

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Literatur

Melakukan penelitian lebih lanjut, peneliti membutuhkan penelitian-penelitian terdahulu untuk dapat membantu mengembangkan pengerjaan penelitian ini baik dari metode penelitian hingga konteks penelitian sejenis. Hal ini dilakukan dalam rangka mendukung penelitian yang sedang diteliti dengan judul ANALISIS PESAN MORAL DALAM FILM “SIR ALEX FERGUSON : NEVER GIVE IN”

Kajian literatur merupakan kumpulan dari beberapa penelitian terdahulu yang dibuat oleh orang lain dan berkaitan dengan penelitian ini. Dalam hal ini peneliti harus mempelajari literatur dari peneliti lain juga menghindari plagiasi ataupun pengulangan penelitian dan kesalahan yang sama seperti yang dibuat oleh peneliti-peneliti sebelumnya.

Dalam bab ini, peneliti berusaha mencari informasi dari peneliti-peneliti terdahulu sebagai tolak ukur agar dapat mempermudah peneliti. Selain itu peneliti juga mencari informasi melalui referensi berupa buku, jurnal, skripsi yang ada untuk mendapatkan landasan teori ilmiah.

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Review penelitian sejenis diperlukan untuk mengidentifikasi penelitian serupa yang telah dilakukan sebelumnya, sehingga peneliti dapat mencari tahu persamaan dan perbedaan antara penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian-penelitian yang sudah dilakukan. Berikut beberapa penelitian yang terkait judul yang peneliti ambil :

1. Penelitian berjudul “***PESAN MORAL DALAM FILM “MIRACLE IN CELL NO.07” VERSI INDONESIA***” ditulis oleh Rabina Alvira Rahma Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan tahun 2024.
2. Penelitian berjudul “***ANALISIS SEMIOTIKA PADA FILM DUA GARIS BIRU***” ditulis oleh Iva Nurul Syifa Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan tahun 2020.
3. Penelitian berjudul “***REPRESENTASI FEMINISME DALAM FILM ENOLA HOLMES 2 Analisis Semiotika Roland Barthes dalam Film Enola Holmes 2***” Salma Aulya Putri Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan tahun 2023.
4. Penelitian berjudul “***REPRESENTASI PENDIDIKAN SEKSUAL DALAM SERIES TV (Analisis Semiotika Roland Barthes dalam Series TV Little Mom di Channel WeTV)***” ditulis oleh Haerunnisa Wulan Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan tahun 2022.

No	Nama	Judul	Metode	Persamaan	Perbedaan
1	Rabina Alvira Rahma Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan tahun 2024.	“PESAN MORAL DALAM FILM “MIRACLE IN CELL NO.07” VERSI INDONESIA”	Deskriptif Kualitatif	Mencari pesan moral, ananalisis semiotika Roland Barthes, ingin menemukan makna konotasi, denotasi dan mitos	Objek penelitian yang akan diteliti
2	Iva Nurul Syifa Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu	“ANALISIS SEMIOTIKA PADA FILM DUA GARIS BIRU”	Deskriptif kualitatif	Analisis semiotika Roland Barthes, ingin menemukan makna	Objek penelitian yang akan diteliti

	Politik Universitas Pasundan tahun 2020			konotasi, denotasi dan mitos	
3	Salma Aulya Putri Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan tahun 2023.	“ REPRESENTASI FEMINISME DALAM FILM ENOLA HOLMES 2 Analisis Semiotika Roland Barthes dalam Film Enola Holmes 2 ”	Deskriptif Kualitatif	Analisis semiotika Roland Barthes, Ingin menemukan makna konotasi, denotasi dan mitos	Objek penelitian yang akan di teliti
4	Wulan Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial	“ REPRESENTASI PENDIDIKAN SEKSUAL DALAM SERIES TV (Analisis	Deskriptif Kualitatif	Analisis semiotika Roland Barthes ingin	Objek penelitian yang akan diteliti

	dan Ilmu Politik Universitas Pasundan tahun 2022.	<i>Semiotika Roland Barthes dalam Series TV Little Mom di Channel WeTV”</i>		menemukan makna konotasi, denotasi dan mitos	
--	---	---	--	--	--

Tabel 2 1 Review Penelitian Sejenis

Sumber : Olahan Peneliti (2025)

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian pesan, pertukaran informasi, gagasan, perasaan antar individu atau kelompok dengan berbagai macam cara seperti melalui simbol, gestur, mimik muka, kata- kata maupun media yang memiliki tujuan utama yaitu untuk bisa dipahami atau memahami sebuah pesan dari komunikan

Komunikasi merupakan hal yang paling utama dalam menghubungkan sesama individu, dimana komunikasi merupakan sebuah pengekspresian diri, kesan maupun cara untuk mempersuasif orang lain. Komunikasi yang efektif bisa berjalan baik apabila komunikasi itu terjalin secara dua arah, komunikasi dapat terjalin melalui

berbagai macam cara bisa dari sebuah teks tertulis, gambar dan berbicara, Karna esensinya berbicara merupakan sebuah bentuk komunikasi manusia.

Sebagai makhluk sosial, komunikasi merupakan unsur penting dalam kehidupan manusia. Kegiatan komunikasi akan timbul jika seorang manusia mengadakan interaksi dengan manusia lain, jadi dapat dikatakan bahwa komunikasi timbul sebagai akibat adanya hubungan sosial. Pengertian tersebut mengandung arti bahwa komunikasi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan umat manusia, baik sebagai individu maupun kelompok. Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa inggris berasal dari bahasa latin *communis* yang artinya “sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*).

Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling sering sebagai asal usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama (Mulyana, 2005:4) Untuk dapat berkomunikasi dengan baik dan efektif, kita dituntut untuk tidak hanya memahami prosesnya, tetapi juga mampu menerapkan pengetahuan kita secara kreatif.

Komunikasi dikatakan efektif apabila komunikasi yang terjadi bersifat dua arah yaitu dimana makna yang distimulasikan sama atau serupa dengan yang dimaksudkan oleh komunikator atau pengirim pesan. dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan yang dapat berupa pesan informasi, ide,

emosi, keterampilan dan sebagainya melalui simbol atau lambang yang dapat menimbulkan efek berupa tingkah laku yang dilakukan dengan media-media tertentu.

Beberapa ahli lainnya turut berpendapat terkait definisi komunikasi:

- a. Bernard Berelson dan Gary A. Steiner: Komunikasi: transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi.
- b. Theodore M. Newcomb: Setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima.
- c. Carl I. Hovland: Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambanglambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikate).
- d. Gerald R. Miller: Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk memengaruhi perilaku penerima.
- e. Everett M. Roger: Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.
- f. Raymond S. Ross: Komunikasi (intensional) adalah suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa

sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons pikirannya yang serupa dengan yang dimaksud komunikator.

Dengan begitu, komunikasi dapat diartikan sebagai proses pemindahan pesan dari komunikator kepada penerima/ komunikan secara langsung atau melalui saluran dalam rangka mengubah atau memengaruhi perilakunya.

2.2.2 Unsur-unsur Komunikasi

Komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan “*Who Says What in Which Channel to Whom With What Effect ?*” menurut paradigma Harold D. Lasswell.

1. Komunikator : “Komunikator adalah pihak yang menyampaikan atau meringirim pesan kepada khalayak karena itu komunikator biasa disebut pengirim, sumber, *Source*, atau *encoder*.” (Cangara, 2005;81)
2. Pesan : “Pesan dalam komunikasi tidak lepas dari simbol dan kode, karena pesan yang dikirim oleh komunikator kepada penerima terdiri atas rangkaian simbol dan kode baik secara verbal maupun non verbal.” (Cangara, 2005:93)
3. Media : “Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan.” (Cangara, 2005:119)
4. Komunikan : “Komunikan biasa disebut dengan penerima, sasaran, pembaca, pendengar, dan penonton, pemirsa, khalayak, atau *decoder*. Komunikan dalam studi komunikasi bisa berupa individu, kelompok, dan masyarakat.” (Cangara, 2005:135)

5. Efek : “ Efek atau pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan sebelum dan sesudah menerima pesan.” (Cangara, 2005:147)

2.2.3 Bentuk-Bentuk Komunikasi

Bentuk-bentuk komunikasi menurut Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, diantaranya :

1. Komunikasi Intrapribadi (*Intrapersonal Communication*)

Komunikasi intrapribadi merupakan komunikasi dengan diri sendiri, baik disadari atau tidak. Komunikasi ini merupakan landasan komunikasi antarpribadi dan komunikasi dalam konteks-konteks lainnya. Dengan kata lain, komunikasi intrapribadi ini inheren dalam komunikasi dua-orang, tiga-orang, dan seterusnya, karena sebelum berkomunikasi dengan orang lain kita biasanya berkomunikasi dengan diri sendiri (mempersepsi dan memastikan makna pesan orang lain) bagaimana kita berkomunikasi dengan orang lain bergantung pada keefektifan komunikasi kita dengan diri sendiri (Mulyana, 2010 :80).

2. Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*)

Komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi antar orang ke orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap orangnya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. komunikasi antarpribadi berperan hingga kapanpun, selama manusia masih mempunyai emosi (Mulyana, 2010:81).

3. Komunikasi Kelompok (*Group Communication*)

Kelompok merupakan sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, Dengan demikian, komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil tersebut (Mulyana, 2010:82).

4. Komunikasi Publik (*Public Communication*)

Komunikasi publik merupakan komunikasi antara seorang pembicara dengan khalayak yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi publik biasanya lebih formal dan lebih sulit daripada komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok, karena komunikasi publik menuntut persiapan pesan yang cermat, keberanian, dan kemampuan menghadapi sejumlah besar orang. Komunikasi publik sering bertujuan memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan, atau membujuk (Mulyana, 2010:82).

5. Komunikasi Organisasi (*Organizational Communication*)

Komunikasi organisasi proses komunikasi yang terjadi di dalam suatu organisasi, bersifat formal dan informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi antarpribadi, dan ada kalanya juga komunikasi publik. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni :

Komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal. Sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antarsejawat, juga termasuk gossip (Mulyana, 2010:83).

6. Komunikasi Massa (*Mass Communication*)

Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah), maupun elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak, dan selintas (khususnya media elektronik) (Mulyana, 2010:83).

2.2.4 Proses Komunikasi

Proses komunikasi bisa dibagi menjadi dua, yakni proses secara primer dan proses secara sekunder.

- a. **Proses secara primer** adalah proses penyampaian pesan (informasi, pikiran, gagasan, perasaan, dll) kepada orang lain dengan menggunakan lambang sebagai media (bahasa, isyarat, warna, gambar dll).
- b. **Proses secara sekunder** yaitu proses penyampaian pesan kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Media kedua seperti: surat, telepon, surat kabar, radio, televisi, email, film dll.

2.2.5 Fungsi dan Tujuan Komunikasi

Secara umum, suatu komunikasi dilakukan untuk menyampaikan informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*), dan untuk memengaruhi (*to influence*).

Di samping itu, komunikasi juga bertujuan membuat komunikan menunjukkan perubahan sikap (*attitude change*), perubahan pendapat (*opinion change*), perubahan perilaku (*behavior change*), dan perubahan sosial/ partisipasi sosial (*social change*).

2.3 Komunikasi Massa

2.3.1 Definisi Komunikasi Massa

Komunikasi massa terdiri dari dua kata yakni komunikasi dan massa. banyak ahli yang mengungkapkan perihal definisi atau pengertian tentang komunikasi. Salah satu antara lain berpendapat Wilbur Schramm yang menyatakan bahwa komunikasi itu berasal dari kata latin “*communis*” yang juga berarti “*common*” (sama).

Dengan demikian jika kita berkomunikasi maka kita harus mewujudkan persamaan antara kita dengan orang lain. Sedangkan kata “massa” sebagaimana dikatakan oleh P.J. Bouman, digunakan untuk menunjuk suatu golongan penduduk yang besar, kadang-kadang juga untuk menunjukkan jumlah pendengar yang luas, tidak terdapat organisasinya tetapi terdapat ikatan dan persamaan jiwa. Pengertian komunikasi massa menurut beberapa pakar :

a. Defleur serta MeQuail

Komunikasi massa ialah suatu proses dimana komunikator memakai media buat menyebar pesan-pesan secara luas, dan secara terus menerus membangun makna-makna yang diperlukan bisa mempengaruhi khlayak-khalayak yang besar serta tidak sama dengan melalui berbagai cara.

b. M.O. Palapah

Komunikasi massa ialah pernyataan manusia yang ditujukan kepada massa. Bentuk-bentuk komunikasi massa adalah seperti : jurnalistik, public relation, penjelasan, propaganda, agitasi, dan komunikasi internasional.

c. Bittner

Komunikasi massa ialah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang dua. Pengertian komunikasi massa bisa dibagi menjadi 2, secara luas serta sempit. Komunikasi massa secara luas ialah kegiatan yang dilakukan antara satu orang atau lebih untuk menyampaika pesan melalui media massa cetak, elektronik ataupun digital dengan mengharapkan adanya timbal balik. Sedangkan komunikasi massa secara sempit merupakan komunikasi yang ditujukan kepada orang banyak.

Media massa ini menjadi ciri primer pembeda antara komunikasi massa dengan komunikasi lainnya. Pihak yang menjadi penerima pesan pada komunikasi massa ini tidak harus selalu ada pada posisi atau daerah yang sama. Komunikasi massa ini ditujukan pada masyarakat awam, secara terbuka yang disebarkan secara luas melalui

media massa yang digunakan, sehingga dapat dengan cepat diterima oleh masyarakat luas dengan cepat dan serentak.

2.3.1.2 Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa atau media massa mempunyai peran yang penting pada perkembangan kehidupan masyarakat. Untuk hal ini, komunikasi massa memiliki fungsi bagi masyarakat, yaitu :

a. Pengawasan

Fungsi supervisi komunikasi massa dibagi pada bentuk utama :

- 1) *Warning of beware surveillace* (pengawasan peringatan) yaitu fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang ancaman.
- 2) *Instrumental surveillance* (pengawasan instrumentasl) yaitu penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.

b. *Interpretation* (Penafsiran) Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, namun juga memnerikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan serta membahasnya lebih lanjut.

c. *Linkage* (Pertalian) Media massa bisa menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk *linkadge* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan miat yang sama tentang sesuatu. kelompok-kelompok yang mempunyai kepentingan yg sama namun terpisah secara geografis dipertalikan atau dihubungkan media.

d. *Transmission of Values* (Penyebaran Nilai-Nilai). Fungsi ini juga disebut sosialisasi. sosialisasi mengacu pada cara, dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang diperlukan mereka. menggunakan perkataan lain, media mewakili kita menggunakan model peran yang kita amati serta harapkan untuk menirunya.

e. *Entertainment* (Hiburan) Sulit dibantah lagi bahwa di kenyataannya hampir semua media menjalankan fungsi hiburan. Fungsi dari media massa berfungsi sebagai menghibur tiada lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan membaca berita-berita ringan atau melihat tayangan hiburan pada televisi dapat membuat pikiran khalayak menjadi segar kembali.

2.4 Media Massa

2.4.1 Pengertian Media Massa

Media dalam konteks komunikasi adalah alat, sarana, atau medium yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Lain halnya apabila pesan yang disampaikan untuk khalayak atau masyarakat luas yang berjumlah besar, heterogen, dan tersebar di mana-mana, maka biasanya menggunakan media massa. Beberapa ahli mendefinisikan media massa sebagai berikut: Cangara (2018), media massa adalah alat atau sarana yang digunakan dalam menyampaikan pesan oleh sumber kepada penerima atau khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi. Denis McQuail (2000) Media massa memiliki sifat atau karakteristik yang mampu menjangkau massa dalam jumlah besar dan luas (Universality of reach), bersifat publik, dan mampu memberikan popularitas kepada siapa saja yang muncul di media massa. Wilbur Lang Schramm Media massa adalah suatu kelompok kerja yang terorganisasi di sekitar beberapa perangkat untuk mengedarkan pesan yang sama, pada waktu yang sama ke sejumlah besar orang. Nova (2005) Media massa berdasarkan sifatnya terbagi menjadi dua yaitu media cetak (surat kabar, majalah, brosur, pamflet, dan lain-lain, serta media elektronik berupa televisi, radio, internet, dan lain-lain.

2.4.2 Karakteristik Media Massa

Media massa tentu memiliki ciri-ciri atau karakteristik tersendiri. Ciri-ciri tersebut dapat membuat kita lebih mudah memahami apa-apa saja yang

dapat digolongkan ke dalam media massa. Menurut Cangara (2018)

karakteristik media massa adalah sebagai berikut:

1. Bersifat melembaga

Maksudnya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, mulai dari pengumpulan, pengelolaan, sampai pada penyajian informasi.

2. Bersifat satu arah

Artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau toh terjadi reaksi atau umpan balik biasanya memerlukan waktu dan tertunda.

3. Meluas dan serempak

Maksudnya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, sebab media massa memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, di mana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.

4. Bersifat terbuka

Artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja, dan di mana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.

5. Menggunakan peralatan teknis

Proses penyebaran pesan oleh media massa biasanya menggunakan peralatan teknis seperti radio, televisi, surat kabar, dan sebagainya.

2.4.3 Jenis-Jenis Media Massa

Media massa dapat dikategorikan dalam berbagai jenis, baik itu menurut prosesnya, bentuknya, hingga teknologi yang digunakan. Mengutip dari buku Media Massa dan Pasar Modal (2018), jenis media massa adalah sebagai berikut:

1. Media cetak

Pada abad ke-15 Johannes Gutenberg menemukan mesin cetak bergerak dari bahan logam. Dari hasil penemuan ini kemudian membuka jalan bagi penyebarluasan media cetak. Dengan adanya mesin cetak dapat memproduksi teks secara massal. Sebelum mesin cetak ditemukan, buku menjadi barang mahal yang hanya dapat dinikmati oleh bangsawan dan keluarga kerajaan. Dengan adanya percetakan, membuat semua orang bisa mengakses informasi melalui teks yang diproduksi salah satunya dalam bentuk surat kabar. Beberapa contoh media massa cetak antara lain, surat kabar, majalah, buku, dan dokumen tekstual lainnya.

2. Media Elektronik

Penemuan radio menjadi tonggak sejarah dimulainya media massa elektronik. Stasiun radio pertama didirikan di Pittsburg, New York, dan Chicago pada 1920-an. Setelah itu, negara-negara Benua Eropa juga turut mendirikan radio. Pada tahun ini pula Amerika Serikat memulai siaran televisi berbasis eksperimental. Adapun yang termasuk ke dalam contoh media massa elektronik seperti, radio, film, televisi, rekaman audio dan video.

3. Media Baru

Cara online dan digital untuk menghasilkan, mengirim, dan menerima pesan disebut dengan media baru atau new media. Istilah ini kemudian mencakup teknologi komunikasi yang dimediasi komputer. Sederhananya, proses transfer pesan dalam komunikasi telah terintegrasi ke dalam jaringan. Contoh media massa online adalah internet. Itulah penjelasan mengenai apa itu media massa. Kesimpulannya, media massa adalah sarana atau medium yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas. Jenisnya pun bermacam-macam, mulai dari media cetak, media elektronik, hingga yang terkini media baru.

2.4.4 Fungsi Media Massa

Mengingat media massa memberikan efek yang besar kepada khalayak luas melalui pesan-pesan yang disampaikannya, Maka dari itu, media massa memiliki fungsi dan perannya di tengah masyarakat. Menurut Haris (2008) dalam Manajemen Media Massa, fungsi media massa sebagai berikut:

1. Menyiarkan Infomasi

Menyiarkan informasi adalah fungsi pers yang pertama dan utama. Setiap informasi yang disampaikan haruslah memenuhi kriteria dasar yaitu aktual, akurat, faktual, menarik, penting, benar, lengkap, jelas, jujur, berimbang, relevan, bermanfaat, dan etis.

2. Mendidik

Media massa dalam bentuk surat kabar atau majalah memuat tulisan-tulisan yang mengandung pengetahuan sehingga wawasan khalayak pembaca juga meningkat. Fungsi mendidik ini secara implisit dapat berbentuk artikel, tajuk rencana, cerita bersambung, ataupun bentuk lainnya yang mengandung aspek pendidikan.

3. Menghibur

Media massa baik itu surat kabar, majalah, atau berbentuk audio visual sekalipun dapat memberikan hiburan seperti cerita pendek, cerita gambar, teka-teki silang, siaran olahraga, siaran fashion show, ataupun konten-konten human interest.

4. Memengaruhi

Fungsi memengaruhi dalam artian media massa memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Fungsi memengaruhi ini bisa kita jumpai pada bagian iklan. Melalui iklan seseorang dapat dipengaruhi untuk kemudian membeli sebuah produk ataupun jasa.

5. Kontrol Sosial

Media massa dalam hal ini pers adalah pilar demokrasi ke empat setelah legislatif, eksekutif, dan yudikatif. Pers akan menjadi pengawas serta memberikan koreksi, kritik, maupun teguran sewaktu melihat berbagai penyimpangan dan ketidakadilan dalam suatu masyarakat atau negara. Inilah yang kemudian membuat pers bersikap independen atau menjaga jarak yang sama terhadap semua kelompok dan organisasi yang ada.

2.5 Film

2.5.1 Definisi Film

Film adalah salah satu bentuk seni yang memadukan gambar, suara, dan gerak untuk menyampaikan suatu cerita. Film bisa menjadi media yang sangat berpengaruh dalam budaya populer dan memiliki kemampuan dalam menyebarluaskan pesan serta menginspirasi orang dengan cara yang unik. Film menjadi tempat bagi semua orang untuk berkarya dan mengekspresikan dirinya melalui kamera, cahaya, kostum, dan suara, yang kemudian disunting dengan musik dan efek khusus.

2.5.2 Fungsi Film

Film hendaknya tidak hanya dianggap sebagai sarana hiburan semata, karena film memiliki banyak fungsi yang lebih luas. Selain sebagai media hiburan, film juga dapat berfungsi sebagai media pendidikan yang efektif. Dalam hal ini, film dapat dimanfaatkan sebagai sumber belajar atau referensi untuk memperluas pengetahuan terhadap suatu topik tertentu. Selain itu, film juga dapat berfungsi sebagai media informasi yang dapat mengedukasi masyarakat tentang berbagai hal yang terjadi di dunia.

Melalui film, informasi yang disajikan akan lebih mudah dipahami dan diingat oleh penonton. Tidak hanya itu, film juga memiliki peran sebagai media budaya populer, sebagai wadah bagi budaya lokal atau bahasa tertentu untuk dipromosikan ke penonton internasional. Dengan demikian, film dapat menjadi sarana yang sangat penting untuk memperkenalkan serta mempertahankan budaya dan nilai-nilai lokal.

Oleh karena itu, film memegang peran penting dalam perkembangan kebudayaan dan edukasi masyarakat secara umum. Berikut ini ulasan terkait fungsi film dari berbagai sudut pandang:

1. Media Hiburan

Film bisa menjadi media hiburan yang sangat populer dan efektif. Film memungkinkan orang untuk melarikan diri dari kenyataan dan memasuki dunia cerita fiksi.

2. Media Pendidikan

Film bisa digunakan sebagai media pembelajaran. Film dokumenter bisa menjadi sumber belajar bagi orang yang ingin belajar tentang topik tertentu atau orang yang ingin belajar lebih jauh mengenai kenyataan dunia di sekitar mereka.

3. Media Informasi

Film tidak hanya sebagai sarana hiburan semata, namun memiliki kemampuan sebagai media informasi yang sangat efektif. Sebagaimana film mampu menangkap nuansa dan konteks yang sedang terjadi di saat itu, film juga memudahkan penonton untuk memahami suatu informasi yang disampaikan secara visual dan auditif. Dengan daya serapnya yang tinggi, film memungkinkan penonton untuk lebih mudah memahami dan mengingat informasi. Ditambah lagi dengan teknologi terbaru yang digunakan, film

semakin mampu menyajikan informasi secara lebih menarik dan lebih luas. oleh karena itu, film sangat penting dan harus dimanfaatkan dengan baik sebagai media informasi yang efektif.

4. Media Budaya

Film memberikan kesempatan bagi budaya lokal atau bahasa tertentu untuk dipromosikan ke penonton internasional. Film juga bisa menjadi cara untuk memperkenalkan serta mempertahankan budaya dan nilai-nilai lokal.

5. Media Pengubah

Film memiliki kemampuan untuk mengubah pandangan masyarakat terhadap hal-hal tertentu. Sebuah film bisa menjadi cara untuk memperjuangkan hak-hak tertentu kelompok masyarakat atau menginspirasi orang untuk melakukan perubahan. Demikianlah pengertian, jenis jenis, dan fungsi dari film. Film merupakan sebuah bentuk seni yang mampu menginspirasi dan memberikan pesan kepada banyak orang. Berbagai jenis film yang tersedia memberikan pilihan bagi penonton untuk memilih jenis cerita yang sesuai dengan preferensi dan selera pribadi. Namun, tidak hanya sebagai hiburan, film juga memiliki kemampuan untuk menjadi media pengetahuan, informasi bahkan sebagai pengubah pandangan dunia. Karena itulah, film merupakan media yang sangat penting dalam kehidupan manusia.

2.5.3 Jenis-Jenis Film

Film bisa dibagi menjadi beberapa jenis berdasarkan genre atau topik terkait.

Berikut adalah beberapa jenis film paling umum:

- a. Drama: film yang fokus pada karakter dan cerita emosional.
- b. Komedi: film yang bertujuan untuk membuat penonton tertawa.
- c. Aksi: film yang melibatkan adegan kekerasan atau pertempuran.
- d. Petualangan: film yang mengikuti perjalanan seorang atau beberapa karakter dalam sebuah perjalanan.
- e. Horor: film yang bertujuan untuk menakuti penonton.
- f. Misteri: film yang melibatkan plot yang misterius dan mencari solusinya.
- g. Animasi: film yang dibuat dengan teknik animasi, bukan dengan kamera.
- h. Dokumenter: film yang berfokus pada kenyataan atau kehidupan nyata.
- i. Fantasi: film yang melibatkan elemen-elemen fantasi seperti makhluk legenda atau dunia sihir.

2.6 Pesan Moral

Pesan moral merupakan amanat pada sebuah cerita ataupun karya lainnya yang ingin disampaikan oleh pengarang pada pembaca. Pesan yang ingin disampaikan umumnya berupa nilai-nilai baik yang bisa dijadikan contoh ataupun contoh bagi para pembaca. Pesan moral dalam suatu cerita jua mampu disampaikan secara implisit juga secara tersurat. Secara tersirat merupakan tak eksklusif, serta

dapat disampaikan melalui tokoh perkembangan. Sedangkan pesan moral yang tersurat lalu disampaikan secara pribadi, seperti melalui lewat dialog antara tokoh.

Mengutip buku Teori Pengkajian Fiksi oleh Burhan Nurgiyantoro, pesan moral pada suatu cerita umum lalu mencerminkan etos pengarang serta mengungkapkan mengenai suatu nilai-nilai kebenaran. Itulah yg ingin disampaikannya kepada pembaca. Melalui cerita, sikap, dan tingkah laku tokoh-tokoh pada suatu karya pembaca lalu dibutuhkan bisa mengambil nasehat, pelajaran, serta pesan-pesan moral yang disampaikan atau kemudian diamanatkan untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Pesan moral yang ingin disampaikan melalui cerita fiksi tentu tidak selaras efeknya menggunakan yang disampaikan melalui suatu cerita nonfiksi. Cerita fiksi ini menunjukkan pesan moral yang akan berafiliasi menggunakan sifat-sifat luhur humanisme. Sifat-sifat luhur ini sendiri umumnya bersifat universal. menggunakan istilah lain, sifat-sifat ini kemudian dimiliki dan diyakini kebenarannya sang poli orang. Sebuah cerita yang akan memberikan pesan moral yang bersifat universal umumnya cenderung lebih simpel diterima dan dinikmati sang warga secara universal jua. Meski begitu, tetap saja ditentukan sang unsur intrinsik lain mirip seperti tema, latar, juga penokohan. Adanya pesan moral yang dekat dengan kehidupan rakyat juga akan membuat pembaca lebih mendalami cerita tersebut.

Selain itu, pembaca dapat ikut berlangganan apa yang tengah dialami tokoh, sehingga kemudian bisa merefleksikannya pada kehidupan sehari-hari. contoh

pesan moral dapat dipahami menggunakan praktis artinya dalam cerita Malin Kundang.

Selain itu, agar Anda memahami lebih lanjut tentang ihwal pesan moral, maka perlu mengetahui ciri-ciri moral pesan, antara lain :

1. Ada pada Akhir Cerita

Pesan moral sendiri dapat Anda temukan Bila mendengarkan atau membaca cerita sampai akhir. di akhir cerita inilah lalu pesan moral diberikan. tetapi , membaca bagian akhir cerita saja, akan menyulitkan Anda dalam mengetahui pesan moral yang ingin disampaikan penulis. karena itu , saat membaca suatu cerita, usahakan dibaca mulai dari awal hingga akhir.

2 . Disampaikan secara kentara

Pada beberapa cerita, pesan moral juga bisa disampaikan dengan cara yang kentara Pesan moral dapat disampaikan pada bentuk seruan, nasehat, peringatan, saran, anjuran, sampai larangan membuat melakukan sesuatu. umumnya , hal-hal yang disampaikan ini juga akan berafiliasi erat dengan tema cerita.

3 . Implisit Melalui Tokoh

Selain berada di akhir cerita, pesan moral juga bisa disampaikan secara tersirat . Penulis akan menyampaikan sebuah pesan moral dari tokoh-tokoh dalam cerita. Pesan moral itu mampu berupa sikap atau dialog tokoh.

Melalui pesan moral inilah, kemudian penulis akan berkomunikasi dengan para pembacanya. Penulis jua akan menyampaikan pesannya melalui pesan moral dan alur cerita. menggunakan membaca ataupun mendengarkan cerita, dongeng, ataupun novel, akan terdapat banyak hal yang lalu dipadatkan. Apalagi di cerita panjang mirip novel akan ada banyak sekali pesan moral.

2.7 Kerangka Teoritis

2.7.1 Teori Komunikasi Semiotika

Semiotika adalah ilmu atau metode analisis untuk mempelajari tanda dalam berbagai konteks, seperti skenario, gambar, teks, dan adegan dalam film, sehingga tanda-tanda tersebut dapat diinterpretasikan. Menurut Roland Barthes, semiotika bertujuan untuk menerjemahkan dan menafsirkan tanda, baik yang bersifat verbal maupun nonverbal. Barthes lebih berfokus pada aspek nonverbal, seperti makna budaya (cultural meaning) dan tanda visual (visual sign). Ia juga menjelaskan bahwa tanda (sign) tidak dapat berdiri sendiri, melainkan harus didukung oleh signifier dan signified. Signifier adalah objek yang terlihat, sedangkan signified adalah makna yang kita tetapkan pada objek tersebut. Dalam penelitian ini semiotika analisis, yaitu semiotika yang menganalisis sistem tanda, semiotika normatif yang secara khusus mengkaji sistem tanda buatan manusia, semiotika sosial yang mempelajari sistem tanda yang dihasilkan oleh manusia dalam bentuk simbol dan semiotika struktural, yang berfokus pada analisis sistem tanda yang dimanifestasikan melalui struktur bahasa yang ada.

2.7.1.1 Semiotika menurut Roland Barthes

Roland Barthes dikenal sebagai salah satu pemikir strukturalis yang konsisten menerapkan model linguistik dan semiologi Saussurean. Sebagai seorang intelektual dan kritikus sastra terkenal dari Prancis, Barthes adalah figure penting dalam penerapan strukturalisme dan semiotika pada studi sastra. Bertens (2001:208) menyebutnya sebagai tokoh sentral dalam perkembangan strukturalisme pada 1960-an dan 70-an. Barthes meyakini bahwa bahasa merupakan sistem tanda yang mencerminkan pandangan masyarakat pada waktu tertentu. Gagasan ini ia kembangkan dalam karya seperti *Writing Degree Zero* (1953) dan *Critical Essays* (1964). Menurut Roland Barthes, semiotika bertujuan untuk menerjemahkan dan menafsirkan tanda, baik yang bersifat verbal maupun nonverbal. Salah satu kontribusi penting Barthes dalam kajian tentang tanda adalah penekanannya pada peran pembaca. Menurutnya, konotasi, meskipun menjadi sifat dasar dari tanda, tetap memerlukan keterlibatan aktif pembaca untuk dapat berfungsi. Barthes menguraikan secara mendalam konsep sistem pemaknaan tataran kedua, yang dibangun di atas sistem pemaknaan sebelumnya. Sastra menjadi contoh yang jelas dari sistem pemaknaan tataran kedua, yang beroperasi di atas bahasa sebagai sistem pemaknaan pertama. Sistem kedua ini disebut Barthes sebagai konotasi, yang dalam karyanya *Mythologies* secara tegas dibedakan dari sistem denotasi atau pemaknaan tataran pertama. Dengan melanjutkan studi Hjelmslev, Barthes merumuskan peta bagaimana tanda berfungsi. Dalam semiologi Barthes, denotasi dianggap sebagai sistem signifikasi tingkat pertama, sementara konotasi

adalah sistem signifikasi tingkat kedua. Denotasi mencerminkan makna objektif yang tetap, sedangkan konotasi lebih

Bersifat subjektif dan bervariasi. Barthes juga menjelaskan bahwa mitos, dalam pemahamannya, berbeda dengan konsep mitos yang umum dipahami. Ia menyatakan bahwa mitos adalah bentuk bahasa, sistem komunikasi, dan pesan. Dalam penjelasannya, Barthes menggambarkan mitos sebagai perkembangan dari konotasi. Barthes juga membahas aspek lain dari penandaan yang disebut "mitos." Menurut Sobur (2018), mitos adalah cara kebudayaan menjelaskan atau memahami berbagai aspek realitas dan fenomena alam. Mitos berada pada tingkat kedua dalam sistem penandaan. Ia merupakan hasil dari kelas sosial yang telah memiliki makna denotasi. Setelah sistem signifikasi terdiri dari penanda, petanda, dan tanda terbentuk, tanda tersebut menjadi penanda baru yang kemudian memiliki petanda kedua, membentuk tanda baru. Mitos adalah tingkat tertinggi dalam penandaan. Ketika sebuah tanda memiliki makna konotasi dan berkembang menjadi makna denotasi, maka makna denotasi tersebut akan menjadi mitos.

2.7.2 Teori Kontruksi Realitas Sosial

Teori konstruksi sosial merupakan salah satu teori yang digunakan dalam metode analisis framing. Teori ini membahas tentang proses pembentukan sebuah realitas sosial sehingga memiliki sebuah makna. Istilah konstruksi sosial atas realitas (*social construction of reality*), menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann melalui bukunya yang berjudul "*The Social*

Construction of Reality, a Treatise in the Sociological of Knowledge" (1966). Ia menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, yang mana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif.

Konstruksi realitas sosial adalah sebuah teori yang diciptakan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Teori ini berpandangan bahwa realitas memiliki dimensi subjektif dan objektif. Manusia merupakan instrumen dalam menciptakan realitas yang objektif melalui proses eksternalisasi, sebagaimana ia memengaruhinya melalui proses internalisasi yang mencerminkan realitas yang subjektif. Dengan demikian, masyarakat sebagai produk manusia dan manusia sebagai produk masyarakat, yang keduanya berlangsung secara dialektis, tesis, antithesis dan sintesis. Kedialektisan itu sekaligus menandakan bahwa masyarakat tidak pernah sebagai produk akhir, tetapi sebagai proses yang sedang terbentuk. Konstruksi sosial bermula dari filsafat konstruktivisme yang dimulai dari gagasan-gagasan konstruktif kognitif. Menurut von Glaserfeld, pengertian konstruktif muncul pada abad ini dalam tulisan Mark Baldwin yang secara luas diperdalam dan disebar oleh Jean Piaget. Namun apabila ditelusuri, sebenarnya gagasan-gagasan pokok konstruktivisme telah dimulai oleh Gambarissta Vico seorang epistemolog dari Italia, yang menjadi cikal bakal konstruktivisme. Sejauh ini, ada tiga macam konstruktivisme, yaitu konstruktivisme konstruktivisme biasa, radikal, realisme hipotesis, Dalam pandangan realisme hipotesis, pengetahuan adalah sebuah hipotesis dari struktur realitas yang mendekati

realitas dan menuju kepada pengetahuan yang hakiki. Sedangkan konstruktivisme biasa mengambil semua konstruktivisme dan memahami pengetahuan sebagai gambaran dari realitas itu sendiri .

Kaum konstruktivisme radikal hanya dapat mengakui apa yang dibentuk oleh pikiran kita dengan mengesampingkan hubungan antara pengetahuann dan kenyataan sebagai suatu kriteria kebenaran. Pengetahuan bagi mereka tidak merefleksikan suatu realitas ontologis obyektif, namun sebuah realitas yang dibentuk oleh pengalaman seseorang. Dari ketiga macam konstruktivisme, terdapat kesamaan dimana konstruktivisme dilihat sebagai sebuah kerja kognitif individu untuk menafsirkan dunia realitas yang ada, karena terjadi relasi sosial antara individu dengan lingkungan atau orang di sekitarnya. Kemudian individu membangun sendiri realitas yang dilihatnya itu berdasarkan struktur pengetahuan yang telah ada sebelumnya, yang oleh Piaget disebut dengan skema skemata. Konstruktivisme macam inilah yang oleh Berger dan Luckmann disebut dengan konstruksi sosial. Realitas sosial tidak berdiri sendiri tanpa kehadiran realitas sosial tidak berdiri sendiri tanpa kehadiran individu, baik di dalam maupun di luar realitas tersebut. Realitas sosial itu memiliki makna, manakala realitas sosial di konstruksi dan dimaknakan secara subjektif oleh individu lain sehingga memantapkan realitas itu secara objektif. Individu mengonstruksi realitas sosial, dan merekonstruksinya dalam dunia realitas, memantapkan realitas itu subjektivitas individu lain dalam institusi sosialnya.

2.8 Kerangka Pemikiran

Kerangka penelitian merupakan landasan teoritis yang digunakan untuk memecahkan masalah penelitian. Peneliti membutuhkan kerangka yang tak terbantahkan kebenarannya, terdiri dari teori dan pandangan ahli yang relevan dengan topik penelitian. Fokus utama dalam penelitian ini adalah “pesan moral” dalam film *“SIR ALEX FERGUSON : NEVER GIVE IN”* dengan tujuan untuk menganalisis makna denotasi, konotasi, dan pesan moral yang terkandung dalam film tersebut. Untuk memahami lebih dalam, peneliti menggunakan pendekatan analisis semiotika. Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda-tanda. Peneliti menggunakan teori semiotika Roland Barthes dengan konsep konotasi dan denotasi sebagai kunci analisis. Dengan kata lain, denotasi mengacu pada apa yang dianggap sebagai makna umum atau pemahaman kolektif. Jadi, secara umum, Di luar makna 'harfiah' (denotasi), kata tertentu mungkin memiliki konotasi: misalnya, konotasi seksual. 'Apakah ada yang namanya makna tunggal?' sindir aktor komedi Kenneth Williams (kita semua tahu bahwa 'sesuatu adalah simbol falus jika lebih panjang daripada lebarnya', seperti yang dikatakan penyanyi Melanie). Dalam semiotika, denotasi dan konotasi adalah istilah yang menggambarkan hubungan antara penanda dan petandanya, dan perbedaan analitis dibuat antara dua jenis petanda: petanda denotatif dan petanda konotatif . Makna mencakup denotasi dan konotasi.

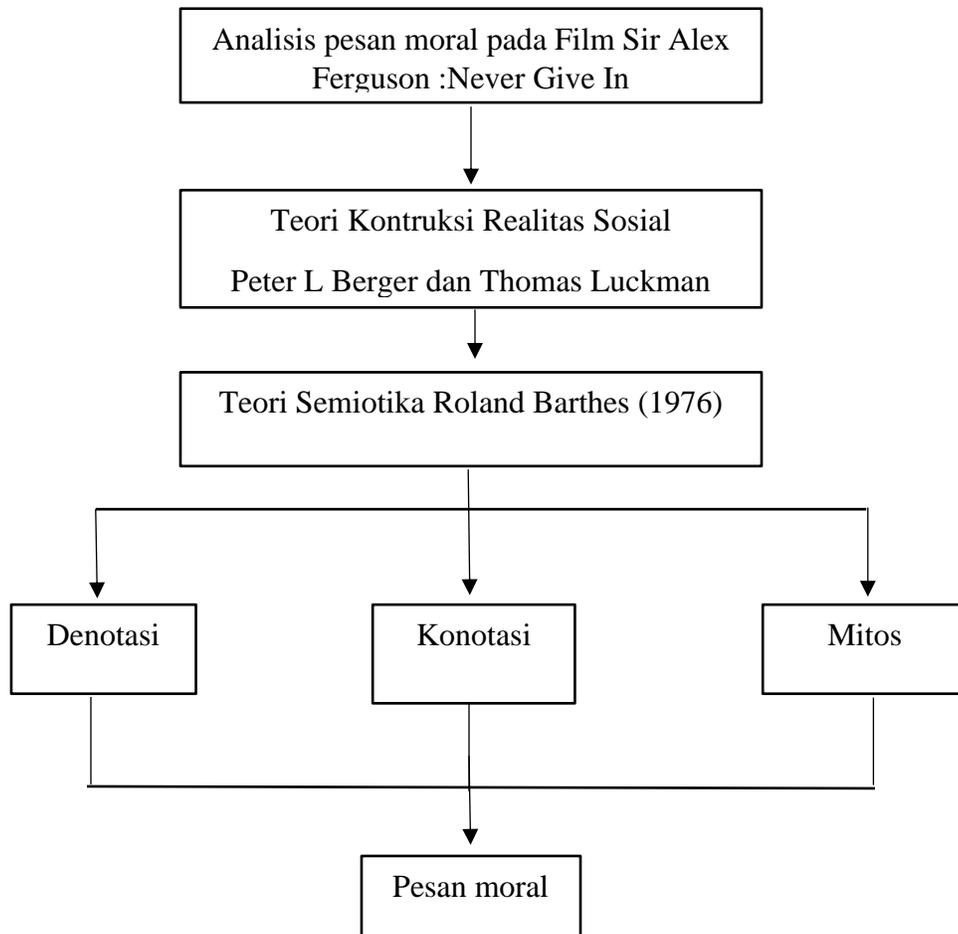
'Denotasi' cenderung digambarkan sebagai makna definisional, 'harfiah', 'jelas' atau 'akal sehat' dari sebuah tanda. Dalam kasus tanda linguistik, makna denotatif

adalah apa yang coba disediakan oleh kamus. Bagi sejarawan seni Erwin Panofsky, denotasi dari citra visual representasional adalah apa yang semua pemirsa dari budaya apa pun dan kapan pun akan mengenali citra tersebut sebagai gambaran (Panofsky 1970a, 51-3) . Bahkan definisi seperti itu menimbulkan masalah - semua pemirsa? Orang menduga bahwa ini mengecualikan anak-anak yang sangat muda dan mereka yang dianggap gila, misalnya. Tetapi jika itu benar-benar berarti 'menyesuaikan diri dengan baik secara budaya' maka itu sudah spesifik budaya, yang membawa kita ke wilayah konotasi. Istilah 'konotasi' digunakan untuk merujuk pada asosiasi sosial-budaya dan 'pribadi' (ideologis, emosional, dll.) dari tanda. Ini biasanya terkait dengan kelas, usia, jenis kelamin, etnis penafsir, dan sebagainya. Tanda lebih 'polisemik' - lebih terbuka terhadap interpretasi - dalam konotasinya daripada denotasinya. Denotasi terkadang dianggap sebagai kode digital dan konotasi sebagai kode analog (Wilden 1987, 224) .

Konotasi dan denotasi sering dijelaskan dalam hal tingkat representasi atau tingkat makna . Roland Barthes mengadopsi dari Louis Hjelmslev gagasan bahwa ada berbagai tatanan signifikansi (Barthes 1957 ; Hjelmslev 1961, 114ff). Tatanan signifikansi pertama adalah denotasi: pada tingkat ini ada tanda yang terdiri dari penanda dan petanda. Konotasi adalah tatanan signifikansi kedua yang menggunakan tanda denotatif (penanda dan petanda) sebagai penandanya dan melekatkan padanya petanda tambahan. Dalam kerangka ini konotasi adalah tanda yang berasal dari penanda tanda denotatif (jadi denotasi mengarah ke rantai konotasi). Ini cenderung

menunjukkan bahwa denotasi adalah makna yang mendasari dan utama - sebuah gagasan yang telah ditentang oleh banyak komentator lainnya.

Konotasi bukanlah dimensi paradigmatis murni, seperti yang mungkin disarankan oleh karakterisasi Saussure tentang dimensi paradigmatis sebagai 'asosiatif'. Sementara penanda yang tidak ada yang dikaitkan dengannya jelas merupakan faktor kunci dalam menghasilkan konotasi, demikian pula asosiasi sintagmatik. Konotasi penanda berhubungan sebagian dengan penanda lain yang muncul dalam teks tertentu. Namun, merujuk pada konotasi sepenuhnya dalam hal paradigma dan sintagma membatasi kita pada sistem bahasa, namun konotasi sangat banyak pertanyaan tentang bagaimana bahasa digunakan.



Tabel 2 2 Kerangka Pemikiran

Sumber : Modifikasi Peneliti 2025