

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1. Review Penelitian Sejenis**

*Review* penelitian sejenis merupakan tinjauan terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang dijadikan referensi dan bahan perbandingan oleh penulis. Selain buku dan jurnal, penelitian terdahulu dikaji untuk memahami teori-teori yang relevan, sehingga penulis dapat menjalankan penelitian dengan lebih mudah dan terarah. Berikut adalah beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini:

1. Analisis Semiotika Rumah Dara *Macabre*

Penelitian ini dilakukan oleh Muhammad Panuntun (2022), mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi makna denotasi, konotasi, mitos, dan kesan horor yang terkandung dalam film "Rumah Dara *Macabre*" melalui analisis dialog, properti, dan warna. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 15 adegan yang dipilih, terdapat tanda-tanda semiotika yang menggambarkan pentingnya komunikasi dalam membangun kepercayaan.

2. Film Seri Netflix *Squid Game*

Penelitian ini dilakukan oleh Novan Yoga Pratama (2022), mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,

Universitas Pasundan. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap pesan dan makna dalam film "*Squid Game*" melalui analisis penanda, petanda, dan realitas eksternal. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan analisis semiotika Ferdinand de Saussure dan teori konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Hasil penelitian dari 22 adegan dan jawaban dari 7 informan menunjukkan bahwa uang memiliki kekuasaan besar, mampu memenuhi keinginan namun juga menjerumuskan ke dalam masalah besar.

### 3. Representasi Feminisme dalam Film 3 Srikandi

Penelitian ini dilakukan oleh Sabrina Maulidina (2020), mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui representasi feminisme dalam film "3 Srikandi" dan menemukan makna serta tanda yang digunakan untuk merepresentasikan feminisme. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik analisis semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian menunjukkan beberapa adegan yang menggambarkan representasi feminisme melalui tanda dan makna yang dianalisis dengan teori semiotika Barthes.

### 4. Mitos Nilai-Nilai Humanisme dalam Film *Batman v Superman: Dawn of Justice*

Penelitian ini dilakukan oleh Syifa Muhammad Haidir Aly (2020), mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. Penelitian ini fokus pada pembukaan mitos

nilai-nilai humanisme dalam film "*Batman v Superman: Dawn of Justice*" berdasarkan teori humanisme Abraham Maslow. Metode yang digunakan adalah analisis semiotika Roland Barthes. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap makna mitos nilai-nilai humanisme yang direpresentasikan dalam film. Hasil penelitian menemukan tiga nilai humanisme utama: kebutuhan fisiologis, kasih sayang orang tua, dan aktualisasi diri, yang masing-masing diidentifikasi melalui tanda-tanda dalam film.

Penelitian-penelitian tersebut memberikan gambaran yang komprehensif tentang penggunaan teori semiotika dalam analisis film dan relevansi nilai-nilai sosial yang diangkat. Dengan memahami metode dan hasil penelitian terdahulu, penulis dapat menyusun kerangka penelitian yang lebih terarah dan mendalam. Hal ini juga memperkaya wawasan penulis tentang bagaimana film dapat menjadi media untuk menyampaikan pesan-pesan moral dan sosial yang kompleks.

Tabel 2. 1 Review Penelitian Sejenis

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode/Teori	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
1	Muhammad Panuntun (2022), mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan	Analisis Semiotika Rumah Dara <i>Macabre</i>	Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika Roland Barthes	Dari 15 adegan yang dipilih, terdapat tanda-tanda semiotika yang menggambarkan pentingnya komunikasi dalam membangun kepercayaan.	Penelitian tersebut meneliti unsur horor yang terkandung dalam film tersebut. Sedangkan penelitian yang dilakukan adalah meneliti pesan moral	Penelitian ini menggunakan analisis semiotika roland barthes
2	Novan Yoga Pratama (2022), mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan	Film Seri Netflix <i>Squid Game</i>	deskriptif kualitatif dengan analisis semiotika Ferdinand de Saussure dan teori konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckmann	Dari 22 adegan dan jawaban dari 7 informan menunjukkan bahwa uang memiliki kekuasaan besar, mampu memenuhi keinginan namun juga menjerumuskan ke dalam masalah besar	Penelitian ini menggunakan pendekatan semiotika Ferdinand de Saussure. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan pendekatan semiotika roland barthes	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pendekatan semiotika
3	Sabrina Maulidina (2020), mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara	Representasi Feminisme dalam Film 3 Srikandi	kualitatif dengan teknik analisis semiotika Roland Barthes	beberapa adegan yang menggambarkan representasi feminisme melalui tanda dan makna yang dianalisis dengan teori semiotika Barthes.	Penelitian ini membahas Representasi feminisme	Penelitian ini menggunakan analisis semiotika roland barthes

4	Syifa Muhammad Haidir Aly (2020), mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia	Mitos Nilai-Nilai Humanisme dalam Film <i>Batman v Superman: Dawn of Justice</i>	Analisis semiotika Roland Barthes	Hasil penelitian menemukan tiga nilai humanisme utama: kebutuhan fisiologis, kasih sayang orang tua, dan aktualisasi diri, yang masing-masing diidentifikasi melalui tanda-tanda dalam film.	Penelitian ini menelaah mitos humanisme dalam Film superhero	Penelitian ini menggunakan analisis semiotika roland barthes
---	--	--	-----------------------------------	--	--	--

Sumber: Hasil Modifikasi Penulis, 2024

## **2.2. Kerangka Konseptual**

### **2.2.1. Komunikasi**

#### **2.2.1.1 Definisi Komunikasi**

Sebagai makhluk sosial, manusia tidak terlepas dari interaksi antarindividu. Bentuk interaksi yang paling mendasar dan utama adalah komunikasi. Komunikasi merupakan proses di mana individu atau kelompok saling bertukar informasi, ide, pikiran, dan perasaan melalui cara verbal maupun non-verbal, menggunakan berbagai metode seperti tanda, simbol, kata-kata, dan perilaku. Menurut M. Fahrudin Yusuf dalam bukunya "Pengantar Ilmu Komunikasi" (2021), istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin "*communicatio*" yang bersumber dari kata "*communis*" yang berarti 'sama' dalam konteks makna, sedangkan "*communicatio*" berarti 'berbagi'. Dalam buku yang sama, Onong Uchjana Effendi juga menyatakan bahwa komunikasi adalah penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan (Yusuf, 2021). Mengutip teori Harold Lasswell dari jurnal Siti Salwa Ratu Ghaisa (2020), komunikasi digambarkan sebagai proses di mana seseorang menyampaikan pesan tertentu melalui media tertentu kepada pihak tertentu dan mengukur efek yang ditimbulkan, atau lebih dikenal dengan rumusan "*Who says what in which channel to whom with what effect.*"

Dalam praktiknya, komunikasi memainkan peran penting dalam berbagai aspek kehidupan, mulai dari hubungan pribadi hingga dinamika sosial yang lebih luas. Efektivitas komunikasi sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti konteks,

media yang digunakan, dan kemampuan komunikator serta komunikan dalam menyampaikan dan menerima pesan. Teknologi modern telah memperluas cakupan dan kecepatan komunikasi, memungkinkan interaksi lintas batas geografis dan budaya. Hal ini memperkuat pentingnya pemahaman lintas budaya dan keterampilan komunikasi yang baik dalam era globalisasi. Selain itu, komunikasi yang efektif dapat membantu meminimalisir kesalahpahaman, membangun hubungan yang lebih baik, dan mendukung kolaborasi yang produktif dalam berbagai bidang.

#### **2.2.1.2 Unsur Komunikasi**

Menurut Lasswell, sebagaimana dikutip dalam jurnal Hidayati (2023), komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang melibatkan lima unsur utama, yaitu:

1) *Who* (Siapa/Sumber)

Sumber atau komunikator adalah pihak yang memulai komunikasi.

Komunikator bisa berupa individu, kelompok, organisasi, atau bahkan suatu negara yang memiliki kebutuhan untuk berkomunikasi.

2) *Says What* (Pesan)

Pesan adalah informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada penerima (komunikan). Pesan terdiri dari simbol verbal dan non-verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau maksud dari komunikator. Pesan memiliki tiga komponen utama: makna, simbol untuk menyampaikan makna, dan bentuk atau organisasi pesan.

3) *In Which Channel* (Saluran Media)

Saluran media adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan, baik secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung (melalui media cetak, elektronik, dll.).

4) *To Whom* (Untuk Siapa/Penerima)

Penerima atau komunikan adalah pihak yang menerima pesan dari sumber. Penerima bisa berupa individu, kelompok, organisasi, atau suatu negara. Penerima juga disebut tujuan (*destination*), pendengar (*listener*), atau khalayak (*audience*).

5) *With What Effect* (Dampak/Efek)

Efek adalah dampak yang terjadi pada penerima setelah menerima pesan dari komunikator, seperti perubahan sikap, peningkatan pengetahuan, dan lain-lain.

Penjelasan unsur-unsur komunikasi di atas menunjukkan bahwa dalam proses komunikasi yang efektif setiap unsur tersebut harus dipahami dengan baik oleh komunikator. Pemahaman yang baik terhadap unsur-unsur ini akan memastikan komunikasi berjalan dengan lancar dan jelas.

### **2.2.1.3. Tingkatan Komunikasi**

Menurut McQuail dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi karya Ariyanto (2021), tingkatan proses komunikasi merujuk pada tingkatan organisasi sosial di mana komunikasi tersebut terjadi. Setiap tingkatan proses komunikasi mencakup

berbagai masalah dan prioritas tertentu serta memiliki serangkaian kenyataan dan teori tersendiri. Berikut adalah berbagai tingkatan proses komunikasi menurut McQuail dari yang terendah hingga tertinggi:

1. Komunikasi Intrapribadi (*Intrapersonal Communication*)

Komunikasi intrapribadi adalah proses komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang. Ini melibatkan pengolahan informasi melalui pancaindra dan sistem saraf. Dalam proses ini, rangsangan berupa informasi diterima, diolah, disimpan, dan dihasilkan kembali. Proses pengolahan informasi ini berdampak pada pengetahuan, pendapat, serta sikap individu. Contoh komunikasi intrapribadi termasuk berpikir, merenung, mengingat-ingat sesuatu, menggambar, dan menulis.

2. Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*)

Komunikasi antarpribadi adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan secara langsung antara satu orang dengan orang lain. Komunikasi ini lebih bersifat pribadi dan pesan yang disampaikan ditujukan untuk kepentingan pribadi pihak yang terlibat. Jumlah pelaku bisa lebih dari dua orang selama pesan yang disampaikan bersifat pribadi. Contoh komunikasi antarpribadi meliputi percakapan tatap muka, surat-menyurat pribadi, dan percakapan telepon.

3. Komunikasi dalam Kelompok (*Intragroup Communication*)

Komunikasi dalam kelompok terjadi di antara anggota suatu kelompok. Setiap individu yang terlibat berkomunikasi sesuai peran dan kedudukannya dalam kelompok. Pesan atau informasi yang

dikomunikasikan menyangkut kepentingan seluruh anggota kelompok, bukan bersifat pribadi. Contoh komunikasi dalam kelompok termasuk percakapan dalam keluarga, rapat warga, kegiatan belajar-mengajar, dan diskusi kelompok.

4. Komunikasi Antarkelompok/Asosiasi (*Intergroup/Association Communication*)

Komunikasi antarkelompok adalah kegiatan komunikasi yang berlangsung antara satu kelompok dengan kelompok lain, atau antara satu asosiasi dengan asosiasi lain. Meski jumlah pelaku yang terlibat bisa hanya dua atau beberapa orang, setiap orang mewakili kelompok atau asosiasinya. Pesan yang disampaikan menyangkut kepentingan kelompok atau asosiasi tersebut. Contohnya adalah musyawarah antarwarga desa atau pertemuan antara pengurus masjid.

5. Komunikasi Organisasi (*Organizational Communication*)

Komunikasi organisasi mencakup kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi dan antarorganisasi. Komunikasi ini hampir mirip dengan komunikasi kelompok namun lebih bersifat struktural dan formal, mengutamakan prinsip-prinsip efisiensi. Contoh komunikasi organisasi termasuk pertemuan antara direksi perusahaan dan manajer, serta penyuluhan resmi oleh BNN kepada siswa tentang bahaya narkoba.

6. Komunikasi dengan Masyarakat Luas

Pada tingkatan ini, komunikasi ditujukan kepada masyarakat secara luas.

Kegiatan komunikasinya dapat dilakukan melalui dua cara:

- **Komunikasi Massa**

Komunikasi yang ditujukan kepada penerima yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media massa cetak atau elektronik, seperti radio, majalah, surat kabar, dan televisi. Pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat, memiliki nilai tukar, dan acuan simbolik.

- **Komunikasi Langsung**

Komunikasi yang ditujukan kepada penerima yang tersebar, heterogen, dan anonim tanpa melalui media massa. Pesan yang disampaikan menyangkut kepentingan umum dan tidak bersifat pribadi, misalnya ceramah atau pidato di lapangan terbuka.

Setiap tingkatan proses komunikasi ini memiliki karakteristik unik dan peran penting dalam konteks sosial dan organisasi yang lebih luas.

## **2.2.2. Komunikasi Massa**

### **2.2.2.1 Definisi Komunikasi Massa**

Dalam jurnal Kustiawan dkk., (2022), dijelaskan bahwa komunikasi massa (komass) terdiri dari dua kata, yaitu "komunikasi" dan "massa." Banyak ahli telah mengemukakan definisi tentang komunikasi, salah satunya adalah Wilbur Schramm yang menyatakan bahwa komunikasi berasal dari kata Latin "*communis*," yang berarti "*common*" (sama). Oleh karena itu, dalam berkomunikasi, penting untuk menciptakan kesamaan makna antara pihak-pihak yang terlibat. Sementara itu, kata "massa," sebagaimana diungkapkan oleh P.J. Bouman dalam jurnal yang sama, merujuk pada sekelompok besar orang yang sering kali terdiri dari pendengar

atau penerima pesan yang luas. Kelompok ini tidak terorganisir secara formal, tetapi memiliki ikatan dan persamaan jiwa.

Adapun dalam jurnal Jailani dkk., (2020), para pakar komunikasi termasuk Gerbner mengemukakan definisi komunikasi massa sebagai "*mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies.*" Artinya, komunikasi massa adalah produksi dan distribusi pesan yang berlandaskan teknologi dan lembaga secara berkelanjutan dan luas disebarkan dalam masyarakat industri. Dari definisi tersebut, dapat dipahami bahwa komunikasi massa memanfaatkan berbagai media massa, seperti media cetak, elektronik, atau media online, sebagai saluran untuk menyampaikan pesan kepada audiens yang besar. Media ini memungkinkan penyebaran informasi secara cepat dan luas, menjangkau banyak orang dalam waktu yang singkat.

Proses komunikasi massa memiliki tingkat kompleksitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan bentuk komunikasi lainnya. Salah satu ciri khas komunikasi massa adalah kesulitan dalam mengidentifikasi siapa pembuat atau pihak yang bertanggung jawab atas pesan-pesan yang disampaikan melalui media massa. Selain itu, komunikasi massa memiliki karakteristik yang bersifat awam, yaitu ditujukan kepada khalayak luas tanpa memandang latar belakang atau pengetahuan khusus. Informasi yang disampaikan melalui komunikasi massa dapat menyebar dengan cepat di masyarakat umum karena media komunikasi massa sangat mudah diakses dan digunakan seperti televisi, radio, surat kabar, dan internet memungkinkan masyarakat awam untuk menerima informasi secara efisien.

Karakteristik lain dari komunikasi massa adalah sifatnya yang serempak. Informasi yang disebarakan akan diterima oleh masyarakat luas pada waktu yang hampir bersamaan, karena pesan dikirimkan satu kali untuk tujuan umum. Ini berarti komunikator tidak perlu mengirim pesan secara berulang, sehingga pesan dapat tersampaikan dengan cepat dan serempak. Selain itu, komunikasi massa bersifat satu arah. Karena komunikator dan komunikan tidak berinteraksi secara langsung, tidak ada dialog antara keduanya. Komunikator fokus pada penyampaian pesan, sementara komunikan menerima pesan tanpa memberikan tanggapan langsung. Karakteristik lain dari komunikasi massa adalah umpan balik yang tertunda atau tidak langsung. Karena proses komunikasi tidak terjadi tatap muka, umpan balik dari komunikan tidak bisa diberikan secara instan dan seringkali tertunda. Hal ini dapat menyebabkan penundaan dalam pengiriman pesan dan respon (Kustiawan dkk., 2022).

Dalam kesimpulan, komunikasi massa merupakan proses yang kompleks dan memiliki berbagai karakteristik khusus, seperti kesulitan dalam menentukan pembuat pesan, sifat awam, penyebaran informasi yang cepat dan serempak, sifat satu arah, dan umpan balik yang tertunda. Semua karakteristik ini membedakan komunikasi massa dari bentuk komunikasi lainnya dan menegaskan pentingnya peran media massa dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat luas

Komunikasi massa berperan penting dalam membentuk opini publik, menyebarkan informasi, dan mempengaruhi perilaku masyarakat. Dalam konteks masyarakat industri, media massa menjadi sarana utama untuk distribusi informasi yang efisien, baik untuk tujuan edukasi, hiburan, maupun propaganda. Dengan

demikian, komunikasi massa tidak hanya tentang teknologi dan lembaga yang mendukungnya, tetapi juga tentang dampak sosial dan budaya yang ditimbulkannya.

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

Komunikasi massa memiliki peran yang sangat penting dalam perkembangan kehidupan masyarakat. Seperti yang ditulis Kustiawan dkk., (2022) dalam jurnalnya, fungsi komunikasi massa dapat dibagi menjadi beberapa kategori utama, yang masing-masing berkontribusi terhadap dinamika sosial.

##### **a. Pengawasan (*Surveillance*)**

Fungsi pengawasan komunikasi massa terbagi menjadi dua bentuk utama:

1. *Warning or Beware Surveillance* (Pengawasan Peringatan): Fungsi ini terjadi ketika komunikasi massa menginformasikan tentang ancaman atau bahaya yang mungkin terjadi, seperti bencana alam, krisis kesehatan, atau masalah keamanan.
2. *Instrumental Surveillance* (Pengawasan Instrumental): Fungsi ini melibatkan penyampaian informasi yang berguna bagi kehidupan sehari-hari khalayak, seperti prakiraan cuaca, informasi lalu lintas, dan tips kesehatan.

##### **b. Penafsiran (*Interpretation*)**

komunikasi massa tidak hanya menyediakan fakta dan data, tetapi juga memberikan interpretasi terhadap kejadian-kejadian penting. Tujuan dari

penafsiran ini adalah untuk mengajak pembaca atau pemirsa memperluas wawasan mereka serta mendiskusikan isu-isu tersebut lebih lanjut. Media membantu masyarakat memahami konteks dan implikasi dari berbagai peristiwa yang terjadi.

c. *Pertalian (Linkage)*

komunikasi massa memiliki kemampuan untuk menyatukan anggota masyarakat yang beragam, membentuk hubungan berdasarkan kepentingan dan minat yang sama. Kelompok-kelompok dengan kepentingan yang sama namun terpisah secara geografis dapat dihubungkan oleh media, menciptakan komunitas yang lebih luas dan terintegrasi.

d. *Penyebaran Nilai-Nilai (Transmission of Values)*

Fungsi ini juga dikenal sebagai sosialisasi. Sosialisasi melalui komunikasi massa mengacu pada cara individu mengadopsi perilaku dan nilai-nilai kelompok. Media massa menyajikan gambaran masyarakat yang kemudian diobservasi dan ditiru oleh khalayak. Media memberikan model peran yang diharapkan dapat diikuti oleh masyarakat.

e. *Hiburan (Entertainment)*

Tidak dapat disangkal bahwa hampir semua media menjalankan fungsi hiburan. Tujuan dari fungsi hiburan adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak. Dengan membaca berita ringan atau menonton tayangan hiburan di televisi, pikiran khalayak dapat menjadi lebih segar dan terhibur.

Dengan berbagai fungsi tersebut, komunikasi massa memainkan peran yang krusial dalam membentuk, menginformasikan, dan menghibur masyarakat, serta dalam menyebarkan nilai-nilai dan membangun hubungan antarindividu dan kelompok dalam masyarakat

### **2.2.3. Media Massa**

#### **2.2.3.1. Definisi Media Massa**

Menurut Arieshandy yang dikutip dalam jurnal Anggreswari & Isnaeni (2020), istilah "media massa" berasal dari dua kata, yaitu "*medium*" dan "massa", Kata "*medium*" berasal dari bahasa Latin yang berarti saluran untuk mengkomunikasikan ide atau gagasan manusia, sementara "massa" merujuk pada alat yang ditujukan kepada khalayak yang luas dan bersifat massif. Media massa memiliki pengaruh signifikan terhadap pandangan masyarakat yang beragam. Anggreswari mengutip Halik, dalam buku Darras: Komunikasi Massa, mengungkapkan bahwa media massa memiliki dampak yang bervariasi pada masyarakat. Media massa dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap ide-ide baru, mengajarkan keterampilan yang lebih baik, dan mempengaruhi perilaku sosial. Sebaliknya, masyarakat juga memberikan dampak terhadap media, menunjukkan hubungan timbal balik yang dinamis.

Komunikasi massa menyampaikan pesan melalui berbagai bentuk media massa. Media massa cetak mencakup majalah, buku, dan koran, sedangkan media massa elektronik meliputi televisi, radio, dan internet. Masing-masing jenis media ini memiliki cara unik dalam menyampaikan informasi dan mempengaruhi audiens,

menunjukkan peran penting mereka dalam membentuk opini publik dan budaya. Dengan demikian, media massa tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh masyarakat. Media ini menjadi alat penting dalam penyebaran informasi, pendidikan, dan hiburan, yang secara kolektif berkontribusi pada perkembangan dan dinamika sosial.

### **2.2.3.2. Jenis Media Massa**

Dalam jurnal Anggreswari & Isnaeni (2020), media massa memiliki karakteristik yang berbeda-beda tergantung pada jenis media yang digunakan. Oleh karena itu, penggunaan media massa harus dilihat dari jenis media itu sendiri. Karakteristik media massa digolongkan menjadi dua bagian utama, yaitu:

1. Media Massa Modern: Media massa modern adalah media yang menggunakan teknologi canggih dalam proses penyampaian informasi. Teknologi modern ini dibagi menjadi dua jenis: media cetak dan media elektronik.
  - Media Cetak: Dalam proses penyampaian informasi, media cetak memberitahu isi dari informasi terlebih dahulu sebelum dicetak dengan mesin cetak. Hasil dari media cetak ini berupa majalah, koran, dan tabloid.
  - Media Elektronik: Media elektronik membutuhkan listrik untuk menyampaikan informasi. Tanpa listrik, informasi tidak akan

tersampaikan kepada masyarakat. Contoh dari media elektronik ini termasuk radio, televisi, film, dan internet.

2. Media Massa Tradisional: Media massa tradisional menggunakan cara yang berbeda dalam menyampaikan informasi, yaitu dengan metode yang digunakan pada zaman dahulu.
  - Penyampaian Informasi Tradisional: Metode penyampaian ini mencakup berbagai bentuk seni dan hiburan tradisional yang telah lama digunakan untuk berkomunikasi dengan masyarakat. Contoh dari media massa tradisional ini termasuk lawak, wayang, lenong, dan berbagai bentuk seni pertunjukan lainnya.

Media massa modern dan tradisional memainkan peran penting dalam penyebaran informasi dan komunikasi kepada masyarakat. Media massa modern dengan teknologi canggihnya memungkinkan informasi tersebar dengan cepat dan luas, sementara media massa tradisional tetap mempertahankan nilai-nilai budaya dan tradisi lokal dalam penyampaian informasi. Kombinasi keduanya memberikan spektrum yang luas dalam komunikasi massa, memenuhi berbagai kebutuhan informasi masyarakat dari yang paling kontemporer hingga yang paling tradisional.

#### **2.2.3.3. Fungsi Media Massa**

Media massa berfungsi sebagai alat bagi individu atau kelompok dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada khalayak luas. Media massa tidak hanya memiliki kekuatan untuk menyampaikan pesan, tetapi juga berfungsi dalam mendidik, mempengaruhi, menginformasikan, dan menghibur (Anggreswari &

Isnaeni, 2020). Lebih lanjut dari jurnal yang sama, terdapat beberapa fungsi utama dari media massa yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Fungsi Informasi (*to inform*):

Media massa berperan dalam memberikan informasi kepada individu atau masyarakat umum mengenai peristiwa yang terjadi, pendapat, pemikiran, dan tingkah laku seseorang. Informasi yang disampaikan dapat berupa berita, laporan, atau analisis yang membantu masyarakat memahami berbagai kejadian di sekitar mereka.

2. Fungsi Pendidikan (*to educate*):

Media massa berfungsi sebagai sarana pendidikan. Melalui komunikasi yang baik dan efektif, media massa dapat menyampaikan ide dan gagasan yang berisi pengetahuan dan wawasan yang mendidik masyarakat. Informasi yang disampaikan melalui media massa dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang berbagai topik.

3. Fungsi Hiburan (*to entertain*):

Media massa juga berfungsi untuk menghibur. Berbagai program hiburan, seperti film, acara televisi, musik, dan lain-lain, disajikan untuk menyenangkan hati dan pikiran masyarakat. Fungsi ini membantu mengurangi stres dan memberikan relaksasi bagi khalayak.

4. Fungsi Mempengaruhi (*to influence*):

Selain sebagai sarana pendidikan dan hiburan, media massa juga memiliki fungsi untuk mempengaruhi. Melalui berbagai bentuk

komunikasi, media massa dapat mengubah pola perilaku dan sikap masyarakat agar mengikuti apa yang diinginkan. Fungsi ini sering dimanfaatkan dalam kampanye sosial, iklan, dan propaganda untuk mencapai tujuan tertentu.

Dengan demikian, media massa memainkan peran penting dalam kehidupan masyarakat dengan berbagai fungsinya. Fungsi-fungsi tersebut membuat media massa menjadi alat yang kuat dalam membentuk opini publik, memberikan pengetahuan, menyediakan hiburan, dan mempengaruhi perilaku masyarakat.

#### **2.2.4. Media Baru**

Media baru, atau *new media*, seperti yang diungkapkan oleh Terry Flew (2005) dalam jurnal Prasetya & Marina (2022), secara sederhana dapat diartikan sebagai media digital yang mengandalkan jaringan internet untuk menyampaikan berbagai jenis informasi, termasuk teks, gambar, video, dan lainnya. Media ini memungkinkan informasi untuk ditransmisikan dalam format digital yang mudah diakses dan disebar. Salah satu karakteristik utama dari media baru adalah kemampuannya untuk menciptakan hubungan interaktif antara pengirim dan penerima pesan, sehingga komunikasi menjadi dialogis dan lebih personal.

Masih dalam jurnal yang sama, media baru juga identik dengan teknologi tinggi yang terus mendorong inovasi, seperti yang terlihat dalam perkembangan *gadget* seperti *smartphone* dan komputer yang mengubah cara kita menikmati musik, atau munculnya *e-book* yang dapat diakses melalui *smartphone*, selain itu media baru memiliki beberapa ciri khas utama:

1. Desentralisasi, di mana pengguna memiliki kebebasan untuk memilih konten yang ingin mereka akses tanpa terikat oleh struktur penyebaran informasi terpusat.
2. Kemampuan transmisi tinggi, karena media ini menggunakan teknologi canggih seperti satelit untuk mempercepat penyebaran pesan.
3. Interaktivitas, di mana pengguna dapat berkomunikasi dua arah, saling bertukar informasi, dan bahkan menjadi kreator konten.
4. Kelenturan dalam format dan isi, memungkinkan akses informasi di mana saja melalui perangkat digital seperti *smartphone* atau komputer.

Selain karakteristik, media baru juga dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis:

1. Media komunikasi interpersonal seperti ponsel dan email,
2. Media permainan interaktif seperti video game *online*,
3. Media pencarian informasi seperti mesin pencari (*search engine*),
4. Media partisipasi kolektif seperti media sosial, di mana pengguna dapat saling berkomunikasi dan berbagi informasi secara global.

Perkembangan media baru juga mengubah konsep audiens. Jika pada era media massa audiens cenderung pasif, hanya menerima informasi yang disebarkan secara top-down, pada era media baru, audiens menjadi lebih aktif dan interaktif. Mereka tidak hanya mengonsumsi konten, tetapi juga berperan sebagai produsen konten, baik itu melalui media sosial, blog, maupun platform berbagi video (Ike & Picone, 2017). Ini menciptakan batas yang semakin tipis antara produsen dan konsumen

informasi, sehingga khalayak tidak lagi bersifat satu arah melainkan turut ambil bagian dalam ekosistem media yang lebih dinamis (Sundet & Espen, 2009).

Dengan demikian, media baru telah merevolusi cara kita berinteraksi dengan informasi, menjadikannya lebih fleksibel, interaktif, dan beragam, serta mendorong keterlibatan aktif dari para penggunanya.

### **2.2.5. Film**

#### **2.2.5.1 Definisi Film**

Susanto dalam jurnal Kevinia dkk., (2022) secara tidak langsung mendefinisikan film sebagai kombinasi antara usaha penyampaian pesan melalui gambar bergerak, pemanfaatan teknologi kamera, warna, dan suara. Unsur-unsur ini didukung oleh sebuah cerita yang mengandung pesan yang ingin disampaikan oleh sutradara kepada penonton. Film terbentuk ketika terdapat sebuah cerita yang memiliki pesan yang ingin diperlihatkan kepada khalayak atau penonton. Pesan dalam film disampaikan melalui gambar yang bergerak, penggunaan warna, dan suara. Karena film mengintegrasikan semua elemen ini, penonton dapat dengan mudah memahami isi dari film tersebut.

Film tidak hanya sekedar hiburan, tetapi juga alat komunikasi yang efektif. Gambar bergerak memberikan visualisasi yang jelas, warna memberikan nuansa emosional, dan suara menambah dimensi nyata yang membuat penonton lebih terlibat. Teknologi kamera modern memungkinkan sutradara untuk menangkap detail dan ekspresi yang memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Dengan demikian, film memiliki kemampuan unik untuk menyampaikan pesan yang

kompleks dan mendalam secara efektif kepada penonton. Secara keseluruhan, film merupakan media yang powerful dalam menyampaikan pesan, menggabungkan elemen visual dan audio untuk menciptakan pengalaman yang mendalam dan mempengaruhi pemahaman serta emosi penontonnya. Hal ini menjadikan film sebagai salah satu alat komunikasi yang paling efektif dalam budaya modern.

### **2.2.5.2 Unsur Film**

Dalam jurnal Marwa, (2023), dijelaskan bahwa film merupakan hasil kerja kolektif yang melibatkan berbagai unsur profesional, berikut adalah unsur-unsur dominan dalam pembuatan sebuah film:

1. Produser

Produser bertanggung jawab atas berbagai aspek dalam pembuatan film, termasuk pendanaan dan konsep awal. Selain menyediakan dana dan ide, produser juga harus menyiapkan naskah serta elemen-elemen penting lainnya yang diperlukan dalam proses produksi film.

2. Sutradara

Sutradara memiliki tanggung jawab terbesar dalam pembuatan film, kecuali yang berkaitan dengan anggaran dan properti. Sutradara mengarahkan seluruh tim dan memastikan proses pemindahan cerita dari naskah ke layar berjalan dengan lancar.

3. Penulis Skenario

Penulis skenario bertugas menulis naskah film sesuai dengan standar tertentu, dengan fokus pada penggambaran adegan demi adegan untuk

menghasilkan cerita yang jelas. Skenario yang ditulis akan diadaptasi menjadi sebuah film oleh sutradara.

#### 4. Penata Kamera

Penata kamera bertanggung jawab dalam proses pengambilan gambar. Mereka harus mampu menghadirkan cerita yang menarik dan menyentuh emosi penonton melalui gambar yang ditangkap oleh kamera.

#### 5. Penata Artistik

Penata artistik bertanggung jawab atas aspek artistik dalam sebuah film, termasuk menyediakan fasilitas yang akan digunakan oleh aktor dalam film.

#### 6. Penata Musik

Penata musik bertanggung jawab untuk mengisi dan mengatur musik dalam film. Mereka harus tidak hanya menguasai musik, tetapi juga mampu menyampaikan cerita atau pesan yang diinginkan oleh film tersebut.

#### 7. Editor

Keberhasilan sebuah film sangat ditentukan oleh editor yang menyusun dan menyunting setiap adegan. Editor bertugas memastikan gambar-gambar yang diambil dirangkai menjadi cerita yang koheren dan menarik.

#### 8. Pengisi dan Penata Suara

Pengisi suara bertugas mengisi suara untuk karakter dalam film, sedangkan penata suara bertanggung jawab memastikan kualitas suara

dalam film. Mereka menentukan baik tidaknya suara yang digunakan dalam film.

#### 9. Pemeran

Pemeran atau aktor adalah individu yang memainkan karakter dalam film berdasarkan skenario yang ada. Pemeran dalam film dibagi menjadi dua jenis, yaitu pemeran utama dan pemeran pendukung.

Setiap unsur ini berkolaborasi untuk menciptakan sebuah film yang berkualitas dan dapat menyampaikan pesan dengan efektif kepada penonton.

#### **2.2.5.3. Genre Film**

Dalam buku karya Putra & Thabathaba'is, (2022), dijelaskan bahwa genre film memiliki berbagai ragam yang muncul dari ide cerita dan eksekusi sutradara. Berikut adalah beberapa genre film yang dibahas:

##### 1. Film Aksi

Film aksi bertema laga yang mengisahkan perjuangan hidup dengan keahlian tokoh untuk bertahan hingga akhir cerita. Ide dasar dari film ini adalah untuk membuat penonton seolah-olah masuk ke dalam film dan merasakan ketegangan yang disajikan.

##### 2. Film Horor

Film horor menggunakan cerita-cerita seram yang dapat meningkatkan rasa takut penonton hingga puncaknya. Biasanya, film horor memiliki suasana yang gelap dengan efek suara yang menegangkan, sehingga penonton merasa seolah-olah masuk ke dalamnya.

### 3. Film Komedi

Film komedi lebih mengandalkan pada lelucon yang sudah disiapkan. *Genre* ini biasanya sangat disukai dan bisa menjangkau berbagai usia penonton.

### 4. Film Petualangan

Film petualangan menceritakan seorang tokoh yang melakukan perjalanan. *Genre* ini sering kali menampilkan berbagai tantangan dan rintangan yang dihadapi oleh tokoh utama selama perjalanannya.

### 5. Film Dokumenter

Film dokumenter mengkategorikan kisah secara nyata tanpa menggunakan karakter atau setting fiktif. Film ini memotret kejadian nyata dan sering kali digunakan untuk tujuan pendidikan atau informasi.

### 6. Film Kriminal

Film kriminal berfokus pada kehidupan seorang kriminal, sering kali diangkat dari kisah nyata para kriminal kelas dunia yang melegenda.

### 7. Film Roman

*Genre* roman sangat populer di kalangan masyarakat karena menggugah perasaan simpati dan empati penonton terhadap tokoh yang diceritakan. Film ini sering kali mengangkat tema cinta dan hubungan antar manusia.

### 8. Film Fantasi

Film fantasi didominasi oleh situasi yang tidak biasa dan cenderung aneh, seperti cerita tentang ilmu sihir, naga, kehidupan peri, dan lain-lain.

Film ini mengajak penontonnya untuk berfantasi dan melarikan diri dari realitas sehari-hari.

Selain genre di atas, film dapat dibagi menjadi dua aliran berdasarkan isi dan jalan ceritanya, yaitu fiksi dan nonfiksi:

#### 1. Film Nonfiksi

Film nonfiksi adalah film dokumenter yang menjelaskan tentang dokumentasi suatu kejadian alam, flora, fauna, maupun kehidupan manusia secara nyata.

#### 2. Film Fiksi

Film fiksi adalah film yang berdasarkan imajinasi dan rekaan penulis, bukan kenyataan. Cerita dalam film fiksi tidak terjadi dalam kehidupan nyata, dan jika ada kesamaan, itu hanya kebetulan semata.

Dengan beragamnya genre dan aliran film, penonton memiliki banyak pilihan untuk menikmati berbagai jenis cerita dan pengalaman yang ditawarkan oleh industri film.

#### **2.2.6. Film Seri**

Menurut penelitian Pratama (2022), film seri adalah bentuk perkembangan dari jenis film fiksi yang berurutan atau bersambung, film seri mulai muncul pada pertengahan abad ke-20 dan terdiri dari serangkaian subjek pendek yang ditayangkan secara berurutan, biasanya setiap episode dirilis setiap minggu, setiap episode dalam film seri memiliki bagian-bagian plot yang saling berhubungan dan membentuk satu kesatuan cerita, penayangan film seri umumnya dijadwalkan

setiap minggu, meskipun demikian, film seri jarang sekali ditayangkan di bioskop, film seri lebih identik dengan layanan media *streaming* yang dapat diakses melalui internet dan biasanya menggunakan model berlangganan berbayar.

Fenomena ini menunjukkan bahwa film seri telah beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan perubahan kebiasaan konsumsi media di masyarakat. Penggunaan layanan *streaming* memungkinkan penonton untuk mengakses dan menikmati film seri kapan saja dan di mana saja, menyesuaikan dengan kenyamanan mereka. Hal ini turut mendorong pertumbuhan industri film dan televisi ke arah yang lebih fleksibel dan dinamis, sesuai dengan tuntutan zaman.

#### **2.2.7. Moral**

Moral secara etimologis berasal dari bahasa Latin "*mores*," yang merupakan bentuk jamak dari kata "*mos*" yang berarti adat kebiasaan. Menurut istilah, moral digunakan untuk menentukan batasan terhadap sifat, perangai, kehendak, pendapat, atau perbuatan yang dapat dinilai benar, salah, baik, atau buruk (Leliana dkk., 2021). Masih dalam jurnal yang sama, moral didefinisikan sebagai hal-hal yang berhubungan dengan larangan dan tindakan yang menilai benar atau salah. Bermoral berarti memiliki kemampuan untuk mempertimbangkan apa yang baik dan buruk yang diakui, meskipun penilaian tersebut dapat bersifat relatif dalam konteks tertentu.

Dapat dipahami bahwa moral adalah istilah yang digunakan untuk memberikan batasan terhadap aktivitas manusia berdasarkan nilai baik atau buruk, serta benar atau salah. Dalam kehidupan sehari-hari, seseorang yang dikatakan

bermoral baik adalah orang yang tingkah lakunya dianggap baik. Leliana dkk., (2021) menambahkan bahwa pesan moral mencakup ajaran tentang baik buruk perilaku dan tindakan yang disampaikan secara spontan dan alami, tanpa dibuat-buat, serta tanpa memerlukan pemikiran yang berkaitan dengan disiplin dan peningkatan kualitas emosi, perasaan, dan kecenderungan manusia. Nilai-nilai moral diartikan sebagai berkata, berpikir, dan bertindak dengan baik. Oleh karena itu, pesan moral adalah ajaran, wejangan, baik lisan maupun tulisan, tentang bagaimana manusia harus hidup dan bertindak agar menjadi individu yang baik. Sumber ajaran moral ini dapat berasal dari berbagai pihak seperti orang tua, guru, pemuka masyarakat, serta orang bijak. Sumber-sumber ajaran tersebut mencakup tradisi, adat istiadat, ajaran agama, atau ideologi tertentu. Pesan moral berfokus pada ajaran tentang baik-buruknya perbuatan dan kelakuan yang disampaikan secara spontan dan mudah dipahami, tanpa dibuat-buat dan tanpa memerlukan pemikiran yang kompleks, serta berkaitan dengan disiplin dan peningkatan kualitas perasaan, emosi, dan kecenderungan manusia. Sementara nilai moral adalah tindakan, ucapan, dan pemikiran yang baik.

Penelitian ini menelaah bagaimana konsekuensi dari pelanggaran nilai moral pribadi dapat berdampak pada lingkungan terdekat, dalam hal ini adalah keluarga. Dengan demikian, kajian moral dalam film *Nightmares and Daydreams* episode *Hypnotized* akan difokuskan pada penggambaran konflik moral, tekanan ekonomi, serta pengaruhnya terhadap dinamika nilai dalam rumah tangga.

Meskipun moral memiliki cakupan luas, penelitian ini akan difokuskan pada nilai-nilai moral yang berkaitan dengan konflik pribadi dan keluarga, tanggung

jawab sosial, serta dilema etis dalam menghadapi tekanan hidup. Batasan ini dipilih untuk menjaga fokus analisis agar tetap kontekstual terhadap isi film, tanpa menutup kemungkinan ditemukannya dimensi moral lain sebagai bagian dari temuan.

### **2.2.8. Semiotika**

Dijelaskan dalam jurnal Al Fiatur Rohmaniah (2021), kata "semiotika" berasal dari bahasa Yunani "*semeion*" yang berarti tanda. Semiotika merupakan cabang ilmu yang mempelajari tanda dan proses yang berkaitan dengan tanda, termasuk sistem tanda dan penggunaannya. Dalam jurnal Rohmaniah (2021), van Zoest (1993) mengidentifikasi lima ciri utama dari tanda:

1. Tanda harus dapat diamati agar berfungsi sebagai tanda.
2. Tanda harus dapat ditangkap, ini merupakan syarat mutlak.
3. Tanda harus merujuk pada sesuatu yang lain.
4. Tanda memiliki sifat representatif yang berkaitan langsung dengan sifat interpretatif.
5. Sesuatu hanya dapat berfungsi sebagai tanda berdasarkan hubungan dengan tanda lain.

Dalam kerangka ilmu pengetahuan, semiotika adalah metode untuk mengkaji cara kerja dan fungsi tanda. Dalam konteks penelitian, teks dianggap sebagai konstruksi dari unsur tanda-tanda yang saling berhubungan, yang memberikan makna tertentu. Ferdinand de Saussure dalam "*Course in General Linguistics*" menyatakan bahwa semiotika mengkaji tanda sebagai bagian dari kehidupan sosial.

Semiotika memperlakukan teks sebagai kumpulan tanda. Dengan pendekatan semiotika, dapat dipahami cara kerja dan fungsi tanda dalam teks, sehingga makna terdalam dan tersembunyi dalam teks dapat diungkap. Sebagai teori penafsiran, semiotika tidak hanya menafsirkan teks sebagai teks, tetapi juga membuat teks "berbicara" tentang hal-hal di luar dirinya. Teks tidak bisa dipahami hanya melalui makna yang sudah mapan dan diterima secara umum (konvensi sosial), tetapi juga perlu mempertimbangkan konteks luar teks, seperti kondisi politik, sosial, tradisi, atau budaya yang melatarbelakangi lahirnya teks.

Semiotika sebagai metode pembacaan sangat relevan untuk mengkaji teks dalam berbagai wacana sosial, politik, ekonomi, budaya, seni, dan bahasa. Semiotika memungkinkan kita memandang seluruh praktik sosial sebagai fenomena bahasa yang terdiri dari tanda atau kode. Bahasa, menurut Pabottingi, selalu bersinggungan dengan politik. Pemilihan dialek, penggunaan kata, penekanan pada pengertian tertentu, hingga sikap untuk tidak berbahasa semuanya merupakan sikap politik. Volosinov menambahkan bahwa di mana ada tanda, di situ ada ideologi; setiap tanda memiliki nilai semiotik dan ideologis. Francisco Budi Hardiman juga menyatakan bahwa ideologi dapat meliputi berbagai bidang, baik praksis politik maupun teori ilmiah.

## **2.3. Kerangka Teoritis**

### **2.3.1. Semiotika Roland Barthes**

Mengutip Roland Barthes dalam bukunya *Elements of Semiology* (1968) yang tercantum dalam jurnal Rohmaniah (2021), Barthes mengembangkan konsep

Ferdinand de Saussure mengenai hubungan antara penanda dan petanda pada sebuah tanda. Saussure menyatakan bahwa tanda dalam bahasa komunikasi manusia terdiri dari dua komponen, yaitu *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda). Penanda adalah apa yang dikatakan, ditulis, atau dibaca, sedangkan petanda adalah pikiran atau konsep (gambaran mental) yang diwakili oleh penanda tersebut. Barthes memberikan contoh sederhana dengan seikat mawar. Seikat mawar dapat menandakan gairah (*passion*), sehingga dalam hal ini, seikat mawar berfungsi sebagai penanda, dan gairah adalah petandanya. Hubungan antara penanda dan petanda menghasilkan sebuah tanda yang bermakna. Sebagai tanda, seikat mawar tidak hanya merupakan entitas tanaman biasa, tetapi juga memiliki makna yang lebih dalam sebagai simbol gairah.

Gagasan Roland Barthes dikenal dengan *Two Orders of Signification*, yang mencakup makna denotatif dan konotatif. Makna denotatif adalah tingkat penandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda yang menghasilkan makna eksplisit, langsung, dan pasti, sesuai dengan kamus. Sedangkan makna konotatif menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai yang lahir dari pengalaman kultural dan personal. Barthes juga memperkenalkan konsep "mitos" dalam analisis penandaan. Mitos ini menandai suatu masyarakat dan membuka ranah baru dalam semiologi, yaitu penggalian lebih jauh dari penandaan untuk mencapai mitos yang bekerja dalam realitas keseharian masyarakat. Barthes membongkar mitos-mitos modern melalui berbagai kajian kebudayaan, menunjukkan bagaimana tanda-tanda dalam media massa, seperti televisi, radio,

surat kabar, majalah, film, dan foto, mencerminkan ideologi tertentu yang dominan dalam suatu periode.

**Tabel 2. 2 Peta Roland Barthes**

<i>Signifier</i> (Penanda)	<i>Signified</i> (Petanda)
<i>Denotative sign</i> (Tanda Denotatif)	
<i>Connotative Signifier</i> (Penanda Konotatif)	<i>Connotative Signified</i> (Petanda Konotatif)
<i>Connotative Sign</i> (Tanda Konotatif)	

Sumber: Rohmaniah, 2021

Dengan demikian, dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak hanya memiliki makna tambahan tetapi juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Inilah sumbangan Barthes yang sangat berarti bagi penyempurnaan semiologi Saussure, yang berhenti pada makna denotatif. Pada dasarnya, ada perbedaan antara denotasi dan konotasi dalam pengertian secara umum. Denotasi adalah makna harfiah, sedangkan konotasi adalah makna yang berada di luar kata sebenarnya atau makna kiasan, yang juga disebut Barthes sebagai mitos. Mitos ini berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai yang dominan dalam suatu periode tertentu.

## 2.4. Kerangka Pemikiran

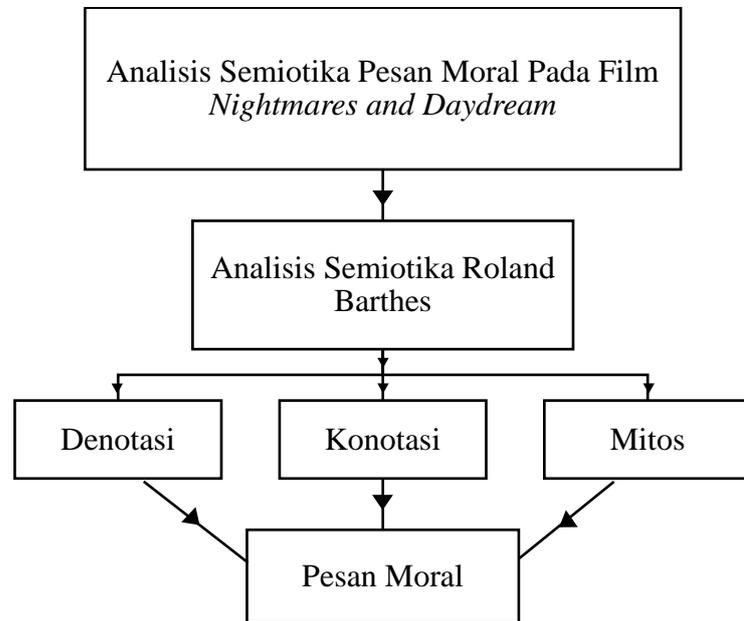
Kerangka berpikir adalah dasar pemikiran yang disusun oleh penulis berdasarkan kerangka konseptual yang telah dirumuskan untuk memecahkan masalah penelitian. Dengan menggunakan kerangka berpikir ini, penulis dapat menentukan variabel-variabel yang akan diteliti secara jelas dan lengkap. Uraian variabel harus disajikan secara utuh sehingga fokus penelitian dan variabel-variabel yang diteliti menjadi lebih jelas dan terarah.

Fokus penelitian ini adalah "Analisis Semiotika Roland Barthes dalam Film *Nightmares and Daydreams* Episode 6." Film ini menarik perhatian penulis karena memiliki makna kehidupan yang mendalam dan disajikan dengan sangat apik melalui perpaduan unik antara fiksi ilmiah dan horor. Film ini menyajikan banyak nilai kehidupan yang ditampilkan secara eksplisit dan implisit. Ceritanya berkisah tentang seorang ayah dengan buta warna yang kesulitan mendapatkan pekerjaan karena keterbatasannya. Ia kemudian dihadapkan pada konsekuensi dari pelanggaran norma yang ia tanamkan sendiri. Selain itu, film ini juga memberikan gambaran realitas sosial yang terasa ironis dan sangat relevan dengan kondisi yang terjadi di Indonesia. Fenomena ini menjadikan film ini sebagai objek penelitian yang menarik dalam konteks analisis semiotika, terutama dalam mengungkap lapisan-lapisan makna yang tersembunyi di balik tanda-tanda visual dan naratif yang digunakan.

Untuk mendalami penelitian ini, peneliti perlu memahami makna denotasi, konotasi, dan mitos. Oleh karena itu, penulis menggunakan teori semiotika, yaitu ilmu mengenai tanda. Semiotika yang digunakan dalam penelitian ini adalah

semiotika Roland Barthes, yang menganalisis makna denotatif dan konotatif yang menciptakan mitos. Denotasi adalah signifikasi tahap pertama yang memberikan makna sebenarnya atau yang paling nyata, sedangkan konotasi adalah signifikasi tahap kedua yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi serta nilai-nilai kebudayaan. Mitos adalah keyakinan yang tidak dapat dibuktikan keberadaannya, yang berfungsi untuk menimbulkan pesan moral dalam masyarakat.

Dengan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana makna-makna tersebut dikonstruksi dan disampaikan melalui film, serta bagaimana film ini mencerminkan dan mengkritisi keadaan sosial. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam pemahaman tentang penggunaan semiotika dalam analisis film serta memperkaya kajian tentang hubungan antara media, makna, dan realitas sosial.



**Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran**

Sumber: Hasil Modifikasi Penulis, 2025