

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Kajian Literatur

2.1.1. *Review Penelitian Sejenis*

Peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan serta relevansi dengan penelitian sejenis yang dilakukan. Dengan demikian peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang memadai sehingga penulisan skripsi ini lebih memadai.

Hal ini dimaksudkan untuk memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada. Selain itu, karena pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang menghargai berbagai perbedaan yang ada serta cara pandang mengenai objek-objek tertentu sehingga meskipun terdapat kesamaan maupun perbedaan adalah suatu hal yang wajar dan dapat disinergikan untuk saling melengkapi. Peneliti mengambil lima rujukan utama dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Rujukan pertama yang digunakan oleh peneliti yaitu skripsi dari Racheel Mauliadina Nuryadi berjudul Analisis Semiotika Pada Film Joker. Dalam penelitiannya peneliti menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi.

Peneliti menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce. Peneliti dalam penelitiannya ingin mengetahui hasil makna *representament*, *object*, dan *interpretant* yang dilihat dari fungsi komunikasi, nilai-nilai sosial dan memiliki makna yang mendalam dan meneliti orang-orang yang sudah menonton film tersebut, apakah memiliki sebuah persepsi tertentu terhadap makna yang terkandung dalam film yang diteliti oleh peneliti.

2. Rujukan kedua yang digunakan peneliti yaitu skripsi dari Fadilah Nurul Najaah mahasiswi dari jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan yang berjudul Literasi Digital Dalam Film *The Social Dilemma*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi dan wawancara mendalam. Dalam penelitiannya, peneliti menggunakan teori Charles Sanders Peirce. Peneliti dalam penelitiannya ingin mengetahui bagaimana literasi digital yang terjadi dalam film *The Social Dilemma* . Hasil Penelitian memperlihatkan bahwa film *The Social Dilemma* banyak mengandung tanda-tanda, setiap *scene* dalam film tersebut menjelaskan bagaimana media sosial sangat berdampak bagi pengguna.
3. Penelitian ini dilakukan oleh Muhammad Nanda Rizq' Naufal yang berjudul Representasi Bakat Dalam Diskriminasi Fisik Pada Film "*The Greatest Showman*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis semiotika representasi bakat dalam diskriminasi fisik pada film "*The Greatest Showman*". Hasil yang didapatkan pada level realitas, representasi bakat dalam diskriminasi

fisik terlihat dari aspek penampilan, cara berbicara, perilaku, ekspresi, dan lingkungan dalam film ini, sedangkan dalam ideologi film ini mengarah kepada ideologi kekeluargaan.

4. Rujukan keempat yang digunakan peneliti yaitu skripsi dari Chevinna Zakkiya yang berjudul Analisis Semiotika John Fiske Tentang Gangguan Obsesif Kompulsif Pada Serial *Dahmer-Monster : The Jeffry Dahmer Story* Di Netflix Episode 3 “*Doin’ A Dahmer*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis dan menjabarkan tanda yang menjelaskan mengenai gangguan obsesif Kompulsif Pada Serial *Dahmer-Monster : The Jeffry Dahmer Story* Di Netflix Episode 3 “*Doin’ A Dahmer*”. Hasil yang didapatkan menguraikan bahwa terdapat gangguan obsesif kompulsif pada level realitas yaitu terdapat pada gerakan tubuh dan mimik muka dari karakter di serial tersebut.
5. Penelitian ini dilakukan oleh Agatha Everyne Koism yang berjudul “Representasi Gender Dalam Film Selesai (2021) (Analisis Semiotika Model John Fiske)”. Dalam skripsi ini, Agatha Everyne Koism menggunakan metode penelitian kualitatif. Pada penelitian terdahulu itu mencari makna mengenai representasi gender pada film Selesai sedangkan untuk skripsi peneliti yang akan dibuat akan mencari pola komunikasi keluarga dalam film *Shang-Chi and The Legend of The Ten Rings*.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Teori	Metode	Persamaan	Perbedaan
1	Racheel Mauliadina Nuryadi	Analisis Semiotika Pada Film Joker	Teori Charles Sanders Pierce	Deskriptif Kualitatif	Metode	Teori & Hasil Penelitian
2	Fadilah Nurul Najaah	Literasi Digital Dalam Film <i>The Social Dilemma</i>	Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce	Deskriptif Kualitatif	Metode	Teori & Hasil Penelitian

3	Muhammad Nanda Rizq' Naufal	Representasi Bakat Dalam Diskriminasi Fisik Pada Film The Greatest Showman	Analisis Semiotika John Fiske	Deskriptif Kualitatif	Teori & Metode	Hasil Penelitian
4	Chevinna Zakkiya	Analisis Semiotika John Fiske Tentang Gangguan Obsesif Kompulsif Pada Serial <i>Dahmer- Monster : The Jeffry Dahmer Story</i> Di Netflix Episode 3 "Doin' <i>Dahmer</i> "	Analisis Semiotika John Fiske	Deskriptif Kualitatif	Teori & Metode	Hasil Penelitian

5	Agatha Everyne Koism	Representasi Gender Dalam Film “Selesai”	Analisis Semiotika John Fiske	Deskriptif Kualitatif	Teori & Metode	Objek & Hasil Penelitian
---	----------------------------	--	-------------------------------------	--------------------------	-------------------	-----------------------------

2.2. Kerangka Konseptual

2.2.1. Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindari oleh setiap manusia. Sebagai makhluk sosial, manusia dikodratkan untuk hidup bermasyarakat dan berinteraksi dengan manusia lainnya dengan berkomunikasi.

Kata komunikasi atau *communication* dalam Bahasa Inggris berasal dari Bahasa Latin yaitu *communis* yang artinya “sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yaitu artinya “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling sering sebagai asal usul komunikasi, yang merupakan akar-akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip.

Menurut Deddy Mulyana dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar menerangkan definisi komunikasi sebagai berikut :

“Komunikasi menandakan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama”. (2005:4). Dalam hal ini tentunya komunikasi dapat diartikan sebagai sebuah informasi yang meluas kepada para komunikan.

Hal tersebut diterima oleh pikiran mereka yang kemudian membentuk sebuah makna atau pemahaman terhadap informasi yang disampaikan tersebut.

Menurut Rogers dan D. Lawrence Kincaid (1981) yang dikutip oleh Hafied Cangara dalam Pengantar Ilmu Komunikasi mengatakan pengertian komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.

2.2.2. Proses Komunikasi

Proses komunikasi pada dasarnya adalah cara bagaimana komunikator menyampaikan suatu pesan hingga pesan tersebut dapat di terima dan di mengerti oleh komunikan. Proses komunikasi ini dilakukan dengan beberapa tahapan yang teratur agar penyampaian pesan dari komunikator dapat di terima dengan baik oleh komunikan. Proses komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif sesuai dengan tujuan komunikasi pada umumnya.

Tujuan dan Proses Komunikasi

Kegiatan komunikasi yang sering dilakukan manusia hampir setiap hari tentu memiliki suatu tujuan tertentu yang berbeda-beda yang nantinya diharapkan dapat tercipta saling pengertian. Berikut tujuan komunikasi menurut Riant Nugroho (2004) tujuan komunikasi adalah menciptakan pemahaman bersama atau mengubah persepsi, bahkan perilaku. Sedangkan menurut Katz an Robert Kahn tujuan utama komunikasi

yaitu pertukaran informasi dan penyampaian makna suatu *system social* atau organisasi.

Dari dua pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi bertujuan untuk merubah sikap, pendapat, perilaku, dan pada perubahan sosial masyarakat. Sedangkan fungsi dari komunikasi adalah sebagai penyampai informasi yang utama, mendidik, menghibur, dan yang terakhir mempengaruhi orang lain dalam bersikap dan bertindak.

Proses komunikasi adalah bagaimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan, sehingga dapat menciptakan suatu persamaan makna antara komunikan dengan komunikator. Dalam teori komunikasi terdapat beberapa tahap proses komunikasi yaitu :

1. Penginterpretasian

Hal yang diinterpretasikan merupakan motif komunikasi, terjadi dalam diri komunikator. Artinya, proses komunikasi tahap pertama bermula sejak motif komunikasi muncul hingga akal budi komunikator berhasil menginterpretasikan apa yang dipikirkan dan dirasakan ke dalam pesan (masih abstrak). Proses penerjemahan motif komunikasi ke dalam pesan disebut interpreting.

2. Penyandian

Tahap ini masih ada dalam komunikator, dari pesan yang bersifat abstrak berhasil diwujudkan oleh akal budi manusia ke dalam lambang komunikasi.

Tahap ini disebut encoding, akal budi manusia berfungsi sebagai *encoder*, alat penyandi mengubah pesan abstrak menjadi konkret.

3. Pengiriman

Proses ini terjadi ketika komunikator melakukan tindakan komunikasi, mengirim lambang komunikasi dengan peralatan jasmaniah yang disebut *transmitter*, alat pengirim pesan.

4. Perjalanan

Tahapan ini terjadi antara komunikator dan komunikan, sejak pesan dikirim hingga pesan diterima oleh komunikan.

5. Penerimaan

Tahapan ini ditandai dengan diterimanya lambang komunikasi melalui peralatan jasmaniah komunikan.

6. Penyandian balik

Proses komunikasi penyandian balik terjadi dalam diri komunikan, yakni sejak lambang komunikasi diterima melalui *receiver* hingga pesan tersebut diolah dan diuraikan dalam diri komunikan (*decoding*).

7. Penginterpretasian balik

Proses komunikasi penginterpretasian kembali terjadi dalam diri komunikan. Proses komunikasi ini terjadi sejak lambang komunikasi berhasil diuraikan dalam bentuk pesan hingga menimbulkan *feedback*.

2.3. Komunikasi Massa

2.3.1. Definisi Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses di mana organisasi media membuat dan menyebarkan pesan kepada khalayak banyak (publik). Organisasi-organisasi media ini akan menyebarkan pesan-pesan yang akan memengaruhi dan mencerminkan kebudayaan suatu masyarakat, lalu informasi ini akan mereka hadirkan serentak pada khalayak luas yang beragam. Hal ini membuat media menjadi bagian dari salah satu institusi yang kuat di masyarakat. Dalam komunikasi massa, media massa menjadi otoritas tunggal yang menyeleksi, memproduksi pesan, dan menyampaikannya pada khalayak.

Definisi komunikasi massa menurut **Gerbner** adalah produksi serta distribusi yang memiliki landasan pada suatu teknologi lembaga melalui arus pesan yang memiliki kesinambungan atau berkelanjutan. Gerbner juga mengemukakan bahwa komunikasi massa dapat menghasilkan suatu produk berupa pesan komunikasi. Produk dari komunikasi massa tersebut akan disebarkan pada khalayak luas secara terus menerus melalui jarak waktu yang tetap, contohnya seperti setiap minggu atau setiap bulan.

2.3.2. Karakteristik Komunikasi Massa

Komunikasi massa bersifat heterogen. Komunikasi yang dijalin meliputi penduduk yang bertempat tinggal berbeda, kondisi yang berbeda, budaya beragam,

berasal dari berbagai lapisan masyarakat, mempunyai pekerjaan yang berjenis-jenis, dan sebagainya.

Komunikasi massa memiliki lima karakteristik menurut Mc Quail yang membedakan komunikasi tersebut dengan jenis komunikasi lain.

- 1) Sumber dari komunikasi bukan hanya pada satu orang saja, melainkan ikut melibatkan organisasi formal, sender atau pengirim pesena seringkali adalah seorang komunikator profesional yang ahli dalam bidangnya.
- 2) Pesan yang disampaikan melalui komunikasi massa dapat beragam, mudah diperkirakan, dapat diproses, melalui standarisai, diperbanyak dan menjadi produk komoditi yang memiliki nilai tukar berharga.
- 3) Penerima dari pesan komunikasi massa adalah bagian dari khalayak luas.
- 4) Komunikasi massa mencakup kontak yang sifatnya serentak antara satu pengirim dengan banyak penerima pesan.

Berbeda halnya dengan media komunikasi yang menggunakan media berupa televisi. Dalam media komunikasi massa berupa televisi ini tentunya akan melibatkan banyak orang dan crew nantinya. Karena nantinya akan melibatkan beberapa crew seperti juru kamera, lighting, stage manager, make up, wardrobe, floor manager, dan lain sebagainya yang merupakan komponen dari broadcasting pada umumnya

2.3.3. Fungsi Komunikasi Massa

Empat fungsi komunikasi massa adalah: pengawasan, korelasi, transmisi budaya dan hiburan. Dalam banyak hal, keempat fungsi komunikasi massa masih relevan dan dapat dialihkan ke media kontemporer :

1. Pengawasan Lingkungan

Komunikasi massa ada untuk mengamati dan menginformasikan. Media massa membuat warga mendapat informasi tentang berita dan peristiwa. Pada saat krisis, pengumuman media massa menawarkan peringatan dan instruksi. Misalnya, ketika bencana alam terjadi, seperti angin topan, badai salju dan tsunami, media tradisional dan media sosial adalah alat komunikasi utama untuk menyampaikan informasi tentang jalur badai yang akan datang atau untuk memberi tahu orang-orang tentang penutupan sekolah dan bisnis, dan bagaimana mencari penampungan dan mencari jalur evakuasi. Media juga digunakan sebagai alat otoritas pemerintah untuk melindungi warga negara dengan pembaruan penting.

2. Fungsi Korelasi

Outlet berita tradisional pernah menjadi satu-satunya penengah dari apa yang dipilih sebagai layak diberitakan dan bagaimana penyiar dan jurnalis menafsirkan informasi. Sebagai alternatif, surat kabar menyadap para ahli di bidangnya. Meskipun penerbit dan stasiun berita mungkin memiliki bias, sebagian besar organisasi mempertahankan prinsip-prinsip jurnalisme yang lama dan kaku.

Saat ini, platform media sosial seperti Twitter dan Facebook mungkin menunjukkan bahwa seringkali, tidak ada perantara, yang dapat menghubungkan peristiwa dengan cara yang objektif dan interpretatif. Pengguna dapat diberi makan cerita yang dibuat-buat yang terlihat seperti “berita nyata”, padahal sebenarnya tidak. Secara khusus, Facebook, telah menjadi situs berita palsu yang telah menyebabkan platform lebih dari beberapa sakit kepala. Meskipun perusahaan merupakan bagian penting dari media massa, itu bukan situs berita.

Fungsi korelasi tidak berada di tangan eksekutif Facebook, dan Facebook tidak mengklaim demikian. Pada bulan Januari 2018, CEO Facebook Mark Zuckerberg memutuskan bahwa pengguna sendiri dapat memutuskan perbedaan antara berita asli dan palsu ketika dia menulis, “Kami dapat mencoba membuat keputusan itu sendiri, tetapi itu bukan sesuatu yang membuat kami nyaman.”

3. Transmisi Budaya dan Mempengaruhi Norma Masyarakat

Meskipun dua fungsi pertama adalah untuk menyediakan dan menafsirkan berita dan informasi, yang ketiga memungkinkan media untuk mencerminkan dan mempengaruhi norma-norma masyarakat. Media berfungsi sebagai pemancar pesan budaya, membiarkan massa memahami apa yang dianggap sebagai bentuk perilaku yang dapat diterima. Transmisi budaya, bagaimanapun, berkembang. Apa yang dulunya tabu bisa menjadi norma ketika cukup banyak orang menerimanya dan ketika media melaporkannya.

Berita mungkin apa yang terjadi di TV atau di media sosial tetapi juga bisa apa yang terjadi di stasiun televisi dan di saluran YouTube. Pada 1950-an, Lucy dan Dezi tidur di tempat tidur kembar terpisah di “I Love Lucy” tetapi acara itu menampilkan Lucy sebagai hamil. Keluarga Brady berbagi tempat tidur di “The Brady Bunch” jauh sebelum sitkom atau drama televisi lainnya, dan sekarang “The Fosters” menghadirkan anak-anak asuh yang dibesarkan oleh pasangan lesbian. Ketiga pertunjukan tersebut mencerminkan budaya zaman sambil juga menetapkan dan menyetujui norma-norma baru.

4. Pendidikan dan Hiburan

Media juga berfungsi sebagai pemancar budaya yang mendidik dan menghibur. Jauh sebelum munculnya media massa, orang dipaksa untuk menghibur diri mereka sendiri. Mereka mungkin telah berpartisipasi dalam kegiatan atau menghadiri acara langsung. Munculnya komunikasi massa memungkinkan pemirsa dan pendengar untuk melihat dan mendengar serta belajar secara real time dari manapun mereka berada.

Platform media sosial mengambil faktor hiburan itu lebih jauh. Pengguna media sosial tidak perlu lagi bergantung pada penyiar radio atau produser untuk memberikan hiburan. Setiap anak dengan smartphone dapat mengunggah video konyol ke YouTube dan membuat pengguna tertawa berjam-jam.

2.4. Media Massa

2.4.1. Definisi Media Massa

Sejarah menunjukkan, media massa pada akhirnya mencapai puncak perkembangan sebagai lembaga kunci dalam masyarakat modern. Media massa mampu mempresentasikan diri sebagai ruang-publik yang utama dan turut menentukan dinamika sosial, politik, dan budaya, di tingkat lokal maupun global.

Menurut **Hikmat** dalam bukunya yang berjudul **Etika dan Hukum Pers**, definisi media massa yaitu:

“Media massa adalah tempat dimuat atau disiarkannya hasil kerja wartawan. Media massa dapat dibagi dalam dua kategori, yakni media massa cetak seperti surat kabar dan majalah dan media massa elektronik seperti radio, televisi, dan internet (media online). Setiap media massa memiliki karakteristik masing-masing. (2011:74)”

Media massa sebagai alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara seremak, cepat kepada *audience* yang luas dan heterogeny. Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya adalah surat kabar, radio, dan televisi.

2.4.2 Fungsi Media Massa

Media massa berfungsi memberikan status, misalnya, orang yang tidak dikenal mendadak terkenal karena diungkap besar-besaran dalam media massa.

Menurut **Effendi dan Onang** yang dikutip oleh **Fachrurrozi dan Andri Wicaksono** dalam buku yang berjudul **Sekilas Tentang Bahasa Indonesia**, fungsi media massa yaitu:

Fungsi media massa adalah mempengaruhi, membimbing, dan fungsi mengkritik. Mencermati fungsi media massa, dapat dikatakan bahwa media massa itu memiliki kekuatan/peran yang luar biasa terhadap suatu masyarakat. Oleh karena itu, media massa harus selalu mengawal informasi yang patut dikomunikasikan dan mana yang tidak patut. (2016:52)

Peran yang dimainkan media massa, selain membentuk citra khalayak kearah yang dikehendaki media tersebut, juga memertahankan citra yang sudah dimiliki khalayak. Artinya, media massa mencerminkan citra khalayak dan khalayak memproyeksikan citranya pada pengajuan media massa.

2.4.3 Jenis-Jenis Media Massa

Media massa memiliki ciri yang khas, yakni berkemampuan memikat perhatian khalayak secara serempak (*simultaneous*) dan serentak (*instantaneous*). Dalam menyusun strategi komunikasi sifat dari media yang akan digunakan harus benar-benar mendapat perhatian, karena erat sekali kaitannya dengan khalayak yang akan diterpa.

Menurut **Hafied Cangara**, dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi**, jenis-jenis media massa dibedakan menjadi tiga jenis yakni antara lain:

1. **Media Cetak**
2. **Media Elektronik**
3. **Media Online (2010:74)**

1. **Media Cetak (*Printed Media*):** Surat kabar, Tabloid, Majalah.

Media massa pertama kali muncul di dunia 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. Namun sekarang sudah ada kebebasan pers, seperti timbal balik dari audiens.

2. **Media Elektronik (*Electronic Media*):** Radio, Televisi, Film/Video

Setelah media cetak muncullah media elektronik pertama yaitu radio. Sebagai media audio yang menyampaikan pesan lewat suara. Kecepatan dan ketepatan waktu dalam penyampaian 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 Online:** Website, Portal Berita, Blog, Media Sosial

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. Namun akses internet yang masih terbilang bebas bisa berbahaya bagi pengguna yang belum mengerti. Misalnya penipuan, pornografi, dsb. Media internet tidak harus dikelola sebuah perusahaan layaknya media cetak dan elektronik, melainkan bisa juga dilakukan oleh individu.

2.5. Film

2.5.1. Definisi Film

Film adalah gambar hidup yang bisa disebut *movie*. Film secara kolektif sering disebut sinema. Sinema itu sendiri bersumber dari kata *kinematic* atau gerak. Film juga sebenarnya merupakan lapisan-lapisan cairan selulosa bisa dikenal di dunia para sineas sebagai seluloid.

Pengertian secara film (sinema) ialah *cinematographie* yang berasal dari *cinema + tho = phytos* (cahaya) + *graphie = graph* (tulisan=gambar=citra), jadi pengertiannya adalah melukis gerak dengan cahaya. Agar kita dapat melukis gerak dengan cahaya, kita harus menggunakan alat khusus, yang biasa kita sebut dengan kamera.

Denesi dalam bukunya yang berjudul **Semiotika Media** sebagai berikut:

Pada tingkat penanda, film merupakan sebuah teks yang membuat serangkaian citra fotografi dan mengakibatkan adanya ilusi gerak dan tindakan dalam kehidupan nyata. Sedangkan dalam tingkat penanda film merupakan cermin kehidupan metaforis. (2010:134)

Definisi tersebut menjelaskan bahwa topik yang diangkat dalam sebuah film dapat dijadikan pokok pembahasan semiotika media karena didalam jenis film terdapat sistem signifikasi yang ditanggapi orang-orang masa kini dan melalui film mereka mencari hiburan insporasi dan wawasan pada tingkat *interpretant*.

Elviaro menjelaskan definisi dalam bukunya yang berjudul **Komunikasi Massa** sebagai berikut:

Film (gambar bergerak) adalah bentuk dominan dari komunikasi massa visual dibelahan dunia ini. Lebih dari ratusan juta orang menonton film di bioskop, film televisi, dan film video laser setiap minggunya. (2004:143)

Film memiliki sejarah yang Panjang dalam kajian para ahli komunikasi sebagai media massa, film digunakan sebagai media yang merefleksikan realitas atau bahkan membentuk realitas. Cerita yang ditayangkan melalui sebuah film dapat berbentuk fiksi atau nonfiksi. Melalui sebuah film, informasi dapat di konsumsi dengan mendalam karena bentuk film adalah media audio visual. Media ini banyak digemari orang karena dapat dijadikan sebagai hiburan.

Kemampuan film dapat menjangkau banyak segmen sosial, maka kemudian para ahli berpendapat bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi

khalayak. Sejak saat itulah, mereka berbagi penelitian yang melihat dampak dari sebuah film terhadap khalayak.

2.5.2. Kategori Film

Danesi dalam bukunya yang berjudul **Semiotika Media** menjelaskan kategori film, yaitu:

Tiga kategori utama dalam film adalah film fitur, film dokumentasi, film animasi yang dikenal secara umum sebagai film kartun. Film fitur merupakan film karya fiksi, yang strukturnya selalu berupa narasi, yang dibuat dalam tiga tahap, tahap praproduksi, tahap produksi dan tahap pasca produksi (editing). Film dokumenter merupakan film nonfiksi yang menggambarkan situasi kehidupan nyata dengan setiap individu menggambarkan perasaan dan pengalamannya dalam situasi yang apa adanya, tanpa persiapan, langsung kepada kamera atau pewawancara. Film animasi merupakan film dengan pemakaian teknik ilusi gerak dan serangkaian gambaran benda dua atau tiga dimensi. (2010:134)

Dengan adanya tiga kategori film tersebut, artinya film tidak dibuat semanya. Melainkan memiliki kategori disetiap produksi pembuatannya. Walaupun saat ini sudah banyak dimodifikasi kearah yang lebih kreatif lagi, namun tetap kategori utama dalam sebuah film adalah yang telah dijelaskan diatas.

Kelebihan film adalah karakternya yang audio visual menjadikan film lebih kuat dalam menyampaikan pesan kepada khalayak yang multikultur dan lintas

kelas sosial. Perasaan dan pengalaman yang ada saat menonton film pun menjadikan film sebagai media yang istimewa karena dapat membuat penontonnya terbawa ke dalam film tersebut. Bagi para pembuat film, film merupakan media representatif atas ide-ide kreatif yang dimiliki. Keakraban film terhadap khalayak menjadikan ide dan pesan pembuat film lebih mudah diterima khalayak.

Kekurangan dari film adalah sangat multitafsir. Dimana diperlukan Analisa tersendiri memahami unsur-unsur semiotik yang ditampilkan dalam film. Kemampuan film menembus batas-batas kultural di sisi lain justru membuat film yang membawa unsur tradisional susah untuk ditafsirkan bahkan menjadi salah tafsir oleh penonton yang berasal dari budaya lain. Sedangkan kekurangan lain dari film adalah film yang dibuat dalam universalitas akan turut membentuk apa yang disebut *common culture* yang dapat mengikis lokalitas masyarakat tertentu. Film juga memberikan efek pada penontonnya terutama anak-anak, sehingga untuk jenis film tertentu seperti horor, kekerasan dan pornografi akan menjadi pengaruh negative bagi penonton anak-anak. Dari segi industry dan komersialisasi, film telah dijadikan sebagai media yang dikomodifikasi. Sehingga saat ini banyak film-film yang hanya mengajar pangsa pasar atau profit semata tanpa mementingkan kualitas dalam film tersebut hingga ideologi yang diusung pun tidak jelas.

2.6. Semiotika

2.6.1. Definisi Semiotika

Secara etimologis semiotik berasal dari Bahasa Yunani yaitu semio yang berarti penafsir tanda atau dimana sesuatu dikenal. Semiotika ialah ilmu tentang tanda atau studi tentang bagaimana sistem penandaan berfungsi. Semiotika ialah cabang ilmu dari filsafat yang mempelajari “tanda” dan bisa disebut filsafat penanda.

Semiotika adalah teori analisis berbagai tanda dan pemaknaan, secara umum, semiotika didefinisikan sebagai teori filsafat umum yang berkenaan dengan produksi tanda-tanda dan simbol-simbol sebagai bagian dari sistem kode yang digunakan untuk mengkomunikasikan informasi. Semiotik meliputi tanda-tanda visual dan verbal serta *tactile* dan *olfactory* (semua tanda atau sinyal yang bisa di akses dan diterima oleh seluruh indera yang kita miliki) ketika tanda-tanda tersebut membentuk sistem kode yang secara sistematis menyampaikan informasi atau pesan secara tertulis disetiap kegiatan dan perilaku manusia.

Sobur menjelaskan definisi semiotika dalam bukunya yang berjudul **Semiotika Komunikasi** sebagai berikut :

Semiotika dari suatu model dari ilmu pengetahuan sosial memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki unit dasar disebut “tanda” dengan demikian semiotika mempelajari hakekat tentang keberadaan tanda, baik

itu di konstruksikan oleh simbol dan kata-kata yang digunakan dalam konteks sosial. (2006:87)

Dari definisi diatas menjelaskan bahwa semiotika di pakai sebagai pendekatan untuk menganalisa, baik itu berupa teks gambar maupun simbol di media cetak ataupun media elektronik terutama dalam sebuah film. Dengan demikian asumsi media sendiri itu dikomunikasikan dengan simbol dan kata.

2.6.2. Tokoh-Tokoh Semiotika

a. Charles Sanders Peirce

Peirce disebut *interpretant* dinamakan sebagai interpretan dari tanda yang pertama, pada gilirannya akan mengacu pada objek tertentu. Dengan demikian menurut Peirce, sebuah tanda atau *representamen* memiliki relasi 'triadik' langsung dengan *interpretant* dan objeknya. Apa yang dimaksud dengan proses '*semiosis*' merupakan suatu proses yang memadukan entitas (berupa *representamen*) dengan entitas lain yang disebut sebagai objek. Proses ini oleh Peirce disebut sebagai signifikasi (Wibowo,2013:17-18)

b. Ferdinand De Saussure

Selain Charles Sanders Peirce, pendekatan teori semiotika yang terus berkembang hingga saat ini amat berhutang budi pada peletak dasar semiotika lainnya yaitu Ferdinand De Saussure yang lebih berfokus pada teori *semiotika linguistik*. "Jola ada seseorang yang layak disebut sebagai pendiri linguistik modern dialah sarjana dan tokoh besar asal Swiss: Ferdinand De Saussure," demikianlah pujian dari John Lyons. Saussure memang terkenal dan banyak

dibicarakan orang karena teorinya tentang tanda. Meski tak pernah mencetak buah pikirannya dalam sebuah buku, para muridnya mengumpulkan catatan-catatannya menjadi sebuah outline. (Wibowo,2013:20)

c. Roland Barthes

Barthes melontarkan konsep tentang konotasi dan denotasi sebagai kunci dari analisisnya. Barthes menggunakan versi yang jauh lebih sederhana saat membahas model '*glossematic sign*' (tanda-tanda glossematics). Mengabaikan dimensi dari bentuk dan substansi, Barthes mendefinisikan sebuah tanda (*sign*) sebagai sebuah sistem yang terdiri dari (E) sebuah ekspresi atau *signifier* dalam hubungannya (R) dengan *cintent* (atau *signified*) (C): ERC. Sebuah sistem tanda primer (*primary sign system*) dapat menjadi sebuah elemen dari sebuah sistem tanda yang lebih lengkap dan memiliki makna yang berbeda ketimbang semula.

d. Umberto Eco

Sebagaimana dikutip Yasraf Amir Piliang dalam buku "*Hipersemiotika*" *Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*, (2003) menegaskan bahwa semiotika adalah dusta. Eco mengatakan bahwa pada prinsipnya (semiotika) adalah sebuah disiplin yang mempelajari segala sesuatu yang dapat digunakan untuk berdusta. Definisi ini meskipun agak aneh secara eksplisit menjelaskan betapa sentralnya konsep dusta di dalam wacana semiotika, sehingga dusta tampaknya menjadi prinsip utama semiotika.

2.6.2. Teori Analisis Semiotika John Fiske

Semiotika adalah studi mengenai pertandaan dan makna dari sistem tanda, ilmu tentang tanda, bagaimana makna dibangun dalam teks media, atau studi tentang bagaimana tanda dari jenis karya apapun dalam masyarakat yang mengkonsumsi makna. (Fiske, 2007:282).

Sebuah tanda adalah sesuatu yang bersifat fisik, dapat diterima oleh indera kita, mengacu pada sesuatu di luar dirinya dan bergantung pada pengenalan dari para pengguna bahwa itu adalah tanda. (Fiske, 2014:68)

John Fiske mengungkapkan sebuah teori *The Codes of Television*, yang menyatakan peristiwa dinyatakan telah diekode oleh kode-kode sosial. Pada teori *The Codes of Television*, John Fiske merumuskan tiga level proses pengkodean:

1. Level Realitas : penampilan (*appearance*), pakaian (*dress*), tata rias (*make up*), lingkungan (*environment*), perilaku (*behavior*), bicara (*speech*), gerakan (*gesture*), ekspresi (*expression*), dan lain-lain.
2. Level Representasi : narasi (*narrative*), konflik (*conflict*), karakter (*character*), aksi (*action*), latar (*setting*) dan percakapan (*dialog*).
3. Level Ideologi : Individualisme, liberalisme, sosialisme, patriarki, ras, kelas, materialisme, kapitalisme, dan sebagainya.
 - Individualisme memiliki arti lebih mementingkan kebebasan pribadi yang artinya lebih mementingkan diri sendiri dibandingkan mementingkan orang lain. Dalam film,

individualisme termasuk suatu hal yang diperdalam oleh seorang pemain film yang karakternya memiliki kecenderungan pendiam dan penyendiri.

- Liberalisme adalah ideologi dengan unsur-unsur kebebasan, moral, sosial yang menekankan kemerdekaan manusia dan kepentingan bertanggung jawab serta kebebasan sendiri. Dalam film, liberalism dilakukan oleh orang atau pemain film yang mendapatkan peran sebagai pribadi suka akan kebebasan dan tidak suka diatur.
- Patriarki adalah ideologi yang menempatkan laki-laki dalam posisi yang lebih tinggi dari perempuan, oleh sebab itu terdapat nilai-nilai maskulinitas yang dianggap sebagai simbol kekuasaan. Dalam film, “Patriarki” menjadi salah satu *point* di dalamnya, seperti peran seorang ayah yang memimpin dan mendidik anak-anak mereka agar sukses di dunia Pendidikan dan karir.
- Ras adalah pengelompokan orang di bumi berdasarkan karakteristik umum yang mereka miliki. Tentunya “Ras” menjadi suatu hal yang ada di dalam film, beberapa jenis film memiliki keterkaitan dengan ras yang menuju kepada isi film tersebut.

- Kelas adalah pembedaan penduduk atau masyarakat ke dalam kelas-kelas secara bertingkat. “Kelas” menjadi hal yang cukup banyak digunakan dalam film, beberapa film memiliki karakter yang berkelas tinggi (berwibawa) dan memiliki karakter yang berkelas rendah dari beberapa factor.
- Materialisme adalah pandangan hidup yang mencari segala sesuatu kehidupan manusia di dalam alam kebendaan semata. Dalam film, materialisme adalah suatu hal yang banyak menjadi bumbu dari isi cerita dalam sebuah film soal kekayaan, benda penting yang saling diperebutkan dll.
- Kapitalisme adalah sistem organisasi ekonomi yang ditandai oleh hak milik individu atas berbagai alat produksi dan distribusi yang gunanya untuk mendapatkan untung dalam kondisi bisnis yang sangat kompetitif. Di dalam film, kapitalisme menjadi salah satu faktor untuk mendukung isi dari cerita di dalam film yang diproduksi, kapitalisme pula yang menjadikan beberapa film sebagai awal dari klimaks sebuah film.

Pusat dari konsentrasi ini adalah tanda. Kajian mengenai tanda dan cara tanda-tanda tersebut bekerja disebut semiotika atau semiologi, dan kajian ini akan menyediakan fokus alternatif di dalam penelitian ini. Semiotika, sebagaimana kita menyebutnya, memiliki tiga wilayah kajian yaitu:

1. Tanda itu sendiri. Wilayah ini meliputi kajian mengenai berbagai jenis tanda yang berbeda, cara-cara berbeda dari tanda-tanda di dalam menghasilkan makna, dan cara tanda-tanda di dalam menghasilkan makna, dan cara tanda-tanda tersebut berhubungan dengan orang yang menggunakannya. Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami di dalam kerangka pengguna/konteks orang-orang yang menempatkan tanda-tanda tersebut.
2. Kode-kode atau sistem di mana tanda-tanda diorganisasi. Kajian ini melingkupi bagaimana beragam kode telah dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat atau budaya, atau untuk mengeksploitasi saluran-saluran komunikasi yang tersedia bagi pengiriman kode-kode tersebut.
3. Budaya tempat dimana kode-kode dan tanda-tanda beroperasi. Hal ini pada gilirannya bergantung pada penggunaan dari kode-kode dan tanda-tanda untuk eksistensi dan bentuknya sendiri (Fiske, 2014:66-67).

Berbeda dengan tokoh-tokoh semiotika yang lain, Fiske sangat mementingkan hal-hal mendasar pada gejala-gejala sosial seperti halnya budaya, keberadaan sosial dan kepopuleran budaya yang sangat mempengaruhi masyarakat dalam memaknai makna yang di-encodingkan.

Menurut John Fiske, ada tiga bidang studi utama dalam semiotika yaitu:

- 1) Tanda itu sendiri. Hal ini terdiri dari atas studi tentang berbagai tanda yang berbeda, cara-cara tanda yang berbeda itu dalam menyampaikan makna, dan cara-cara tanda itu terkait dengan manusia yang menggunakannya. Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami dalam artian manusia yang menggunakannya.
- 2) Sistem atau kode yang mengorganisasikan tanda. Studi ini mencakup cara berbagai kode yang dikembangkan, guna memenuhi kebutuhan suatu masyarakat atau budaya atau mengeksploitasi saluran komunikasi yang tersedia untuk mentransmisikannya.
- 3) Kebudayaan dan tempat kode dan tanda bekerja. Ini pada gilirannya bergantung pada penggunaan kode-kode dan tanda-tanda itu untuk keberadaan dan bentuknya sendiri. (Fiske, 2007:60)

John Fiske berpendapat bahwa realitas adalah produk pokok yang dibuat oleh manusia. Dari ungkapan tersebut diketahui bahwa Fiske berpandangan apa yang ditampilkan di layer kaca, seperti film yang merupakan realitas sosial.

Semiotika adalah cabang keilmuan tentang tanda yang mempunyai prinsip, sistem, dan aturan-aturan khusus dan baku. Semiotika berbeda dengan ilmu pengetahuan alam yang memiliki sifat kepastian, objektivitas, dan ketunggalan, karena semiotika dibangun lebih terbuka bagi berbagai

interpretasi. Sebagai cabang ilmu yang mempunyai lingkup kajian luas dan meliputi hampir semua bidang kehidupan, mengakibatkan terciptanya cabang-cabang khusus yaitu: semiotika seni, semiotika kedokteran, semiotika binatang, semiotika arsitektur, semiotika *fashion*, semiotika film, semiotika sastra, dan semiotika televisi. Kata semiotika berasal dari bahasa Yunani *Semeion* yang berarti “tanda” atau *Seme* yang berarti “penafsiran tanda”. Semiotika 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 itu 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 Ferdinand de Saussure didalam bukunya yang berjudul *Course in General Linguistics*, bahasa adalah suatu sistem tanda yang mengekspresikan ide-ide dan karena itu dapat dibandingkan dengan sistem tulisan, huruf-huruf

untuk orang-orang pengidap disabilitas, 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 akan menjelaskan unsur yang menyusun suatu tanda dan bagaimana hukum itu mengaturnya.

Semiotika membantu untuk menafsirkan berbagai tanda komunikasi, baik tanda alam maupun tanda buatan, semiotika mampu untuk menafsirkan makna-makna baik yang tersirat maupun tersurat, karena pada dasarnya semiotika berdasarkan pada logika atau subjektivitas si penafsir itu sendiri. Hal inilah yang memunculkan beberapa aliran semiotika, seperti aliran semiotika strukturalisme, pragmatisme, post-modernisme dan pembedanya adalah subjektivitas yang berdasar pada epistemologis, ontologis, aksiologis dan metodologis. Tanda-tanda yang ada dalam semiotika biasanya terdiri atas tanda natural, yaitu tanda yang terjadi secara alami, dan tanda konvensional, yaitu tanda khusus dibuat untuk komunikasi.

Semiotika John Fiske mengikuti aliran post-strukturalisme, aliran ini lahir karena ketidaksetujuan terhadap aliran strukturalisme yang dipelopori Ferdinand de Saussure yang mengatakan tanda dalam semiotika adalah sesuatu yang mengikat, dan tidak memberi kemungkinan akan terciptanya kreativitas tanda-tanda yang baru dan aliran post-strukturalisme menolak segala bentuk

keterikatan dengan konvensi, aturan atau kode-kode baru, sebaliknya, ia membuka ruang bagi model-model bahasa dan pertandaan yang kreatif, produktif, subversive, transformative, bahkan terkadang anarkis (Piliang, 2010:259). John Fiske (2010) dalam buku *Culture and Communication Studies*: sebuah pengantar paling komprehensif mengatakan komunikasi adalah proses berbicara satu sama lainnya. Pada tataran ini, komunikasi bisa dipahami dalam konteks dari pesan yang disampaikan melalui televisi, sebagai penyebaran informasi, atau juga bisa dalam bentuk komunikasi non verbal seperti gaya rambut ataupun kritik sastra. John Fiske berasumsi bahwa semua komunikasi melibatkan tanda (*sign*) dan kode (*codes*). Tanda adalah artefak atau tindakan yang merujuk pada sesuatu yang lain di luar tanda itu sendiri. Tanda menandakan *construct*, dan kode adalah sistem dimana tanda-tanda diorganisasikan dan yang menentukan bagaimana tanda-tanda itu mungkin berhubungan satu sama lain. Asumsi lainnya adalah bahwa tanda-tanda dan kode-kode itu ditransmisikan atau dibuat tersedia pada yang lain dan penerimaan tanda/kode/komunikasi adalah praktik hubungan sosial.

Dalam pandangan Fiske, sebuah peristiwa dalam tayangan televisi akan menjadi peristiwa televisi apabila telah *dienkode* oleh kode-kode sosial, yang dikonstruksi dalam tiga tahapan, yaitu realitas, representasi dan ideologi. Dalam tahapan realitas, acara televisi atau film menampilkan realitas peristiwa dalam tampilan pakaian, lingkungan, perilaku, percakapan, gestur, ekspresi, suara, dan sebagainya. Dalam artian bahwa, semua bentuk tayangan televisi benar-benar

menampilkan sesuatu yang nyata atau sesuai fakta yang ada ditengah-tengah masyarakat. Sebagai contoh, apabila sedang memberitakan peristiwa gempa, maka tayangan berita harus menampilkan gambar detik-detik gempa, dampak gempa, rumah-rumah yang rusak karena terkena dampak gempa, dan sebagainya. Tahapan representasi adalah tindakan menghadirkan atau mempresentasikan sesuatu lewat sesuatu yang lain di luar dirinya, biasanya berupa tanda atau simbol (Piliang, 2010:19). Representasi dalam tayangan televisi atau film berkaitan dengan *technical codes*, seperti kamera, lighting, editing, musik dan suara, elemen-elemen inilah yang kemudian ditransmisikan ke dalam kode representasional yang dapat mengaktualisasikan realitas dalam tayangan film atau televisi. Sedangkan tahapan ideologi adalah sistem kepercayaan dan sistem nilai yang direpresentasi dalam berbagai media dan tindakan sosial (Piliang, 2010:16). Dalam tahap ini, semua elemen diorganisasikan dan dikategorikan dalam kode-kode ideologis, seperti, patriarki, individualisme, ras, kelas, materialisme, kapitalisme, dan sebagainya.

Analisis data yang digunakan dalam penulisan ini adalah analisis semiotika yang dikemukakan oleh John Fiske. Langkah-langkah dalam analisis data dalam penulisan ini dibagi kedalam tiga tahapan yaitu tahapan realitas, tahapan representasi dan tahapan ideologi, dimana ketiga tahapan ini, akan dideskripsikan berdasarkan interpretasi dari penulis terhadap makna yang sesungguhnya dibalik tanda-tanda yang ada di tayangan film *Shang-Chi and The Legend of The Ten Rings*.

2.7. Semiotika dan Film

Berbicara mengenai perkembangan teknologi saat ini, semiotika memiliki ranah tersendiri untuk dapat berkembang. Perspektif ilmu komunikasi memberikan sebuah ruang bagi semiotika untuk dapat berpartisipasi dalam mengembangkan keilmuannya. Salah satu aspek dalam kajian komunikasi yang memiliki keterkaitan dengan semiotika adalah film. Film sebagai gambar bergerak dan representasi realita sosial tentunya memiliki banyak simbol dan tanda yang dapat digunakan untuk berkomunikasi. Dalam dunia film, sering kali kita temui berbagai macam hal yang bisa dikatakan jauh dari kenyataan atau disebut hiperrealitas (Prasetya, 2019:41).

2.8. Konstruksi Realitas Sosial

Deddy mengemukakan dalam bukunya yang berjudul Paradigma dan Perkembangan Penelitian Komunikasi:

Ontologi paradigma konstruktivis memandang realitas sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Namun demikian, kebenaran suatu realitas sosial bersifat nisbi, yang berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku sosial. (1999:39).

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan dalam melihat berbagai karakteristik dan substansi inti pemikiran dari teori konstruksi sosial nampak jelas, bahwa teori ini berparadigma konstruktivis.

Peter L. Berger dan Thomas Luckman juga mengatakan setiap realitas sosial dibentuk dan dikonstruksi oleh manusia. Mereka menyebutkan proses terciptanya konstruksi realitas sosial melalui adanya tiga tahap, yakni eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi.

1. Eksternalisasi ialah proses penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia. Dimulai dari interaksi antara pesan iklan dengan individu pemirsa melalui tayangan televisi. Tahap pertama ini merupakan bagian yang penting dan mendasar dalam satu pola interaksi antara individu dengan produk-produk sosial masyarakatnya. Yang dimaksud dengan dalam proses ini ialah ketika suatu 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.
2. Objektivasi ialah tahap dimana interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan, atau mengalami proses institusionalisasi. Objektivasi ini bertahan lama sampai melampaui batas tatap muka dimana mereka bisa dipahami secara langsung. Dengan demikian, individu melakukan objektivasi terhadap produk sosial baik dengan penciptanya maupun dengan individu lainnya, kondisi ini berlangsung tanpa harus saling bertemu. Artinya, proses ini bisa terjadi melalui penyebaran opini sebuah produk sosial yang berkembang di

masyarakat melalui diskusi opini masyarakat tentang produk sosial dan tanpa harus terjadi tatap muka antar individu dan pencipta produk sosial.

3. Internalisasi, yaitu proses dimana individu mengidentifikasi dirinya dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya. Terdapat dua pemahaman dasar dari proses ini secara umum, yaitu pemahaman mengenai 'sesama saya' yaitu pemahaman mengenai individu dan orang lain dan pemahaman mengenai dunia sebagai sesuatu yang maknawi dari kehidupan sosial.

Film merupakan bidang kajian yang sangat relevan untuk analisis semiotika, karena film dibangun dengan berbagai macam tanda. Tanda-tanda tersebut termasuk berbagai sistem tanda yang bekerja sama dengan baik untuk mencapai efek yang diharapkan. Film mempunyai makna sebenarnya, makna kiasan dan makna yang kebenarannya belum dapat dibuktikan. Penonton biasanya hanya mengetahui makna film secara menyeluruh, namun ketika film tersebut dianalisis, banyak sekali makna yang bisa dipahami oleh penonton film tersebut.

2.9. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran memberikan gambaran singkat mengenai tahapan penelitian dari tahap awal hingga akhir. Dasar pemikiran yang peneliti ambil untuk mengambil film sebagai objek penelitian adalah karena film merupakan salah satu bagian dari media massa, dimana keberadaannya

semakin penting bagi khalayak seiring perkembangan zaman. Informasi sudah menjadi kebutuhan yang penting bagi hidup manusia. Sehingga, tidak salah jika media massa dikatakan mampu memberikan pengaruh bagi khalayaknya. Dengan pengaruh tersebut media massa bisa memasukkan nilai-nilai khusus atau pesan pada khalayak. Film, dalam konteks komunikasi massa, menjadi salah satu media atau saluran penyampaian pesannya, apakah itu pesan verbal atau non verbal. Film merupakan media massa yang memerlukan penggabungan antara indera penglihatan dan indera pendengaran. Film merupakan media komunikasi yang efektif dan kuat dengan penyampaian pesannya secara audiovisual. Marshal McLuhan menyebut bahwa film sarat mengandung pesan. Pesan film, baik itu denotasi maupun konotasi, terangkai melalui bahasa verbal dan non verbal.

Hal ini menyebabkan film relevan untuk dijadikan bidang kajian bagi analisis structural semiotika. Seperti yang dikemukakan **Sobur**, dalam buku **Analisis Teks Media** sebagai berikut:

Film dibangun dengan tanda semata-mata. Tanda-tanda itu termasuk berbagai sistem tanda yang bekerja sama dengan baik untuk mencapai efek yang diharapkan. Berbeda dengan fotografi statis, rangkaian gambar-gambar dalam film adalah persamaannya dengan realitas yang ditunjukkannya. Gambar yang dinamis dalam film merupakan ikonis bagi realita yang di konotasikannya. (2012:128)

Film Shang-Chi dianggap dapat melukiskan realitas yang ada dan terjadi di kehidupan nyata, sehingga peneliti menggunakan Teori konstruksi Realitas Sosial dari Peter L. Berger dan Thomas Luckman, yang menjelaskan konstruksi sosial atas realitas yang terjadi secara stimulan melalui tiga tahap, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi.

Tiga proses ini terjadi diantara individu satu dengan individu lainnya. Substansi teori konstruksi sosial media massa ada pada sirkulasi informasi cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan persebarannya merata. Teori ini berakar pada paradigma konstruktivis yang melihat realitas sosial sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu yang merupakan manusia bebas. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya. Manusia dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak diluar batas control struktur dan pranata sosialnya, dimana individu melalui respon-respon terhadap stimulus dalam dunia kognitifnya. Dalam proses sosial, individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya.

Semiotika adalah sebuah ilmu yang mempelajari tentang tanda atau *sign*. Tanda digunakan oleh manusia untuk menggambarkan suatu hal. Komunikasi pun berawal dari tanda, karena di dalam tanda mengandung makna dan pesan tersendiri. Dengan adanya tanda, maka akan mempermudah seseorang dalam berkomunikasi, karena tanda merupakan

sebuah perantara antara seseorang dan pihak lain untuk melakukan interaksi. Apabila di dunia ini tidak ada tanda, maka tidak akan tercipta komunikasi. Untuk menemukan makna di balik setiap tanda dalam film tersebut, maka peneliti menggunakan analisis semiotika John Fiske dalam penelitian ini.

Semiotika Fiske mengikuti aliran post-strukturalisme, aliran ini lahir karena ketidaksetujuan terhadap aliran strukturalisme yang dipelopori oleh Ferdinand De Saussure yang mengatakan tanda dalam semiotika adalah sesuatu yang mengikat, dan tidak memberi kemungkinan akan terciptanya kreativitas tanda-tanda yang baru dan aliran post-strukturalisme menolak segala bentuk keterikatan dengan konvensi, aturan atau kode-kode baru, sebaliknya ia membuka ruang bagi model-model bahasa dan pertandaan yang kreatif, produktif, subversive, transformative bahkan terkadang anarkis (Piliang,2010:259). John Fiske (2010) dalam buku *Culture and Communication studies*: sebuah pengantar paling komprehensif mengatakan komunikasi adalah berbicara satu sama lain. Pada tataran ini komunikasi bisa dipahami dalam konteks dari pesan yang disampaikan melalui televisi, sebagai penyebaran informasi; atau bisa juga dalam bentuk komunikasi non verbal seperti gaya rambut ataupun kritik sastra John Fiske berasumsi bahwa semua komunikasi melibatkan tanda (*sign*) dan kode (*codes*). Tanda adalah artefak atau tindakan yang merujuk pada sesuatu yang lain di luar tanda itu sendiri. Tanda menandakan *construct*, dan kode adalah sistem dimana tanda-tanda diorganisasikan dan ada yang menentukan bagaimana tanda-tanda itu

mungkin berhubungan satu sama lain. Asumsi lainnya adalah bahwa tanda-tanda dan kode-kode itu ditransmisikan atau dibuat tersedia pada yang lain dan penerimaan tanda/kode/komunikasi adalah praktik hubungan sosial.

