

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 *Review* Penelitian Sejenis

Setiap penelitian biasanya dilakukan terlebih dahulu tahap perbandingan dengan penelitian sejenis yang telah dilakukan sebelumnya, serta digunakan sebagai referensi. Penelitian sejenis yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari empat penelitian sejenis untuk bahan perbandingan dan referensi dalam penelitian yang dilakukan.

1. Penelitian pertama berjudul **“REPRESENTASI FEMINISME DALAM FILM ENOLA HOLMES 2 (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES DALAM FILM ENOLA HOLMES 2)”**. Penelitian ini ditulis oleh Salma Aulya Putri, mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pasundan. Penelitian ini mengkaji film Enola Holmes 2 yang tayang pada 28 Oktober 2022 dengan menggunakan penelitian metode kualitatif dengan analisis semiotika Roland Barthes yang terdiri dari tiga komponen makna, yaitu makna denotatif, konotatif dan mitos. Dalam penelitian ini ditemukan adanya makna denotatif, konotatif dan mitos dalam film Enola Holmes 2 yang merepresentasikan feminisme dalam beberapa scenenya yang menunjukkan sebuah konstruksi dari realita sosial.
2. Penelitian kedua berjudul **“REPRESENTASI PERAN AYAH DALAM FILM NGERI NGERI SEDAP (ANALISIS SEMIOTIKA JOHN FISKE)”**. Penelitian ini ditulis oleh Nezar Ariffananda dan Dimas Satrio Wijaksono, mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom. Penelitian ini mengkaji film Ngeri Ngeri Sedap

yang menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika John Fiske yang memiliki tanda-tanda, yaitu level realitas (*reality*), level representasi (*representation*) dan level ideologi (*ideology*). Dalam penelitian ini ditemukan bahwa representasi peran ayah dalam film ini menganut budaya patriarki yang memiliki tanda-tanda, yaitu level realitas dapat disimpulkan bahwa peran ayah direpresentasikan sebagai sosok yang otoriter, tegas, dan mengendalikan anggota keluarga yang lain, level representasi dapat disimpulkan bahwa kode kamera yang terdapat di dalam enam belas *scene* yang penulis teliti terdapat empat teknik yang digunakan, yaitu *long shot*, *medium long shot*, *medium shot*, *medium close up*, dan juga *close up* dan level ideologi dapat disimpulkan bahwa ayah memiliki peran sebagai *protector* (sebagai seorang pelindung dan pengontrol), *decision maker* (sebagai seorang pembuat keputusan), *monitor and disciplinary* (sebagai seorang pengawas dan memberikan pembelajaran), *provider* (sebagai seorang penyedia fasilitas), dan *responsibility* (sebagai seseorang yang memenuhi kebutuhan) kepada keluarganya.

3. Penelitian ketiga berjudul **“ANALISIS KOMUNIKASI MASYARAKAT JAWA TIMUR DALAM FILM “YOWIS BEN” (STUDI ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE PADA “YOWIS BEN”)**”.

Penelitian ini ditulis Muhammad Ihzanulqalbie Nugraha, mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pasundan Bandung. Penelitian ini mengkaji film Yowis Ben yang menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika Charles Sanders Peirce yang terdiri dari tiga komponen, yaitu tanda, objek dan interpretan. Dalam penelitian ini

ditemukan empat pesan moral, yaitu meluruskan stereotip orang keturunan Tionghoa yang seringkali dianggap eksklusif dan membatasi diri dengan warga lokal, orang Jawa hidup dengan budaya gotong royong, masih ada kecenderungan untuk percaya hal-hal berbau mistis dibandingkan ilmiah dalam kehidupan masyarakat Jawa dan masyarakat Jawa menjunjung tinggi sopan santun.

4. Penelitian keempat berjudul **“REPRESENTASI KESEDIHAN PADA FILM “*IF ANYTHING HAPPENS I LOVE YOU*” (ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE)**”. Penelitian ini ditulis oleh Elfa Melytarinda, mahasiswi Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pasundan Bandung. Penelitian ini mengkaji film *If Anything Happens I Love You* yang menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika Charles Sanders Peirce yang terdiri dari tiga komponen, yaitu tanda, objek dan interpretan. Dalam penelitian ini ditemukan tiga komponen tersebut, yaitu representamen dalam film *If Anything Happens I Love You*, menggambarkan sebuah kesedihan yang dialami oleh kedua orang tua atas meninggalnya putri kesayangan mereka, *scene-scene* yang ditampilkan menandakan sebuah kesedihan yang dirasakan oleh kedua orang tua, objek dalam film *If Anything Happens I Love You* ini digambarkan oleh tokoh kedua orang tua yang sedang merasakan kesedihan, terlihat dari ekspresi wajah yang muram, sebuah vas berisi bunga layu, baju dan tempat-tempat yang mempunyai kenangan bersama anaknya dan interpretan dalam film *If Anything Happens I Love You* ini memberi makna dari setiap gambar dan acuan tanda yang berasal dari sebuah rujukan objek.

5. Penelitian kelima berjudul **“REPRESENTASI BAKAT DALAM DISKRIMINASI DALAM DISKRIMINASI FISIK PADA THE GREATEST SHOWMAN (STUDI ANALISIS SEMIOTIKA MODEL JOHN FISKE)”**. Penelitian ini ditulis oleh Muhammad Nanda Rizq Naufal, mahasiswi Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pasundan Bandung. Penelitian ini mengkaji film The Greatest Showman yang menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan semiotika John Fiske yang terdiri dari tiga level proses pengkodean seperti level realitas, level representasi dan level ideologi. Dalam penelitian ini ditemukan dalam 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, serta dalam film ditemukan pesan positif untuk saling menghargai perbedaan khususnya terhadap orang-orang yang memiliki kekurangan pada fisiknya.

Tabel 2. 1 Review Penelitian Sejenis

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Salma Aulya Putri (2023). Universitas Pasundan	REPRESENTASI FEMINISME DALAM FILM ENOLA HOLMES 2 (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES DALAM FILM ENOLA HOLMES 2	Kualitatif	Menggunakan pendekatan semiotika dan film sebagai objek penelitian	Pendekatan semiotika yang digunakan yaitu semiotika Roland Barthes	Dalam penelitian ini ditemukan adanya makna denotatif, konotatif dan mitos dalam film Enola Holmes 2 yang merepresentasikan feminisme dalam beberapa scenenya yang menunjukkan sebuah konstruksi dari realita sosial.
2.	Nezar Ariffananda dan Dimas Satrio Wijaksono (2023). Universitas Telkom	REPRESENTASI PERAN AYAH DALAM FILM NGERI-NGERI SEDAP (ANALISIS SEMIOTIKA JOHN FISKE)	Kualitatif	Menggunakan objek penelitian yang sama	Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan semiotika John Fiske	Dalam penelitian ini ditemukan bahwa representasi peran ayah dalam film ini menganut budaya patriarki yang memiliki tanda-tanda, yaitu level realitas bahwa peran ayah direpresentasikan sebagai sosok yang otoriter, tegas, dan mengendalikan anggota keluarga yang lain, level representasi bahwa kode kamera yang

						terdapat di dalam enam belas scene yang penulis teliti terdapat empat teknik yang digunakan, yaitu: <i>long shot</i> , <i>medium long shot</i> , <i>medium shot</i> , <i>medium close up</i> , dan <i>juga close up</i> .
3.	Muhammad Ihzanulqalbie Nugraha (2023). Universitas Pasundan Bandung	ANALISIS KOMUNIKASI MASYARAKAT JAWA TIMUR DALAM FILM “YOWIS BEN” (STUDI ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE PADA “YOWIS BEN”)	Kualitatif	Menggunakan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce dan film sebagai objek penelitiannya	Film yang digunakan dan topik penelitian yang berfokus pada komunikasi masyarakat.	Dalam penelitian ini ditemukan empat pesan moral, yaitu meluruskan stereotip orang keturunan Tionghoa yang seringkali dianggap eksklusif dan membatasi diri dengan warga lokal, orang Jawa hidup dengan budaya gotong royong, masih ada kecenderungan untuk percaya hal-hal berbau mistis dibandingkan ilmiah dalam kehidupan masyarakat Jawa dan masyarakat Jawa menjunjung tinggi sopan santun.

4.	Elfa Melytarinda (2023). Universitas Pasundan Bandung	REPRESENTASI KESEDIHAN PADA FILM “ <i>IF ANYTHING HAPPENS I LOVE YOU</i> ” (ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE)	Kualitatif	Menggunakan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce dan film sebagai objek penelitiannya	Film yang digunakan dan topik penelitian yang berfokus pada representasi kesedihan.	Dalam penelitian ini ditemukan tiga komponen semiotika Charles Sanders Peirce, yaitu representamen dalam film <i>If Anything Happens I Love You</i> , menggambarkan sebuah kesedihan yang dialami oleh kedua orang tua atas meninggalnya putri kesayangan mereka, scene-scene yang ditampilkan menandakan sebuah kesedihan yang dirasakan oleh kedua orang tua, objek dalam film <i>If Anything Happens I Love You</i> ini digambarkan oleh tokoh kedua orang tua yang sedang merasakan kesedihan dan interpretan dalam film <i>If Anything Happens I Love You</i> ini memberi
----	---	--	------------	--	---	--

						makna dari setiap gambar dan acuan tanda yang berasal dari sebuah rujukan objek.
5.	Muhammad Nanda Rizq Naufal (2023). Universitas Pasundan	REPRESENTASI BAKAT DALAM DISKRIMINASI FISIK PADA FILM THE GREATEST SHOWMAN	Kualitatif	Menggunakan pendekatan semiotika dan film sebagai objek penelitian	Pendekatan semiotika yang digunakan yaitu semiotika John Fiske	Dalam penelitian ini ditemukan dalam 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, serta dalam film ditemukan pesan positif untuk saling menghargai perbedaan khususnya terhadap orang-orang yang memiliki kekurangan pada fisiknya.

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Komunikasi

Manusia sebagai makhluk sosial, komunikasi merupakan suatu cara agar tetap terhubung dengan satu sama lain, karena pada hakikatnya manusia tidak dapat hidup sendiri akan selalu membutuhkan orang lain. Dengan adanya komunikasi, manusia dapat dengan mudah bertukar informasi, gagasan, ide, dan pengalaman, sehingga dapat menimbulkan interaksi sosial diantara manusia.

Terjadinya komunikasi adalah sebagai konsekuensi hubungan sosial (*social relations*). Masyarakat paling sedikit berhubungan dengan dua orang yang saling berhubungan satu sama lain, karena berhubungan, menimbulkan interaksi sosial (*social interaction*). Terjadi interaksi sosial yang disebabkan oleh interkomunikasi (*intercommunications*) (Effendy 2004:3).

Komunikasi berasal dari istilah Bahasa Inggris yaitu *communis* yang berarti sama. Sebagai ilmu, komunikasi berkembang pada tahun 1950-an, konon di Amerika Serikat, Ilmu Komunikasi merupakan peleburan *Departement of Speech Communication* dan *Departement of Mass Communications*. Keduanya menjadi *Communication Sciences* (Redi Panuju 2018:17). Secara umum, komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan secara efektif.

Jenis-jenis pesan yang digunakan dalam komunikasi masing-masing memiliki tradisi yang berbeda. Stephen W. Littlejohn (Sambas 2016) berpendapat bahwa ada tujuh tradisi ilmu komunikasi yaitu:

1. Tradisi Semiotika

Semiotika adalah ilmu tentang tanda gambar atau simbol.

2. Tradisi Fenomenologi

Fenomenologi mensyaratkan pengamatan terhadap kehidupan dalam keseharian. Ada tiga bagian, yaitu klasik (kebenaran diyakini melalui pengamatan langsung), persepsi (manusia merupakan sosok gabungan antara fisik dan mental, yang terakhir adalah hermeneutik (makna diketahui melalui penggunaan bahasa sehari-hari))

3. Tradisi *Cybernetic*

Tradisi ini berasal dari adanya hubungan antara komponen dalam sistem yang saling bergantung

4. Tradisi Psikologi Sosial

Tradisi ini memiliki tiga pendekatan, yaitu Behavioral (tindakan), Kognitif (hasil pikiran manusia) dan Biologikal (sisi biologis manusia)

5. Tradisi Sosial Budaya

Memiliki tiga jenis yaitu interaksi, simbolik, konstruksi sosial dan sosio linguistik.

6. Tradisi Kritis

Banyak bertumpu pada asumsi yang dikembangkan oleh Friederich Engels dan Karl Marx

7. Tradisi Retorika

Memberi perhatian pada proses pembuatan pesan atau simbol

2.2.1.1 Elemen Komunikasi

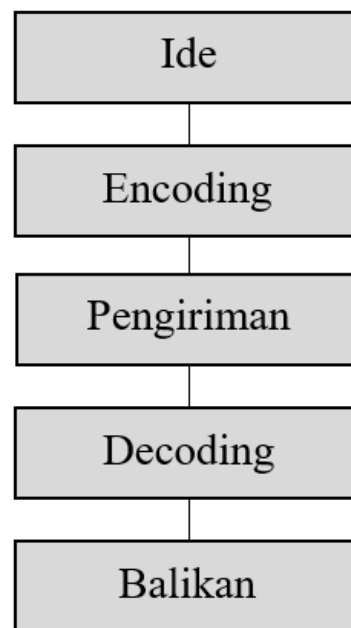
Komunikasi akan berjalan apabila prosesnya berlangsung dengan lancar. Proses tersebut dimulai ketika komunikator memberikan pesan kepada komunikan hingga terjadi timbal balik (*feedback*). Proses komunikasi dapat diterangkan dengan

berbagai salah satunya dengan menyajikan elemen-elemen komunikasi. Ada beberapa elemen yang selalu terlibat dalam komunikasi (Redi Panuju 2018:39–40), yaitu:

1. Komunikator. Komunikator adalah mengirim atau penyampai pesan
2. Pesan (*Message*). Merupakan sesuatu, entah dalam bentuk ide, abstraksi realitas atau bahkan hal yang bersifat ekspektasi (harapan) yang disampaikan oleh komunikator kepada penerima
3. Saluran (*Source*). Merupakan sarana atau media yang digunakan oleh komunikator kepada komunikan.
4. Komunikan (penerima). Merupakan penerima pesan, baik bersifat individual, kelompok, massa, maupun anggota organisasi.
5. Hambatan atau gangguan. Dalam setiap komunikasi pasti ada faktor yang menyebabkan proses komunikasi tidak berjalan efektif, tidak seperti yang diinginkan, dan bahkan acap kali menimbulkan salah pengertian. Gangguan bisa berasal dari komunikator, isi pesan, media yang digunakan, maupun pada penerimanya.
6. Umpan balik (*feedback*). Merupakan proses respon, tanggapan, ataupun reaksi atas suatu pesan. Umpan balik bisa dalam bentuk yang netral, ada yang mendukung (positif) dan ada yang menolak (negatif).
7. Efek. Merupakan akibat yang timbul dari komunikasi, baik berupa emosi, pikiran maupun perilaku.
8. Situasi. Merupakan keadaan yang ada atau terjadi pada saat berlangsung komunikasi. Situasi ini bisa berupa suhu, cuaca, tata ruang, sikap peserta komunikasi dan tujuan-tujuan berkomunikasi.

9. Selektivitas. Merupakan filter yang digunakan peserta komunikasi untuk menyaring pesan. Baik berupa nilai-nilai budaya, mitos, prasangka dan lainnya.
10. Lingkungan. Merupakan pihak lain yang ikut campur atau intervensi dalam komunikasi.

Dalam aplikasi elemen-elemen komunikasi tersebut bekerja melalui alur seperti proses komunikasi sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Proses Komunikasi

Sumber: (Suprpto 2009:8)

1. Pertama, komunikator menciptakan ide atau gagasan
2. Kemudian ide diubah menjadi bentuk lambang yang mempunyai makna (*encode*) untuk kemudian dikirimkan
3. Pesan yang telah di-*encode* dikirimkan melalui media yang sesuai dengan karakteristik lambang komunikasi
4. Penerima menafsirkan isi pesan (*decoding*) sesuai dengan persepsinya.

5. Setelah proses *decoding*, penerima akan memberikan timbal balik (*feedback*) kepada komunikator

2.2.1.2 Fungsi Komunikasi

Fungsi komunikasi secara umum yaitu: memberi informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*), dan menghibur (*to entertain*) serta fungsi mempengaruhi (*to influence*). Komunikasi memiliki beberapa fungsi (Muhamad Fahrudin Yusuf 2021:56–62), yaitu:

1. Fungsi Sosial Komunikasi

Manfaat dari fungsi sosial ini mengisyaratkan bahwa penting bagi kita untuk membentuk konsep diri, aktualisasi diri, kelangsungan diri, menyenangkan dan menghormati orang lain, memperoleh kebahagiaan, menghindari tekanan dan ketegangan.

2. Fungsi Ekspresif Komunikasi

Komunikasi disebut menjadi salah satu cara untuk meluapkan perasaan atau emosi kita, baik di kala sendiri atau bersama banyak orang. Melalui pesan verbal, visual gambar (*mural, vandalisme* dll), juga emoji di media sosial. Sejak lama orang akan bernyanyi, menulis lagu puisi dan novel untuk menunjukkan suasana emosinya dan bahkan ada lagu khusus dalam suatu suasana hati.

3. Fungsi Ritual Komunikasi

Komunikasi juga dipandang mempunyai fungsi ritual yang biasanya dilakukan secara kolektif. Bagi seorang muslim, shalat jama'ah adalah sunnah muakkad (amat dianjurkan), atau bahkan fardhu kifayah (wajib bersifat representatif). Belum lagi ibadah hasil asimilasi budaya, seperti

Yasinan, Tahlilan, Manaqiban, Sima'an al-Qur'an, Mujahadah dan lain sebagainya juga menjadi fungsi komunikasi manusia.

4. Fungsi Instrumental Komunikasi

Fungsi ini yang biasanya dikenalkan oleh para pakar komunikasi dalam menjelaskan fungsi komunikasi. Mulai dari menginformasikan (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertaint*), memengaruhi (*to influence*) dan sederet fungsi lainnya. Seluruh contoh fungsi itu bermuara kepada satu fungsi, yaitu membujuk (*persuasive*). Artinya bahwa komunikasi adalah alat (*instrument*) bagi kepentingan tertentu.

2.2.1.3 Level Komunikasi

Level komunikasi Komunikasi dikategorikan berdasar tingkat atau level. Pengkategorian ini berdasar jumlah peserta komunikasi yang ada yang dimulai dari paling sedikit hingga terbanyak yaitu:

1. Komunikasi intrapribadi

Komunikasi intrapribadi merupakan komunikasi dengan diri sendiri, tanpa disadari ataupun tidak, sebagai contoh ketika kita berpikir atau sedang berbicara sendiri dengan diri sendiri.

2. Komunikasi antarpribadi

Komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi antara orang dimana pesertanya saling bertatap muka secara langsung baik reaksi atau pesannya verbal maupun nonverbal.

3. Komunikasi kelompok

Komunikasi kelompok merupakan sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan

bersama, kumpulan orang ini saling mengenal satu sama lainnya dan menganggap orang dikumpulan tersebut sebagai bagian dari kelompoknya.

4. Komunikasi publik

Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang atau khalayak yang khalayak tersebut tidak kenal satu sama lain.

5. Komunikasi organisasi

Komunikasi organisasi adalah komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi baik yang bersifat formal maupun nonformal dan berlangsung pada jaringan yang lebih besar dibandingkan komunikasi kelompok.

6. Komunikasi massa

Komunikasi massa merupakan komunikasi yang menggunakan media massa baik cetak maupun elektronik. Komunikasi yang terjadi bisa meliputi seluruh dunia atau jangkauan yang luas dari suatu daerah.

Berdasarkan kategori tersebut penelitian ini menggunakan kajian komunikasi massa, hal ini dikarenakan instagram merupakan salah satu komunikasi massa karena media yang bisa diterima banyak orang.

2.2.2 Komunikasi Budaya

Kebudayaan berinteraksi dengan komunikasi, fenomena ini dikenal sebagai komunikasi budaya (*cultural communication*). Selain itu, terdapat juga fenomena yang menunjukkan interaksi antar budaya dalam suatu negara, yang disebut komunikasi antarbudaya (*intercultural communication*) (Iris Varner dan Linda Beamer 2005). Budaya dan komunikasi berinteraksi secara erat dan dinamis, karena inti dari budaya adalah komunikasi, dan budaya terwujud melalui komunikasi

timbang balik (Mulyana 2004:14). Pernyataan ini didukung oleh Edward T. Hall yang menyatakan bahwa "budaya adalah komunikasi dan komunikasi adalah budaya." Artinya, ketika manusia berkomunikasi, konteks dan makna budaya selalu terlibat di dalamnya.

Mulyana berpendapat (Mulyana 2019) bahwa konsep komunikasi yang tepat dalam konteks lintas budaya adalah konsep yang bersifat humanistik, yaitu dua arah, transaksional, dan interaksional. Model komunikasi humanistik mengasumsikan bahwa pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi adalah setara, dimana masing-masing disebut sebagai komunikator. Model ini juga mengakui bahwa kata-kata dan perilaku nonverbal yang sama dapat dipahami secara berbeda oleh orang dari budaya yang berbeda. Model komunikasi humanistik dianggap sesuai karena setiap tindakan atau pesan yang sama dapat memiliki makna yang berbeda tergantung pada budaya yang mendasarinya.

2.2.2.1 Budaya Rantau

Rantau adalah fenomena yang telah berlangsung sejak dahulu dan terus berlanjut hingga saat ini. Seorang perantau adalah individu yang meninggalkan kampung halamannya untuk jangka waktu yang lama. Berbagai alasan mendorong seseorang untuk merantau, salah satunya adalah untuk melanjutkan pendidikan. Di era globalisasi ini, banyak orang yang menempuh pendidikan tinggi dengan merantau, termasuk mahasiswa. Mahasiswa yang merantau pasti tinggal di luar daerah asalnya untuk waktu tertentu guna menyelesaikan pendidikannya (Halim, C. F., & Dariyo 2017). Mahasiswa perantauan adalah mahasiswa yang menempuh pendidikannya dengan meninggalkan kampung halaman dan menjalani kehidupan mandiri tanpa kehadiran keluarga di sekitarnya. Di tempat perantauan, mahasiswa

dituntut untuk mengatasi berbagai situasi dan kondisi secara mandiri karena peluang untuk bergantung pada orang lain sangatlah minim, sehingga kebutuhan hidupnya harus dipenuhi sendiri.

2.2.3 Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa atau bisa disingkat menjadi komunikasi media massa. Komunikasi massa lebih menitik beratkan komunikasi yang menggunakan media untuk berkomunikasi antara komunikan dan komunikator seperti radio, televisi, surat kabar atau film (Effendy 2004:20). Menurut Fajar dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik (Fajar 2009:226) komunikasi massa memiliki ciri khusus yaitu sebagai berikut:

1. Komunikasi massa bersifat umum yang artinya bahwa pesan komunikasi yang disampaikan melalui media massa itu terbuka untuk dilihat oleh semua orang.
2. Komunikasi bersifat heterogen, khalayak dalam komunikasi massa terjadi dari orang-orang yang heterogen, maksudnya adalah khalayak berasal dari masyarakat yang bertempat tinggal dalam kondisi yang berbeda dengan kebudayaan yang berbeda, dan berasal dari berbagai lapisan masyarakat dan mempunyai pekerjaan yang beragam pula.
3. Media massa menimbulkan keserempakan, maksudnya keserempakan akan pesan yang diterima dari komunikator pada komunikan dalam area yang luas dan jumlah yang besar.

Komunikasi menggunakan media massa sebagai medianya. Dalam perkembangannya media massa berkembang sangat cepat. Komunikasi massa terus berkembang dari penggunaan media massa yang “tradisional” seperti hingga

muncul media baru. Media massa dibagi menjadi media massa cetak (surat kabar, majalah, koran, dll) dan elektronik (televisi, radio dll) (Mulyana 2003:83). Konsep tersebutlah yang disebut media massa “tradisional”. Sedang media baru yang saat ini berkembang adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama yang mana selain baru dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (McQuail 2011:148–49).

Salah satu media massa baru adalah internet. Internet sendiri adalah sebuah media baru yang menunjang sebagai sebuah sarana komunikasi. internet adalah sarana untuk melakukan tukar informasi dan komunikasi yang melalui serangkaian computer yang saling berhubungan (Prihatna 2005).

Komunikasi yang ada dalam media baru internet dapat tetap disebut komunikasi massa karena secara potensial menjangkau khalayak global melalui jaringan p2p atau orang ke orang (*person to person*) dan koneksi internet (McQuail 2011:312).

2.2.3.1 Ruang Lingkup Komunikasi Massa

Setiap berlangsungnya proses kegiatan komunikasi massa tentunya akan melibatkan banyak hal. Komunikator, komunikan, media massa, unsur proses menafsirkan pesan (*decoder*), serta feedback yang lebih kompleks karna melibatkan khalayak dalam jumlah besar.

Proses penyusunan pesan di dalam komunikasi massa akan sangat beragam karena dipengaruhi oleh beberapa pihak seperti wartawan, editor, kameraman, dan semua pihak yang terlibat dalam media massa itu sendiri. Karena media massa sebagai komunikator merupakan lembaga (bukan perseorangan), maka akan banyak

individu yang terlibat sebagai bagian dari media massa. Masing-masing individu tersebut membawa pengetahuan, pengalaman, dan makna masing-masing. Sehingga, pesan yang terbentuk akan sangat beragam.

Dalam proses penerimaan pesan pun, akan sangat mungkin terjadi beragam penafsiran di masyarakat. Karena menyangkut khalayak luas dalam jumlah besar, maka sangat mungkin terjadi bahwa apa yang diterima komunikan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan komunikator. Selain itu, pesan yang disampaikan media massa tidak dapat ditangkap 100% sama oleh masing-masing penonton. Sebagai contoh, dalam film *Us* karya sutradara Jordan Peele, banyak masyarakat yang bingung dengan alur cerita yang disampaikan (Annisa 2022:7).

2.2.3.2 Komponen Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada publik yang tidak berada pada satu tempat atau tersebar. Sehingga dapat dikatakan proses komunikasi massa adalah penyampaian pesan melalui media massa yang terjadi secara terus-menerus (Annisa 2022:13–14). Komunikasi massa memiliki beberapa komponen (Annisa 2022:15–27), diantaranya:

1. Komunikator Massa

Komunikator adalah orang yang memproduksi pesan. Komunikator bukan merupakan individu atau perseorangan, melainkan sebuah lembaga yang terdapat dalam organisasi yang kompleks dan melibatkan banyak orang seperti jurnalis, penyiar/presenter, produser, direktur siaran, penyunting dan lain lain.

2. Pesan Massa

Pesan massa merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan dengan baik oleh komunikator, terkait dengan karakteristik khalayak yang heterogen dan sifat komunikasi yang terbuka. Severin dan Tankard (1992) yang dikutip dari (Vera 2016) mengemukakan bahwa komunikasi massa adalah sebagian dari keterampilan (*skill*), sebagian dari seni (*art*) dan sebagian dari ilmu (*science*).

3. Media Komunikasi Massa

Dalam komunikasi massa, media memiliki ciri khas yaitu kemampuan untuk menarik perhatian khalayak secara serempak (*simultan*) dan serentak (*instantaneous*). Sehingga yang termasuk kedalam media massa adalah pers, radio, televisi dan film (Vera 2016).

4. Komunikan Komunikasi Massa

Komunikan dalam komunikasi massa adalah pihak-pihak yang menerima pesan dari media massa. Khalayak atau komunikan dalam komunikasi massa memiliki beberapa karakteristik, seperti berjumlah banyak, anonim, heterogen, dan tersebar. Karena komunikan bersifat kompleks, maka setiap media memerlukan adanya segmentasi khalayak.

5. Efek Komunikasi Massa

Efek merupakan sebuah hasil yang ditimbulkan, dalam komunikasi massa efek merupakan hasil yang ditimbulkan dari diterimanya pesan melalui media massa. Menurut Steven M. Chaffee dalam (Vera 2016), efek media massa dapat dilihat melalui beberapa pendekatan. Pertama adalah efek dari media massa yang berkaitan dengan pesan ataupun media itu sendiri. Kedua, adalah

dengan melihat jenis perubahan yang terjadi pada khalayak, misalnya perubahan sikap, perilaku, dan perasaan.

6. Umpan Balik dalam Komunikasi Massa

Umpan balik (*feedback*) adalah respon yang diberikan komunikan dalam proses komunikasi. Umpan balik (*feedback*) menjadi penting bagi komunikator untuk mengetahui apakah proses komunikasi yang berjalan efektif atau belum efektif. Dalam komunikasi massa, umpan balik (*feedback*) merupakan reaksi yang didapatkan khalayak setelah menerema pesan dari media massa.

2.2.3.3 Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa memiliki beberapa fungsi didalamnya, diantaranya yaitu:

1. Fungsi Informasi. Fungsi ini merupakan fungsi paling penting, karena menyampaikan fakta dan kejadian yang benar terjadi. Sebagai contoh komunikasi massa yang memiliki fungsi ini adalah berita, iklan, film sejarah, buku nonfiksi.
2. Fungsi Hiburan. Fungsi ini merupakan fungsi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. Biasanya, masyarakat menggunakan fungsi ini untuk melepaskan penat dan berkumpul dengan keluarga. Contoh komunikasi massa yang memiliki fungsi ini adalah sinetron, kuis, komedi.
3. Fungsi Persuasi. Fungsi ini mempengaruhi khalayak dalam beberapa hal, seperti mengukuhkan atau memperkuat sikap, mengubah sikap, menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu, serta memperkenalkan etika.

4. Fungsi Transmisi Budaya. Fungsi ini merupakan fungsi yang paling luas karena memperkuat konsensus nilai masyarakat dengan selalu memperkenalkan bibit perubahan (budaya) secara terus menerus. Sebagai contoh program TV yang menampilkan tayangan TikTok, membuat masyarakat mengenali dan menerima budaya tersebut.
5. Fungsi Mendorong Kohesi Sosial. Fungsi ini merupakan penyatuan atau integrasi melalui berita berimbang. Sehingga biasanya fungsi ini dapat mendorong masyarakat untuk bersatu. Sebagai contoh berita pandemik yang disajikan di media massa mendorong masyarakat untuk bersama-sama bangkit memulihkan kondisi ekonomi.
6. Fungsi Pengawasan. Fungsi ini terbagi menjadi dua, yaitu fungsi pengawasan peringatan dan fungsi pengawasan instrumental. Sebagai contoh fungsi pengawasan peringatan adalah berita tentang kemungkinan bencana alam dan wabah penyakit.
7. Fungsi Korelasi. Fungsi korelasi merupakan fungsi penghubung antara berbagai komponen di masyarakat. Sebagai contoh reporter (media) menjadi penghubung antara narasumber dengan pembaca atau penonton media.
8. Fungsi Pewarisan Sosial. Dalam fungsi ini, komunikator (dalam hal ini media massa) meneruskan atau mewariskan suatu ilmu pengetahuan, nilai, norma dari suatu generasi ke generasi berikutnya. Misalnya media memberitakan ulang tahun bung Hatta dengan ulasan yang disertai dengan ide-ide brilian wapres pertama RI.
9. Fungsi Melawan Kekuasaan dan Kekuatan Represif. Fungsi ini mengkritisi kekuasaan yang sedang berlangsung. Sebagai contoh media massa pada zaman

pra dan pasca mundurnya pemerintahan Soeharto, media massa tidak lagi memberitakan kejadian dari informasi resmi pemerintah (yang telah berkuasa selama 32 tahun) tetapi melakukan investigasi dan mencari kebenaran sendiri.

10. Fungsi Menggugat Hubungan Trikotomi. Fungsi ini terjadi karena terdapat hubungan yang bertolak belakang antara tiga pihak (pemerintah, pers dan masyarakat) karena terdapat perbedaan kepentingan. Sebagai contoh hubungan trikotomi Orde Baru membuat media massa bergerak dari kekuasaan tertinggi dipegang pemerintah menjadi kekuatan media massa yang mampu menggerakkan rakyat Indonesia.

2.2.3.4 Efek Komunikasi Massa

Komunikasi massa dapat memberikan efek kepada khalayak, terdapat dua jenis efek yang mungkin terjadi (Annisa 2022:74–75), diantaranya:

1. Efek Primer. Efek ini terkait dengan terpaan, perhatian & pemahaman khalayak terhadap pesan yang disampaikan dan terjadi ketika media massa menyampaikan informasi, kemudian kita memperhatikan kemudian memahami isi informasi tersebut. Tugas media massa adalah menyusun informasi semaksimal mungkin sehingga dapat dipahami oleh audiens, karna sangat sulit untuk mengetahui secara pasti apakah pesan tersebut dipahami atau tidak.
2. Efek Sekunder. Efek ini merupakan hasil yang terjadi dari sebuah proses komunikasi dan tidak hanya berfokus mengenai bagaimana media mempengaruhi audiens, namun juga bagaimana audiens mereaksi pesan-pesan media yang sampai padanya. Sehingga diharapkan tidak hanya terjadi

perubahan tingkat kognitif (yaitu perubahan pengetahuan dan sikap), melainkan juga perubahan perilaku (menerima dan memilih).

2.2.4 Media Massa

Media massa adalah sarana informasi yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan masyarakat dalam memperoleh berbagai macam informasi. Dalam konteks ini, media memiliki peran krusial dalam pengembangan serta peningkatan pemikiran dan perspektif masyarakat. Denis McQuail menyatakan bahwa komunikasi massa berfungsi sebagai alat kontrol, manajemen, dan inovasi bagi masyarakat, yang dapat menggantikan kekuatan lain (Hendra 2019).

Perkembangan media massa yang pesat telah dimanfaatkan untuk menyebarkan budaya populer sehingga dapat menjangkau seluruh dunia dengan mudah. Akibatnya, masyarakat kini menghabiskan lebih banyak waktu untuk melakukan berbagai aktivitas yang terkait dengan media, seperti menonton televisi, mendengarkan radio, menggunakan internet, membaca majalah, dan berbagai kegiatan lainnya (Ageng Rara Cindoswari 2019).

Penyampaian informasi dalam bentuk berita membutuhkan saluran komunikasi yang dikenal sebagai media. Istilah media massa merujuk pada penggunaannya untuk konsumsi publik. Media massa menyediakan informasi tentang perubahan, penerapannya, serta hasil yang dicapai atau yang diharapkan. Fungsi utama media adalah menyediakan informasi mengenai berbagai kepentingan dan mempromosikan produk (M. Yoserizal 2018).

Menurut Bitter, esensi media massa adalah sebagai sarana penyampaian informasi, yang mencakup surat kabar, majalah, buku, film, radio, televisi, atau

kombinasi dari semuanya. Muhtadi menyatakan bahwa terdapat lima unsur yang mewakili media massa, yaitu:

1. Sifat kelembagaan
2. Pesan yang disampaikan satu arah
3. Informasi yang disampaikan secara luas dan bersamaan
4. Menggunakan perangkat teknis atau mekanis
5. Pesan yang diberikan secara terbuka

2.2.4.1 Karakteristik Media Massa

Menurut Hafied Cangara, komunikasi merupakan sarana atau media yang digunakan untuk mengirimkan pesan dari komunikator kepada masyarakat. Sementara itu, konsep komunikasi massa merujuk pada alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada khalayak, seperti surat kabar, film, radio, dan televisi (Cangara 2010). Media dapat disebut sebagai media massa jika memiliki karakteristik tertentu. Menurut Cangara, ciri-ciri komunikasi massa antara lain:

1. Bersifat institusional, artinya yang mengelola media mencakup banyak orang, mulai dari pengumpulan, pengelolaan, hingga penyajian informasi.
2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan tidak memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Bahkan suatu tanggapan atau respons seringkali memakan waktu dan tertunda.
3. Disebarkan secara bersamaan dan meluas yaitu mampu mengatasi hambatan waktu dan jarak, karena mempunyai kecepatan. Bergerak secara luas dan serentak, dimana informasi yang dikirimkan diterima oleh banyak orang dalam waktu yang bersamaan.

4. Terbuka, artinya siapa pun dan di mana pun dapat menerima pesan, tanpa memandang usia, jenis kelamin, dan etnis.

2.2.4.2 Fungsi Media Massa

Fungsi media massa bagi masyarakat menurut Dominick dikutip Denis McQuail dalam bukunya (McQuail 2011), sebagai berikut:

1. Memantau
2. Penafsiran
3. Menyebarkan nilai-nilai
4. Hiburan

2.2.4.3 Efek Media Massa

Menurut Chaffe, yang dikutip oleh Elvinaro Ardiano, komunikasi memiliki dampak yang berkaitan dengan perubahan sikap, emosi, dan perilaku komunikasi. Pernyataan ini menjelaskan bahwa media massa memiliki efek kognitif, efek afektif, dan efek perilaku (Ardianto 2007).

2.2.4.4 Jenis Media Massa

Media massa dapat diklasifikasikan menjadi tiga jenis berdasarkan bentuknya, yaitu:

1. Media cetak adalah jenis media massa yang dicetak pada kertas. Media cetak juga melibatkan proses pembuatan teks menggunakan tinta, tulisan, dan kertas atau media cetak lainnya. Contohnya meliputi surat kabar, majalah berita, majalah khusus, dan buletin, masing-masing dengan penyajian dan rubrik yang berbeda. Ciri-ciri media cetak antara lain adalah portabilitas yang tinggi, kemudahan penyimpanan, dan tidak terikat waktu.

2. Media elektronik adalah media massa yang menggunakan teknologi pemancar untuk menyebarkan suara dan gambar kepada masyarakat. Radio merupakan media elektronik pertama yang muncul, menyampaikan informasi melalui suara. Kemudian, televisi muncul sebagai media yang memungkinkan penonton tidak hanya mendengar suara tetapi juga melihat gambar peristiwa secara langsung (Septiawan 2005).
3. Media online adalah jenis media massa yang relatif baru, dan menjadi populer pada abad ke-21. Media ini memungkinkan masyarakat mengakses informasi tanpa batasan waktu dan wilayah, sehingga penyebaran informasi jauh lebih luas dibandingkan media cetak dan media elektronik sebelumnya.

2.2.5 Film

2.2.5.1 Definisi Film

Film merupakan media yang masih muda, setidaknya dibandingkan kebanyakan media lainnya. Lukisan, sastra, tari dan teater telah ada selama ribuan tahun, tetapi film muncul hanya lebih dari satu abad yang lalu. Namun dalam rentang waktu yang cukup singkat ini, sebagai sebuah cabang seni pendatang baru, film telah memantapkan dirinya sebagai bentuk seni yang energi dan kuat (Thompson 2008:1) Kekuatan film telah sampai dimana menjadi media komunikasi massa yang membawa pesan audio dan visual efektif yang biasa di sampaikan kepada suatu individu atau suatu kelompok. Pesan film dalam komunikasi massa dapat berbentuk apapun tergantung dari statemen film dan pembuat film tersebut.

Film dianggap sebagai hasil dari budaya serta merupakan sebuah alat ekspresi kesenian. Sebagai media massa, film menggabungkan berbagai teknologig seperti

fotografi dan rekaman suara, serta seni rupa, teater, sastra, arsitektur dan musik (Effendy 1986:239).

Dalam Undang-Undang No. 8 tahun 1992 tentang perfilman (Database 1992) pada Bab 1 Pasal 1 disebutkan bahwa film adalah karya cipta seni dan budaya yang merupakan media komunikasi massa pandang-dengar yang dibuat berdasarkan asas sinematografi dengan direkam pada pita seluloid, pita video, piringan video atau bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala bentuk, jenis dan ukuran melalui proses kimiawi, proses elektronik, atau proses lainnya. Di putuskan kembali dalam Undang-Undang Nomor 33 tahun 2009 bahwa film adalah karya seni budaya yang merupakan pranata sosial dan media komunikasi massa yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi dengan atau tanpa suara dan dapat dipertunjukan (BPI 2009).

Film adalah suatu fenomena yang mencakup aspek sosial, psikologi dan estetika. Film terdiri dari kombinasi cerita, gambar, kata-kata dan merupakan hasil produksi yang memerlukan dimensi dan teknik. Saat ini film telah menjadi media yang semakin penting dan dianggap sama pentingnya dengan media lainnya. Gagasan untuk menciptakan film adalah dari para seniman pelukis. Dengan ditemukannya sinematografi telah menimbulkan gagasan kepada mereka untuk menghidupkan gambar-gambar yang mereka lukis dan lukisan-lukisan itu bias, sehingga menimbulkan hal yang lucu dan menarik, karena dapat disuruh memegang peran apa saja yang tidak mungkin diperankan oleh manusia (Effendy 2004).

Istilah film pada mulanya mengacu pada suatu media sejenis plastik yang dilapisi dengan zat peka cahaya. Media peka cahaya ini sering disebut selluloid. Dalam bidang fotografi film ini menjadi media yang dominan digunakan untuk

menyimpan pantulan cahaya yang tertangkap lensa. Pada generasi berikutnya fotografi bergeser pada penggunaan media digital elektronik sebagai penyimpan gambar. Sebuah film, juga disebut gambar bergerak, adalah serangkaian gambar diam atau bergerak. Hal ini dihasilkan oleh rekaman gambar fotografi dengan kamera, atau dengan membuat gambar menggunakan teknik animasi atau efek visual (Effendy 1986).

2.2.5.2 Elemen Film

Dalam sebuah film terdapat elemen-elemen penting yang tersusun dengan baik sehingga membentuk sebuah karya film yang dapat dinikmati oleh penonton. Elemen film tersebut meliputi unsur naratif dan unsur sinematik. Unsur naratif merupakan elemen penting yang memungkinkan cerita dalam film dapat disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami oleh penonton (Putri 2023:40–42). Unsur naratif film meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. Ruang

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

2. Waktu

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

3. Perilaku Cerita

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

4. Konflik

Konflik mampu memberikan dinamika pada cerita dan membuat penonton tertarik untuk terus mengikuti perkembangan cerita. Konflik menciptakan ketegangan dan menimbulkan rasa ingin tahu pada penonton juga menjelaskan sifat tokoh pada film.

5. Tujuan

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

Dalam unsur sinematik pada film, terdapat empat aspek utama, yaitu *mise-en-scene*, sinematografi, suara dan editing. *Mise-en-scene* adalah pengungkapan gagasan yang diubah dari kata-kata menjadi gambaran visual. Unsur ini terdiri dari empat aspek yaitu setting, kostum dan tata rias, pencahayaan dan aktor (Putri 2023:42–43), diantaranya:

1. *Mise-en-scene*

Mise-en-scene merupakan konsep yang mengubah ide dalam bentuk kata menjadi visual melalui gambaran. *Mise-en-scene* mencakup semua hal yang

berada di depan kamera yang akan direkam dalam produksi film, mencakup setting, kostum, tata rias wajah, pencahayaan dan aktor.

2. Sinematografi

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

3. Suara atau Audio

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

4. *Editing*

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

2.2.5.3 Jenis Film

Film memiliki beberapa jenis (Wahyu 2017:23), diantaranya:

1. Film Cerita Pendek (*Short Film*)

Durasi film cerita pendek biasanya di bawah 60 menit. Beberapa negara seperti Jerman, Australia, Kanada dan Amerika Serikat, film cerita pendek

dijadikan laboratorium eksperimen dan batu loncatan bagi seorang atau sekelompok orang untuk kemudian memproduksi film cerita panjang. Jenis film ini banyak dihasilkan oleh para mahasiswa jurusan film yang menyukai dunia film dan ingin berlatih membuat film dengan baik. Sekalipun demikian, ada juga yang memang mengkhususkan diri untuk memproduksi film pendek, umumnya hasil produksi ini dipasok ke rumah-rumah produksi atau saluran televisi.

2. Film Cerita Panjang (*Feature-Length Films*)

Film dengan durasi lebih dari 60 menit pada umumnya berdurasi 90-100 menit dan diputar di bioskop. Beberapa film, misalnya Titanic, bahkan berdurasi lebih dari 120 menit. Film-film produksi India rata-rata berdurasi hingga 180 menit.

Selain itu, film juga memiliki beberapa kategori, diantaranya:

1. Film dokumenter merupakan film yang disajikan merupakan sebuah fakta, biasanya film jenis ini merupakan film sebuah tokoh, peristiwa dan juga lokasi. Film ini tidak memiliki plot dimana alur cerita yang umumnya berdasarkan tema dari objek tersebut.
2. Film fiksi merupakan film dari sebuah karangan, baik itu cerita rekaan diluar kejadian nyata. Cerita fiksi juga biasanya mempunyai dua peranan yaitu protagonis dan antagonis, mempunyai masalah konflik, dan penutupan. Jenis film ini biasanya harus dengan persiapan matang, kemudian dengan peralatan yang memadai.

3. Film eksperimental, jenis film ini sangat berbeda kaduanya. Film eksperimental merupakan film yang dibuat independen dan tidak bekerja pada industri perfilman (Pratista 2008:4–7).

2.2.5.4 Film Sebagai Media Komunikasi Massa

Film menjadi salah satu kajian ilmu dalam komunikasi massa. Film pada awalnya hanya sekedar konten serta fungsi yang ditawarkan masih jarang sehingga beralih sebagai alat presentasi distribusi lebih modern, menampilkan cerita, panggung, music, drama, humor dan lainnya. Film membentuk komunikasi melalui komunikasi massa yang berfariasi pada pendidikan, usia, gender, status sosial ekonomi, status serta agama. Film sanggup menjangkau masyarakat dalam jumlah banyak dan cepat. Film pada dasarnya adalah alat untuk menyampaikan sebuah informasi ataupun pesan. Sebagai alat presentasi suatu informasi, film terbagi dalam beberapa jenis atau genre, dan dapat dibedakan berdasarkan karakter, ukuran, maupun pembagian. Ada beberapa genre atau jenis film dalam (Baskin 2003:93–95) yaitu:

1. Action, merupakan salah satu genre drama yang identic dengan adegan pertarungan, menembak, ngebut. Secara sederhana bahwa genre film ini memuat scene pertarungan fisik diantara protagonis dan lawannya.
2. Drama, merupakan genre film yang berfokus pada hal kemanusiaan. Tujuan dibuatnya film drama merupakan perasaan penonton terhadap apa yang terjadi kepada karakter tokoh, dan berhubungan dengan latar belakang kejadian suatu film.

3. Komedi, genre yang berlainan arti dengan lawakan. Sebab dalam film bergenre komedi tidak perlu diperankan seorang pelawak. Film dengan genre ini dapat membuat penontonya tersenyum hingga tertawa.
4. Horror, merupakan salah satu genre film yang berhubungan dengan adegan menyeramkan, menakutkan, seram, mengejutkan, dan berhubungan dengan hantu. Film dengan genre membuat penonton merasa merinding serta merasa ketakutan karena ditampilkan sosok hantu dalam beberapa adegan.

Media massa akan terus mengalami perubahan dari waktu ke waktu dan memunculkan media-media baru seiring dengan perkembangan teknologi. Film termasuk media massa yang saat ini berkembang dengan seiring perkembangan zaman. Menurut Irwanto dalam (Sobur 2013) film selalu dapat mempengaruhi penonton menggunakan pesan yang berada dibalikinya. Film juga mengabadikan realitas yang ada didalam masyarakat dan kemudian diproyeksikan ke atas layar. Karena melalui suatu film dapat membawa pengaruh dari dalam diri seseorang, akan pola pikir, sifat, serta sikap manusia guna menjalankan aktivitas kehidupan.

2.2.6 Representasi

Representasi adalah proses penggunaan bahasa untuk menyampaikan makna kepada orang lain, dengan membentuk gambaran, citra, atau konsep tentang suatu objek atau kejadian. Representasi merupakan cara di mana makna dihasilkan dan dipertukarkan di antara anggota suatu kebudayaan. Proses ini dibentuk melalui berbagai media, seperti gambar, suara, dan visual. John Fiske (Fiske 2004) menyatakan bahwa representasi dapat diartikan sebagai proses komunikasi di mana realitas disampaikan melalui kata-kata, bunyi, citra, atau kombinasi dari semuanya. Sementara itu, Stuart Hall (Hall 1997) menyebutkan bahwa representasi adalah

salah satu praktik penting yang memproduksi kebudayaan. Dalam hal ini, representasi dapat dijelaskan sebagai sebuah proses dimana anggota dari sebuah budaya menggunakan bahasa dan tanda-tanda untuk memproduksi makna.

Representasi menjadi konsep penting dalam kajian budaya karena mampu menggambarkan hubungan antara teks dan realitas, meskipun tidak selalu merepresentasikan realitas secara langsung. Dalam konteks kajian film, representasi berfungsi untuk menganalisis bagaimana realitas dibangun dalam sebuah film. Representasi ini dapat terlihat melalui berbagai elemen dalam film, seperti visual, narasi, dan dialog.

Untuk memahami representasi dalam film, penting untuk memperhatikan bahasa yang digunakan, baik verbal maupun nonverbal. Bahasa dalam konteks ini mencakup sistem tanda-tanda yang digunakan dalam film, seperti warna, simbol, dan gerakan kamera. Selain itu, konteks sosial dan budaya juga berperan penting dalam membentuk representasi dalam sebuah film.

Sebagai kesimpulan, representasi adalah proses penting dalam pembentukan makna dalam budaya. Dalam kajian film, representasi merupakan kunci untuk memahami bagaimana realitas dibangun dan disampaikan melalui berbagai elemen film, serta bagaimana konteks sosial dan budaya mempengaruhi proses tersebut.

2.3 Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis adalah dasar untuk memecahkan masalah yang telah diidentifikasi. Oleh karena itu, peneliti memerlukan kerangka teori yang mencakup teori-teori dari para ahli yang kredibilitasnya sudah tidak diragukan lagi. Dengan demikian, kerangka teoritis dapat dianggap sebagai fondasi utama dalam sebuah penelitian. Kerangka teoritis berperan dalam menjelaskan bagaimana teori yang

digunakan berhubungan dengan faktor-faktor penting dalam masalah yang akan diteliti.

Peneliti memilih teori semiotika Charles Sanders Peirce sebagai teori yang relevan dengan objek penelitian. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti representasi budaya rantau dalam film *Ngeri Ngeri Sedap* guna memahami representamen, objek dan interpretan.

2.3.1 Semiotika

Semiotika adalah metode analisis yang digunakan untuk menggali makna dalam tanda-tanda. Susanne Langer menyatakan bahwa "menilai simbol dan tanda adalah penting. Dalam kehidupan binatang, ini biasanya dijumpai oleh perasaan, namun bagi manusia, dijumpai oleh konsep, bahasa, dan simbol." Semiotika mempelajari makna yang terkandung dalam tanda-tanda, di mana tanda menunjuk pada sesuatu yang lain, seperti bendera kuning yang menandakan adanya orang meninggal.

Semiotika berasal dari bahasa Yunani "semion" yang berarti tanda. Tanda dapat mewakili hal lain yang terkait dengan objek tertentu, sehingga objek tersebut mampu membawa informasi dan merepresentasikannya dalam bentuk tanda. Objek-objek ini membawa informasi dan menyampaikannya dalam bentuk tanda. Kajian semiologi adalah bidang yang mempelajari fungsi teks (Hidayat 2001).

Kajian dalam semiologi mencakup teks, tanda dan makna, bahasa, media massa, serta segala sesuatu yang diproduksi dengan tujuan disajikan kepada khalayak. Pada dasarnya, analisis semiotika adalah ilmu yang dapat digunakan untuk memahami hal-hal yang belum jelas dan mempertanyakan lebih lanjut ketika

membaca sebuah narasi, teks, atau simbol. Analisis ini bersifat paradigmatis, yang berarti berusaha menemukan makna dari elemen-elemen tersembunyi.

Menurut Little John dalam bukunya *Theories on Human Behaviour* (Little John 1998), tanda adalah dasar dari seluruh kegiatan komunikasi, dan banyak hal di dunia ini dapat dikomunikasikan oleh manusia melalui tanda.

Konsep dasar yang menyatukan norma-norma ini adalah tanda, yang dapat diartikan sebagai stimulus yang menunjukkan kondisi atau makna lain; misalnya, adanya asap menandakan adanya api. Konsep dasar kedua adalah simbol, yang menunjukkan bahwa tanda memiliki banyak makna. Beberapa ahli membedakan antara tanda dan simbol dengan menyatakan bahwa tanda memiliki arti yang jelas dalam mengartikan sesuatu, sedangkan simbol tidak. Ahli lainnya melihat perbedaan ini dari tingkatan yang berbeda namun tetap dalam kategori yang sama. Semiotika mampu menyatukan berbagai teori yang luas dan berkaitan dengan bahasa, tindakan nonverbal, dan wacana.

2.3.1.1 Komponen Dasar Semiotika

Puji Santosa dalam bukunya *Ancangan Semiotika dan Pengkajian Susastra* (Puji 2021) menyatakan bahwa komponen dasar semiotika mencakup isu-isu utama mengenai tanda, lambang, dan isyarat. Selain itu, pemahaman mengenai lambang melibatkan pembahasan tentang penanda (*signifier*, *signans*, dan *signifiant*) dan pertanda (*signified*, *signatum*, dan *signifie*).

1. Tanda adalah elemen yang menunjukkan sesuatu atau keadaan tertentu dengan tujuan menjelaskan atau menginformasikan objek kepada subjek. Tanda selalu mengacu pada sesuatu yang konkret, seperti benda, kejadian, tulisan, atau bahasa. Contohnya, kebakaran hutan yang didahului oleh

penggundulan hutan. Dalam hal ini, tanda alamiah tersebut menunjukkan adanya hubungan antara penggundulan hutan dan kebakaran hutan yang terjadi.

2. Lambang adalah sesuatu yang membantu subjek memahami objek. Lambang selalu dikaitkan dengan tanda-tanda yang memiliki sifat situasional, kultural, dan kondisional. Misalnya, bendera putih melambangkan sikap menyerah. Warna putih, selain diartikan sebagai suci, bersih, dan mulia, juga dapat menunjukkan sikap menyerah dalam perang. Perbedaan makna ini menunjukkan bahwa setiap lambang sudah diberi sifat situasional, kultural, dan kondisional. Menurut Peirce, lambang adalah bagian dari tanda, meskipun tidak semua tanda dapat menjadi lambang. Salah satu contoh tanda yang menjadi lambang adalah bahasa, karena bahasa adalah sistem tanda yang arbitrer, sehingga setiap tanda dalam bahasa adalah lambang. Bahasa merupakan kesatuan yang tidak dapat dipisahkan antara penanda dan petanda. Penanda adalah tanda yang dapat dilihat, sementara petanda adalah makna yang terkandung dalam tanda tersebut.
3. Isyarat adalah hal atau kondisi yang diberikan oleh subjek kepada objek. Dalam situasi ini, subjek bertindak untuk menginformasikan kepada objek yang menerima isyarat pada saat itu juga. Isyarat bersifat sementara. Jika penggunaannya ditunda, maka isyarat tersebut akan berubah menjadi tanda.

2.3.1.2 Ruang Lingkup Semiotika

Semiotika mencakup berbagai bidang seperti ilmu pengetahuan, agama, estetika, dan budaya. Setiap bidang ini memiliki korelasi yang khas, membedakan satu dengan lainnya. Contohnya, dalam ilmu pengetahuan, terdapat hubungan

monosemantis antara penanda dan petanda yang sering ditemukan dalam simbol-simbol atom, seperti lambang kimia dan matematika. Dalam agama, korelasi tersebut terjadi antara keyakinan seseorang terhadap realitas dan apa yang tercantum dalam kitab suci.

2.3.2 Semiotika Charles Sanders Peirce

Dalam konteks semiotika, Charles Sanders Peirce terkenal dengan teorinya mengenai tanda. Lechte (2011:227) menjelaskan bahwa secara umum, tanda menggambarkan sesuatu bagi individu. Penjelasan sederhana ini menggarisbawahi fungsi tanda, di mana tanda A mengindikasikan fakta atau objek B kepada penafsiran C. Dengan demikian, tanda tidak pernah berdiri sendiri sebagai entitas tunggal, melainkan selalu melibatkan tiga aspek berikutnya.

Menurut Peirce, tanda adalah elemen yang pertama, diikuti oleh objek sebagai elemen kedua, dan penafsiran atau interpretan sebagai elemen perantara merupakan contoh dari ketiganya.

Pengaturan yang melibatkan pembentukan tanda dapat menghasilkan semiotika yang tak terbatas, selama interpretasi atau ide bahwa interpretan sebuah tanda sebagai tanda lain (sebagai representasi makna atau penanda) dapat dipahami oleh penafsir lainnya. Penafsir di sini merupakan elemen yang esensial untuk menghubungkan sebuah tanda dengan objeknya (melalui induksi, deduksi, dan hipotesis), membentuk tiga proses yang sangat penting. Untuk menjadi sebuah tanda yang efektif, tanda tersebut harus dapat diartikan dan dipahami oleh penafsir (Sobur 2006:41).

Menurut Charles Pierce (Pateda 2001:44), tanda adalah "*is something which stands to somebody for something in some respect or capability.*" Pierce

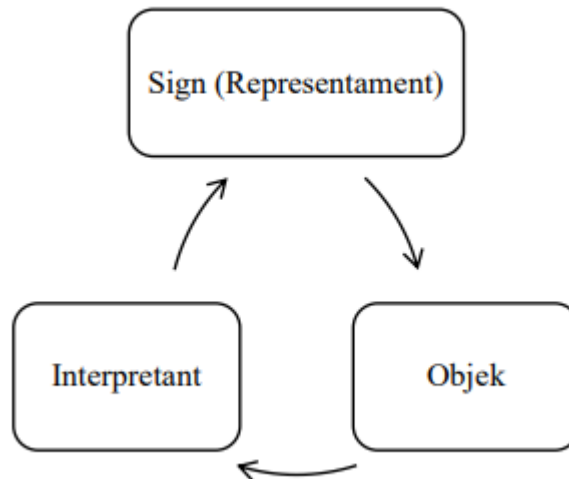
menyatakan bahwa setiap tanda harus memiliki apa yang dia sebut sebagai "*ground*" agar berfungsi. Tanda (*sign* atau representamen) selalu berada dalam hubungan triadik yang meliputi *ground*, objek, dan interpretan. Berdasarkan hubungan triadik ini, Pierce mengklasifikasikan tanda-tanda tersebut.

Tanda yang terkait dengan *ground* dijelaskan oleh Peirce dalam konsep *qualisign*, *sinsign*, dan *legisign*. *Qualisign* adalah representasi kualitas yang ada dalam tanda, seperti kata-kata yang menggambarkan sifat kasar, keras, lemah, atau merdu. *Sinsign* adalah eksistensi konkret suatu objek atau peristiwa yang menjadi bagian dari tanda, seperti kata-kata yang menunjukkan ada hujan di hulu sungai. *Legisign* adalah norma atau aturan yang terkandung dalam tanda, seperti rambu lalu lintas yang menetapkan hal-hal yang boleh atau tidak boleh dilakukan oleh manusia.

Berdasarkan teori Charles Sanders Peirce, tanda dapat dibagi menjadi tiga jenis, yaitu ikon, indeks, dan simbol. Ikon adalah tanda yang memiliki hubungan visual atau bentuk alamiah antara penanda dan petandanya. Misalnya, sebuah foto menggambarkan peta secara visual. Indeks adalah tanda yang menunjukkan hubungan alami atau sebab-akibat antara penanda dan petandanya, seperti asap yang menandakan keberadaan api karena hubungan kausal. Tanda simbolik atau konvensional mengacu pada denotatum melalui kesepakatan atau konvensi, seperti dalam penggunaan simbol dalam bahasa. Dengan demikian, simbol adalah tanda yang mengekspresikan hubungan konvensional antara penanda dan petandanya.

Untuk memahami dengan tepat model semiotika triadik dari Charles Sanders Peirce, diperlukan interpretan dan penguraian makna melalui teori segitiga makna. Ini membahas bagaimana makna berasal dari sebuah tanda ketika tanda tersebut

digunakan dalam komunikasi oleh masyarakat. Hubungan triadik Charles Sanders Peirce sering kali diilustrasikan seperti yang terlihat dalam diagram berikut ini:



Gambar 2. 2 Model Triadik (Segitiga Makna) Charles Sanders Peirce

Sumber: Sumbo Tinarbuko, *Semiotika Komunikasi Visual* (Tinarbuko 2008)

Model triadik dari Charles Sanders Pierce ini menunjukkan adanya tiga elemen utama dalam pembentukan sebuah tanda, yaitu:

1. Tanda (*Sign*), merupakan suatu hal yang bentuknya ada, jelas, secara fisik dan dapat ditangkap oleh panca indera manusia dan merupakan suatu hal yang menunjukkan hal lain diluar tanda itu sendiri.
2. Objek atau sebuah acuan tanda, dimana merupakan sebuah konteks sosial yang menjadi sebuah referensi dari tanda atau suatu hal yang merujuk pada sebuah tanda.
3. Interpretan, merupakan sebuah interpretan, penafsiran, pemahaman mengenai tanda itu sendiri.

Menurut Charles Sanders Peirce, tanda adalah sesuatu yang diperlukan agar fungsi tanda dapat terwujud, yang disebut sebagai *ground*. Akibatnya, tanda selalu berada dalam hubungan triadik yang melibatkan *ground*, *object*, dan *interpretant*.

Berdasarkan pondasi hubungan ini, Charles Sanders Peirce mengklasifikasikan tanda atau representamen, (Pateda 2001:44) menjadi *qualisign*, *sinsign*, dan *legisign*.

1. *Qualisign* adalah karakteristik yang dimiliki oleh suatu tanda, seperti kata "keras" yang menunjukkan suatu tanda, seperti suara keras yang dapat mengindikasikan kemarahan seseorang atau keinginan yang kuat terhadap sesuatu.
2. *Sinsign* adalah tanda yang berdasarkan pada pengalaman langsung dari suatu kenyataan. Semua tindakan individu yang tidak diatur dapat menjadi *sinsign*, seperti jeritan kesakitan atau tawa riang. Kita dapat mengidentifikasi seseorang dari cara mereka berjalan, tertawa, atau intonasi bicara mereka, yang semuanya merupakan contoh dari *sinsign*.
3. *Legisign* adalah tanda yang berdasarkan pada aturan yang umum berlaku. Contoh-contoh tanda ini termasuk sistem lalu lintas, yang merupakan contoh *legisign*. Selain itu, *legisign* juga dapat merujuk pada gerakan isyarat konvensional seperti mengangguk untuk menunjukkan persetujuan, mengerutkan alis, atau berjabat tangan.

Berdasarkan objeknya, Charles Sanders Pierce membagi tanda atas tiga bagian yaitu ikon, indeks, dan simbol.

1. Ikon adalah tanda yang ditandai oleh kemiripannya dengan objek yang diwakilinya. Tanda visual seperti fotografi adalah contoh ikon yang menunjukkan dan merujuk pada kesamaan dengan objek tersebut.
2. Indeks adalah hubungan langsung antara tanda dan objek yang saling terkait. Indeks merupakan tanda yang memiliki kaitan langsung dengan objeknya.

Misalnya, runtuhnya rumah adalah indeks dari gempa bumi, dan terendamnya rumah adalah indeks dari banjir. Sebuah indeks tidak hanya dikenali melalui ikon, tetapi juga melalui hubungan langsung antara tanda dan objek tersebut.

3. Simbol adalah tanda yang memiliki hubungan dengan objeknya berdasarkan konvensi, aturan, atau kesepakatan. Makna dari sebuah simbol ditentukan oleh persetujuan bersama atau diterima secara umum sebagai representasi yang benar dari suatu tanda.

Sedangkan berdasarkan interpretan, tanda dibagi atas tiga yaitu *rheme*, *dicesign*, dan *argument*.

1. *Rheme* adalah tanda yang memungkinkan orang menafsirkan berdasarkan pilihan mereka. Sebuah tanda disebut *rheme* jika dapat diinterpretasikan sebagai representasi yang memungkinkan adanya denotatum. Misalnya, seseorang dengan mata merah bisa diartikan telah menangis, mengalami sakit mata, terkena serangga, atau baru bangun tidur.
2. *Dicesign* adalah tanda yang sesuai dengan kenyataan. Tanda ini disebut *dicesign* apabila menawarkan kepada interpretan bahwa hubungan tersebut benar adanya. Dengan kata lain, ada kebenaran dalam tanda yang ditunjukkan, terlepas dari eksistensinya.
3. *Argument* adalah tanda yang secara langsung memberikan alasan mengenai sesuatu. Hubungan interpretatif ini tidak dianggap sebagai bagian dari suatu kelas tertentu. Contoh dari ini adalah silogisme tradisional, yang selalu terdiri dari tiga proposisi yang secara bersamaan membentuk sebuah argumen. Setiap rangkaian kalimat dalam kumpulan proposisi ini termasuk dalam

argument, tanpa memandang panjang atau pendeknya kalimat tersebut (Ratmanto 2004).

2.3.3 Konstruksi Realitas Sosial

Konstruksi realitas sosial adalah proses di mana individu membangun pemahaman bersama tentang makna, di mana individu atau kelompok secara terus-menerus menciptakan realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. Menurut Peter L Berger dan Thomas Luckman dalam *The Social Construction of Reality* (2004), proses konstruksi realitas dimulai ketika seorang konstruktor melakukan objektifikasi terhadap suatu pernyataan, yakni melakukan persepsi terhadap suatu objek. Hasil pemaknaan dari proses persepsi ini kemudian diinternalisasikan ke dalam diri seorang konstruktor, di mana konseptualisasi terhadap objek yang dipersepsi terjadi. Langkah terakhir adalah melakukan eksternalisasi dari hasil perenungan internal tersebut melalui pernyataan-pernyataan yang dibuat menggunakan kata-kata, konsep, atau bahasa.

Dalam konteks teori konstruksi realitas sosial oleh Peter L. Berger, keluarga Batak dalam film "Ngeri Ngeri Sedap" membangun realitas mereka sendiri dengan cara yang mencerminkan nilai-nilai budaya mereka. Keluarga Batak yang dihadirkan membangun realitas mereka sendiri berdasarkan nilai-nilai budaya mereka, seperti kekompakan keluarga, pentingnya tradisi, dan peran hierarkis antara orang tua dan anak.

Berger dan Luckman mengkonstruksikan teori realitas sebagai gambaran sosial melalui tindakan dan interaksinya kedalam sebuah film melalui dialektika antara individu melalui tiga fase, diantaranya:

1. Eksternalisasi

Upaya menumpahkan atau mengekspresikan diri manusia kedalam sebuah tindakan. Dalam konteks film, ini bisa dilihat ketika karakter-karakter dalam "Ngeri Ngeri Sedap" berperilaku dan berinteraksi berdasarkan interpretan mereka tentang nilai-nilai budaya, seperti kekompakan keluarga atau pentingnya tradisi Batak.

2. Objektivasi

Hasil yang dicapai dari eksternalisasi dimana fisik dan mental mengalami perubahan. Misalnya, dalam film ini, nilai-nilai budaya seperti penghargaan terhadap tradisi atau hierarki dalam keluarga Batak dianggap sebagai bagian dari realitas sosial yang diterima dan dipertahankan.

3. Internalisasi

Pemahaman dasar mengenai dunia sebagai sesuatu yang bermakna bagi kenyataan sosial oleh individu dan orang lain. Dalam film Ngeri Ngeri Sedap, awalnya anak-anak menjalani kehidupan mereka di luar kampung halaman, dan ketika mereka kembali, mereka membawa dengan mereka pandangan dan nilai-nilai yang berbeda. Konflik timbul ketika mereka harus berhadapan dengan identitas modern mereka dan harapan tradisional orang tua mereka.

Pendekatan teori konstruksi realitas sosial Berger dan Lukman menggambarkan proses alami yang terjadi secara simultan melalui penggunaan bahasa dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini memanfaatkan teori konstruksi realitas sosial untuk menjelaskan dinamika kompleks di dalam sebuah keluarga Batak yang berupaya mempertahankan serta mengokohkan identitas budaya mereka dalam menghadapi tantangan modernitas dan perubahan nilai sosial.

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan pernyataan tentang kerangka konsep, pemecahan masalah yang telah diidentifikasi dan dirumuskan. Kerangka pemikiran dalam sebuah penelitian kualitatif sangat menentukan proses penelitian secara keseluruhan. Uraian dalam kerangka pemikiran harus mampu menjelaskan dan menegaskan secara komprehensif, sehingga yang terdapat dalam fokus penelitian dan pertanyaan penelitian. Dalam penelitian ini penulis akan melakukan penelitian yang berjudul “Ngeri Ngeri Sedap”.

Peneliti memilih film sebagai objek penelitian karena film merupakan bagian dari media massa yang berperan dalam penyebaran nilai-nilai (Transmission of value). Seperti halnya karya visual lainnya, film tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan bagi penonton, tetapi juga memiliki peran informatif, edukatif, dan bahkan persuasif.

Film sebagai media komunikasi massa mengintegrasikan nilai-nilai sosial ke dalam narasinya selama proses produksinya. Dengan visualnya, film mampu membentuk konsensus publik dan merefleksikan pluralitas masyarakat. Melalui pesannya, film efektif dalam menyampaikan berbagai pesan kepada penonton, yang berpotensi memengaruhi emosi dan persepsi mereka.

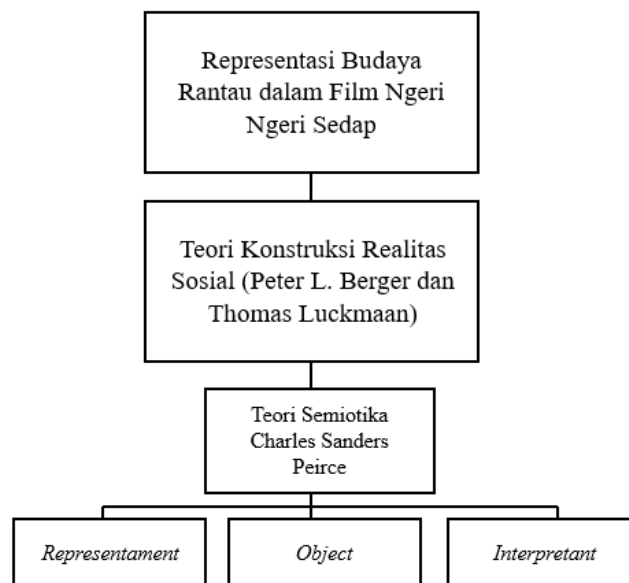
Dalam penelitian ini, fokus ditujukan pada tokoh anak perantu yang muncul dalam film Ngeri Ngeri Sedap. Peneliti menggunakan teori konstruksi realitas sosial untuk menggali dan menjelaskan fenomena yang terjadi dalam konteks film, serta menjelaskan bahwa realitas dapat dipandang sebagai hasil dari proses konstruksi.

Teori konstruksi realitas sosial oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman menggambarkan proses di mana individu memberi makna terhadap lingkungan dan

aspek di luar diri mereka melalui eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Eksternalisasi mengacu pada adaptasi individu terhadap dunia sosial dan budaya yang merupakan hasil karya manusia. Objektivasi merujuk pada interaksi sosial dalam dunia yang bersifat intersubjektif dan terinstitusionalisasi. Sedangkan internalisasi adalah proses di mana individu mengadopsi identitas mereka dengan lembaga sosial atau organisasi sosial tempat mereka menjadi anggota.

Semiotika adalah disiplin ilmu yang mempelajari tanda-tanda yang digunakan manusia untuk merepresentasikan berbagai konsep. Komunikasi sangat terkait dengan penggunaan tanda-tanda, karena setiap tanda memiliki pesan atau makna tersendiri. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori semiotika dari Charles Sanders Peirce sebagai landasan untuk mendukung proses penelitian.

Teori semiotika yang dikemukakan oleh Charles Sanders Peirce, dimana menurut peirce, tanda dan pemaknaannya bukan sebuah struktur melainkan sebuah proses berfikir yang disebut dengan tanda.



Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran

Sumber: Modifikasi Peneliti dan Pembimbing 2024