

## **BAB II**

### **KAJIAN LITERATUR DAN KERANGKA KONSEPTUAL**

#### **2.1. Kajian Literatur**

Kajian literatur merupakan suatu penelusuran dan penelitian kepustakaan dengan membaca berbagai sumber seperti buku, jurnal dan terbitan lain tentang topik penelitian untuk menghasilkan satu tulisan berkenaan dengan satu topik tertentu.

##### **2.1.1. Review Penelitian Sejenis**

Sebelum melakukan penelitian mengenai Pesan Moral dalam Film “*Miracle In Cell No.07*Versi Indonesia”, peneliti terlebih dahulu melakukan tinjauan pustaka. Tinjauan pustaka ini adalah melakukan tinjauan dengan penelitian sebelumnya yang sejenis atau terkait dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Penelitian terdahulu menjadi acuan dan faktor penting upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan suatu inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya. Dalam penelitian ini terdapat beberapa penelitian sejenis yang menjadi acuan peneliti dalam melakukan penelitian, diantaranya adalah sebagai berikut. *Review* penelitian sejenis menjadi salah satu referensi peneliti untuk menjadi bahan literatur selain buku, jurnal dan yang lainnya.

Guna untuk mencari persamaan dan perbedaan maka peneliti sajikan *review* sebagai berikut:

1. Penelitian disusun oleh Elita Sartika (2014) yang merupakan mahasiswa Universitas Mulawarman Program Studi Ilmu Komunikasi dengan judul “*Analisis Isi Kualitatif Pesan Moral Dalam Film Berjudul “Kita Versus Korupsi”*”. Penelitian ini dilakukan dengan bertujuan untuk mendeskripsikan pesan moral yang bersifat tampak atau *manifest* dan tersembunyi atau *latent message* dalam film yang berjudul “Kita Versus Korupsi”. Penelitian ini difokuskan pada moral dalam hubungan manusia dengan Tuhan, moral dalam hubungan manusia dengan manusia lainnya, moral dalam hubungan manusia dengan alam, dan moral dalam hubungan manusia dengan diri sendiri. Metode penelitian yaitu metode deskriptif kualitatif dengan teknik analisis data yakni analisis isi kualitatif (*qualitative content analysis*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk "pesan moral yang tampak" dalam film berjudul "Kita Versus Korupsi" adalah moral dalam hubungan manusia dengan Tuhan yang berupa percaya kepada Tuhan. Moral dalam hubungan manusia dengan manusia lain yang berupa kekeluargaan, kepedulian, tolong-menolong. Moral dalam hubungan manusia dengan diri sendiri yang berupa takut, jujur, sabar, keegoisan, keberanian, kecerdikan, harga diri, bangga, keraguan dan kecewa. Sedangkan hasil analisis yang diperoleh untuk "pesan moral yang tersembunyi" dalam film berjudul "Kita Versus Korupsi" adalah moral dalam hubungan manusia dengan Tuhan yang berupa bersyukur dan percaya kepada Tuhan. Moral dalam hubungan

manusia dengan manusia lain yang berupa kasih sayang, rela berkorban, kekeluargaan, kepedulian, gotong-royong dan tolong-menolong.

2. Penelitian disusun oleh Ishmatun Nisa (2022) yang merupakan mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi dengan judul “*Analisis Semiotika Pesan Moral Dalam Film Jokowi*”. Penelitian ini dilakukan dengan bertujuan untuk mendeskripsikan representamen, object, dan interpretant serta pesan moral yang terdapat di dalam Film *Jokowi*. Teori yang digunakan adalah teori Charles Sanders Peirce. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis semiotika. Penelitian ini menghasilkan pesan moral dari tanda- tanda yang terkandung dalam film *Jokowi*. Lima scene tersebut mengandung pesan-pesan moral yang bisa dicontoh untuk para anak-anak agar tertanam pada diri mereka sifat-sifat atau moral yang mulia. Serta bisa menjadi pribadi yang lebih baik lagi untuk mencapai masa depan yang gemilang. Pesan moral yang dihasilkan, yaitu: melestarikan budaya Indonesia, mengingat Tuhan, tolong menolong, identitas dalam beragama, toleransi dan kerukunan antar umat beragama, jangan melakukan dan menerima suap, rajin dan ulet untuk mencapai kesuksesan, dan bersyukur.
3. Penelitian disusun oleh Ryan Diputra (2022) yang merupakan mahasiswa Universitas Gunadarma Depok Program Studi Ilmu Komunikasi dengan judul “*Analisis Semiotika dan Pesan Moral pada Film Imperfect 2019*”.

- Karya Ernest Prakasa*". Penelitian ini menggunakan Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Semiotika Charles Sanders Peirce dan konsep pesan moral menurut Burhan Nurgiyantoro. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Terlihat dari hasil analisis dalam penelitian ini bahwa terdapat makna yang direpresentasikan oleh film *Imperfect* berdasarkan jawaban dari sutradara dan penontonnya lewat kajian aspek objek teori semiotika milik Charles Sanders Peirce yaitu terdiri dari dimensi Ikon, Indeks, dan Simbol dan juga terdapat pesan moral yang dikaji melalui konsep moral Burhan Nurgiyantoro. Kesimpulannya adalah Ikon berisi para tokoh beserta karakter dalam film. Indeks merupakan representasi makna yang digambarkan melalui adegan dalam film. Simbol berisi tentang representasi makna melalui adegan dalam film yang memiliki arti yang dapat diterima oleh para penontonnya berdasarkan referensi masyarakat. Selain itu terdapat pesan moral yang ditinjau berdasarkan klasifikasi pesan moral menurut Burhan Nurgiyantoro, yaitu moral untuk mensyukuri fisik yang diberikan tuhan, mencintai diri sendiri, dan bagaimana seharusnya kita tidak mengkritik atau menghina fisik orang lain.
4. Penelitian disusun oleh Muhammad Arief Setyadi, Yuliana Rachma Putri, Asaas Putra (2018) yang merupakan mahasiswa Universitas Telfom Fakultas Komunikasi dan Bisnis Program Studi Ilmu Komunikasi. Penelitian ini menganalisis nilai kemanusiaan yang direpresentasikan

melalui adegan, dialog dan setting melalui *scene-scene* yang telah dipilih oleh peneliti. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan paradigma konstruktivis. Penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika dari Ferdinand De Saussure dan unit analisis berupa gambar yang berisi interpretasi dalam *scene-scene* film. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna penanda dan petanda pada adegan, dialog dan setting dalam film *The Call*. Hasil dari penelitian yang berjudul “Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Sebagai Representasi Nilai Kemanusiaan terhadap Film *The Call*” ini adalah adanya pesan-pesan yang tersembunyi pada film ini. Berdasarkan analisis semiotika Ferdinand De Saussure, terdapat representasi nilai kemanusiaan melalui adegan, dialog dan setting. Adapun nilai kemanusiaan yang tampak pada film *The Call* ini adalah (1) Kepedulian terhadap sesama manusia (2) Rela berkorban demi keselamatan masyarakat (3) Tolong-menolong bekerja sama di tengah kesulitan (4) Menempatkan kepentingan masyarakat di atas kepentingan pribadi.

5. Penelitian disusun oleh Rachel Mauliadina Nuryadi (2016) mahasiswa Universitas Pasundan Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan judul penelitian “*Analisis Semiotika pada Film Joker. Penelitian ini berjudul "Analisis Semiotika Pada Film Joker"*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana makna dari tanda (*Represetament*), acuan tanda (*Object*), dan penggunaan tanda (*Interpretant*). Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan ilmu dan pengalaman tentang analisis semiotika yang ada pada film joker dalam

upaya mengetahui makna *Representament*, *Object*, dan *Interpretant* yang ada dalam film joker. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu dengan menemukan penemuan-penemuan tentang bagaimana makna *representament*, objek dan *interpretant* yang ada dalam film *Joker*. Berdasarkan hasil penelitian maka diperoleh makna pada film *Joker*. Joker memiliki makna *Representament*, *Object* dan *Interpretan* yang dilihat dari fungsi komunikasi, nilai-nilai social dan memiliki makna yang mendalam, sehingga membuat orang yang sudah menonton film Joker, memiliki sebuah persepsi terhadap makna yang terkandung dalam film ini *Representamen* dalam sebuah film ialah suatu tanda-tanda yang terjadi pada suatu *scene* atau adegan yang terjadi.

6. Penelitian disusun oleh Iva Nurul Syifa (2016) yang merupakan mahasiswa Universitas Pasundan Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan judul penelitian "*Analisis Semiotika Pada Film Dua Garis Biru*". Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui makna denotasi, makna konotasi, mitos dan pesan moral yang terkandung dalam film tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Teori yang digunakan dalam mengkaji makna dan *symbol* menjelaskan upaya untuk menemukan tanda-tanda yang memiliki arti adalah teori semiotika Roland Barthes, yakni makna denotasi, konotasi dan mitos. Mitos disini merupakan pengungkapan apa yang terjadi pada periode tertentu. Hasil penelitian makna yang terdapat pada film berupa pemabaman konsekuensi seks pra mikah serta peran orang tua dalam menghadapi

maasalah adapula mitos berupa seks pra nikah menjadi salah satu aktivitas yang tidak tabu dan pesan moral berupa rasa tanggung janab atas segala perbuatan dan segera bangkit untuk mencapai impian.

Tabel 2. 1 *Review Penelitian Sejenis*

No	Nama/Judul/Asal	Metode Penelitian	Tujuan Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Jurnal Ilmu Komunikasi karya Elita Sartika dengan judul Analisis Isi Kualitatif Pesan Moral Dalam Film Berjudul “Kita Versus Korupsi” pada tahun 2014	Analisis isi	Tujuan penelitan ini adalah mengetahui dan memahami isi dari film Kita Versus Korupsi	Mencari pesan moral	Metode penelitian, objek dan teori
2.	Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia karya Ishmatun Nisa pada tahun 2022 dengan judul Analisis Semiotika Pesan Moral Dalam Film Jokowi	Semiotika	Tujuan penelitan ini adalah mengetahui dan memahami representamen, object, dan intrepretan yang terdapat dalam film Jokowi	Mencari pesan moral	Objek penelitian, dan teori.
3.	Jurnal Purnama Berazam karya Ryan Diputra dengan judul Analisis Semiotika dan Pesan Moral pada Film Imperfect 2019 Karya Ernest Prakasa di publish pada tahun 2022	Semiotika	Tujuan penelitan ini adalah mengetahui dan memahami representamen, object, dan intrepretan yang terdapatdalam film Imperfect	Mencari pesan moral	Objek penelitian dan teori.

4.	Jurnal Muhammad Arief Setyadi, Yuliana Rachma Putri, Asaas Putra. Tahun 2018. Analisis Semiotika <i>Ferdinand De Saussure Sebagai Representasi Nilai Kemanusiaan Dalam Film • The Call»</i>	Semiotika	Penelitian ini terfokus pada analisis makna penanda dan petanda yang berkaitan dengan nilai kemanusiaan yang terdapat pada film The Call dengan menggunakan teori semiotika Ferdinand De Saussure	Mencari pesan moral	Objek penelitian dan teori.
5.	Skripsi Rachel Mauliadina Nuryadi mahasiswa Universitas Pasundan tahun 2016 yang berjudul <i>Analisis Semiotika pada Film Joker. Penelitian ini berjudul "Analisis Semiotika Pada Film Joker"</i>	Semiotika	Tujuan diadakan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana makna dari tanda (Represetament), acuan tanda (Object), dan penggunaan tanda (Interpretant).	Mencari pesan moral	Objek penelitian dan teori.
6.	Skripsi Iva Nurul Syifa mahasiswa Universitas Pasundan tahun 2016 yang berjudul <i>"Analisis Semiotika Pada Film Dua Garis Biru"</i>	Semiotika	Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui makna denotasi, makna konotasi, mitos dan pesan moral yang terkandung dalam film <i>Dua Garis Biru</i> .	Mencari pesan moral	Objek penelitian

**Sumber:** *Olahan Peneliti 2023*

## **2.2. Kerangka Konseptual**

Kerangka konseptual adalah keterkaitan atau hubungan antara konsep masalah yang diteliti dengan konsep lain. Kerangka konseptual didapatkan dari suatu konsep ilmu atau teori ilmiah yang dijadikan sebagai landasan penelitian (Setiadi, 2013).

### **2.2.1. Komunikasi**

#### **2.2.1.1 Definisi Komunikasi**

Komunikasi merupakan suatu proses yang melibatkan pertukaran informasi, gagasan, dan perasaan antara individu atau kelompok. Komunikasi tidak hanya melibatkan kata-kata, tetapi juga termasuk ekspresi wajah, bahasa tubuh, serta penggunaan media atau teknologi yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Komunikasi bukan hanya tentang pengiriman pesan, tetapi juga melibatkan pendengaran, pemahaman, dan tanggapan dari penerima pesan yang melibatkan aspek mendengarkan aktif, memperhatikan bahasa tubuh dan ekspresi wajah, serta memahami konteks dan situasi.

Menurut Belerson dan Stainer dikutip oleh Effendy dalam bukunya *Komunikasi Teori dan Praktek* (2005) mendefinisikan Komunikasi adalah penyampaian informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dengan menggunakan lambing- lambang, kata-kata, gambar, bilangan, grafik, dan lain-lain. Kegiatan atau proses penyampaianlah yang biasanya dinamakan komunikasi.

Komunikasi merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia. Komunikasi merupakan salah satu cara utama di mana individu berinteraksi dan berhubungan dengan orang lain. Sejak lahir, manusia memiliki kecenderungan alami untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan lingkungan dan orang di sekitarnya. Komunikasi memungkinkan manusia untuk menyampaikan kebutuhan, membangun hubungan sosial, mendapatkan pemahaman, dan berpartisipasi dalam kehidupan sosial. Komunikasi membantu membangun hubungan interpersonal, mengungkapkan ide dan pendapat, menyampaikan informasi, memecahkan masalah, dan mempengaruhi perilaku orang lain.

#### **2.2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi**

Harold Laswell dalam buku karya Deddy Mulyana yang berjudul Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar menjelaskan bahwa komunikasi adalah “*Who say What In Which Chanel To Whom With What Effect*” Mulyana (2013), Definisi tersebut dapat diartikan “Siapa Mengatakan Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana?” Definisi Harold Laswell tersebut dapat ditarik menjadi lima unsur komunikasi sebagai berikut:

##### 1. *Who* (siapa)

Who diartikan sebagai siapa yang melakukan komunikasi atau bisa disebut komunikator. Who merujuk kepada orang yang berinisiatif untuk memulai komunikasi.

##### 2. *Say what* (pesan)

Pesan merupakan unsur utama pada komunikasi. Dalam hal ini pesan merupakan inti dari dilakukannya komunikasi tersebut. Pesan dapat berupa informasi, gagasan, dan ide dan bisa berbentuk simbol verbal ataupun nonverbal.

3. *In which channel* (saluran)

Saluran merupakan apa yang digunakan untuk melakukan komunikasi. Saluran merupakan media atau alat perantara untuk menyampaikan suatu pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan baik itu secara lisan, simbol, gerakan badan, radio, televisi, surat kabar, gambar, tergantung tujuan komunikasi masing-masing.

4. *To whom* (penerima)

Penerima merupakan audience yang menjadi target yang akan mendapatkan informasi, ide, dan gagasan dari komunikator.

5. *With what effect* (dampak)

Dampak merupakan hasil dari komunikasi yang telah dilakukan sebelumnya. Dampak dari komunikasi dapat berupa perubahan sikap atau bertambahnya pengetahuan atau wawasan.

### 2.2.1.3 Tujuan Komunikasi

Setiap komunikasi yang dilakukan mempunyai berbagai macam tujuan yang berbeda. Tujuan komunikasi adalah sesuatu atau target yang ingin dicapai saat komunikasi tersebut dilakukan. Menurut Effendy (2003) terdapat empat tujuan dalam komunikasi, diantaranya:

1. Perubahan sikap (*Attitude change*)

Salah satu tujuan dalam melakukan komunikasi adalah mengubah sikap. Didalam komunikasi terdapat pesan dan informasi tentang sesuatu yang dapat mempengaruhi seseorang tentang bagaimana harus bersikap.

2. Perubahan pendapat (*Opinion change*)

Tujuan yang kedua adalah komunikasi mengubah opini, pendapat, atau pandangan seseorang jika komunikasi yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan disampaikan dengan baik dan efektif.

3. Perubahan perilaku (*Behavior change*)

Tujuan komunikasi yang ketiga adalah mengubah perilaku seseorang.

Komunikator yang memiliki kredibilitas tinggi dapat berpengaruh kepada komunikan yang ia ajak berkomunikasi sehingga komunikator dapat dengan mudah mengubah perilaku komunikan.

#### 4. Perubahan sosial (*Social change*)

Dari ketiga tujuan sebelumnya, tujuan akhir dari komunikasi adalah perubahan sosial. Adanya perubahan dalam masyarakat merupakan tujuan dari komunikasi untuk mengubah sikap masyarakat, pendapat masyarakat, serta perilaku masyarakat ke arah perubahan sosial yang lebih baik.

Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa tujuan komunikasi adalah sesuatu atau target yang ingin dicapai saat komunikasi tersebut dilakukan.

## **2.2.2. Komunikasi Massa**

### **2.2.2.1 Definisi Komunikasi Massa**

Dalam praktiknya, komunikasi massa merupakan suatu proses pengiriman pesan dari komunikator kepada komunikan melalui alat perantaranya yaitu media massa, Dengan begitu, pesan yang ada pada komunikasi massa ini diperuntukan kepada khalayak (massa). Saluran yang digunakan dalam komunikasi massa ini berupa media massa cetak, media masaonline, atau elektronik.

Saluran media massa cetak biasanya pesan yang disampaikan bersifat teks dan gambar. Jenis dari saluran media massa seperti pamflet, majalah, poster, dan yang lainnya. Sedangkan saluran media massa elektronik dalam proses penyampaian pesannya biasa ditemukan melalui radio dimana hanya berupa audio saja, dan televisi yang bersifat audio-visual (suara dan gambar). Adapun media massa yang lainnya adalah media massa online, media ini terbilang media yang cukup lengkap dari yang lainnya, melalui media ini, hanya dengan waku beberapa detik saja pengirim pesan akan dengan mudah mengirim pesan kepada penerima

pesan. Keunggulan dalam media massa online ini ada pada alur komunikasi yang lebih efektif dan juga cepat, karena didukung dengan adanya jaringan internet, sehingga akan memudahkan penerima dan pengirim pesan dengan mudah menyampaikan pesannya.

Menurut pakar komunikasi, definisi komunikasi massa paling sederhana dikemukakan oleh Gerbner dikutip dari buku Komunikasi Massa, karangan Ardianto, yaitu “*Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies*” (2003:3).

Dalam definisi diatas, komunikasi massa adalah produksi dan penyebaran arus berita berbasis teknologi dan institusi yang berkelanjutan dan paling banyak disebarluaskan oleh orang-orang dalam masyarakat industri.

#### **2.2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa**

Fungsi komunikasi massa menurut Dominick (2007:14), dalam buku Komunikasi Massa karangan Ardianto adalah sebagai berikut:

1. Fungsi *surveillance* (pengawasan), dalam hal ini, fungsi kontrol komunikasi massa tidak lepas dari peran media massa sebagai penjaga tatanan sosial masyarakat; media massa dapat digambarkan sebagai instrumen kontrol sosial.
2. Fungsi *interpretation* (penafsiran), komunikasi massa memberikantugas bahwa komunikasi massa sebagai saluran menyampaikan berita atau data, fakta dan informasi dengan tujuan menginformasikan dan mendidik masyarakat.

3. Fungsi *linkage* (keterkaitan), komunikasi massa dalam fungsi penyambungannya, saluran media dapat digunakan sebagai alat penghubung bagi kelompok sasaran atau masyarakat yang tidak setara.
4. Fungsi *transmission of value* (penyebaran nilai), komunikasi massa sebagai fungsi difusi nilai mengacu pada bagaimana individu atau kelompok sasaran dapat mengadopsi perilaku dan nilai kelompok lain. Ini karena media massa, seperti saluran, menyajikan pesan atau nilai yang berbeda kepada orang yang berbeda.
5. Fungsi *entertainment* (hiburan), dalam penyelenggaraan komunikasi massa sebagai sarana hiburan, komunikasi massa sebagai saluran komunikasi massa dapat menyampaikan pesan-pesan yang mampu memberikan kesenangan kepada khalayak. Padahal, kondisi ini menjadi nilai tambah bagi komunikasi massa yang selalu menghibur, meski isi pesannya tidak hanya menghibur.

Kelima fungsi di atas juga berlaku bagi media massa sebagai saluran penyampaian pesan. Sehingga media massa saat ini digunakan sebagai alat kontrol sosial, mengingat fungsi media massa sebagai penyampai pesan kepada masyarakat dan pesan yang disampaikannya tentu memberikan dampak yang besar bagi masyarakat. Isi pesan dalam komunikasi massa tentu mempengaruhi perasaan, sikap, perilaku, dan lain-lain.

### 2.2.2.3 Karakteristik Komunikasi Massa

Menurut Effendy (2003:81-83) dalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi, menerangkan bahwa karakteristik komunikasi massa sebagai berikut:

1. Komunikasi massa bersifat umum yaitu, pesan yang disampaikan melalui media massa bersifat terbuka untuk khalayak. Saluran yang digunakan bersifat cetak, elektronik, dan sebagainya, dan apabila pesan yang disampaikan hanya pada satu orang saja maka dari itu pesan tersebut bukan termasuk komunikasi massa.
2. Komunikasi bersifat heterogen yaitu, komunikasi massa yang memiliki jumlah komunikan besar sehingga memperoleh pesan-pesan komunikasi secara terbuka, erat sekali dengan sifat heterogen komunikan.
3. Media massa menimbulkan keserempakan yaitu, menciptakan keserentakan dalam jarak jauh dari komunikator dengan sejumlah besar penduduk dan penduduk tersebut dengan yang lainnya berada dalam lingkungan yang terpisah.
4. Hubungan komunikator-komunikan bersifat non-pribadi, artinya dalam komunikasi massa, hubungan antara komunikator dan komunikan yang anonim dicapai oleh orang-orang yang dikenal hanya dalam peranannya yang bersifat umum sebagai komunikator. Impersonalitas ini disebabkan oleh teknologi dan penyebaran massa, dan sebagian karena tuntutan peran publik dari media.

Karakteristik yang di atas harus menjadi bahan pertimbangan dalam menyampaikan sebuah pesan melalui media massa, karena jika pesan ingin tersampaikan dengan baik, maka perlu ditelaah kembali agar tujuan dari

komunikasi tersebut tersampaikan karena akan terjadi perubahan sikap, opini, dan yang lainnya. Oleh karena itu, dalam proses komunikasi melalui media massa perlu adanya optimalisasi agar proses pesannya tersampaikan dengan baik.

#### **2.2.2.4 Unsur Komunikasi Massa**

Menurut Harold Laswell dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar yang dikutip oleh Deddy Mulyana, cara yang baik menggambarkan komunikasi itu dengan menjawab pertanyaan “*Who Say Wha In Which Channel To Whom With What Effect*” atau siapa yang mengatakan, apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dengan pengaruh yang bagaimana. Sumber (*Source*): Disebut juga sebagai *sender*, *communicator*, *speaker*, dan yang lainnya dimana pihak yang berinisiatif mempunyai kebutuhan dalam berlangsungnya komunikasi.

1. Pesan (*Message*): Maksud yang disampaikan seperti simbol nonverbal maupun verbal yang biasanya bisa mewakili perasaan, maksud dari sumber, dan yang lainnya.
2. Saluran (*Channel*): Dalam penyampaian pesan kepada penerima, saluran ini bisa digunakan sebagai sarana dalam penyampaian pesan dan bisa berbentuk pesan dari cara penyajian datanya.
3. Penerima (*Reciver*): Penerima biasa dikatakan sebagai listener, destination, dimana orang yang menerima pesan dari komunikator.
4. Efek (*Effect*): Hasil yang diterima oleh komunikan setelah menerima pesan dari komunikator

### **2.2.2.5 Film Sebagai Media Komunikasi Massa**

Film sebagai media komunikasi massa merupakan suatu karya seni dimana tujuannya untuk dinikmati oleh khalayak. Film memiliki kekuatan dalam menjangkau segmen sosial sehingga para ahli bersepakat bahwasannya film mempengaruhi penontonnya. Semenjak dari itu, banyak peneliti melihat dampak dari film terhadap khalayak. Sehingga film bisa dijadikan menjadi topik yang menarik untuk diteliti dengan genre yang begitu variatif sehingga audiens dapat memilih genre sesuai dengan keinginannya dan hal tersebut tidak membuat penonton merasa bosan.

Film merupakan salah satu media massa yang didalamnya memiliki sifat audio visual dalam menyampaikan suatu pesan kepada khalayak di dalam suatu lingkungan tertentu. (Effendy, 1986: 134). Pesan yang disampaikan dalam film sebagai media massa dapat disampaikan melalui bentuk apapun tergantung dalam tujuan film tersebut. Namun, pada umumnya, film dapat mengandung berbagai pesan baik pesan hiburan, informasi maupun lainnya.

### **2.2.3. Media Massa**

#### **2.2.3.1 Pengertian Media Massa**

Menurut Cangara, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi (Cangara, 2010: 123,126). Media adalah bentuk jamak dari *medium* yang berarti perantara. Massa berasal dari bahasa Inggris yaitu *mass* yang

berarti kelompok atau kumpulan. Dengan demikian, pengertian media massa adalah perantara atau alat-alat yang digunakan oleh massa dalam hubungannya satu sama lain. Media massa adalah sarana komunikasi massa dimana proses penyampaian pesan, gagasan, atau informasi kepada orang banyak (publik) secara serentak.

### **2.2.3.2 Karakteristik Media Massa**

Sebuah media bisa disebut media massa jika memiliki karakteristik tertentu.

Karakteristik media massa menurut (Cangara, 2010: 126-127) antara lain:

1. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Walaupun terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
3. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang dalam waktu yang sama.
4. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan sebagainya.
5. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal batas usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.

### 2.2.3.3 Jenis-Jenis Media Massa

Dalam perkembangannya, media massa mengalami beberapa pembaharuan, salah satunya yaitu bertambahnya jenis dari media. Menurut (Cangara, 2010: 74), Jenis-jenis media massa dibedakan menjadi tiga jenis yakni antara lain:

#### 1. Media Cetak

Media massa pertama kali muncul pada tahun 1920-an. Di kala itu pada awalnya media massa digunakan pemerintah untuk mendoktrin masyarakat, sehingga membawa masyarakat pembaca kepada suatu tujuan tertentu. Seperti teori jarum suntik pada teori komunikasi massa.

#### 2. Media Elektronik

Setelah media cetak muncullah media elektronik pertama yaitu radio. Sebagai media audio yang menyampaikan pesan lewat suara. Kecepatan dan ketepatan waktu dalam penyampain pesan radio tentu lebih cepat dengan menggunakan siaran langsung. Pada waktu penyebaran informasi Proklamasi Kemerdekaan, media massa radio berperan utama dalam penyebaran berita. Setelah itu muncul televisi yang lebih canggih bisa menayangkan gambar, yaitu sebagai media massa audio visual.

#### 3. Media Internet

Baru populer di abad 21, *google* lahir pada tahun 1997. Media internet bisa melebihi kemampuan media cetak dan elektronik. Apa yang ada pada kedua media tersebut bisa masuk dalam jaringan internet melalui

*website*. Banyak kelebihan media massa internet dibanding media yang lain.

#### **2.2.3.4 Fungsi Media Massa**

Media massa adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi (Cangara, 2010: 123,126). Dengan demikian, media massa memiliki fungsinya sendiri yang bisa bermanfaat bagi khalayak.

Fungsi media massa cukup penting dalam perkembangan komunikasi yang terjadi di dalam masyarakat. Dengan mengacu pada perkembangan teknologi informasi, media massa merupakan alat transportasi komunikasi massa yang dapat menyebarkan sebuah berita atau informasi dengan jangkauan yang lebih luas, cepat dan efisien. Maka dari itu, berikut adalah fungsi-fungsi dari media massa:

##### **1. Fungsi Informasi**

Media massa memiliki fungsi penyebaran informasi dan fungsi ini merupakan fungsi utama. Karena informasi merupakan salah satu kebutuhan masyarakat. Dengan adanya informasi maka media menawarkan sebuah topik tertentu yang telah dikemas sedemikian rupa untuk disebarluaskan kepada masyarakat. Informasi dapat berupa pemberitaan yang berarti informasi tersebut bersifat aktual dan iklan yang berisikan informasi mengenai suatu produk atau jasa yang

ditawarkan kepada masyarakat.

## 2. Fungsi Pengawasan

Di dalam fungsi ini, media memberikan sebuah informasi mengenai kesalahan-kesalahan atau kemungkinan yang terjadi di dalam masyarakat maupun otoritas tertentu. Dari berita atau informasi yang ada maka masyarakat dapat memperkirakan dan mengetahui kemungkinan dampak bahkan ancaman yang akan terjadi kepada mereka. Biasanya fungsi ini lebih ditujukan kepada pemerintah untuk mengawasi kinerja hingga kebijakan-kebijakan yang dibuat pemerintah dan bagaimana dampak kedepannya untuk masyarakat.

## 3. Fungsi Persuasi

Media massa memiliki fungsi yang cukup kuat dalam memengaruhi opini publik. Opini publik dapat terbentuk sesuai dengan media massa apa yang mereka baca dan yakini. Hal tersebut membuat opini atau pandangan masyarakat akan tergambarkan sesuai media massanya.

## 4. Fungsi Hiburan

Media massa tidak hanya membahas mengenai informasi yang bersifat formal saja. Media massa juga menyediakan sebuah hiburan seperti acara komedi hingga film yang juga memiliki banyak peminat.

Dari keempat fungsi media massa yang telah dipaparkan di atas, kita bisa mengetahui bahwa media massa bisa mencakup banyak bidang untuk memaksimalkan peran media sebagai alat untuk penyampaian informasi.

## 2.2.4. Film

### 2.2.4.1 Definisi Film

Ada dua arti dari pengertian film, pertama, film adalah bagian dari selaput tipis yang berbahan seluloid dimana biasanya diperuntukan sebagai penyimpanan objek bergambar negatif, dan gambar yang bergerak. Sedangkan secara khusus, film diinterpretasikan sebagai gambar yang bergerak dimana biasanya disimpan pada hanya pada selaput seluloid. Dalam media digital, film bisa diputar secara berkali-kali (Apriadi, 2013: 112).

Film banyak memiliki potensi dalam mempengaruhi khalayak luas sehingga film banyak memiliki kekuatan untuk dapat menjangkau seluruh segmentasi. Dengan begitu film akan bisa mempengaruhi penonton (masyarakat) dalam perilaku melalui pesan (*message*) yang disampaikan dalam alur cerita. Sementara itu, film dibagi berdasarkan:

#### 1. Berdasarkan cerita

Berdasarkan ceritanya, film dibagi menjadi dua bagian, yaitu fiksi dan non fiksi. Film fiksi biasanya diceritakan dan dibuat berdasarkan imajinasi seseorang, dalam arti lain film berbentuk fiksi ini tidak terjadi pada kejadian nyata. Lalu film nonfiksi, cerita yang diangkat dalam nonfiksi biasanya berdasarkan pengalaman seseorang dan benar terjadi dalam kehidupan manusia dimana ditambahkan efek sinematografi, music, sound effect, dan yang lainnya sebagai pendukung untuk mengikat daya tarik dalam film tersebut.

## 2. Berdasarkan porientasi pembuatan

Dalam hal ini, film dibagi menjadi dua bagian, yaitu film komersial dan nonkomersial. Film komersial tujuannya adalah bisnis serta menekankan keuntungan, sifat film ini ringan, serta atraktif dan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh audiens, sehingga film dibentuk menjadi sedemikian rupa supaya memiliki nilai jual dan audiens tertarik terhadap film yang disuguhkan. Beda halnya dengan film nonkomersial, film ini tidak mengedepankan bisnis melainkan sebagai karya seni yang dingkapkan seseorang dalam bentuk cerita dan direalisasikan dalam bentuk gambar bergerak.

### 2.2.4.2 Unsur-Unsur Film

Unsur yang ada pada film, berkaitan erat dengan karakteristik film yaitu, audio dan visual. Unsur audio dan visual dibagi menjadi dua bagian, yaitu (Nawiroh, 2014: 92):

1. Unsur naratif meliputi materi yang ada pada film dimana sebagai ceritanya. Elemen yang meliputi unsur naratif meliputi unsur waktu, ruang, karakter, tujuan dan konflik
2. Unsur Sinematik yaitu gaya dalam mengolah karya yang dibuat, unsur sinematik memiliki aspek seperti:

*Mise en scene*: seluruh aspek yang ada di hadapan kamera seperti cahaya, kostum, pergerakan pemain, dan yang lainnya.

*Cinematography* meliputi gaya dalam menangkap sebuah gambar, unsur yang ada dalam sinematografi terbagi menjadi tiga yaitu framing, kamera serta durasi.

*Editing* merupakan proses akhir setelah pengambilan gambar selesai, dalam tahap ini gambar yang telah diambil diolah menjadi sebuah rangkaian kesatuan sehingga dapat membentuk sebuah cerita.

*Sound* merupakan unsur terakhir dalam unsur sinematik, suaranya yang terdapat dalam film dipahami sebagai suara yang keluar dari gambar yang telah diambil seperti efek suara, musik, dan dialog.

#### **2.2.4.3 Genre Film**

Saat ini, banyak sekali genre-genre film yang ada dan berkembang, dari setiap genre tersebut semuanya memiliki tujuan yang berbeda walaupun fungsinya sama sehingga mampu menarik perhatian penonton, film juga dirancang untuk keperluan publik terbatas maupun seluas-luasnya.

1. Film horror: Film ini biasanya menceritakan hal-hal ghaib atau hal diluar nalar dari kehidupan manusia. Contohnya seperti film kuntilanak.
2. Film Thriller: Film ini hampir sama dengan film horror pada umumnya yang membuat efek menegangkan setiap menontonnya, namun hal yang membedakannya genre ini lebih mengutamakan adegan-adegan sedih atau pembunuhan ketimbang menggunakan unsur ghaib. Contohnya seperti film headshot.
3. Film Drama: Film ini menampilkan cerita yang menggugah emosi para penontonnya dengan berbagai konflik. Konflik dalam genre drama biasanya berfokus pada adegan-adegan yang menyerupai kehidupan sehari-hari sehingga banyak penonton yang merasa terhubung dengan plot di dalam film tersebut. Konflik di film dramaini juga berfokus pada konflik emosional yang terjadi di

antara paratokohnya, karena itu genre drama banyak menjadi tontonan favorit masyarakat. Contohnya film *Miracle in Cell No.07*.

4. Film Fantasi: Genre ini lebih menampilkan hal yang diluar nalar dari kehidupan manusia seperti biasanya, dari segi latar belakang, tempat, waktu bahkan karakter yang ada tidak relate dengan kehidupan sesungguhnya. Contohnya avenger.
5. Film Romantic: Film ini biasanya mengisahkan tentang percintaan manusia. Contohnya seperti film habibe ainun.
6. Film Komedi: Film ini sama halnya dengan film fantasi namun disetiap adegannya diselingi dengan unsur komedi yang dominan ketimbang fantasi dimana penonton akan terjadi perubahan emosi seperti tertawa dan gembira. Contohnya film johnny English.
7. Film Kolosal: Film ini merupakan film yang luar biasa besarnya, mulai dari penyutradaraan, dan lain-lain. Yang banyak melibatkan pemeran didalamnya, film ini akan membuat penonton masuk kedalam dunia di zaman-zaman tertentu atau alam lainnya. Contoh film gladiator.
8. Film Misteri: Film ini mengandung unsur misteri atau teka-teki di dalamnya. Genre ini membuat penonton sulit menebak alur ceritanya sehingga genre ini banyak peminatnya, contoh filmnya searching.
9. Film Action/laga: Film ini berisikan adegan-adegan yang menantang seperti perkelahian, kejar-kejaran yang membuat adrenalin penonton memuncak. Contoh filmnya mission impossible.
10. Film Documenter: Film ini biasanya menceritakan realita kehidupan yang

didalamnya berisi pendidikan, realita sosial, propaganda dan yang lainnya, contoh filmnya adalah senyap.

11. Film Panjang: Film ini biasanya berdurasi lebih dari 60 menit, biasanya film yang disajikan berdurasi 90-100 menit. Contoh filmnya adalah four stars dengan durasi 25 jam.
12. Film Animasi: Film ini menampilkan ilustrasi gambar dan biasanyadigemari oleh anak-anak karena ceritanya yang tidak begitu berat, contohnya film Coco.
13. Film pendek: Film ini biasanya memiliki durasi kurang dari 60 menit. Contohnya film *If anything happens I love you*.

#### **2.2.5. Pesan Moral**

Pesan adalah bentuk pemberitahuan bermakna bagi penerima. Pesan adalah bagian penting dari komunikasi. Ide pesan dapat disampaikan dalam bentuk komunikasi verbal atau tertulis, melalui hubungan fisik atau menggunakan media digital. Pesan digunakan oleh komunitas untuk menyampaikan makna dari apa yang akan bagikan pada orang lain.

Format pesan dapat dikombinasikan dengan tanda atau simbol itu bisa menginspirasi komunikator. kabar baik terdiri dari kata-kata dan simbol yang akrab bagi penerima. Ada banyak format pesan yang ditujukan berdasarkan format sinyal tanda yang memiliki fungsi merangsang bagi penerima.

Pesan sebagai keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator merupakan pendapat dari H.A.W., Wijdaja. Pesan dapat disampaikan secara tatap muka, secara langsung, lisan, atau tertulis. Isi pesan dapat berupa saran atau masukan. Pesan sebagai rangkaian simbol bermakna yang disampaikan oleh

seorang komunikator menurut Effendy (1997). Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) akhlak diartikan sebagai moral, budi pekerti dan akhlak. Ada berbagai cara untuk memahami moralitas, tergantung dari segi isinya.

Moralitas dapat diartikan sebagai alat pengukur apakah perilaku manusia itu benar atau salah (Sjrkawi, 2006). Moralitas memiliki arti lain sebagai nilai atau norma yang ada dalam masyarakat yang seharusnya diikuti oleh setiap individu. Hal ini menunjukkan bahwa setiap orang pasti memiliki akhlak yang baik. Jika seorang individu memiliki moral yang baik, perilakunya tidak melampaui batas nilai dan norma yang ada dalam masyarakat.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008:665) menyebutkan bahwa akhlak berarti: (a) ajaran baik ataupun buruk yang diterima secara universal dalam hal perilaku, sikap, tugas, moralitas, tata krama, moralitas; (b) pelajaran sopan santun yang dapat diambil dari cerita, melatih bagaimana konten diungkapkan dalam tindakan. Moralitas adalah apa yang ingin diberikan oleh pembicara kepada pendengarnya, makna yang terkandung dalam karya tersebut dan makna yang tersirat dari cerita tersebut (Nurgiyantoro, 2013: 321). Artinya pembicara secara langsung dan tidak langsung menyampaikan pesan moral kepada penontonnya melalui film. Kenyataannya, moralitas berbicara tentang pertanyaan, mengenai apayang benar dan salah, apa yang harus dilakukan, apa yang harus diserahkan karena alasan tertentu, dan bagaimana masyarakat menilai tindakan seseorang. Perninjauan moral tergantung pada suasana dan keadaan yang membentuk individu. Seperti, kelas sosial, sistem sosial, kepercayaan, dll. Moralitas seseorang adalah pengakuan akan benar dan salah yang secara tidak langsung dibebankan

pada semua tindakan manusia oleh kewajiban moral yang seharusnya selalu dipatuhi, larangan yang harus dijalankan.

Moralitas umum dalam masyarakat mengikat semua orang pada semua lapisan masyarakat yang ada. Setiap individu harus menghormati tatanan yang ada saat bertindak, bertindak dan bersosialisasi dalam masyarakat. Terlepas dari apa yang ditentukan oleh kehidupan sosial dan takdir pribadinya.

Pesan dan makna moral menurut beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa pesan moral merupakan sebuah pesan yang mengandung pesan baik yang berasal dari pikiran manusia dan budaya yang tercipta di masyarakat. Pesan moral adalah pesan yang ingin disampaikan oleh penulis naskah dan sutradara kepada para pecinta film. Pesan ini berupa ajaran atau makna-makna tersembunyi yang berkaitan dengan akhlak, sehingga lagu tersebut dapat dijadikan pelajaran sekaligus hiburan yang layak untuk dipertontonkan.

### **2.3. Kerangka Teoritis**

Harus ada dasar untuk memecahkan masalah yang disajikan. Untuk itu peneliti membutuhkan kerangka berupa teori atau pendapat ahli yang kebenarannya tidak dapat disangkal. Kerangka teoritis adalah fondasi utama di mana seluruh proyek penelitian dibangun. Dalam menjelaskan bagaimana teori berhubungan dengan faktor-faktor penting yang diketahui dalam suatu masalah tertentu.

Teori yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah teori semiotika Roland Barthes dan teori konstruksi sosial realitas oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Berdasarkan teori semiotika Roland Barthes dan teori konstruksi realitas sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckman, maka peneliti tertarik untuk

meneliti pesan moral atau semiotika dari film *Miracle in Cell No.07* versi Indonesia untuk mengetahui makna denotasi, makna konotasi, mitos, dan pesan moral.

### **2.3.1. Teori Semiotika**

#### **2.3.1.1 Definisi Semiotika**

Semiotika berasal dari bahasa Yunani “*Semeion*”, yang berarti tanda. Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda (*sign*). Dalam pandangan Zoest, segala sesuatu yang dapat diamati atau dibuat teramati dapat disebut tanda. Dan tanda tidak terbatas pada benda (Zoest, 1993: 18). Kecenderungan untuk memandang pelbagai wacana sosial sebagai fenomena bahasa. Bahasa dijadikan model wacana sosial sehingga bisa dikatakan bila seluruh praktek sosial dapat dianggap sebagai fenomena bahasa, maka semuanya dapat juga dipandang sebagai tanda (Piliang, 1998: 262).

Menurut Berger Semiotikan memiliki dua tokoh, yakni Ferdinand de Saussure (1857-1913) dan Charles Sander Pierce (1839-1914). Ferdinand de Saussure Semiotika didasarkan pada anggapan bahwa selama perbuatan dan tingkah laku manusia membawa makna atau selama berfungsi sebagai tanda, di belakangnya harus ada sistem pembedaan dan konvensi yang memungkinkan makna itu. Sedangkan menurut Charles Sander Pierce, semiotika adalah penalaran logika manusia melalui tanda, yang manusia hanya bernalar melalui tanda.

Menurut Saussure, seperti dikutip Pradopo (1991: 54) tanda adalah kesatuan dari dua bidang yang tidak bisa dipisahkan. Di mana ada tanda di sana ada sistem. Artinya sebuah tanda (verbal non verbal) mempunyai dua aspek yang ditangkap

oleh kedua indra kita yakni yang pertama *signifier* (bidang penanda atau bentuk) penanda yang terletak pada tingkatan ungkapan (*level of expression*) yang memiliki wujud seperti bunyi, huruf, kata, gambar dan sebagainya. Dan yang kedua *signifiend* (bidang penanda atau konsep atau makna) penanda yang terletak pada tingkatan isi atau gagasan (*level of content*) apabila hubungan antara tanda dan yang diacu terjadi, maka dalam benak orang yang melihat atau mendengar akan timbul pengertian (Eco, 1979:59).

Menurut Pierce tanda (*representament*) ialah sesuatu yang dapat mewakili sesuatu yang lain dalam batas-batas tertentu (Eco. 1979: 15). Tanda akan selalu mengacu pada sesuatu yang lain (*denotatum*), mengacu berarti mewakili atau menggantikan. Tanda baru dapat berfungsi bila diinterpretasikan dalam benak penerima tanda melalui *interpretant* (pemahaman makna yang muncul dalam diri penerima tanda). Pemahaman tersebut di peroleh dari pengetahuan tentang sistem tanda dalam suatu masyarakat (*ground*). Hubungan ketiga unsur ini dikemukakan oleh Pierce dengan nama segitiga semiotik.

Semiotika adalah ilmu mempelajari tanda. Tanda-tanda tersebut menyampaikan suatu informasi sehingga bersifat informatif. Cabang ilmu ini semula berkembang dalam bidang bahasa, kemudian dikembangkan pula dalam bidang seni rupa dan desain komunikasi visual. Merujuk pada teori Pierce (Noth, 1995: 45), tanda-tanda dalam gambar dapat digolongkan menjadi 3 bentuk, yaitu: Ikon, Indeks, dan Simbol.

Menurut Sobur (2015: 95) semiotika berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti “tanda”. Suatu tanda didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain. Secara terminologis, semiotik didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, dan seluruh kebudayaan sebagai tanda. Semiotik menaruh perhatian terhadap yang dapat dinyatakan sebagai tanda. Sebuah tanda adalah semua hal yang dapat diambil sebagai penanda yang mempunyai arti penting untuk menggantikan sesuatu yang lain. Sesuatu yang lain tersebut tidak perlu harus ada, karena tanda secara nyata ada di suatu tempat pada waktu tertentu. Jadi untuk menjelaskan sesuatu tidak perlu pendeskripsian yang terlalu panjang, karena suatu tanda sudah bisa menjelaskan semuanya.

Semiotika adalah metode analisis untuk mempelajari makna yang terkandung dalam tanda-tanda. Menurut Suzanne Langer, “Penting untuk menilai simbol dan tanda. Kehidupan hewan dikomunikasikan melalui emosi, sedangkan emosi manusia dikomunikasikan melalui berbagai konsep, simbol, dan bahasa.”, adalah ilmu yang mempelajari bagaimana memberi makna pada simbol. Semiotika juga dapat diartikan sebagai suatu konsep yang mengajarkan manusia untuk menginterpretasikan tanda-tanda yang ada pada objek tertentu. Sebuah tanda juga menunjuk pada sesuatu yang lain yang tersembunyi di balik tanda itu sendiri. Misalnya seperti asap, simbol di belakangnya menandakan api. Semiotika sendiri berasal dari kata Yunani *semion* yang berarti tanda. Karakter dapat mewakili sesuatu yang masih berhubungan dengan objek tertentu. Benda-benda ini membawa informasi dan menyampaikannya dalam bentuk simbolik.

Teks berfungsi untuk membimbing pembaca dalam memahami pesan yang dikandungnya. Ibarat seorang pemburu harta karun dengan peta, pembaca memahami kode untuk memahami arti sebenarnya yang terkandung dalam surat-surat tersebut. Tetapi semiotika tidak terbatas pada teks. Kajian semiotika dapat berupa simbol dan makna linguistik yang terdapat dalam seni, media massa, musik, dan segala sesuatu yang dibuat untuk dilihat oleh orang lain teks atau cerita tertentu.

Analisis bersifat paradigmatis dalam arti memasukkan sesuatu yang tersembunyi di dalam teks dan berusaha mencari makna. Dari sini dapat disimpulkan bahwa semiotika adalah upaya untuk menemukan makna pesan di dalam pesan. Menurut buku Littlejohn *Theories on Human Communication* (1996), tanda adalah dasar dari semua komunikasi, dan sebagian besar dunia ini dapat dikomunikasikan kepada manusia melalui mediator tanda.

Konsep dasar yang menyatukan tradisi-tradisi tersebut adalah simbol yang diartikan sebagai stimulus yang menandakan atau menandakan keadaan lain, seperti ketika asap menandakan adanya api. Konsep dasar kedua adalah simbol. Biasanya mewakili simbol yang kompleks dengan banyak arti, termasuk arti yang sangat spesifik. Beberapa ahli membuat perbedaan yang jelas antara simbol kehidupan nyata dan simbol yang secara jelas mengacu pada sesuatu, tetapi simbol tidak. Yang lain melihatnya sebagai konsep pada tingkat yang berbeda dalam kategori yang sama dengan simbol dan keasyikandengan simbol, dan semantik menyatukan berbagai teori yang berkaitan dengan bahasa, wacana, dan perilaku non-verbal.

Karakter simbolik berbagi kesamaan dalam pemahaman mereka tentang

karakter. Satu-satunya perbedaan adalah konsep yang digunakan dalam pendekatan interpretasi simbol. Ketika Ferdinand memberikan penekanan pada bahasa untuk menafsirkan tanda dan memecahnya menjadi konsep yang panjang sekalipun manifestasinya muncul melalui adat, agama, dll.

Gagasan semiotik Pierce, di sisi lain, menggunakan tiga gagasan untuk menganalisis makna. Terdiri dari ikon, indeks, dan simbol, konsep ini masih kurang detail untuk menemukan makna yang tersembunyi. Sehingga model analisis Roland lebih dipilih untuk mencari makna tanda secara rinci dan terkonsep. Mencakup secara utuh hampir semua aspek yang dicetuskan oleh tokoh-tokoh sebelumnya.

### **2.3.1.2 Semiotika Roland R Barthes**

Roland Barthes lahir di Cherbourg pada tahun 1915 dan dibesarkan di Bayonne yaitu kota kecil dekat pantai Atlantik di sebelah barat Daya Prancis. Ayahnya seorang perwira angkatan laut dan meninggal dalam sebuah pertempuran di usia Barthes yang baru genap satu tahun. Kemudian Barthes diasuh oleh ibu, kakek, dan neneknya. Barthes dikenal sebagai seorang pemikir strukturalis yang getol mempraktikkan model linguistik dan semiologi Saussurean. Ia merupakan intelektual dan kritikus sastra Prancis yang menerapkan strukturalisme dan semiotika pada studi sastra.

Barthes telah banyak menulis buku yang beberapa diantaranya telah banyak dijadikan bahan rujukan penting dalam pembelajaran semiotika Indonesia. Barthes mengembangkan semiotika yang membahas pemaknaan atas tanda dengan menggunakan dua tahap signifikasi yaitu makna denotatif (makna yang sebenarnya), dan makna konotatif (makna kiasan). Menurut Barthes, semiotik

adalah ilmu mengenai bentuk (*form*). Studi ini mengkaji signifikasi yang terpisah dari isinya (*content*). Semiotik tidak hanya meneliti mengenai signifier dan signified, tetapi juga hubungan yang mengikat keduanya (*sign*).

Barthes mengembangkan dua tingkatan tanda yang memungkinkan menghasilkan makna yang juga bertingkat-tingkat. Tingkatan itu yaitu denotasi yang merupakan tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda yang merujuk pada makna eksplisit yang langsung dan pasti. Makna denotatif terdapat pada setiap leksem atau kata. Konotasi yang merupakan tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda yang didalamnya merujuk makna yang tidak eksplisit, tidak langsung dan tidak pasti

Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda, tandatanda dapat kita temukan di berbagai kehidupan sehari-hari. Tanda adalah sesuatu yang terdiri pada sesuatu yang lain atau menambah dimensi yang berbeda padasesuatu dengan memakai apapun yang dipakai yang dapat dipakai untuk mengartikan sesuatu hal lainnya. Kata semiotika berasal dari bahasa Yunani *Semeion* yang berarti “tanda” atau *Seme* yang berarti “penafsiran tanda”. Semiotika, atau dalam istilah Barthes, semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda (Barthes, 1988:179 dalam Kurniawan, 2001:53).

Menurut Zoest (1993, hal. 1) yang dikutip dalam buku Semiotika Teori,

Metode dan Penerapannya dalam Penelitian Sastra mengatakan bahwa:

“Semiotika adalah cabang yang berurusan dengan pengkajian tanda dan segala sesuatu yang berhubungan dengan tanda seperti tanda dan proses yang berlaku bagi penggunaan tanda. “(Lantowa et al., 2017)

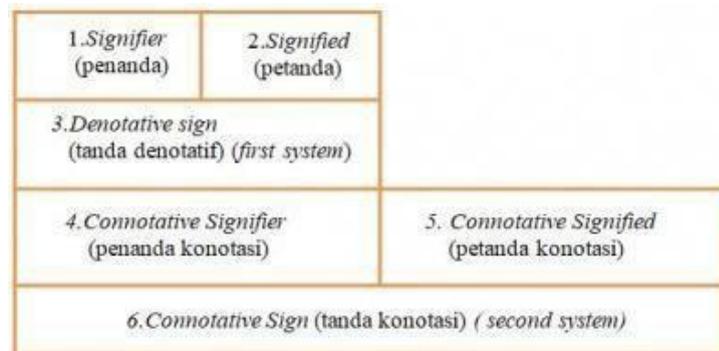
Menurut Saussure didalam bukunya *Course in General Linguistik*, bahasa adalah suatu sistem tanda yang mengekspresikan ide-ide dan karena itu dapat dibandingkan dengan sistem tulisan, huruf-huruf untuk orang buta bisu tuli, simbol-simbol keagamaan, aturan-aturan sopan santun, tanda-tanda kemiliteran, dan sebagainya. Semua itu merupakan hal yang sangat penting dari keseluruhan sistem tersebut. Suatu ilmu yang mempelajari tanda-tanda kehidupan dalam masyarakat bersifat dapat dipahami. Hal itu merupakan bagian dari psikologi sosial atau berkaitan dengan psikologi umum. Saussure menyebutnya sebagai semiologi semiologi akan menjelaskan unsur yang menyusun suatu tanda dan bagaimana hukum itu mengaturnya.

Pada penelitian ini penulis menggunakan teori semiotika dari Barthes. Roland barthes adalah penerus pemikiran Ferdinand Saussure. Saussure tertarik pada cara Kompleks pembentukan kalimat dan cara bentuk-bentuk kalimat menentukan makna, Tetapi kurang tertarik pada kenyataan bahwa kalimat yang sama bisa saja menyampaikan makna yang berbeda pada orang yang berbeda situasinya.

Salah satu teori Sausurre yang dikembangkan Barthes adalah signifikasi. Teori tersebut membicarakan dikotomi *signifer* (penanda) dan *signified*(pertanda),

menurut Saussure, bahasa sebagai sebuah sistem tanda terdiri atas dua aspek yang terpisah. *Signifier* Adalah aspek formal atau bunyi, sedangkan *signified* adalah aspek makna atau konsep. Kesatuan di antara keduanya disebut tanda. Hubungan tersebut menunjukkan bahwa jika citra akustis berubah berubah pula konsepnya, demikian juga sebaliknya. Bagaimana pandangan Saussure, Barthes juga meyakini bahwa hubungan antara penanda dan petanda tidak terbentuk secara alamiah melainkan bersifat *arbitrer*, Saussure hanya menekankan pada penandaan dalam tataran denotatif, Maka Roland Barthes menyempurnakan semiologi Saussure dengan mengembangkan sistem penandaan pada tingkat konotatif. Barthes juga melihat aspek lain dari penanda yaitu mitos yang menandai suatu masyarakat.

**Gambar 2. 1 Peta Tanda Roland Barthes**



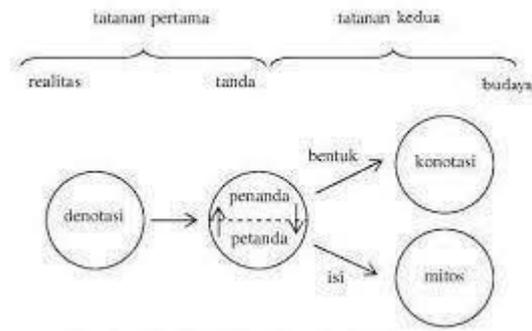
**Sumber:** Sobur 2009

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa tanda denotative (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Namun, disaat yang bersamaan tanda denotatif adalah juga tanda konotatif (4). Denotasi dalam pandangan Barthes merupakan tataran pertama yang maknanya bersifat tertutup. Tataran denotasi menghasilkan makna yang eksplisit, langsung dan pasti. Denotasi merupakan makna yang sebenarnya yang disepakati bersama secara sosial yang rujukannya pada

realitas. Tanda konotatif merupakan tanda yang penandanya mempunyai keterbukaan makna atau makna yang implisit, tidak langsung dan tidak pasti artinya terbuka kemungkinan terhadap penafsiran-penafsiran baru. Dalam kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebut sebagai “mitos” dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. Di dalam mitos juga terdapat pola tiga dimensi penanda, pertanda dan tanda. Namun sebagai suatu sistem yang unik mitos dibangun oleh suatu rantai pemaknaan yang telah ada sebelumnya atau dengan kata lain, mitos adalah suatu sistem pemaknaan tataran kedua. Di dalam mitos pula, sebuah pertanda dapat memiliki beberapa penanda (Budiman, 2001:28).

Dalam semiologi barthes denotasi merupakan sistem signifikansi tingkat pertama, Sedangkan konotasi merupakan sistem signifikansi tingkat kedua. Denotasi dapat dikatakan merupakan makna objektif yang tetap sedangkan konotasi merupakan makna subjektif dan bervariasi. Contohnya ketika mendengar kalimat “Ayah banting tulang” Secara denotatif orang akan memaknai bahwa Ayah membanting tulang nya, tetapi secara konotasi makna nya berubah, membanting tulang berarti artinya kerja keras. Mitos dalam pandangan barthes berbeda dengan konsep mitos dalam arti umum. Barthes mengemukakan mitos adalah bahasa, Maka mitos adalah sebuah sistem komunikasi dan mitos adalah sebuah pesan. Dalam uraiannya ia mengemukakan bahwa mitos dalam pengertian ini merupakan perkembangan dari konotasi.

**Gambar 2. 2 Kerangka Teori Roland Barthes**



**Sumber:** Fiske dalam Sobur 2009

Dari gambar di atas dapat dijelaskan bahwa signifikansi tahap pertama merupakan hubungan antara signifier dan signified yang disebut denotasi, yaitu makna sebenarnya dari tanda. Sedangkan signifikansi kedua, digunakan istilah konotasi, yaitu makna yang subjektif atau paling tidak intersubjektif yang berhubungan dengan isi, tanda kerja melalui mitos, mitos merupakan lapisan pertanda dan makna yang paling dalam (Sobur, 2006).

Dalam analisis data ini, Peneliti menggunakan sistem signifikasi tiga tahap milik Roland Barthes yaitu, denotasi, konotasi, dan mitos. Dalam semiologi Roland Barthes, denotasi merupakan sistem signifikasi (pemaknaan) tahap pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua, dan mitos yang terakhir. Denotasi menggunakan makna dari tanda sebagai definisi secara literal yang nyata. Konotasi mengarah pada kondisi sosial budaya dan asosiasi personal

### **2.3.1.2.1 Denotasi**

Sobur (2015: 27) Makna denotasi/denotatif disebut juga sebagai makna kognitif. Disebut makna kognitif karena makna itu bertalian dengan kesadaran atau pengetahuan; stimulus (dari pihak pengirim pesan) dan respon (dari pihak penerima pesan) menyangkut hal-hal yang dapat diserap pancaindra (kesadaran) dan rasio manusia. Makna ini juga disebut makna proposisional karena bertalian dengan informasi-informasi atau pernyataan-pernyataan yang bersifat faktual. Denotasi dapat artikan sebagai arti literal maupun primer dari suatu kata dan biasanya makna denotasi memiliki makna yang sepadan dengan arti yang terdapat dalam kamus maupun literatur lain serta tidak mengandung unsur makna lainnya ataupun makna tersembunyi yang terdapat dalam makna denotasi

Makna denotatif adalah makna yang ada pada setiap kata. Maksudnya, seperti dalam kamus umum yang berisikan daftar aturan diartikan dengan arti denotatif. Denotatif biasa digunakan untuk karya tulis yang bersifat ilmiah. Barthes menyebutkan bahwa denotasi merupakan makna paling nyata dalam tanda. Dengan kata lain denotatif merupakan apa yang digambarkan oleh tanda terhadap suatu objek.

Saussure berfokus pada urutan pertama makna. Ini mendefinisikan interaksi antara penanda dan petanda di dalam tanda serta hubungan antara tanda dan rujukannya di dunia di luar tanda. Susunan ini disebut sebagai denotasi oleh Barthes. Ini mengacu pada arti tanda yang jelas dan masuk akal.

### 2.3.1.2.2 Konotatif

Makna konotasi/konotatif adalah suatu jenis makna yang stimulus (dari pihak pengirim pesan) dan respon (dari pihak penerima pesan) mengandung nilai-nilai emosional. Charles (2016: 100) Makna konotasi adalah nilai rasa positif, negatif, maupun netral. Jadi pada makna konotasi terdapat unsur rasa dan opini dari seseorang tentang suatu tanda. Makna konotasi muncul sebagai akibat asosiasi perasaan kita terhadap kata yang kita ucapkan atau yang kita dengar. Makna konotatif sebagian terjadi karena pembicara ingin menimbulkan perasaan setuju-tidak setuju, senang-tidak senang, dan sebagainya pada pihak penerima pesan. Konotasi merupakan tingkatan kedua yang memunculkan makna secara implisit atau makna tidak pasti dan bahkan dimetaforakan yang banyak dikaitkan dengan psikologis, perasaan, keyakinan.

Menurut Sumardjo dan Sani (dalam Sobur, 2016: 266) Makna konotatif sebuah kata dipengaruhi dan ditentukan oleh dua lingkungan, yaitu lingkungan tekstual dan lingkungan budaya. Yang dimaksud dengan lingkungan tekstual ialah semua kata di dalam paragraf dan karangan yang menentukan makna konotatif tersebut. Misalnya untuk mengemukakan pengaruh tekstual terhadap kata “bulan”, akan berbeda makna antara kata “bulan April”, “datang bulan”, dan “gerhana bulan. Kata “bulan” akan memiliki makna baru setelah diikuti atau diawali dengan kata lain yang kemudian membentuk suatu kalimat. Kemudian pengaruh lingkungan budaya tentu begitu terlihat apabila kita meletakkan kata tertentu dalam lingkungan yang latar belakang suku dan budayanya berbeda. Contoh kata “teratai” yang bagi masyarakat Indonesia mengungkapkan makna konotatif tentang keindahan, namun

di negara seperti India memiliki makna konotatif yang berhubungan dengan agama Hindu dan merupakan simbol dari agama tersebut.

Secara umum konotasi memiliki tiga tingkatan, yaitu konotasi tinggi (positif), konotasi netral, dan konotasi rendah (negatif). Misalnya kata “perempuan” yang berkonotasi rendah karena digambarkan sebagai seseorang yang berpendidikan kurang dan tidak modern dalam berpandangan atau berpakaian. Sedangkan kata “wanita” yang berkonotasi tinggi karena menggambarkan seseorang yang berpendidikan tinggi dan modern dalam segala hal. Konotasi kata perempuan yang rendah ini terbukti dari tidak digunakannya kata tersebut dalam berbagai nama organisasi atau lembaga tetapi justru menggunakan kata wanita, seperti *Darma Wanita, Ikatan Wanita Pengusaha, Gedung Wanita dan Menteri Urusan Peranan Wanita*.

### **2.3.1.2.3 Mitos**

Kata “mitos” berasal dari bahasa Yunani *mythos* yang artinya kata-kata wicara. Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Mitos berfungsi sebagai “teori narasi” yang asli tentang dunia. Mitos merupakan produk kelas sosial yang sudah memiliki satu dominasi. Mitos primitif, misalnya mengenai hidup dan mati, manusia dan dewa, takhayul dan sebagainya. Lalu mitos masa kini, misalnya mengenai femininitas, maskulinitas, ilmu pengetahuan, politik, sosial dan sebagainya. Mitos dapat didefinisikan sebagai bahasa atau makna yang muncul berbeda-beda akibat pengaruh kehidupan sosial budaya dan pandangan yang ada di sekitarnya

Mitos dalam pandangan Lappe dan Collins dipahami sebagai “Sesuatu yang umum dianggap benar, namun sebenarnya bertentangan dengan fakta.” Sekalipun pendapat tersebut belum tentu dapat dinyatakan benar dan disetujui oleh masyarakat pada umumnya, mitos yang dibicarakan oleh mereka merupakan jenis mitos modern. Di buku *Mytology* Rahardjo (dalam Sobur, 2016: 128), Fernand Comte membagi mitos menjadi dua macam, yaitu mitos tradisional dan mitos modern. Mitos tradisional itu yang berhubungan dengan alam ghaib, spiritual, dan takhayul. Mitos modern dibentuk oleh dan gejala-gejala yang muncul pada masyarakat saat ini seperti gejala politik, olah raga, sinema, televisi, dan pers.

Menurut Junus (dalam Sobur, 2016: 130), mitos tidak dibentuk melalui penyelidikan, tetapi melalui anggapan berdasarkan observasi kasar yang digeneralisasikan. Oleh sebab itu orang yang hidup dalam lingkungan masyarakat akan banyak mendengar gunjingan (gosip). Dari gunjingan tersebut kemudian bisa saja dibuktikan dengan tindakan nyata. Contohnya mitos tentang korupsi yang mulanya hanya sebuah “gunjingan” namun dibuktikan dengan tindakan nyata sehingga dibuatlah lembaga untuk memberantas korupsi dan didakwa orang-orang yang terbukti melakukan tindak korupsi.

Mitos adalah suatu sistem komunikasi sebab ia membawakan pesan. Mitos bukanlah sebuah objek, juga bukan pula suatu konsep ataupun gagasan. Mitos merupakan suatu cara signifikasi dari suatu bentuk. Mitos juga tidak ditentukan oleh objek ataupun materi (bahan) pesan yang disampaikan tetapi oleh bagaimana caranya mitos disampaikan. Mitos tidak hanya berupa pesan yang disampaikan melalui pesan verbal, namun juga dalam bentuk lain ataupun campuran antara

bentuk verbal dan nonverbal. Mitos bisa saja disampaikan dalam bentuk film, lukisan, fotografi, iklan, dan komik sebagai media penyampai pesan.

### **2.3.2. Teori Konstruksi Sosial atas Realitas**

Proses pemaknaan yang dilakukan oleh setiap individu dengan lingkungannya dan dengan aspek diluar dirinya, dan terdiri dari proses eksternalisasi, internalisasi, dan objektifikasi. Eksternalisasi adalah adaptasi terhadap dunia sosiokultural sebagai produk manusia, objektifikasi adalah interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses pelebagaan, internalisasi adalah identitas individu dalam sistem sosial tempat ia berada. Konsep konstruksi sosial atas realitas didefinisikan sebagai proses sosial dari tindakan dan interaksi yang terus-menerus menciptakan realitas yang dimiliki dan dialami individu secara subyektif (Poloma, 2004: 301).

Pada umumnya teori dalam paradigma definisi sosial sebenarnya berpandangan bahwa manusia adalah aktor yang kreatif dari realitas sosialnya. Dalam arti, tindakan manusia tidak sepenuhnya ditentukan oleh norma-norma, kebiasaan-kebiasaan, nilai-nilai dan sebagainya, yang kesemuanya itu tercakup dalam fakta sosial yaitu tindakan yang menggambarkan struktur dan pranata sosial (Ritzer, 1992: 5).

Manusia dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak di luar batas kontrol struktur dan pranata sosialnya di mana individu berasal. Manusia secara aktif dan kreatif mengembangkan dirinya melalui responsrespons terhadap stimulus dalam dunia kognitifnya. Karena itu, paradigma definisi sosial lebih

tertarik terhadap apa yang ada dalam pemikiran manusia tentang proses sosial, terutama para pengikut interaksi simbolis. Dalam proses sosial, individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya. Realitas sosial itu ada dilihat dari subjektivitas ada itu sendiri dan dunia objektif di sekeliling realitas sosial itu. Individu tidak hanya dilihat sebagai “kedirian”-nya, namun juga dilihat dari mana “kedirian” itu berada, bagaimana ia menerima dan mengaktualisasikan dirinya serta bagaimana pula lingkungan menerimanya.

Pada kenyataannya, realitas sosial tidak berdiri sendiri tanpa kehadiran individu, baik di dalam maupun di luar realitas tersebut. Realitas sosial itu memiliki makna, manakala realitas sosial di konstruksi dan dimaknakan secara subjektif oleh individu lain sehingga memantapkan realitas itu secara objektif. Individu mengkonstruksi realitas sosial, dan merekonstruksikannya dalam dunia realitas, memantapkan realitas itu berdasarkan subjektivitas individu lain dalam institusi sosialnya. Istilah konstruksi sosial atas realitas menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann pada tahun 1966. Ia menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, yang mana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif.

Asal muasal konstruksi sosial dari filsafat konstruktivis dimulai dari pemikiran konstruksi kognitif. Menurut Von Glatherfeld, konsep konstruksi kognitif berasal dari tulisan Mark Baldwin dan diperdalam dan disebarluaskan secara ekstensif oleh Jean Piaget. Namun, kembali, gagasan utama konstruktivisme diprakarsai oleh ahli epistemologi Italia Giambattista Vico beliau adalah pelopor konstruktivisme (Suparno, 1997: 24). Konstruksi sosial adalah teori sosiologi modern yang diprakarsai oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Untuk menjelaskan paradigmatkonstruktivis, realitas sosial merupakan konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Individu adalah orang bebas yang membangun hubungan di antara mereka sendiri. Individu menjadi penentu dunia sosial yang dibangun atas kehendak. Individu bukanlah korban fakta sosial, tetapi sebagai kendaraan produksi dan reproduksi kreatif dalam konstruksi dunia sosial (Basrowi dan Sukidin, 2002: 194).

Berger dan Luckmann (1990; 1) memulai penjelasan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman "kenyataan" dan "pengetahuan". Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam realitas-realitas, yang diakui memiliki keberadaan (being) yang tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri. Sedangkan pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (real) dan memiliki karakteristik yang spesifik.

Realitas sosial yang dimaksud oleh Berger dan Luckmann ini terdiri dari realitas objektif, realitas simbolis, dan realitas subjektif. Realitas objektif adalah realitas yang terbentuk dari pengalaman di dunia objektif yang berada di luar diri individu, dan realitas ini dianggap sebagai kenyataan. Realitas simbolis

merupakan ekspresi simbolis dari realitas objektif dalam berbagai bentuk. Sedangkan realitas subjektif adalah realitas yang terbentuk sebagai proses penyerapan kembali realitas objektif dan simbolis ke dalam individu melalui proses internalisasi (Subiakto, 1997: 93). Pendek kata, Burger dan Luckmann (1990: 61) mengatakan, terjadi dialektika antara individu menciptakan masyarakat dan masyarakat menciptakan individu. Proses dialektika ini terjadi melalui eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi.

Melalui proses dialektika ini, realitas sosial dapat dilihat dari ketiga tahap tersebut. Eksternalisasi adalah bagian penting dalam kehidupan individu dan menjadi bagian dari dunia sosiokultural-nya. Dengan kata lain, eksternalisasi terjadi pada tahap yang sangat mendasar, dalam satu pola perilaku interaksi antara individu dengan produk-produk sosial masyarakatnya. Maksud dari proses ini adalah ketika sebuah produk sosial telah menjadi sebuah bagian penting dalam masyarakat yang setiap saat dibutuhkan oleh individu, maka produk sosial itu menjadi bagian penting dalam kehidupan seseorang untuk melihat dunia luar. Dengan demikian, tahap eksternalisasi ini berlangsung ketika produk sosial tercipta di dalam masyarakat, kemudian individu menyesuaikan dirinya ke dalam dunia sosiokulturalnya sebagai bagian dari produk manusia.

Tahap objektivasi produk sosial, terjadi dalam dunia inter-subjektif masyarakat yang dilembagakan. Pada tahap ini sebuah produk sosial berada pada proses institusionalisasi, sedangkan individu oleh Berger dan Luckmann (1990: 49), dikatakan memani festasikan diri dalam produk-produk kegiatan manusia yang

ter- sedia, baik bagi produsen-produsennya, maupun bagi orang lain sebagai unsur dari dunia bersama. Objektivasi ini bertahan lama sampai melampaui batas tatap muka di mana mereka dapat dipahami secara langsung.

Dengan demikian, individu melakukan objektivasi terhadap produk sosial, baik penciptanya maupun individu lain. Kondisi ini berlangsung tanpa harus mereka saling bertemu. Artinya, objektivasi itu bisa terjadi melalui penyebaran opini sebuah produk sosial yang berkembang di masyarakat melalui diskursus opini masyarakat tentang produk sosial, dan tanpa harus terjadi tatap muka antar-individu dan pencipta produk sosial itu.

Kendati demikian, individu tidak dilahirkan sebagai anggota masyarakat, namun individu hanya dilahirkan dengan suatu pre- disposisi ke arah sosialisasi, dan ia menjadi anggota masyarakat. Karena itu, Berger dan Luckmann (1990: 185) mengatakan, dalam kehidupan setiap individu ada suatu urutan waktu, dan selama itu pula ia diimbaskan sebagai partisipan ke dalam dialektika masyarakat. Titik awal dari proses ini adalah internalisasi; pemahaman atau penafsiran yang langsung dari suatu peristiwa objektif sebagai peng- ungkapan suatu makna, artinya sebagai suatu manifestasi dari proses-proses subjektif orang lain, yang dengan demikian, menjadi bermakna secara subjektif bagi individu itu sendiri. Tidak peduli apakah subjektif orang lain bersesuaian dengan subjektif individu tertentu. Karena bisa jadi individu memahami orang lain secara keliru, karena sebenarnya, subjektivitas orang lain itu tersedia secara objektif bagi individu dan menjadi bermakna baginya. Kesesuaian sepenuhnya dari kedua makna subjektif dan pengetahuan timbal balik

mengenai kesesuaian itu, mengandaikan terbentuknya penger- tian bersama.

Dengan demikian, internalisasi dalam arti umum merupakan dasar bagi pemahaman mengenai “sesama saya”, yaitu pemahaman individu dan orang lain serta pemahaman mengenai dunia sebagai sesuatu yang maknawi dari kenyataan sosial.

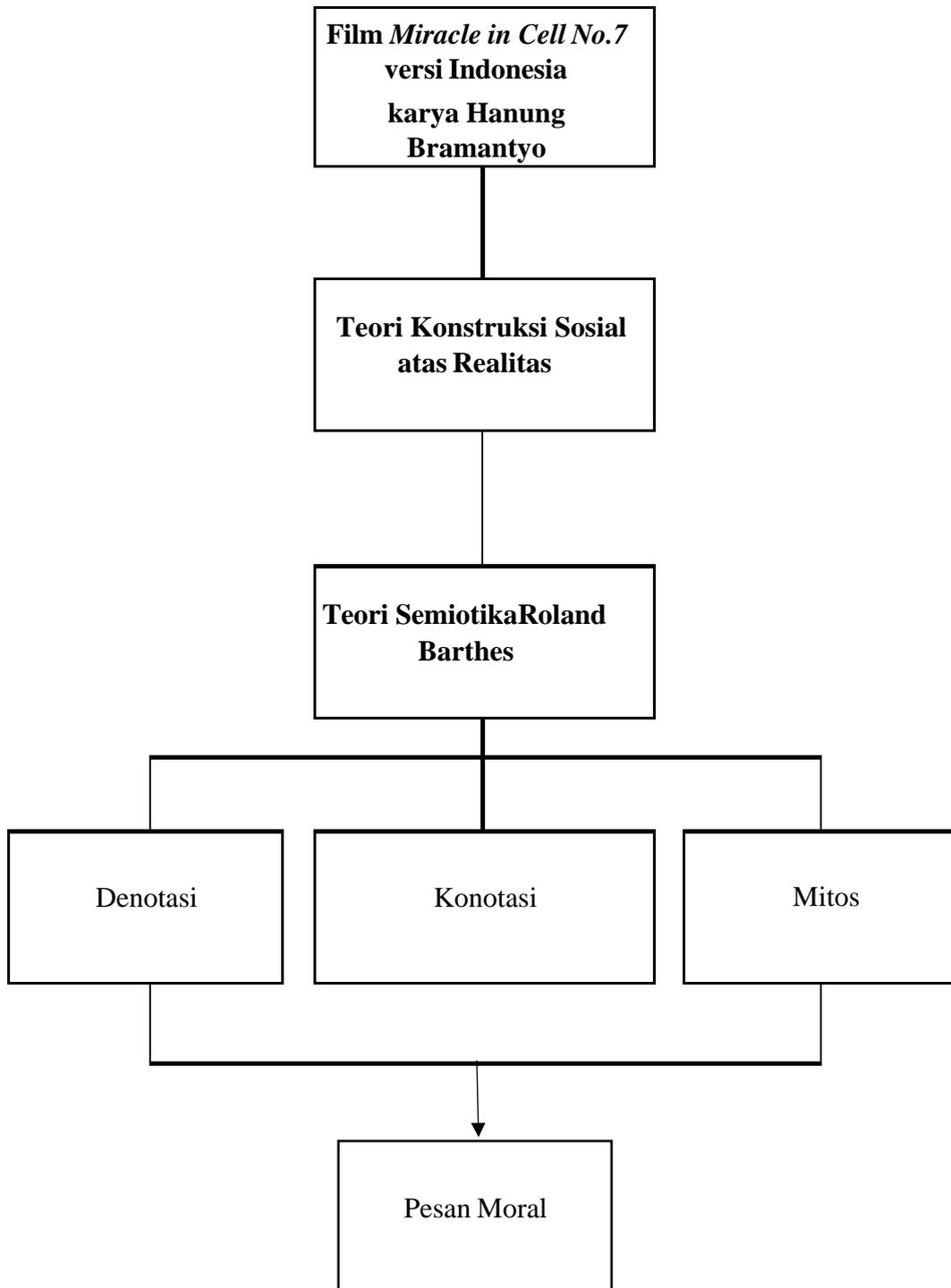
#### **2.4. Kerangka Pemikiran**

Kerangka penelitian adalah dasar teori untuk memecahkan masalah yang diajukan. Peneliti membutuhkan kerangka yang kebenarannya tidak dapat disangkal, berupa teori dan pendapat ahli yang relevan dengan penelitiannya. Hal yang menjadi fokus utama peneliti adalah film *Miracle in Cell No.07* versi Indonesia.

Pada penelitian ini, yang menjadi subjek penelitian adalah film *Miracle in Cell No.07* versi Indonesia, untuk menganalisis bagaimana makna denotasi, makna konotasi, mitos, juga pesan moral yang terdapat dalam film ini. Untuk menganalisis lebih dalam lagi terkait penelitian ini, peneliti perlu menemukan arti dibalik makna denotasi, makna konotasi, mitos, juga pesan moral, peneliti menggunakan analisis semiotika, semiotika sendiri adalah ilmu tentang tanda. Menggunakan teori Semiotika Roland Barthes dengan konsep konotasi dan denotasi sebagai kunci dari analisisnya, yang dimana denotasi merupakan signifikasi tahap satu atau arti paling nyata. Konotasi merupakan signifikasi tahap dua yang berarti adanya interaksi yang terjadi ketika bertemu perasaan atau emosi serta nilai-nilai dari kebudayaannya. Teori yang digunakan berikutnya adalah teori Konstruksi Sosial atas Realitas dimana suatu proses pemaknaan yang dilakukan oleh setiap individu terhadap

lingkungan dan aspek diluar dirinya yang terdiri dari proses eksternalisasi, internalisasi dan obyektivasi. Konotasi dan denotasi menciptakan mitos yang diyakini kebenarannya tetapi tidak dapat dibuktikan, nantinya akan menciptakan pesan moral di lingkungan masyarakat.

*Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran*



**Sumber:** *Olahan Peneliti 2023*