p>sama meneliti tentang film dan representasi terhadap feminisme.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Peneliti dan rujukan menggunakan paradigma konstruktivisme 	<p>analisis semiotika dari sebuah tayangan.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penulis dan rujukan menggunakan metode pengumpulan data wawancara dan kajian literatur. 	<p>dengan fokus penelitian yaitu feminisme dalam sebuah film.</p>	<p>rujukan dan peneliti sama-sama mengangkat isu gender.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Metode penelitian yang digunakan sama-sama deskriptif kualitatif. • Landasan teori yang digunakan sama-sama 	<p>digunakan sama-sama deksriptif kualitatif.</p>
--	---	---	---	---	---

	wawancara dan kajian literatur.				berasal dari Roland Barthes yaitu analisis semiotika.	
Perbedaan	<ul style="list-style-type: none"> • Judul film yang menjadi fokus penelitian. • Isu yang menjadi representasi dalam penelitian yaitu feminisme, sedangkan rujukan merepresentasikan isu pencemaran 	<ul style="list-style-type: none"> • Teori yang digunakan oleh rujukan yaitu analisis semiotika Alan McKee yang menitikberatkan pada teks sedangkan peneliti menggunakan analisis semiotika 	<ul style="list-style-type: none"> • Teori yang menjadi dasar penelitian yaitu analisis semiotika Roland Barthes yang menitikberatkan pada makna denotatif, konotatif dan mitos, 	<ul style="list-style-type: none"> • Teori landasan rujukan menggunakan metode analisis wacana kritis Sara Mills, sedangkan peneliti menggunakan analisis 	<ul style="list-style-type: none"> • Perbedaan penelitian ini terdapat pada judul film yang di analisis. • Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu 	<ul style="list-style-type: none"> • Rujukan memiliki fokus penelitian konstruksi realita sosial di media sosial Instagram, sedangkan peneliti memiliki fokus

	lingkungan.	<p>Roland Barthes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu, analisis film dan wawancara, sedangkan rujukan melakukan analisis dokumen. 	<p>sedangkan rujukan memakai analisis semiotika Sander Pierce yang menekankan pada sign, object dan interpretant.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teori pendukung penelitian yaitu Teori Realita Konstruksi Sosial, sedangkan rujukan menggunakan Teori ATR sebagai 	<p>semiotika Roland Barthes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dalam teknik pengumpulan data, peneliti melakukan observasi terhadap film dan melakukan wawancara, sedangkan rujukan hanya melakukan observasi film. 	<p>wawancara dengan informan untuk mendukung teori konstruksi realitas sosial sedangkan rujukan hanya melakukan obsservasi pada film.</p>	<p>representasi isu feminisme dalam sebuah film.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teori yang digunakan pun berbeda, rujukan menggunakan teori etnografi, sedangkan penulis menggunakan analaisis
--	-------------	---	---	---	---	---

			<p>pendukung yang merujuk pada khalayak dapat dipengaruhi oleh tayangan iklan.</p>			<p>semiotika.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teknik pengumpulan data yang digunakan rujukan yaitu melalui analisis dokumen, sedangkan peneliti menggunakan observasi film dan wawancara.
--	--	--	--	--	--	---

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Komunikasi

Manusia merupakan makhluk sosial yang memerlukan komunikasi untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Bahkan komunikasi juga termasuk ke dalam salah satu kebutuhan dasar, jika tidak dipenuhi maka manusia akan mengalami kesulitan dalam hidupnya. Inti dari sebuah komunikasi adalah prosesnya, di mana sebuah aktivitas dalam menjalin hubungan antara komunikator dan komunikan melalui ruang dan waktu.

Menurut Mulyana (2004), kata "*communication*" dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin "*communis*" yang berarti "sama", dan "*communico*", "*communication*" atau "*communiacre*" yang berarti "membuat sama" atau "to make common". Istilah "*communis*" sering disebut sebagai asal usul kata komunikasi. Komunikasi menunjukkan bahwa suatu pikiran, makna, atau pesan diterima dan dipahami secara bersamaan oleh beberapa orang.

Komunikasi adalah suatu proses yang melibatkan penyampaian informasi, ide, dan perasaan yang dapat dilakukan tidak hanya melalui lisan dan tertulis, tetapi juga melalui ekspresi bahasa tubuh, gaya pribadi, atau hal lainnya yang memperjelas makna. Komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan menggunakan simbol yang telah disepakati dengan tujuan untuk menyampaikan keinginan dan mendapatkan respon (Wahlstrom, 1992).

Menurut Littlejohn & Foss (2008) yang dikutip dalam buku “Teori Komunikasi”, dikatakan bahwa:

“Communication is difficult to define. The word is abstract and like most terms, possess numerous meanings.” (Komunikasi sulit untuk didefinisikan. Hal tersebut dikarenakan kata “komunikasi” bersifat abstrak, seperti kebanyakan istilah, dan sangat banyak memiliki arti.

Menurut Komala dalam bukunya Komunikasi Ahli Makrifat, komunikasi mengacu pada tindakan oleh satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (noise), terjadi dalam satu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik (12;2009)

Komala dan Rabathy dalam bukunya Psikologi Komunikasi, mengemukakan bahwa komunikasi yang baik harus disertai adanya jalinan saling pengertian antara kedua belah pihak antara pengirim dan penerima, sehingga pesan yang disampaikan dapat dimengerti dengan baik. Pada hakikatnya didalam komunikasi diperlukan kesamaan yang berupa makna pesan diantara komunikator dan komunikan, sehingga apabila hal tersebut terwujud, tentu akan menghasilkan situasi yang komunikatif, atau dengan kata lain akan menghasilkan komunikasi yang afektif (2020:54).

Pada dasarnya komunikasi dilakukan untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhan seorang individu termasuk kebutuhan untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain (Mulyana, 2007). Secara fundamental, komunikasi dilakukan untuk mengungkapkan identitas diri kepada

orang lain. Dalam hakikatnya, manusia adalah makhluk sosial yang sangat tergantung pada orang lain, dan dengan berkomunikasi kontak sosial dapat terbentuk dengan orang-orang di sekitarnya. Melalui komunikasi, individu dapat mempengaruhi pandangan orang lain sesuai dengan keinginan komunikator untuk mempengaruhi perasaan, pikiran, dan perilaku orang lain.

Menurut Gordon I Zimmerman yang dikutip oleh Mulyana (2010), terdapat dua kategori utama dalam menentukan tujuan komunikasi, yaitu: pertama, menyelesaikan tugas penting yang memenuhi kebutuhan individu; kedua, membangun kontak sosial dan memperoleh informasi dari lingkungan serta mempererat hubungan dengan individu lain.

2.2.2 Unsur Komunikasi

Unsur-unsur dalam komunikasi untuk menjelaskan proses komunikasi menurut Lasswell adalah dengan pernyataan “*who says what in which channel to whom with what effect*” (Ngalimun, 2017). Unsur tersebut dapat dijelaskan menjadi:

1. Sumber

Pesan disampaikan oleh komunikator atau pihak yang memulai sebuah proses komunikasi. Pesan disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Komunikator dapat berupa seorang individu, kelompok atau bahkan sebuah organisasi yang memiliki tujuan tertentu dalam menyampaikan pesan. Agar proses komunikasi dapat berjalan, tujuan dari

komunikasi akan tercapai apabila komunikator menerima pesan dari komunikator, memperhatikan, dan dapat dimaknai secara menyeluruh.

2. *Encoding*

Proses encoding melibatkan komunikator yang mengubah pemikiran atau ide menjadi bentuk simbol yang dapat dipahami dan diterima oleh komunikator. Encoding adalah sebuah proses yang terjadi dalam otak individu dalam menghasilkan sebuah pesan.

3. Pesan

Pesan adalah hasil dari proses encoding komunikator yang dapat dirasakan atau diterima oleh indera komunikator. Dalam proses komunikasi, pesan berisi pikiran, ide, atau gagasan dari komunikator yang disampaikan dalam bentuk simbol yang mewakili. Penerimaan sebuah pesan dapat dipengaruhi oleh keterampilan komunikator dalam berkomunikasi, sikap, pengetahuan, bahkan posisi sosial-kebudayaan penerima.

4. Saluran

Saluran adalah jalur yang digunakan untuk mengirimkan pesan atau simbol dari komunikator ke komunikator. Saluran pesan dapat melalui media tertulis, media massa cetak maupun elektronik.

5. *Decoding*

Proses decoding adalah tahap dalam memahami pesan yang diterima, mengubahnya dari simbol-simbol fisik menjadi makna yang dapat dipahami oleh penerima.

6. Penerima

Orang yang menerima pesan dari sumber pesan dikenal sebagai komunikan. Karakteristik sumber memiliki pengaruh pada penerimaan pesan pertama oleh komunikan, namun pengaruh tersebut tidak terlalu besar dalam jangka panjang. Keberhasilan komunikasi sangat dipengaruhi oleh sumber pesan, dengan informasi yang lebih mudah diterima jika sumber informasi memiliki kredibilitas. Pesan biasanya diterima oleh komunikan melalui gelombang cahaya atau suara, namun mungkin juga melalui bentuk lain yang merangsang indera.

7. Respon Penerima

Pada hal ini menyangkut apa yang penerima lakukan setelah menerima pesan. Respon komunikan dapat beragam seperti respon kecil seperti keputusan penerima untuk menerima atau menolak pesan, atau memilih untuk melakukan sesuatu setelah menerima pesan. Untuk respon besar dapat dilihat secara tindakan yang segera oleh penerima pesan. Komunikasi dianggap berhasil apabila respon penerima mendekati apa yang dikehendaki oleh sumber yang menciptakan pesan.

8. Umpan Balik

Umpan balik adalah tanggapan yang didapat dari komunikan kepada komunikator sebagai pihak yang telah menyampaikan pesan. Umpan balik merupakan hal yang penting dalam proses komunikasi untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan sudah dipahami dan diterima dengan baik oleh komunikan. Tanpa umpan balik, proses komunikasi tidak akan

berlangsung secara kontinu. Umpan balik bisa datang dalam bentuk verbal atau nonverbal, seperti melalui ekspresi wajah atau gerak tubuh saat komunikasi tatap muka.

2.2.3 Fungsi Komunikasi

Secara umum, komunikasi dilakukan untuk mengungkapkan dan memperkuat identitas diri kita dan untuk mempengaruhi orang lain untuk merasa, berpikir, atau bertindak sesuai dengan keinginan. Namun, tujuan utama berkomunikasi adalah untuk mempengaruhi lingkungan dan kondisi psikologis. Berdasarkan fungsi, William I. Gordon (dalam Mulyana, 2001: 5) membagi fungsi komunikasi menjadi empat kategori, yaitu:

1. Komunikasi Sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial memiliki peran penting dalam membentuk identitas diri, memfokuskan pada aktualisasi diri, membantu mempertahankan hidup, mencapai kebahagiaan, dan menghindari tekanan dan ketegangan. Dengan komunikasi juga memungkinkan kita untuk bekerja sama dengan orang lain untuk mencapai tujuan bersama.

2. Komunikasi Ekspresif

Komunikasi ekspresif dapat dilakukan secara individu maupun bersama dengan orang lain dalam kelompok. Meskipun tidak selalu bertujuan untuk mempengaruhi orang lain, komunikasi ekspresif bisa menjadi cara untuk mengungkapkan perasaan-perasaan individu secara nonverbal.

3. Komunikasi Ritual

Fungsi komunikasi sosial biasanya dilakukan secara bersama-sama dalam sebuah komunitas. Setiap tahun, komunitas sering mengadakan acara-acara simbolik yang mencakup ucapan, dan tindakan yang berisi makna simbolik. Melalui upacara ritual, anggota komunitas dapat berkumpul dan berbagi komitmen emosional dan spiritual sehingga memperkuat kesatuan grup.

4. Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental memiliki beberapa tujuan utama, seperti memberikan informasi, mengajar, memotivasi, mempengaruhi sikap dan keyakinan, serta mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan. Komunikasi ini juga memiliki unsur persuasi, di mana pembicara ingin pendengar mempercayai dan memahami informasi yang disampaikan akurat dan layak didengar. Komunikasi juga memiliki peran sebagai alat untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang.

Secara garis besar tujuan utama dari komunikasi adalah untuk mengubah sikap, opini, mengubah perilaku dan mengubah masyarakat. Fungsi komunikasi sendiri merupakan sebuah penunjang keberhasilannya interaksi dengan adanya ekspresi dari seorang individu kepada komunikannya. Seseorang dapat menggerakkan suatu massa atau komunitas untuk tujuan yang sama melalui komunikasi. Fungsi komunikasi merupakan sebuah alat untuk menyampaikan makna yang berfungsi untuk menyampaikan informasi yang layak didengar.

2.2.4 Tujuan Komunikasi

Menurut Liliweri (2011) dalam bukunya yang berjudul “Komunikasi Serba Ada Serba Makna” dikatakan bahwa tujuan komunikasi yaitu dengan *make them SMART* yang artinya sebuah komunikasi harus dapat memenuhi:

1. *Spesific*, menciptakan perasaan khusus pada target, artinya mereka memperhatikan informasi yang datang dari sumber yang khusus, pesan yang khusus, media yang khusus, dan memiliki efek yang khusus pada konteks yang khusus juga.
2. *Measureable*, tujuan komunikasi hanya dapat tercapai jika sumber komunikasi menentukan ukuran untuk setiap elemen dalam proses komunikasi. Ada indikator yang membantu menentukan apakah sumber cocok untuk mencapai tujuan komunikasi, dan juga alat ukur untuk pesan, media, target, efek, dan indikator untuk konteks.
3. *Attainable*, penentuan apa yang seharusnya dicapai dalam suatu aktivitas komunikasi adalah tujuan komunikasi, dan hal ini harus ditentukan untuk mengetahui tingkat ketercapaian tujuan komunikasi
4. *Result oriented*, tujuan komunikasi harus memfokuskan pada hasil yang telah ditentukan dan direncanakan.
5. *Time limited*, komunikasi yang efektif adalah yang memiliki batas waktu untuk menentukan apakah tujuannya telah tercapai.

2.3 Komunikasi Massa

Komunikasi massa dapat dijelaskan sebagai penyampaian pesan-pesan melalui media massa untuk mencapai khalayak yang luas. Pembatasan pada konsep ini terletak pada unsur-unsur komunikasi massa, yaitu pesan dan media massa seperti televisi, radio, koran, majalah, dan film. Menurut Deffleur dan Dennis McQuail (1985), dijelaskan bahwa:

Komunikasi massa adalah suatu proses komunikasi dalam hal ini komunikator dengan menggunakan media untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas, dan secara terus menerus yang dapat mempengaruhi khalayak-khalayak yang besar dan berbeda-beda dengan berbagai cara.

Menurut Bittner, definisi paling sederhana dari komunikasi massa adalah penyampaian pesan melalui media massa kepada sejumlah orang. Dalam komunikasi massa, media menjadi komunikator yang memiliki jangkauan yang luas.

2.3.1 Karakteristik Komunikasi Massa

Karakteristik komunikasi massa adalah penyampaian pesan melalui media massa baik dalam bentuk audio visual ataupun cetak. (Zaenab, 2013) dalam bukunya yang berjudul “Komunikasi Massa Sebuah Pengantar Manajemen Komunikasi”, menjelaskan bahwa karakteristik komunikasi massa terbagi menjadi:

1. Komunikator bersifat terlembaga

Dalam komunikasi massa, komunikator tidak terdiri dari satu orang, melainkan merupakan kelompok atau kombinasi dari berbagai unsur yang bekerja sama dalam sebuah lembaga. Media massa dikenal sebagai

organisasi sosial karena terdiri dari sekelompok individu yang berkolaborasi dalam proses komunikasi massa (Nurudin, 2004:16-18).

2. Ditujukan kepada khalayak luas

Komunikasi massa memiliki sifat heterogen dan anonim. Heterogen mengacu pada keberagaman komunikator dalam penggunaan media massa, yang meliputi variasi pendidikan, umur, jenis kelamin, status sosial, tingkat ekonomi, latar belakang budaya, dan agama. Sementara itu, anonim menggambarkan komunikator dalam komunikasi massa yang tidak dikenal secara personal karena berinteraksi melalui media tanpa tatap muka. Oleh karena itu, media massa dapat menyebabkan keseragaman dalam persepsi dan pemahaman (Ardianto, 2004:9).

3. Bersifat umum

Pesan dalam komunikasi massa menyangkut kepentingan umum dan bukan kepentingan individu atau pribadi. Pesan bersifat universal, artinya tidak ditujukan untuk satu orang atau kelompok masyarakat tertentu. Oleh karena itu, pesan-pesan dalam komunikasi massa seharusnya tidak memiliki karakteristik khusus atau ditujukan untuk golongan tertentu.

4. Pesan disampaikan secara cepat dan luas

Penyampaian pesan melalui media massa terjadi dengan cepat dan memiliki jangkauan yang luas, bahkan dapat mencakup wilayah geografis dan budaya yang berbeda. Oleh karena itu, media massa sering disebut sebagai “message multiplier” karena mampu menyebarkan pesan secara cepat dan menjangkau khalayak luas.

5. Penyampaian pesan satu arah

Penyampaian pesan melalui media massa bersifat satu arah dan umpan balik dari khalayak biasanya terjadi dengan jeda waktu yang cukup lama. Respon khalayak terhadap isi pesan media massa bisa berupa penerimaan atau penolakan pesan. Karena media massa menjadi perantara dalam komunikasi, maka komunikator dan komunikan tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator bertindak aktif dalam menyampaikan pesan dan komunikan pun aktif dalam menerima pesan, namun interaksi keduanya tidak dapat dilakukan secara langsung.

6. Komunikasi massa dilakukan secara terencana

Komunikator pada media massa bekerja berdasarkan struktur organisasi yang teratur dan memiliki tugas yang terbagi dengan jelas. Identitas yang diperlihatkan oleh komunikator bukanlah identitas individu, melainkan identitas dari organisasi atau kelompok media. Dalam komunikasi massa, khalayak dapat mengakses media massa hampir secara bersamaan.

7. Pesan disampaikan secara berkala

Pesan-pesan di media massa tidak bersifat sementara atau hanya untuk sementara waktu, melainkan bersifat tetap. Untuk menyebarluaskan pesan tersebut secara cepat dan merata kepada khalayak yang tersebar, media massa membutuhkan bantuan peralatan teknis.

8. Media mengutamakan isi dibandingkan hubungan

Dalam komunikasi, terdapat dua unsur penting yaitu isi dan hubungan. Namun pada komunikasi massa, unsur isi memiliki peran yang lebih

krusial. Hal ini dikarenakan pesan yang akan disampaikan harus disusun secara sistematis dan diatur dengan teori yang sesuai dengan karakteristik media massa yang digunakan.

9. Kemampuan respon alat indra yang terbatas

Komunikasi massa mempengaruhi kemampuan alat indra dalam memberikan respon terhadap jenis media massa yang digunakan. Dalam media massa cetak, repon khalayak hanya terbatas pada kemampuan melihat saja, sedangkan dalam media massa televisi dan film, khalayak dapat merespon dengan kemampuan mendengar, melihat, dan membaca.

10. Dikontrol oleh gatekeeper

Gatekeeper dalam komunikasi massa memiliki peran penting untuk mengontrol dan memilih informasi yang akan disajikan kepada khalayak. Mereka membantu dalam menambahkan, mengurangi, dan menyederhanakan informasi sehingga mudah dipahami oleh khalayak. Keberadaan gatekeeper sama pentingnya dengan peralatan teknologi yang digunakan dalam media massa. Oleh karena itu, gatekeeper menjadi hal yang wajib ada dalam media massa dan menjadi salah satu ciri khasnya.

2.3.2 Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa ialah proses komunikasi yang ditujukan untuk menyampaikan pesan kepada sejumlah besar audiens yang sangat besar, dan dilakukan melalui media audio atau visual yang disalurkan oleh pemancar-pemancar. Komunikasi massa memiliki berbagai fungsi, menurut Dominick

(dalam Ardianto, dkk., 2012), dijelaskan fungsi komunikasi massa sebagai berikut:

1. Fungsi pengawasan

Terdiri dari dua bentuk utama, yaitu pengawasan peringatan dan pengawasan instrumental. Fungsi ini dilaksanakan oleh media massa ketika memberikan informasi tentang ancaman yang diakibatkan oleh berbagai peristiwa seperti bencana alam, serangan militer, maka fungsi pengawasan peringatan terpenuhi. Sedangkan jika informasi yang disampaikan oleh media massa bermanfaat dan dapat membantu masyarakat dalam kehidupan sehari-hari, maka fungsi pengawasan instrumental terpenuhi.

2. Fungsi penafsiran

Fungsi ini diterapkan ketika media tidak hanya menyampaikan fakta dan data kepada masyarakat, tetapi juga memberikan penafsiran tentang peristiwa-peristiwa penting. Media memilih dan menentukan kejadian mana yang pantas disajikan dan yang tidak pantas disajikan.

3. Fungsi keterikatan

Media massa mampu mempersatukan anggota masyarakat yang beragam dan membentuk hubungan yang didasarkan pada kepentingan dan minat yang sama terhadap suatu hal.

4. Fungsi penyebaran nilai

Fungsi ini dikenal sebagai fungsi sosialisasi, di mana media massa menunjukkan kepada masyarakat tentang perilaku yang seharusnya dilakukan dan harapan yang diinginkan dari mereka.

5. Fungsi hiburan

Fungsi hiburan dari media massa bertujuan untuk menyegarkan pikiran masyarakat yang sedang lelah atau penat. Fungsi ini selalu ada pada setiap jenis media massa.

2.4 Media Massa

2.4.1 Definisi Media Massa

Media merupakan suatu sarana atau perangkat yang dipergunakan untuk mengirimkan pesan dari pengirim kepada penerima. Sementara itu, media massa memiliki makna sebagai sebuah medium yang digunakan untuk menghantarkan pesan dari sumber kepada khalayak, dengan menggunakan berbagai jenis alat komunikasi seperti radio, televisi, film, hingga surat kabar.

Media massa adalah suatu medium atau sarana yang digunakan dalam proses komunikasi kepada masyarakat luas. Dengan pastinya, media massa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemikiran dan perilaku dari masyarakat, baik dalam aspek budaya, sosial maupun politik. Melalui media massa, masyarakat dibentuk untuk memiliki opini publik yang bisa membawa perubahan signifikan (Ardianto, dkk., 2012:58).

2.4.2 Efek Media Massa

Mengutip pendapat M. Chaffe dalam Elvinaro Ardiano, media massa memiliki dampak yang terkait dengan perubahan sikap, emosi, dan perilaku dalam komunikasi. Hal ini dapat dijelaskan dengan adanya efek kognitif, afektif dan konatif dari media massa.

1. Efek kognitif

Efek kognitif media massa terjadi ketika komunikan menerima informasi yang memberikan manfaat bagi dirinya. Dalam efek kognitif tersebut, dibahas mengenai bagaimana media massa dapat membantu khalayak untuk memperoleh informasi yang berguna dan mengembangkan kemampuan kognitifnya.

2. Efek afektif

Media massa tidak hanya bertujuan untuk memberikan informasi kepada khalayak, tetapi lebih dari itu. Media massa berharap khalayak dapat merasakan emosi seperti simpati, terharu, sedih, gembira, dan lain sebagainya. Media massa berusaha menciptakan suasana atau membangkitkan emosi khalayak dalam menyampaikan pesan-pesannya.

3. Efek konatif

Efek konatif media massa terlihat pada perubahan perilaku, tindakan, atau kegiatan dari khalayak.

2.4.3 Film sebagai Media Massa

Terdapat banyak media dalam komunikasi massa, salah satunya adalah film yang merupakan gambar bergerak yang memuat unsur warna, suara dan cerita. Sampai saat ini, film telah menjadi media massa yang sangat terkenal. Film merupakan karya seni dan budaya yang berfungsi sebagai media komunikasi massa dan pranata sosial yang dibuat sesuai dengan prinsip sinematografi dan bisa dipertontonkan di depan banyak orang.

Peran penting film sebagai media komunikasi massa telah diakui. Film merupakan suatu bentuk media komunikasi yang menggunakan unsur audio visual untuk menyampaikan pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat tertentu (Effendy, 1986). Pesan yang terkandung dalam sebuah film bisa berupa apapun tergantung dari misi film tersebut. Tanda-tanda yang ditampilkan dalam film mengandung pesan dan informasi yang berbeda-beda.

Film dibangun dengan banyak tanda yang bekerja sama sebagai sistem utuh untuk mencapai efek yang diinginkan. Sobur dalam bukunya “Semiotika Komunikasi” (2009), berpendapat bahwa, gambar dan suara adalah hal terpenting dalam film, termasuk kata-kata yang diucapkan dan suara-suara lain yang mengiringi gambar-gambar, serta musik dalam film.

Menurut Pratomo (2007:7), film menyampaikan pesna-pesan melalui bahasa filmis yang dibangun menggunakan kode-kode dan konvensi sinematografis. Hal ini dilakukan agar penonton dapat memahami makna dari gambar yang disajikan dalam film tersebut. Film dan gambar memiliki perbedaan

fungsi mendasar, di mana film dianggap sebagai pesan dan gambar sebagai bahasa. Bahasa sendiri merupakan suatu sistem terorganisir secara logis yang terdiri dari beberapa subsistem. Film memperlihatkan kekuatan gambar dalam menyampaikan makna kepada orang lain dan dapat menggabungkan beberapa cabang seni sekaligus.

Sebagai media komunikasi, film memiliki fungsi seperti menghibur, memberikan informasi, serta menceritakan peristiwa, musik, drama dan unsur lainnya kepada masyarakat.

2.5 Film

2.5.1 Definisi Film

Film merupakan sarana untuk menyampaikan berbagai pesan kepada khalayak umum melalui media cerita dan dapat dianggap sebagai media ekspresi artistik bagi para seniman dalam menyampaikan gagasan serta ide cerita yang ingin disampaikan (Wibowo dalam Rizal, 2014).

Film dianggap sebagai hasil dari budaya dan juga sebuah alat ekspresi kesenian. Sebagai media massa, film menggabungkan berbagai teknologi seperti fotografi, dan rekaman suara, serta seni rupa, teater, sastra, arsitektur dan musik (Effendi, 1986:239).

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1992, definisi film adalah karya seni dan budaya yang memiliki hak cipta. Film digunakan sebagai media komunikasi massa yang memancarkan gambar secara visual,

dengan menggunakan prinsip sinematografi dan direkam dengan berbagai teknologi seperti seluloid tape, videotape, atau teknologi lainnya dalam berbagai bentuk, ukuran dan jenis. Film diproses dengan berbagai teknologi dan dapat ditampilkan dengan atau tanpa suara. Proses mekanis elektronik atau teknologi lainnya juga dapat digunakan untuk menampilkan film.

Film adalah suatu fenomena yang kompleks yang mencakup aspek sosial, psikologi, dan estetika. Film terdiri dari kombinasi cerita, gambar, kata-kata dan music yang membentuk sebuah dokumen. Karena kompleksitasnya, film merupakan hasil produksi yang memerlukan dimensi dan teknik. Saat ini film telah menjadi media yang semakin penting dan dianggap sama pentingnya dengan media lainnya.

Film merekam realitas yang ada di masyarakat dan memproyeksikannya di atas layar. Karena kemampuannya menjangkau berbagai lapisan sosial, film dianggap sebagai medium yang dapat mengirimkan pesan kepada masyarakat. Para ahli menyadari kekuatan film untuk mempengaruhi penonton dan beberapa film bahkan diangkat dari kisah nyata yang mempengaruhi pemikiran audiens.

2.5.2 Elemen – Elemen Film

Dalam sebuah film terdapat elemen-elemen penting yang tersusun dengan baik sehingga membentuk sebuah karya film yang dapat dinikmati oleh penonton. Elemen-elemen tersebut meliputi unsur naratif dan unsur sinematik. Unsur naratif merupakan elemen penting yang memungkinkan cerita dalam film dapat

disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami oleh penonton. Unsur naratif film meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. Ruang

Untuk membuat sebuah cerita terjadi, ruang sangat penting karena menjadi tempat di mana para pelaku cerita bergerak dan berekspresi. Dalam film, lokasi dan wilayah yang jelas menjadi unsur penting yang menentukan dimensi ruang.

2. Waktu

Beberapa faktor terkait dengan cerita sebuah film termasuk aspek waktu, yang mencakup urutan, durasi dan frekuensi. Waktu merupakan pola yang membentuk alur cerita dalam film, sehingga urutan waktu sangat menentukan durasi. Frekuensi waktu juga penting untuk diperhatikan, karena suatu adegan harus tertata kemunculannya dalam waktu yang berbeda.

3. Perilaku cerita

Perilaku dalam sebuah cerita melibatkan karakter utama dan karakter pendukung. Karakter pendukung dapat berfungsi sebagai penyebab konflik atau bahkan membantu karakter utama dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi.

4. Konflik

Konflik mampu memberikan dinamika pada cerita dan membuat penonton tertarik untuk terus mengikuti perkembangan cerita. Konflik menciptakan

ketegangan dan menimbulkan rasa ingin tahu pada penonton juga menjelaskan sifat tokoh pada film.

5. Tujuan

Tujuan dapat terdiri dari dua jenis, yaitu tujuan fisik dan nonfisik. Tujuan fisik adalah tujuan yang bersifat konkret dan dapat diwujudkan secara nyata. Sementara tujuan nonfisik adalah tujuan yang lebih abstrak dan tidak berwujud secara nyata.

Dalam unsur sinematik pada film, terdapat empat aspek utama, yaitu mise-en-scene, sinematografi, suara dan editing. Mise-en-scene adalah pengungkapan gagasan yang diubah dari kata-kata menjadi gambaran visual. Unsur ini terdiri dari empat aspek yaitu setting, kostum dan tata rias, pencahayaan, dan aktor.

1. Mise-en-scene

Mise-en-scene merupakan konsep yang mengubah ide dalam bentuk kata menjadi visual melalui gambaran. Mise-en-scene mencakup semua hal yang berada di depan kamera yang akan direkam dalam produksi film, mencakup setting, kostum dan tata rias wajah, pencahayaan, dan aktor.

2. Sinematografi

Ketika semua unsur mise-en-scene telah tersedia dan adegan siap untuk difoto dalam produksi film, maka unsur sinematografi mulai berperan. Secara umum, sinematografi dapat dibagi menjadi tiga aspek yaitu kamera, framing, dan durasi gambar.

3. Suara atau audio

Suara memiliki peran penting dalam membawa pengalaman audiovisual yang menarik bagi penonton. Suara tidak hanya terdiri dari dialog yang diucapkan oleh aktor tetapi juga music dan efek suara yang digunakan untuk menciptakan atmosfer dan emosi yang sesuai dengan adegan yang sedang diputar.

4. Editing

Pada tahap ini, gambar-gambar yang telah diambil akan diolah dan digabungkan menjadi satu kesatuan yang utuh. Dalam produksi, editing didefinisikan sebagai proses memilih dan menggabungkan gambar yang telah diambil, sedangkan dalam pasca produksi editing mengacu pada teknik yang digunakan untuk mengatur penggunaan setiap shot.

2.5.3 Jenis-jenis Film

Menurut Suksma dikutip dalam “Memahami Film” (Pratitsta, 2008), film memiliki fungsi yang sangat beragam, tidak hanya sebagai hiburan bagi masyarakat. Dalam kategorisasi umum, film dikelompokkan menjadi 3 jenis berdasarkan cara penyampaian cerita. Jenis film dibagi menjadi:

1. Film documenter

Film documenter adalah film nonfiksi yang memiliki empat kriteria yaitu adegan dalam film yang merupakan kejadian sebenarnya tanpa interpretasi imajinatif, isi cerita berdasarkan peristiwa nyata, sutradara

memiliki konsentrasi yang lebih pada suatu topik dan memprioritaskan isi dan pemaparan.

2. Film fiksi

Film fiksi memiliki plot cerita yang dibuat berdasarkan imajinasi. Dalam pembuatan film ini, perencanaan dilakukan dengan sangat hati-hati termasuk struktur cerita. Produksi film fiksi lebih kompleks daripada jenis film lainnya karena melibatkan jumlah kru yang lebih banyak dan membutuhkan waktu yang lebih lama untuk mengatur lokasi.

3. Film eksperimental

Film eksperimental memiliki struktur yang didasarkan pada insting subjektif dari sineas yang mencakup gagasan, ide, emosi dan pengalaman batin. Film jenis ini cenderung abstrak dan sulit dipahami karena menggunakan simbol-simbol personal yang diciptakan oleh pembuatnya.

2.6 Representasi

Menurut John Fiske (2004), representasi dapat diartikan sebagai suatu proses komunikasi dimana realitas disampaikan melalui kata-kata, bunyi, citra, atau kombinasinya. Sementara itu, Stuart Hall (1997) menyebutkan bahwa representasi adalah salah satu praktik penting yang memproduksi kebudayaan. Dalam hal ini,

representasi dapat dijelaskan sebagai sebuah proses dimana anggota dari sebuah budaya menggunakan bahasa dan tanda-tanda untuk memproduksi makna.

Representasi menjadi konsep penting dalam kajian budaya karena mampu menggambarkan ekspresi hubungan antara teks dengan realitas, meskipun tidak secara langsung merepresentasikan realitas yang sesungguhnya. Dalam konteks kajian film, representasi menjadi upaya untuk melihat bagaimana realitas dibangun dalam sebuah film. Dalam hal ini, representasi bisa terlihat melalui berbagai elemen dalam film, seperti visual, narasi, dan dialog.

Dalam memahami representasi dalam film, penting untuk memperhatikan bahasa yang digunakan, baik verbal maupun nonverbal. Bahasa dalam hal ini bisa merujuk pada sistem tanda-tanda yang digunakan dalam film, seperti warna, simbol, dan gerakan kamera. Selain itu, konteks sosial dan budaya juga memainkan peran penting dalam pembangunan representasi dalam sebuah film.

Dalam kesimpulannya, representasi merupakan sebuah proses penting dalam pembangunan makna dalam budaya. Dalam konteks kajian film, representasi menjadi kunci untuk memahami bagaimana realitas dibangun dan direpresentasikan melalui berbagai elemen dalam film, serta konteks sosial dan budaya yang mempengaruhi proses tersebut.

2.7 Feminisme

2.7.1 Definisi Feminisme

Teori feminisme terkait erat dengan konsep gender. Secara umum, feminisme merujuk pada gerakan terorganisir untuk memperjuangkan persamaan hak bagi perempuan dan sebagai sebuah ideologi transformasi sosial untuk menciptakan dunia yang adil bagi perempuan. Tujuan utama gerakan feminisme adalah untuk melampaui konsep persamaan sosial yang sederhana dan memperjuangkan kesetaraan gender yang lebih luas.

Menurut Randle dan Graham (2011), perspektif feminisme telah mendominasi banyak literatur penelitian sejak tahun 1970-an. Penelitian ini menyoroti banyaknya kasus kekerasan terhadap perempuan dan berfokus pada konteks gender dalam kehidupan perempuan. Studi tersebut juga membahas ketidaksetaraan gender, pemberdayaan perempuan, serta dukungan untuk terjadinya perubahan sosial.

Secara keseluruhan, feminisme adalah sebuah ideologi yang memperjuangkan pembebasan perempuan dengan keyakinan bahwa perempuan seringkali mengalami ketidakadilan karena gender (Humm, 2002). Feminisme dapat dijelaskan sebagai suatu bentuk dukungan atau advokasi yang bertujuan untuk mencapai kesetaraan antara perempuan dan laki-laki, serta meningkatkan posisi perempuan dalam masyarakat.

Feminisme terdiri dari tiga elemen kunci, yaitu keyakinan akan kesetaraan hak tanpa memandang jenis kelamin, pengakuan akan adanya konstruksi sosial yang

merugikan perempuan di dalam masyarakat, dan adanya identitas dan peran gender. Menurut Cott dikutip dalam Muniarti (2004) menyatakan bahwa, feminisme menentang perbedaan yang menyamakan jenis kelamin dan gender, yang menyebabkan perempuan menjadi kelompok terpinggirkan di dalam masyarakat. Feminisme berjuang untuk mencapai kesetaraan hak dalam konteks perbedaan jenis kelamin.

2.7.2 Aliran-aliran Feminisme

Feminisme merupakan gerakan yang sudah meluas di berbagai belahan dunia, sehingga gerakan ini tentu memiliki banyak sekali sudut pandang yang menciptakan aliran-aliran baru mengenai gerakan ini. Aliran-aliran tersebut terbagi menjadi:

1. Feminisme Liberal

Pada awal abad ke-18, muncul gerakan yang diilhami oleh zaman Pencerahan yang menuntut kebebasan dan kesetaraan dalam pendidikan serta reformasi hukum yang diskriminatif. Gerakan ini didasarkan pada sudut pandang rasionalis dan pemisahan antara ruang privat dan publik. Dalam konteks ini, feminisme liberal bertujuan untuk memperjuangkan kesempatan yang sama bagi semua orang, termasuk perempuan.

2. Feminisme Marxis Tradisional

Gerakan ini berdasarkan teori Marxis yang menentang sistem sosial dan ekonomi yang mengeksploitasi perempuan. Para pengikut gerakan ini percaya bahwa penindasan terhadap perempuan adalah bagian dari penindasan kelas dalam sistem produksi. Dalam pandangan mereka, jika revolusi proletar berhasil menggulingkan sistem kelas, penindasan terhadap perempuan kemungkinan besar akan berakhir.

3. Feminisme Radikal

Gerakan ini menggunakan konsep esensialisme biologis yang menyatakan bahwa perilaku laki-laki terhadap perempuan memiliki konotasi negatif dan merugikan. Selain itu, pendukung gerakan ini menolak konsep keluarga dalam teori dan praktik.

4. Feminisme Sosialis

Gerakan ini merupakan hasil gabungan antara feminisme radikal dan marxis, yang memiliki fokus pada eksploitasi perempuan melalui dua cara, yakni gerakan patriarki dan kapitalis.

5. Ekofeminisme

Gerakan ini menitikberatkan pada penelitian dan evaluasi yang kritis terhadap feminisme modern lainnya, yang dipengaruhi oleh faktor budaya dan sosial serta internal.

6. Gerakan Wanita Dunia Ketiga

Para perempuan dari negara-negara berkembang dan para pejuang dari negara-negara yang pernah dijajah memulai gerakan ini. Gerakan ini

muncul karena situasi yang kompleks dan sulit yang dihadapi perempuan pasca kolonialisme. Gerakan ini lebih memprioritaskan isu-isu seperti imperialisme, penindasan nasional, kelas, etnis, dan ras.

2.8 Semiotika

Dari segi etimologis, semiotika berasal dari kata Yunani *semeion* atau *seme* yang merujuk pada "tanda". Oleh karena itu, semiotika adalah sebuah disiplin ilmu yang membahas tentang hakikat suatu tanda. Selain itu, semiotika juga merupakan sebuah bidang studi yang mengkaji tentang bagaimana sistem tanda bekerja, dan termasuk dalam cabang filsafat penanda. Dalam kata lain, semiotika dapat diartikan sebagai studi tentang makna suatu objek melalui tanda.

Tanda yang dimaksud meliputi konteks sosial dan budaya yang membentuknya, yang digunakan untuk memberikan makna tertentu. Tanda tersebut terdiri dari kode-kode yang disusun secara sistematis untuk menyampaikan pesan atau perasaan yang tersirat pada manusia. Karena manusia merupakan mediator dalam proses komunikasi, tanda menjadi sangat penting dan manusia memainkan peran penting dalam memahami makna dari tanda tersebut.

Teori semiotika komunikasi mencerminkan proses komunikasi sebagai proses yang melibatkan penggunaan tanda-tanda seperti bahasa, lambang, dan simbol untuk menyampaikan pesan dengan sudut pandang subjektif. Saussure (2016:7), seperti yang dikutip oleh Sobur, menjelaskan bahwa semiotika adalah ilmu yang mempelajari peran tanda dalam kehidupan sosial.

Semiotika merupakan suatu ilmu atau metode analisis untuk mempelajari tanda. Tanda-tanda merupakan perangkat yang digunakan manusia untuk berinteraksi di dunia ini bersama-sama manusia lainnya. Dalam istilah semiologi, semiotika bertujuan untuk mempelajari bagaimana manusia memberikan makna pada hal-hal di sekitarnya. Pada dasarnya, semiotika ingin memahami bagaimana kemanusiaan menginterpretasi objek-objek di dunia ini. (Barthes, yang dikutip oleh Sobur, 2016:15).

Semiotika adalah sebuah disiplin ilmu yang digunakan untuk menganalisis tanda-tanda dengan bantuan manusia. Tanda yang dianalisis meliputi objek-objek yang ditampilkan dalam berbagai media seperti teks, gambar, video, dan simbol-simbol yang ada dalam media cetak atau elektronik. Manusia berperan sebagai perantara dalam proses analisis tanda, sekaligus sebagai pengguna simbol dalam menyampaikan pesan. Dalam proses komunikasi, semiotika membantu dalam menafsirkan pesan-pesan yang disampaikan melalui berbagai tanda yang digunakan.

2.9 Kerangka Teoritis

2.9.1 Analisis Semiotika Roland Barthes

Roland Barthes, seorang ahli semiotika, melakukan pengembangan pada konsep semiotika Ferdinand de Saussure yang mengatakan bahwa penanda berperan sebagai objek dan petanda sebagai bentuk makna. Barthes menambahkan

bahwa makna yang sebenarnya disebut denotasi, sedangkan makna tambahan disebut konotasi, dan terdapat mitos yang muncul di balik komunikasi sehari-hari.

Konsep semiotik atau semiologi menekankan pada bagaimana manusia memaknai berbagai hal, tanpa perlu mengomunikasikan tafsiran makna tersebut. Penafsiran tersebut mencakup tidak hanya informasi, tetapi juga sistem terstruktur dari tanda jika hal-hal tersebut akan dikomunikasikan. (Barthes, 1998:179; Sobur:15)

Menurut Barthes, pembaca memiliki peran penting dalam pengungkapan salah satu aspek penting mengenai tanda. Konotasi, sebagai sifat alami dari tanda, memerlukan partisipasi aktif dari pembaca agar dapat berfungsi. Barthes dengan jelas merujuk pada sistem pemaknaan kedua sebagai konotatif dan tataran pertama sebagai denotatif.

Gambar 2.1 Peta Tanda Roland Barthes

<i>Signifier</i> (Penanda)	<i>Signified</i> (Petanda)
<i>Denotative Sign</i> (Tanda Denotatif)	
<i>CONNOTATIVE SIGNIFIER</i> (PENANDA KONOTATIF)	<i>CONNOTATIVE SIGNIFIED</i> (PETANDA KONOTATIF)
<i>CONNOTATIVE SIGN</i> (TANDA KONOTATIF)	

Dari gambar peta di atas, dapat disimpulkan bahwa tanda denotatif terdiri dari penanda dan petanda, di mana denotatif juga merupakan penanda konotatif secara bersamaan. Oleh karena itu, hal tersebut merupakan unsur material yang

hanya dapat direfleksikan konotasi seperti harga diri, garang, dan keberanian, jika seseorang mengenali tanda "singa".

Menurut Cobley dan Jansz (1999:51), tanda konotatif bukan hanya memberikan makna tambahan atau memperbesar, tetapi juga mempertahankan kedua komponen tanda denotatif sebagai fondasinya. Barthes memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kesempurnaan semiologi Saussure, yang hanya mencapai level penandaan denotatif.

Dalam semiologi, denotasi dan konotasi memainkan peran penting dibandingkan dengan peran lainnya dalam ilmu linguistik. Denotasi memiliki sifat langsung, artinya terdapat makna khusus dalam sebuah tanda yang pada dasarnya merupakan gambaran dari petanda (Berger, 2000b:55). Denotasi sering diartikan sebagai makna yang sebenarnya, yang merujuk pada penggunaan bahasa dengan arti yang sebenarnya terucap. Dengan kata lain, denotasi adalah level tandaan yang pada pemaknaannya menghasilkan makna yang eksplisit, langsung, dan pasti.

Di sisi lain, makna konotasi sedikit berbeda ketika terkait dengan budaya tersirat dalam tanda tersebut, yang berbeda dengan makna yang sebenarnya terkandung di dalamnya. Konotasi mengungkapkan makna yang tidak eksplisit, tidak langsung, dan tidak pasti. Pemahaman konotatif dijelaskan sebagai aspek dari satu atau sekelompok kata yang berasal dari perasaan dan pikiran yang muncul atau berpengaruh pada penulis dan pembaca. Arthur Asa Berger berpendapat bahwa ada hal-hal yang bersifat simbolis, tanda, atau historis yang

terkait dengan emosi (Berger, 2000:15). Subyektifnya, ada pergeseran dari makna umum yaitu denotatif yang disebabkan oleh penambahan emosi dan nilai tertentu, yang hanya bisa dimengerti oleh sebagian kecil orang.

Mitos digunakan sebagai justifikasi nilai-nilai dominan yang berlaku pada waktu tertentu. Meskipun terdapat tiga dimensi tanda - yaitu penanda, petanda, dan tanda - dalam pemaknaan mitos, sistem pemaknaannya unik karena mitos dibangun dari pemaknaan sebelumnya atau sebagai pemaknaan tataran kedua. Mitos adalah sistem komunikasi lisan atau pesan, dan merupakan cara pemaknaan bentuk yang tidak dapat dianggap sebagai objek, konsep, atau ide.

Mitos terbentuk dalam bentuk lisan dan dapat diartikan melalui wacana. Beberapa aspek yang ditekankan oleh Barthes adalah dinamisme mitos, yang mengalami perubahan yang cepat untuk menyesuaikan nilai-nilai budaya yang berubah dan tuntutan masyarakat untuk menjadi bagian dari kebudayaan tersebut. Oleh karena itu, mitos dijelaskan sebagai cara pemaknaan dalam bentuk pesan lisan, bukan sebagai aspek mitologi atau sejenisnya.

2.9.2 Teori Konstruksi Realita Sosial

Pada tahun 1966, Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, kedua sosiolog dari *New for Social Research* di New York dan University of Frankfurt, merintis teori kontruksi realitas sosial yang dijelaskajn dalam buku "*The Social Construction of Reality*". Teori ini dikaji secara sistematis dan secara teotitis di bidang ilmu sosiologi.

Hasan Basri menerjemahkan buku Berger dan Luckmann yang menjelaskan teori konstruksi realitas sosial dalam sosiologi kontemporer. Teori ini berlandaskan pada sosiologi pengetahuan dan memahami bahwa kenyataan dibangun secara sosial. Dalam pemahaman ini, kenyataan dan pengetahuan memiliki peran penting. Kenyataan dianggap sebagai kualitas yang terdapat dalam fenomena yang diakui memiliki keberadaannya sendiri dan tidak tergantung pada manusia. Sedangkan pengetahuan adalah keyakinan bahwa fenomena itu nyata dan memiliki karakteristik tertentu.(1990:1)

Teori ini menjelaskan bahwa realitas terdiri dari kualitas yang mengandung realitas yang diakui sebagai kebenaran yang tidak tergantung pada kemajuan atau kehendak individu, tetapi dipengaruhi oleh perkembangan kehidupan dan bermasyarakat. Pengetahuan muncul dalam masyarakat dengan karakteristik tertentu dan realitas kepastian yang ada diterima sebagai benar dengan ciri-ciri yang jelas dari interaksi kebiasaan masyarakat.

Berger dan Lucman, yang dikutip oleh Sobur (2006:186) menjelaskan bahwa, realitas sosial terbentuk melalui dominasi dan peran manusia dalam menciptakan citra kehidupan dan mengatur bentuk sosial melalui makna simbolis dari berbagai bidang. Realitas sosial terdiri dari tiga jenis realitas, yaitu realitas objektif, realitas simbolik, dan realitas subjektif. Realitas objektif terbentuk dari pengalaman di dunia objektif yang berada diluar diri individu, dan dianggap sebagai realitas yang sebenarnya. Realitas simblolik merupakan bentuk ekspresi simbolik dari realitas objektif yang dibagikan. Sementara itu, realitas subjektif

terbentuk ketika individu menyerap kembali realitas obyektif dan simbolik melalui proses internalisasi.

Setiap peristiwa kedalam realitas sosial yang obyektif terdiri dari peristiwa-peristiwa yang benar-benar terjadi berdasarkan pengalaman di dunia nyata. Sehingga realitas obyektif tersebut dapat diterima dan digunakan oleh pekerja media untuk membangun realitas subjektif menjadi obyektif yang sesuai dengan pilihan simbolik dan dapat diterima oleh masyarakat sebagai realitas obyektif yang ada.

Berger dan Luckman dalam Sobur (2016:91), menggambarkan konstruksi sosial sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksi, dimana individu secara intens menciptakan suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif.

Proses sosial yang melibatkan tindakan dan interaksi individu merupakan dasar dari konstruksi realitas, dimana realitas tersebut kemudian dialami secara nyata. Tindakan dan interaksi yang terjadi mencerminkan ekspresi diri individu, Sementara interaksi melalui produk sosial masyarakat merupakan bentuk ekspresi interaksi. Produk sosial ini memiliki peran penting dalam menyampaikan ekspresi diri individu dalam masyarakat.

Realitas konstruksi terbentuk oleh sekelompok individu yang secara aktif menciptakan pandangan mereka terhadap dunia, yang pada akhirnya menjadi bagian dari identitas mereka. Cara pandangan itu diungkapkan adalah nyata dan bersifat subjektif karena proses konstruksi realitas tersebut terjadi melalui

interaksi dan tindakan sosial-individu dalam masyarakat. Hal ini dilakukan untuk mencerminkan bagaimana seseorang berinteraksi dan bertindak dalam kehidupan bermasyarakat.

2.10 Kerangka Penelitian

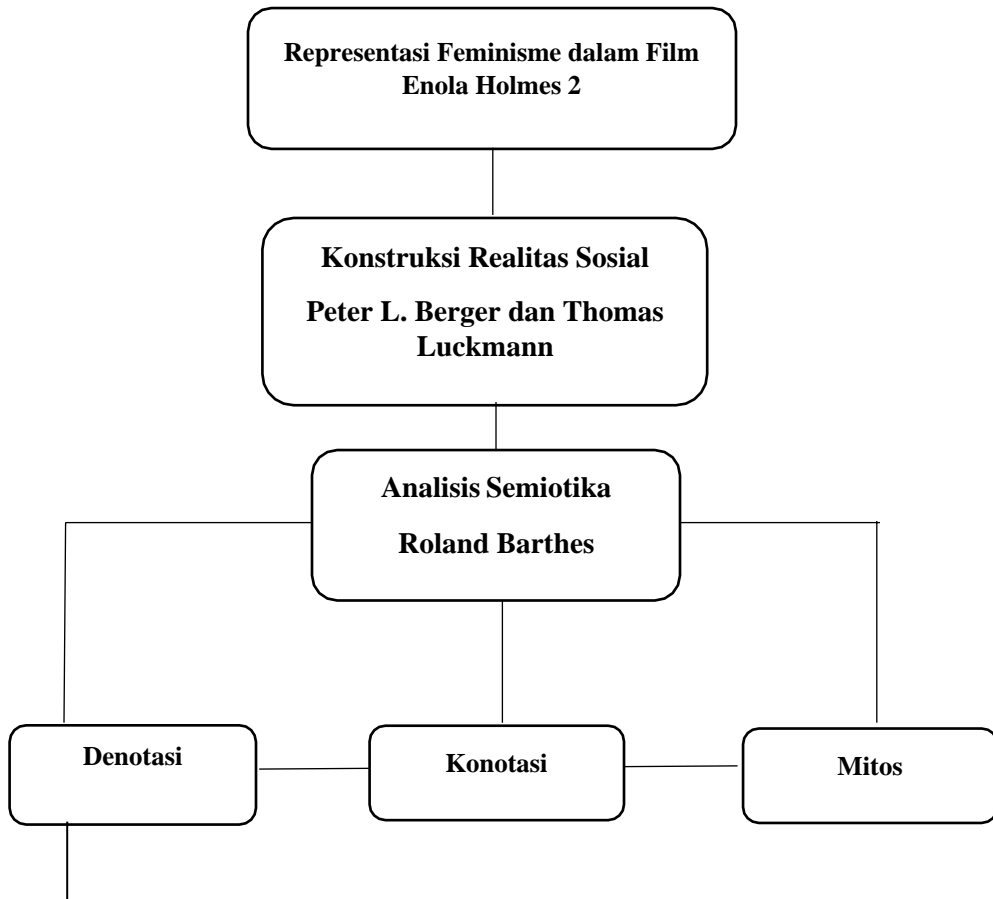
Pada sebuah penelitian terdapat kerangka pemikiran yang menjadi sebuah landasan dalam memecahkan masalah yang dikemukakan, dalam penelitian ini penulis akan membahas mengenai “Representasi Feminisme dalam Film Enola Holmes 2”

Untuk menganalisis pesan, makna serta tanda representasi feminisme yang terkandung di dalam film tersebut, penulis menggunakan Teori Semiotika milik Roland Barthes sebagai dasar dalam penelitian ini untuk dapat menginterpretasikan tanda-tanda yang ditampilkan dalam film menjadi 3 jenis yaitu makna konotasi, denotasi dan mitos.

Peneliti juga mengkonstruksi nilai realitas sosial yang terdapat pada film untuk mengetahui tanda-tanda yang merupakan sebuah representasi dari masyarakat yang diangkat ke dalam adegan-adegan film Enola Holmes 2.

Dalam uraian tersebut dibentuk suatu kerangka berpikir seperti dalam bagan berikut:

Gambar 2.2 Kerangka Penelitian



Sumber: Peter L. Berger, Thomas Luckmann, Roland Barthes dan modifikasi peneliti 2023