

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Dalam Menyusun penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa sumber dari penelitian sebelumnya sebagai referensi. Bagian ini penting sebagai acuan untuk membandingkan penelitian saat ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya untuk menghindari kesamaan dengan penelitian lain yang sejenis. Beberapa penelitian telah bermanfaat bagi para peneliti, diantaranya:

1. Mochammad Luthfi Nugraha 142050386 Universitas Pasundan Bandung, judul penelitian Analisis Semiotika Film *A Girls Like Her (Cyberbullying Bagi Perkembangan Mental Remaja)*. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan model analisis Charles Sanders Peirce dengan mencari makna ikon, indeks, dan simbol.
2. Risa Yuliansari 201810200 Universitas Negeri Jakarta, judul penelitian Representasi *Cyberbullying* dalam Film Lima Hari di Semaian. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan model analisis Charles Sanders Peirce.
3. Arief Nugroho 201760088 Univeritas Gadjah Mada, judul penelitian Representasi *Cyberbullying* pada Media Sosial: Analisis Semiotika di Instagram. Metode penelitian yang digunakan itu kualitatif dengan model analisis Semiotika Ferdinand de Saussure.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Judul	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Mochammad Luthfi Nugraha (Universitas Pasundan Bandung) — <i>Analisis Semiotika Film A Girls Like Her (Cyberbullying Bagi Perkembangan Mental Remaja)</i>	Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan model analisis Charles Sanders Peirce dengan mencari makna denotasi, konotasi, dan mitos.	Menemukan bahwa film <i>A Girl Like Her</i> menunjukkan berbagai simbol yang berkaitan dengan bullying dan dampak mental yang ditimbulkan pada remaja.	Menggunakan teori semiotika dan fokus pada fenomena cyberbullying.	Penelitian ini lebih fokus pada dampak psikologis bullying, sedangkan penelitian peneliti membahas lebih luas mengenai makna dan narasi dampak bullying di media sosial.
2.	Risa Yuliansari (Universitas Negeri Jakarta) — <i>Representasi Cyberbullying dalam Film Lima Hari di Semaian</i>	Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan model analisis Charles Sanders Peirce.	Menunjukkan bagaimana film <i>Lima Hari di Semaian</i> merepresentasikan cyberbullying melalui karakter dan plot, serta implikasi sosialnya	Menekankan simbol dan kode budaya dalam representasi cyberbullying.	Penelitian peneliti berfokus pada analisis makna dan narasi yang lebih mendalam, sedangkan penelitian ini lebih mencakup konteks film secara umum.
3.	Arief Nugroho (Universitas Gadjah Mada) — <i>Representasi Cyberbullying pada Media</i>	Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan model	Mengidentifikasi berbagai simbol dalam konten Instagram yang berkaitan dengan	Menekankan simbol dan kode budaya dalam representasi cyberbullying.	Penelitian peneliti menggunakan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce dan

	<i>Sosial: Analisis Semiotika di Instagram</i>	analisis semiotika Ferdinand de Saussure.	budaya cyberbullying serta menjelaskan bagaimana pengguna berinteraksi di media sosial.		berfokus pada film, sedangkan penelitian ini menggunakan teori Ferdinand de Saussure dan membahas media sosial.
4.	Ade Leasfita & Laurencia Goliesman (2025) — <i>Representasi Bullying dalam Film Anyone Anywhere Menggunakan Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce</i>	Kualitatif dengan analisis semiotika Charles Sanders Peirce (sign, object, interpretant)	Film <i>Anyone Anywhere</i> menampilkan bullying non-verbal, verbal, dan psikologis dengan dominasi pada bentuk non-verbal.	Sama-sama menggunakan teori Peirce, menganalisis film dengan pendekatan kualitatif, serta menyoroti dampak terhadap korban.	Berbeda pada jenis bullying yang dibahas, yaitu bullying konvensional dan cyberbullying, serta berbeda objek film yang diteliti.
5.	Ardi Nasrullah Farikhi (2023) — <i>Analisis Semiotika John Fiske tentang Cyberbullying pada Remaja dalam Film Unfriended</i>	Kualitatif dengan pendekatan semiotika John Fiske.	Film <i>Unfriended</i> merepresentasikan cyberbullying melalui penyebaran aib, hujatan, flaming, dan trickery outing yang berdampak pada depresi hingga bunuh diri korban.	Sama-sama membahas cyberbullying dalam film dengan pendekatan kualitatif serta menyoroti dampak psikologis korban.	Berbeda pada teori yang digunakan, yaitu John Fiske dan Charles Sanders Peirce, serta berbeda pada objek film yang diteliti.

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Definisi Komunikasi

Setiap orang tidak dapat menghindari dari komunikasi. Pada dasarnya, hakikat manusia adalah makhluk sosial, mereka harus melakukan interaksi dengan orang lainnya dengan cara berkomunikasi. Dengan melakukan komunikasi itu tidak hanya dapat membantu seseorang untuk menjalankan hidup, tetapi komunikasi juga membantu seseorang untuk menganalisis peristiwa sosial yang terjadi.

Komunikasi adalah penyampaian suatu pesan atau informasi dari pihak satu ke pihak lainnya dengan cara berinteraksi sesama atau komunikasi dua arah. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), komunikasi diambil dari kata latin "*communicates*" yang berarti berbagi atau mencapai kebersamaan.

Kata komunikasi sangat familiar bagi di kehidupan setiap orang bagi orang yang memahami arti dari komunikasi. Orang biasanya melakukan komunikasi untuk berinteraksi dengan satu sama lain, tetapi ternyata komunikasi itu memiliki banyak jenisnya.

Dalam Bahasa Inggris, istilah "komunikasi" atau "*communication*" berasal dari bahasa Latin *communicates*, dan kata ini berasal dari *communis*. Dalam kata *communis* memiliki makna yang artinya "berbagi" atau "menjadi milik bersama" yaitu suatu usaha yang memiliki suatu usaha dalam menyamakan makna dari sebuah pendapat. Jadi, komunikasi adalah suatu penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak ke pihak lainnya. Pada umumnya, komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih menggunakan komunikasi verbal yang mudah dimengerti oleh kedua pihak, tetapi ada komunikasi non verbal yang dapat

memperkuat dari argumen verbal yang disampaikan. Menurut (Rogers, 1994) Komunikasi artinya suatu proses di mana sebuah ide dikirimkan dari sumber satu ke satu penerima atau lebih yang bertujuan untuk merubah tingkah laku mereka.

Komunikasi verbal adalah proses penyampaian pesan menggunakan kata-kata, baik secara lisan maupun tertulis. Komunikasi verbal adalah bentuk komunikasi yang paling umum dilakukan dalam kehidupan sehari-hari dan komunikasi verbal banyak digunakan dalam komunikasi interpersonal. Dengan menggunakan komunikasi verbal komunikator dapat mengungkapkan perasaan, emosi, pemikiran, gagasan atau maksud yang lain seperti menyampaikan data, fakta, dan informasi, dengan digunakannya komunikasi verbal itu mempermudah bagi komunikasi untuk mengerti dan lebih mudah untuk menyamakan makna dari yang disampaikan oleh komunikator.

Komunikasi lisan memiliki arti denotatif, media yang sering digunakan adalah bahasa. Karena bahasa dapat menerjemahkan apa yang sedang dipikirkan oleh manusia. Komunikasi lisan dapat terjadi ketika orang atau individu melakukan komunikasi dengan mengucapkan kata-kata secara lisan kepada orang lain secara langsung.

Dalam dunia kerja juga ada jenis komunikasi yang umum digunakan, yaitu komunikasi tertulis. Komunikasi tertulis adalah komunikasi yang dilakukan melalui sebuah tulisan dengan melakukan kegiatan surat menyurat seperti pos, *email*, *telegram*, dan metode lainnya. Ada juga jenis komunikasi lainnya yaitu, komunikasi non verbal. Menurut (Argyle, 2013) Komunikasi non-verbal adalah pesan-pesan yang diekspresikan secara sengaja atau tidak sengaja melalui gerak, tindakan,

perilaku, suara, atau vokal. Orang biasanya saat melakukan komunikasi verbal hampir selalu menggunakan komunikasi non verbal untuk memperkuat argument yang disampaikan.

2.2.2 Unsur Komunikasi

Definisi menurut (Lasswell, 1948) seseorang yang ahli dalam bidang ilmu komunikasi, ia memiliki pertanyaan yang sangat terkenal :”siapa yang mengatakan apa, melalui saluran apa, kepada siapa, dan dengan efek apa?”. Dari pertanyaan diatas itu dapat disimpulkan bahwa ada lima unsur pokok yang ada dalam proses komunikasi, yang berfungsi untuk bagaimana memahami dinamika dalam penyampaian pesan dan dampak apa yang ada di dalam Masyarakat.

1. Siapa (Pengirim)

Pengirim adalah sebuah unsur utama dalam melakukan komunikasi, yaitu pengirim disini adalah sebagai komunikator yang menginisiasi sebuah komunikasi yang akan dijalin. Pengirim atau komunikator bertanggung jawab untuk menghasilkan dan merumuskan pesan yang ingin disampaikan dengan jelas dan efektif. Untuk menjadi komunikator yang baik, individu harus memiliki pengetahuan yang memadai tentang topik serta kemampuan untuk mengartikulasikan sebuah ide secara efektif.

2. Apa (Pesan)

Unsur kedua adalah pesan, yaitu sebuah informasi atau ide yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan juga dapat

berbentuk verbal, non-verbal, visual, atau juga tertulis. Lasswell menyarankan bahwa sikap-sikap atau nilai-nilai yang ada dalam pesan dapat mempengaruhi bagaimana pesan atau ide yang disampaikan dapat diterima dan diinterpretasikan oleh komunikan.

3. Melalui Saluran Apa (Saluran)

Unsur ketiga adalah saluran atau media apa yang digunakan untuk menyampaikan sebuah pesan atau ide dari komunikator kepada komunikan. Media dapat berupa lisan, gerakan tubuh, tulisan, atau juga dapat berbentuk seperti media visual, termasuk radio, televisi, media sosial, atau internet. Saluran yang dipilih sebagai media dalam menyampaikan pesan atau ide juga dapat mempengaruhi efektivitas komunikasi yang diterima oleh komunikan, karena setiap saluran memiliki karakteristik sendiri yang dapat mempengaruhi bagaimana cara pesan atau informasi itu diterima.

4. Kepada Siapa (Penerima)

Unsur keempat adalah penerima, yaitu individu atau kelompok yang menerima sebuah pesan atau informasi yang disampaikan oleh komunikator. Penerima harus dapat memahami apa isi pesan atau informasi yang disampaikan dari komunikator atau pengirim, karena keberhasilan komunikasi sangat bergantung dari bagaimana kemampuan penerima atau komunikan dalam menafsirkan isi atau makna yang disampaikan dalam pesan atau informasi yang disampaikan, yang dipengaruhi oleh latar belakang, pengalaman, dan pengetahuan mereka.

5. Dengan Efek Apa (Umpan Balik)

Unsur terakhir adalah efek, yaitu bagaimana penerima me respons dari pesan atau informasi yang disampaikan dari pengirim kepada penerima. Umpan balik memainkan pesan penting dalam melakukan komunikasi karena memberikan indikasi kepada pengirim tentang sejauh mana pesan yang disampaikan diterima dengan baik dan memiliki kesamaan arti. Efek dalam komunikasi dapat berupa perubahan sikap, perilaku, atau tingkat pemahaman dari penerima.

2.2.3 Proses Komunikasi

Komunikasi tidak pernah terlepas dari proses oleh karena itu, apakah pesan yang akan disampaikan itu dapat diterima dengan baik atau tidak itu dari bagaimana proses yang terjadi saat melakukan komunikasi. Proses komunikasi terdiri dari dua tahap, yaitu:

a) Proses Komunikasi Primer

Bagaimana cara seseorang menyampaikan pikiran atau perasaannya kepada orang lain melalui penggunaan visual atau lambang sebagai media penyampaian pesan. Dalam proses komunikasi, lambang yang termasuk dalam media primer adalah bahasa, isyarat, gambar, warna, dan sebagainya yang dapat secara langsung menerjemahkan tentang pesan atau perasaan dari komunikator kepada komunikan. Hanya bahasa yang dapat mendeskripsikan tentang pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain baik itu berbentuk ide, informasi, atau pendapat.

b) Proses Komunikasi Sekunder

Proses penyampaian pesan kepada orang lain atau komunikasi melalui alat atau sarana sebagai media kedua setelah menggunakan bahasa sebagai media pertama. Dengan menggunakan media kedua itu dapat mempermudah komunikasi dan komunikasi tidak di dalam tempat yang sama. Misalnya, media kedua yang sekarang umum digunakan adalah televisi, gawai, surat, telepon, radio, dan lain lainnya.

2.2.4 Jenis-Jenis Komunikasi

Komunikasi adalah kegiatan penting di dalam kehidupan sehari-hari, karena manusia adalah makhluk sosial yang memungkinkan melakukan komunikasi dalam setiap gerakan manusia. Komunikasi secara verbal atau non-verbal adalah satu-satunya cara untuk berhubungan dengan orang-orang disekitarnya. Ini karena komunikasi pada dasarnya digunakan untuk membangun dan memperkuat hubungan antara individu dan kelompok. Komunikasi dibedakan berdasarkan beberapa tingkatannya, yaitu:

1) Komunikasi Antarpribadi

Jenis komunikasi ini terjadi secara langsung antara individu dengan individu lainnya, seperti korespondensi, percakapan tatap muka, panggilan telepon, dan sebagainya.

2) Komunikasi Intrapribadi

Komunikasi yang terjadi didalam diri seseorang dan di proses melalui syaraf dan panca indra mereka. Contohnya berfikir, merenung, menulis, dan lain-lain.

3) Komunikasi Kelompok

Komunikasi yang terjadi diantara setiap anggota kelompok. Informasi yang disampaikan juga berkaitan dengan kepentingan seluruh kelompok, bukan dengan individu tertentu. Misalnya, diskusi membahas tentang topik antara siswa dan guru di dalam kelas.

4) Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi terjadi dalam sistem sosial yang terdiri dari hubungan atau kerja sama kelompok yang bekerja satu sama lain untuk mencapai kesepakatan yang sudah di setujui bersama.

5) Komunikasi Publik

Komunikasi public mengutamakan pengalihan pesan yang terorganisir yang dilakukan dengan proses satu arah atau dibuka dengan diskusi antara pembicara dengan audiens dari latar belakang. Situasi ini menggambarkan hubungan antara komunikator dan komunikan dalam berbagai konteks komunikasi yang memahami isi pesan yang disampaikan oleh komunikator.

6) Komunikasi Massa

Merupakan komunikasi dengan massa yang menggunakan media yakni dengan media massa seperti, surat kabar, majalah, buku, radio, gawai, atau televisi.

2.2.5 Jenis-Jenis Komunikasi: Verbal, Non-Verbal, dan Tertulis

2.2.5.1 Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah proses penyampaian pesan menggunakan kata-kata. Dalam konteks ini komunikasi verbal dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu

lisan dan tulisan. Komunikasi verbal termasuk salah satu bentuk komunikasi yang paling umum dilakukan dan dapat melibatkan dialog dua arah maupun monolog. Penyampaian pesan melalui lisan biasanya dilakukan melalui bentuk percakapan, presentasi, atau bisa juga dalam melakukan diskusi, sementara penyampaian pesan melalui tulisan biasanya dilakukan dalam bentuk email, surat, laporan, atau bentuk-bentuk dokumen lainnya.

Menurut (Peck, 2010) komunikasi verbal adalah alat yang paling efektif untuk mengekspresikan ide dan menyelesaikan konflik. Komunikasi verbal dapat digunakan dalam kondisi kegiatan formal ataupun kegiatan informal, karena komunikasi verbal suatu bentuk komunikasi yang paling efektif dan yang sangat mudah dimengerti oleh lawan bicara. Tetapi komunikasi verbal juga memiliki faktor-faktor yang dapat mempersulit lawan bicara untuk mengerti apa maksud dari informasi yang disampaikan. Faktor yang dimaksud antara lain seperti, intonasi, kecepatan berbicara, dan pemilihan kata yang sangat mempengaruhi pemahaman antara komunikator dengan komunikan.

2.2.5.2 Komunikasi Non-Verbal

Komunikasi non-verbal sangat merujuk kepada semua bentuk penyampaian pesan yang tidak ada unsur kata. Komunikasi non-verbal mencakup ekspresi wajah, gerakan tubuh, intonasi suara, kontak mata. Komunikasi non-verbal biasanya memberikan informasi lebih banyak dalam konteks emosional, daripada komunikasi verbal.

Menurut (Mehrabian, 1972), komunikasi non-verbal dapat menyampaikan sekitar 90% dari pesan yang ingin disampaikan, terutama dalam situasi yang

melibatkan emosi. Dalam komunikasi non-verbal ekspresi muka sangatlah penting, karena ekspresi muka dalam komunikasi verbal dapat sebagai alat komunikasi yang mampu mewakili rasa emosi yang kompleks.

2.2.5.3 Komunikasi Tertulis

Komunikasi tertulis adalah suatu bentuk komunikasi yang dilakukan melalui tulisan. Jenis komunikasi ini sangat beragam dan mencakup segala bentuk surat menyurat, laporan, artikel, email, dan berbagai bentuk pesan lewat dokumen lainnya. Komunikasi tertulis memiliki keunggulan, salah satu keunggulannya adalah mampu untuk merekam pesan sehingga penerima dapat mengulas kembali pada informasi yang diberikan di kemudian hari.

Menurut (Crystal, 2004), Komunikasi tertulis memiliki fungsi krusial dalam menyimpan dan mendistribusikan informasi, serta memainkan peranan yang sangat penting dalam konteks bisnis dan pendidikan. Dengan melakukan komunikasi tertulis itu memberikan ruang bagi penulis untuk melakukan revisi agar pesan yang disampaikan lebih jelas dan akurat. Dengan begitu, komunikasi tertulis adalah alat komunikasi yang sangat efektif untuk memastikan informasi yang di terima itu dapat dipahami dengan baik.

2.2.5.4 Fungsi Komunikasi

Komunikasi memiliki berbagai fungsi yang telah dibahas oleh banyak para ahli dalam bidang ilmu komunikasi. Menurut (Schramm, 2001), komunikasi berfungsi untuk menyampaikan informasi dan membangun kesamaan paham antara individu dengan individu atau kelompok. Fungsi ini menjelaskan bagaimana komunikasi dapat memperkuat hubungan sosial dengan menjembatani perbedaan

antara pengirim dan penerima. Melalui komunikasi yang efektif, setiap individu dapat mendiskusikan gagasan, berbagi pengalaman, dan mengekspresikan perasaan yang dapat meningkatkan pemahaman timbal balik. Hal ini sangat penting dalam memperkuat interaksi sosial dalam komunitas.

Selain itu, menurut (Lasswell & Bryson, 1948), komunikasi berfungsi untuk mengubah sikap dan perilaku. Dalam model yang terkenal tentang komunikasi, Lasswell menyatakan bahwa komunikasi tidak hanya menyampaikan sebuah pesan atau informasi tetapi juga bisa mempengaruhi bagaimana si penerima menerima pesan atau informasi tersebut. Penggunaan media dan saluran komunikasi yang tepat dapat mempengaruhi persepsi dan sikap dari setiap individu, sehingga dapat mendorong perubahan sikap dalam perilaku sosial. Ini menjelaskan mengapa komunikasi memiliki peran kunci dalam kampanye pemasaran, pendidikan, dan advokasi sosial.

Fungsi komunikasi juga mencakup aspek penghibur dan pembelajaran. Menurut (Johannesen & Strickland, 1985), komunikasi bisa menjadi alat untuk menyampaikan nilai-nilai budaya dan menciptakan kesenangan bagi para audiensnya. Melalui berbagai bentuk komunikasi seperti film, musik, sastra, individu dapat terhibur sekaligus mendapatkan pembelajaran berharga tentang kehidupan dan norma-norma sosial. Menurut (Effendy, 2007), mengatakan terdapat empat fungsi komunikasi yang terdiri dari:

A. Menginformasikan (*to inform*)

Memberikan informasi kepada masyarakat, termasuk peristiwa yang terjadi, ide serta informasi yang diberikan oleh orang lain.

B. Mendidik (*to educate*)

Komunikasi adalah cara belajar untuk individu, orang dapat bertukar pikiran atau ide dengan orang lain untuk menambah pengetahuan dengan melakukan komunikasi.

C. Menghibur (*to entertain*)

Komunikasi bertujuan untuk menghibur atau menghibur individu lain sebagai penerima pesan.

D. Mempengaruhi (*to influence*)

Fungsi mempengaruhi pikiran setiap orang yang berkomunikasi, jika pikiran komunikasi berubah dan mereka juga berusaha merubah sikap dan tingkah laku mereka sesuai dengan asumsi yang ada.

2.3 Komunikasi Massa**2.3.1 Definisi Komunikasi Massa**

Definisi komunikasi massa adalah suatu proses transmisi informasi dari satu sumber ke banyak penerima melalui saluran media yang bersifat publik. Menurut (Schramm, 1971), komunikasi massa adalah penyampaian informasi kepada khalayak luas melalui media seperti surat kabar, radio, televisi, dan kini media digital. Ini menunjukkan bahwa komunikasi massa tidak hanya mengedepankan penyebaran informasi, tetapi juga berupaya menciptakan pemahaman dan pengaruh dalam bermasyarakat.

Para ahli lain, seperti (Klapper, 1969), menggaris bawahi fungsi komunikasi massa dalam mempengaruhi opini publik. Dalam bukunya *The Effects of Mass*

Communication, Klapper menjelaskan bahwa komunikasi massa dapat berfungsi sebagai penghubung informasi dan efek terhadap keyakinan seseorang, serta membuat norma-norma sosial. Informasi yang dikonsumsi oleh Masyarakat dapat membentuk persepsi dan sikap yang berbeda terhadap isu-isu tertentu, yang akhirnya mempengaruhi tindakan mereka dalam konteks sosial.

Istilah “massa” dalam pengertian umum dapat diartikan lebih dari sekedar “sekelompok besar orang”, seperti orang yang berkerumun disekitar pedagang. Namun istilah “massa” dalam komunikasi massa tidak sekedar berarti berkumpulnya sejumlah orang di suatu tempat yang sama. “massa” didefinisikan sebagai “semua orang yang menjadi sasaran komunikasi massa, atau termasuk mereka yang berada di sisi lain saluran tersebut”. Massa artinya banyak orang, namun tidak harus berada di tempat yang spesifik sama. Mereka dapat disebut atau ada pada lokasi yang berbeda-beda sehingga dapat menerima pesan komunikasi yang sama dalam waktu yang bersamaan atau mendekati waktu yang sama.

Akhirnya, dalam era digital saat ini, konsep komunikasi massa juga telah mengalami transformasi dengan munculnya media sosial dan platform digital yang lainnya. (Habermas, 1991) dalam teorinya tentang ruang publik menggambarkan bagaimana media massa berperan dalam memfasilitasi diskusi publik dan pembentukan opini di Masyarakat. Dalam konteks ini, komunikasi massa diartikan juga sebagai ruang dimana berbagai suara dan pandangan dapat muncul dan berinteraksi, menciptakan dialog yang dinamis dalam Masyarakat.

2.3.2 Ciri-Ciri Komunikasi Massa

Komunikasi massa ditandai dengan komunikasi yang menggunakan media massa, baik media audiovisual maupun media cetak. Komunikasi massa selalu melibatkan organisasi, dan komunikator bergerak melalui organisasi yang kompleks. Jika pesan disampaikan melalui media kontemporer seperti televisi, prosesnya melibatkan komunikator menyampaikan pesan secara verbal atau non-verbal dan kata-kata sebenarnya melalui teknologi audiovisual. Mengenai ciri-ciri komunikasi massa sebagai berikut:

a) Komunikannya Anonim dan Heterogen

Dalam komunikasi interpersonal, komunikator mengenal komunikan dan mengetahui identitasnya. Tapi, dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikannya karena komunikasi yang dilakukan menggunakan alat media dan tidak berjalan langsung secara tatap muka. Komunikasi massa tidak hanya bersifat anonim tetapi juga bersifat heterogeny karena terdiri dari berbagai kelas sosial yang dikelompokkan dalam beberapa hal, seperti: usia, gender, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, tingkat ekonomi, dan agama.

b) Komunikannya Mengutamakan Isi dibandingkan Hubungan

Salah satu prinsip komunikasi yaitu mempunyai aspek isi dan aspek relasional. Isi konten menunjukkan isi komunikasi, yang artinya apa yang dikatakan dan apa yang sedang dilakukan, tetapi dimensi relasional menunjukkan bagaimana hal itu dikatakan dan apa hubungan antara peserta komunikasi.

c) Umpan Balik Tertunda dan Tidak Langsung

Dalam dunia komunikasi, *feedback* (umpan balik) merupakan salah satu elemen penting ketika dalam melakukan proses komunikasi. Demikian pula, menerima umpan balik juga didapat saat melakukan komunikasi. Ruang lingkup umpan balik untuk tanggapan itu tidak memiliki batasan, sehingga komunikator dalam komunikasi massa tidak dapat melihat secara langsung bagaimana reaksi/tanggapan dari khalayak terhadap apa yang disampaikan. Tanggapan khalayak dapat diterima melalui telepon, *e-mail*, *facebook*, dan *twitter*. Oleh karena itu, proses pemberian *feedback* dalam komunikasi massa tidak terjadi secara langsung.

d) Pesan bersifat Umum

Komunikasi massa bersifat terbuka bagi siapa saja yang ingin melakukannya. Dengan kata lain, komunikasi massa tidak ditujukan kepada sekelompok orang tertentu, tetapi komunikasi massa ditujukan kepada seluruh kelompok yang ingin melakukannya. Maka dari itu, komunikasi massa bersifat umum. Pesan yang disampaikan dalam komunikasi massa berupa fakta, peristiwa, atau opini. Namun, tidak semua fakta dan peristiwa yang terjadi di sekitar dapat disampaikan dalam komunikasi massa. Sebuah pesan komunikasi massa harus dikemas dalam format yang memenuhi kriteria yang lebih penting dan dibuat semenarik mungkin.

e) Stimulasi Alat Indra Terbatas

Ciri lain yang dianggap sebagai salah satu kelemahan dalam komunikasi massa adalah terbatasnya rangsangan kepekaan pada alat indera. Dalam

komunikasi massa, rangsangan alat indera bergantung pada jenis media massa yang digunakan. Di surat kabar dan majalah pembaca hanya dapat melihat, di program radio penonton hanya dapat mendengar, namun dengan perkembangan zaman munculnya televisi dan film, penonton dapat melibatkan indera penglihatan dan pendengarannya untuk melakukan komunikasi massa.

f) Media Massa Menimbulkan Keserentakan

Keunggulan komunikasi massa dibandingkan dengan alat komunikasi lainnya adalah jumlah kelompok penonton atau komunikan yang dijangkau relatif banyak dan tidak terbatas, bahkan lebih, serta banyak komunikan yang menerima pesan dalam satu waktu yang bersamaan. Menurut (Efa et al., 2023), mengartikan bahwa keserentakan media massa sebagai keserentakan kontak dengan jumlah besar populasi yang berjauhan dengan komunikator yang terpisah satu sama lain.

g) Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah

Selain ciri-ciri yang mewakili komunikasi massa, terdapat juga ciri-ciri yang mewakili kelemahannya. Kelemahan komunikasi massa adalah yang bersifat satu arah, sehingga tidak terjadinya kontak langsung antara pengirim dengan penerima.

2.3.3 Proses Komunikasi Massa

Proses komunikasi massa adalah sebuah lingkup yang kompleks yang melibatkan penyampaian informasi dari satu sumber kepada banyak penerima melalui saluran media yang spesifik. Dalam era digital saat ini, komunikasi massa

telah mengalami transformasi yang signifikan berkat munculnya beberapa platform media seperti televisi, radio, surat kabar, dan media sosial. Melalui proses ini, informasi tidak hanya disebarluaskan, tetapi juga memiliki potensi untuk membentuk persepsi dan sikap masyarakat terhadap isu-isu terkini.

Menurut definisi yang diberikan oleh (Schramm, 1949), komunikasi massa adalah transmisi informasi yang berlangsung antara satu sumber informasi dengan sejumlah besar orang di tempat yang terpisah secara fisik. Hal ini menunjukkan bahwa media berperan sebagai penghubung yang penting, memungkinkan pesan dapat sampai kepada khalayak yang luas yang tidak terhubung langsung dengan komunikator. Maka dari itu, kehadiran media massa menjadi krusial dalam menyebarkan berbagai informasi penting yang mempengaruhi kehidupan sehari-hari masyarakat.

Informasi yang dibuat dan disebarluaskan oleh media massa tidak mencerminkan realitas yang ingin disampaikan kepada masyarakat. Proses produksi berita sebagai sebuah mekanisme yang berlangsung di ruang redaksi media massa melibatkan pemilihan atau penyaringan bahan informasi. Pada kenyataannya, proses pemilihan *editor* terdiri dari memperhatikan, menekankan, mengurangi, atau mengabaikan topik tertentu.

Pekerja media seperti jurnalis, *editor*, dan *photographer* membuat konten media yang berdampak pada berbagai aspek kehidupan khalayak. Oleh karena itu, para profesional media perlu menyadari posisi mereka dalam hubungan antara khalayak dan media. Tujuan dari ini adalah untuk tetap mempertimbangkan manfaat produk atau karya bagi masyarakat. Media massa dapat dimanfaatkan untuk

menyebarkan nilai-nilai luhur agama dan kemanusiaan serta menciptakan suasana kehidupan bermasyarakat yang rukun dan damai. Jurnalis, penulis lepas untuk media cetak, dan komentator di televisi dan radio dapat menggunakan potensi dan keterampilan mereka untuk menyebarkan nilai baik.

Konten media yang dikonsumsi oleh masyarakat merupakan produk dari proses seleksi. Proses seleksi bertujuan untuk menyesuaikan materi dan teknik produksi dengan kepentingan lain yang terkait dengan media massa. Realitas yang ada kepada dunia merupakan realitas yang dipilih dan ditentukan oleh para profesional media.

Gatekeeping redaksi adalah serangkaian praktik kompleks untuk menempatkan isu di halaman depan dan membiarkan ruang kolom yang diberikan untuk isu-isu tertentu. Mekanisme ini memungkinkan munculnya preferensi ideologis dalam penempatan berita yang menonjol di halaman depan dan dalam format lain. Dengan demikian, media berperan sebagai penentu agenda yang berdasarkan dari berbagai informasi yang dapat mempengaruhi opini publik dan prasangka sosial. *Gatekeeping* bukanlah proses yang sederhana, hasil dari mekanisme ini mengungkapkan berbagai kepentingan dalam seputar media melalui apa yang disajikan.

Hal ini berdampak kepada aspek teknis dan sifat pemberitaan, serta nilai objektivitas berita yang diterima oleh penonton. Audiens yang heterogen ini menerima pesan melalui media tergantung pada latar belakang sosial, ekonomi, pendidikan, agama, usia, budaya, dan lain-lain. Oleh karena itu, pesan disaring

berdasarkan siapa yang ingin menerimanya. Filter utama penonton adalah sensasi yang dipengaruhi oleh tiga kondisi :

1. Fisikal. Secara fisik kondisi fisik seseorang, baik internal maupun eksternal, mempengaruhi persepsi khalayak terhadap pesan media massa.
 - a) Kondisi fisik internal, situasi kesehatan seseorang.
 - b) Kondisi fisik eksternal, kondisi lingkungan sekitar komunikan saat menerima pesan dari media massa.
2. Kultur. Pesan yang disampaikan komunikator melalui media massa mempunyai makna yang berbeda-beda tergantung bagaimana latar belakang kultur audiensnya.
3. Psikologikal. Secara psikologi pesan yang disampaikan di media diberi makna menurut *frame of reference* dan *field of experience* audiens. Istilah *gatekeeper* mengacu pada proses yang terdiri dari :
 - a) Sebuah pesan yang bergerak melalui beragam jenis pintu
 - b) Orang atau kelompok yang memungkinkan pesan lewat. *Gatekeeper* dapat berupa seseorang atau sekelompok yang dilalui pesan dari sumber ke penerima. Fungsi utama seorang *gatekeeper* adalah menyaring pesan yang ingin diterima oleh audiens.

2.3.4 Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan salah satu kegiatan sosial yang berfungsi didalam masyarakat. Menurut (Merton, 1968), bahwa ada dua aspek fungsi aktivitas:

- a. Fungsi nyata (*manifest function*) merupakan fungsi aktual yang diharapkan.

b. Fungsi tidak nyata atau terselubung (*Latent Function*). Artinya ini adalah fungsi yang tidak diharapkan. Pada dasarnya setiap fungsi sosial dalam masyarakat mempunyai akibat fungsional dan disfungsional. Selain fungsi nyata dan fungsi tidak nyata, setiap aktivitas sosial juga berfungsi untuk menghasilkan fungsi sosial lainnya, sehingga masyarakat dapat beradaptasi penuh. Oleh karena itu, fungsi sosial apapun yang dipertimbangkan akan membahayakan itu sendiri, meskipun mengubah fungsi atmosfer yang ada.

Menurut (Effendy, 2007), media massa sebenarnya mempunyai fungsi yang tidak bisa disamakan dengan komunikasi massa, seperti membunuh waktu dan hiburan. Media massa juga dapat digunakan untuk kepentingan pribadi dan organisasi. Media yang sama yang menyampaikan pesan pribadi, promosi, seruan, iklan bebas tanpa syarat, serta berbagai jenis informasi dan kultur.

A. Fungsi Mempengaruhi

Fungsi mempengaruhi media massa tersirat dalam *headline/editorial*, *feature*, iklan, artikel, dan lain-lain. Audiens dapat secara sadar atau tidak sadar terpengaruh oleh iklan di televisi dan surat kabar.

B. Fungsi Menghibur

Media massa juga memiliki fungsi untuk memberikan hiburan kepada audiens yang menonton atau mendengarkannya. Sebab masyarakat juga sebagai penonton membutuhkan hiburan untuk menghilangkan rasa penat atau juga menyegarkan pikiran.

C. Fungsi Informasi

Media massa merupakan media penyebaran informasi dan hal-hal yang penting kepada masyarakat luas. Publikasi media massa yang relevan memerlukan informasi yang berdeda-beda tergantung kepentingannya. Sebagai makhluk sosial, pemirsa memerlukan informasi terkini untuk menjaga hubungan sosial.

D. Fungsi Edukasi

Media massa juga merupakan media sarana untuk edukasi audiens. Hal ini dikarenakan media massa banyak memperkenalkan hal-hal yang mendidik. Salah satu cara untuk mengedukasi media massa adalah dengan mengkomunikasikan nilai, etika, dan aturan yang berlaku kepada audiens.

2.3.5 Media Massa

2.3.5.1 Definisi Media Massa

Media massa didefinisikan sebagai alat komunikasi yang mampu menyampaikan informasi kepada audiens dalam jumlah besar dalam bersamaan. Media ini berfungsi sebagai perantara antara pengirim pesan dan penerima pesan, memungkinkan distribusi informasi dengan efisiensi yang tinggi. Dalam konteks yang lebih luas, media massa mencakup berbagai bentuk saluran komunikasi, termasuk media cetak, media elektronik, dan media digital, yang mengintegrasikan aspek visual dan suara. Dengan kemajuan teknologi, media massa telah berkembang secara pesat, menciptakan berbagai platform yang memungkinkan interaksi yang lebih dinamis dengan audiens.

Dalam pandangan ahli, definisi media massa lebih dijelaskan. Menurut (Schramm, 1971), media massa merupakan penyampaian informasi yang dirancang untuk menjangkau khalayak luas melalui saluran publik. Schramm menekankan pentingnya pemahaman dan pengaruh yang dibawa oleh media dalam masyarakat. (Klapper, 1969) menambahkan bahwa media massa tidak hanya menyebarkan sebuah informasi, tetapi juga mempengaruhi opini publik dan membentuk norma-norma sosial di masyarakat. Oleh karena itu, setiap pesan yang disampaikan melalui media harus dipahami dalam konteks efek yang lebih luas yang mungkin ditimbulkannya.

Di era digital ini, konsep media massa semakin luas dengan munculnya media sosial memungkinkan terlalu banyak suara untuk diangkat, menciptakan interaksi yang lebih langsung dan akurat antara pengirim pesan dan penerima pesan. Hal ini menciptakan tantangan dan kesempatan baru dalam komunikasi massa, di mana individu memiliki kekuatan lebih besar untuk berbagi informasi dan mempengaruhi opini publik.

Ciri khas dari media massa yaitu tidak ditujukan pada kontak perseorangan. Mudah didapatkan, isi merupakan hal umum dan merupakan komunikasi satu arah. Peran utama yang diharapkan dihubungkan dengan perubahan adalah sebagai pengetahuan pertama. Media massa sangat berperan dalam perkembangan atau bahkan perubahan pola tingkah laku dari suatu masyarakat, oleh karena itu kedudukan media massa dalam masyarakat sangatlah penting.

Dengan demikian, media massa dapat dipandang sebagai elemen fundamental dalam struktur sosial yang memungkinkan penyampaian informasi,

interaksi masyarakat, dan pembentukan opini publik di era modern. Berbagai definisi dan pandangan yang disampaikan oleh para ahli menunjukkan kompleksitas peran media massa dalam masyarakat, serta tantangan dan peluang yang ada di dalam penggunaannya sendiri.

2.3.5.2 Fungsi Media Massa

Dalam bukunya *McQuail's Mass Communication Theory*, Denis McQuail mengidentifikasi beberapa fungsi media massa. Menurut (McQuail, 2010) adalah sebagai berikut :

1. Memberikan Informasi (*Informing the Public*)

Media mass menyampaikan berita dan informasi terkini tentang bagaimana peristiwa, baik yang local maupun global.

2. Mendidik (*Educing the Audience*)

Media berfungsi sebagai sarana pendidikan dengan menyajikan konten yang mendidik masyarakat tentang berbagai topik, isu, dan konsep.

3. Hiburan (*Entertainment*)

Media menyediakan konten hiburan yang membantu mengisi waktu luang masyarakat dan memberikan relaksasi kepada audiens.

4. Membentuk Opini Publik (*Shaping Public Opinion*)

Media memiliki kekuatan untuk membentuk pandangan dan sikap masyarakat terhadap isu-isu tertentu, dan mempengaruhi cara berfikir mereka.

5. Mendorong Partisipasi Sosial dan Politik (*Encouraging Social and Political Participation*)

Media mendorong masyarakat untuk terlibat dalam diskusi dan aktivitas sosial serta politik, mengajak mereka untuk menyadari hak dan kewajiban sebagai warga negara.

6. Penghubung antara Pemerintah dan Rakyat (*Linking Government and the Public*)

Media bertindak sebagai saluran komunikasi antara pemerintah dan masyarakat, menyampaikan kebijakan, keputusan, dan informasi penting lainnya.

2.3.6 Jenis-Jenis Media Massa

1. Media Massa Tradisional

Media massa tradisional adalah media massa dengan otoritas dan memiliki organisasi yang jelas sebagai media massa dimana terdapat ciri-ciri seperti:

- a) Informasi yang didapatkan dari lingkungan diseleksi, diterjemahkan dan di distribusikan.
- b) Media massa menjadi perantara antara pengirim pesan dan penerima pesan untuk mengirim informasinya melalui saluran tertentu.
- c) Penerima pesan tidak pasif dan merupakan bagian dari masyarakat untuk menyeleksi informasi yang mereka terima.
- d) Interaksi antara sumber berita dan penerima sangat sedikit.

Contoh-contoh dari media massa tradisional adalah surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film.

2. Media Massa Modern

Seiring dengan berkembangnya teknologi dan sosial budaya, telah berkembang media-media lain yang kemudian dikelompokkan ke dalam media massa seperti internet dan telepon selular. Media massa yang lebih modern ini memiliki ciri-ciri seperti:

- a) Sumber dapat mentransmisikan pesannya kepada banyak penerima, seperti melalui *Short Message Service* (SMS) dan Media Internet.
- b) Isi pesan tidak hanya disediakan oleh lembaga atau organisasi namun juga dapat oleh individual atau perorangan.
- c) Tidak ada perantara, interaksi terjadi pada individu.
- d) Komunikasi berlangsung ke dalam.
- e) Penerima yang menentukan waktu interaksi.

2.3.7 Film

2.3.7.1 Definisi Film

Film adalah sebuah karya seni yang menggunakan serangkaian gambar bergerak yang disertai dengan suara untuk menyampaikan sebuah cerita atau pesan. Melalui kombinasi elemen visual, auditori, dan naratif, film menciptakan pengalaman yang unik bagi penontonnya, mengajak mereka untuk merasakan emosi, berfikir kritis, dan terlibat aktif dalam alur film yang ditampilkan. Di dalam dunia per filman, berbagai genre dan teknik digunakan untuk menciptakan suasana yang berbeda sesuai dengan tujuan pembuatan film tersebut, baik itu sebagai hiburan, pendidikan, atau kritik sosial.

Dalam konteks seni, film bukan hanya sekadar rekaman beberapa gambar. Ia adalah medium yang mampu mengekspresikan beragam ide dan tema melalui sinematografi, pengeditan, dan penggunaan suara. Hal ini menjadikan film sebagai salah satu bentuk komunikasi yang paling berpengaruh di era modern. Dengan kemampuannya untuk menyampaikan visual yang kuat dan narasi yang menarik, film sering digunakan untuk menggambarkan kondisi sosial, politik, dan budaya masyarakat.

Dalam sejarahnya, film dapat dianggap sebagai evolusi hiburan, dengan awalnya di pita seluloid yang ditemukan pada abad ke-19. Mula-mula, film hanya dikenal tanpa warna (hitam-putih) dan tanpa suara. Pada akhir 1920-an, film bersuara mulai dikenal, dan film berwarna mulai dikenal pada tahun 1930-an. Instrumen produksi film terus mengalami perkembangan sehingga film masih bisa menjadi tontonan yang menarik unruk khalayak luas sampai saat ini. Pada sejumlah era tertentu film tidak hanya berkembang sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai media informasi maupun pendidikan. Sementara itu tujuan film sebagai perekam berbagai kejadian menjadikannya sebagai salah satu arsip Sejarah serta kebudayaan yang cukup penting dalam kehidupan masyarakat.

Dalam pandangan teknis, film dihasilkan melalui serangkaian yang kompleks yang melibatkan penulisan naskah, pengambilan gambar, penyuntingan, dan pasca-produksi. Setiap tahap dalam proses pembuatan film memiliki pengaruh besar terhadap hasil akhir. Keahlian kreatif dan teknis dari para pembuat film, termasuk sutradara, penulis dan sinematografer, sangat penting dalam menciptakan cerita yang mampu menarik dan mempengaruhi penonton.

Para ahli film memberikan kontribusi dalam memahami definisi dan esensi film. Menurut (Bordwell et al., 2010), film adalah sebuah seni yang menyatukan gambar bergerak dan suara dalam bentuk naratif. Mereka berpendapat bahwa film memiliki struktur yang kompleks dalam cara penyampaian cerita dan pengalaman penonton. Sementara itu menurut (Godard & Bergala, 1998), film dianggap sebagai teks visual yang memiliki kapasitas untuk merefleksikan bukan hanya apa yang tampak pada permukaan, tetapi juga lapisan-lapisan makna di baliknya.

Dengan demikian, film memiliki banyak dimensi yang melampaui sekedar hiburan. Sebagai medium yang kaya, film mampu menjadi alat untuk eksplorasi budaya, identitas, dan kompleksitas kemanusiaan serta dapat digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan yang lebih dalam mengenai kehidupan dan masyarakat.

2.3.7.2 Unsur-unsur Film

Dalam produksi film melibatkan tenaga-tenaga ahli kreatif yang menguasai berbagai bidang teknologi, berkolaborasi untuk menghasilkan karya yang utuh. Perpaduan dan kerjasama yang baik diantara komponen didalamnya akan menghasilkan sebuah karya yang menarik. Orang-orang yang terlibat secara langsung di dalam proses produksi film memiliki keahlian yang dapat saling membantu menciptakan teknik visual yang menarik kedalam setiap produksi film, diantaranya adalah:

1. Produser

Produser merupakan seorang atau sekelompok tertentu yang memimpin produksi sebuah film. Terdapat beberapa jabatan yang ada didalam

kelompok produser, seperti *Executive Producer* dan *Line Producer*. Apabila *executive producer* merupakan seorang yang menjadi penggagas sebuah produksi film. Maka tugas dari produser yaitu memimpin seluruh tim produksi sesuai dengan keputusan yang telah ditetapkan secara bersama, baik aspek kreatif maupun manajemen produksi sesuai dengan anggaran yang ditetapkan oleh *executive producer*. Sedangkan *Line Producer* merupakan *supervisor*, tugasnya hanya membantu memberikan masukan alternatif pada departemen produksi sebatas manajemen tentang anggaran. *Line Producer* tidak memiliki kewenangan untuk mencampuri dan menentukan pemain atau mengubah scenario pada produksi film.

2. Sutradara

Posisi sutradara yaitu memiliki tugas untuk mengarahkan keseluruhan tim produksi film, termasuk pengarahan actor, pengaturan adegan, dan pengawasan proses kreatif. Sutradara bertanggung jawab untuk mewujudkan visi artistic dari skenario ke dalam bentuk visual.

3. Penulis Skenario

Penulis skenario di film sering disebut sebagai *screen play* atau *script writer*, istilah ini di ibaratkan *blue print* nya seorang arsitek. Skenario yaitu kerangka sebuah film yang merupakan kumpulan adegan-adegan yang dirancang secara khusus mengikuti deskripsi-deskripsi visual.

4. Penata Artistik

Penata artistic merupakan pekerjaan yang harus merumuskan segala sesuatu yang berkaitan dengan latar belakang sebuah cerita film, yaitu yang

berkaitan dengan *setting* yang menceritakan tempat dan berlangsungnya suatu cerita dalam film.

5. Penata Fotografi

Penata fotografi juga disebut sebagai penata kamera, yang merupakan tangan kanan dari seorang sutradara dalam merekam objek dilapangan saat produksi. Penata kamera harus mampu menjalin hubungan yang baik dengan sutradara serta terintegrasi dalam menentukan pengambilan gambar tiap scene.

6. Penata Musik/Penata Suara

Penata suara adalah yang memberikan suara pada adegan khususnya ketika para pemain telah berakting, sehingga gambar yang telah direkam mempunyai suara seperti adegan yang sebenarnya. Proses pengolahan suara berarti proses memadukan unsur-unsur suara campuran (*mixing*) yang bersumber pada adegan dialog, narasi, dan efek-efek suara khusus. Gabungan segala unsur ini nantinya menjadi jalur suara, yang letaknya berdampingan dengan gambar ketika film itu di proses.

7. Pemeran (Aktor dan Aktris)

Para pemeran dapat diartikan sebagai orang yang melakukan gerakan akting didepan kamera berdasarkan dialog yang telah ada didalam skenario film, melalui arahan sutradara. Proses penokohan akan menggerakkan seseorang untuk menyuguhkan penampilan yang tepat dari segi emosi, ekspresi, gerak serta gaya bicara yang mencerminkan karakter dari sebuah skenario film.

Seorang pemeran harus memiliki kecerdasan yang menguasai diri termasuk menguasai ritme pemain dan jenis-jenis film yang diikuti.

8. Penyuntingan atau Editing

Hasil dari pengambilan gambar yang telah selesai kemudian dipadukan dari *shoot* yang satu dengan *shoot* yang lainnya itulah yang dinamakan proses *editing*. Orang yang melakukan proses ini disebut *editor*, yang bertugas Menyusun hasil pengambilan gambar dilapangan, kemudian diolah didalam *studio editing*. Seorang *editor* dalam menjalankan tugasnya selalu berkonsultasi dengan sutradara, *editor* mempunyai kewenangan untuk memotong, menyempurnakan, dan pembentukan kembali untuk mendapatkan suatu isi yang konstruktif serta ritme dalam setiap babak, sehingga menjadi kesatuan yang utuh berdasarkan skenario yang telah diputuskan bersama sutradara. Di dalam *editing* film, setidaknya terdapat empat teknik, diantaranya *parallel editing*, *cross editing*, *contras editing* serta *intellectual editing*.

2.3.8 *Cyberbullying*

2.3.8.1 Definisi *Cyberbullying*

Cyberbullying dapat didefinisikan sebagai bentuk perundungan yang terjadi/dilakukan melalui teknologi informasi dan komunikasi, seperti media sosial, pesan teks, dan platform digital lainnya. Istilah *Cyberbullying* dapat merujuk pada tindakan agresif yang dilakukan oleh individual atau kelompok yang dilakukan secara sistematis dan berulang-ulang untuk mengintimidasi individu lainnya. Menurut (Hinduja & Patchin, 2008), *Cyberbullying* melibatkan pengguna

perangkat elektronik untuk melakukan perilaku/tindakan merugikan kepada orang lain dan dapat dilakukan dilakukan dimana saja dan kapan saja, yang menjadikannya tidak terikat oleh ruang atau waktu.

Cyberbullying tidak hanya berdampak kepada korban secara emosional saja, tetapi dapat berdampak jangka panjang kepada korban dalam bentuk kerusakan mental, kecemasan, dan depresi bagi korban. Remaja dan anak-anak adalah korban *Cyberbullying* yang cenderung mengalami gangguan masalah kesehatan mental, termasuk perasaan malu, depresi, yang dialami oleh korban. Bahkan dalam beberapa kasus besar tertentu tindakan *Cyberbullying* pada remaja atau anak-anak dapat berujung kepada tindakan bunuh diri. *Cyberbullying* tidak hanya dapat dialami oleh remaja atau anak-anak saja, tetapi orang dewasa pun dapat terkena imbas menjadi korban *Cyberbullying*.

2.3.8.2 Bentuk-Bentuk *Cyberbullying*

Cyberbullying dapat terjadi dalam berbagai bentuk, yang masing masing bentuk *Cyberbullying* memberikan dampak yang berbeda beda kepada korban. Menurut (Willard, 2007), mengidentifikasikan tujuh bentuk utama dari *Cyberbullying*, yaitu:

1. *Flaming*

Flaming adalah kegiatan *Cyberbullying* dalam bentuk mengirimkan pesan-pesan yang bersifat kasar atau menyinggung secara langsung melalui platform online, seperti media sosial.

2. ***Harassment***

Harassment adalah kegiatan *Cyberbullying* dalam bentuk melakukan penyerangan yang berulang kali yang bertujuan untuk mengintimidasi individu tertentu, seperti mengirimkan korban pesan yang menyakiti korban tanpa henti dan berulang-ulang.

3. ***Cyberstalking***

Cyberstalking adalah suatu bentuk *Cyberbullying* dalam bentuk perundungan yang lebih serius, dimana individu mengikuti dan mengawasi korban secara online dengan cara yang mengganggu dan memberi rasa takut kepada korban.

4. ***Denigration***

Denigration adalah suatu bentuk *Cyberbullying* dalam bentuk menyebarkan informasi palsu atau rumor tentang individu dengan bertujuan merusak reputasi seseorang di mata orang lain.

5. ***Impersonation***

Impersonation adalah suatu bentuk dari *Cyberbullying* dengan cara mengambil identitas orang lain secara online untuk melakukan kegiatan menipu, menghina, atau merugikan reputasi korban yang diambil identitasnya.

6. ***Outing and Trickery***

Outing and Trickery adalah bentuk dari *Cyberbullying* dengan mengungkapkan informasi pribadi atau manipulasi korban untuk

mendapatkan informasi sensitif dan membagikan/menyebarkan kepada orang lain.

7. *Exclusion*

Exclusion adalah suatu bentuk dari *Cyberbullying* dengan mengeluarkan individu atau kelompok dari grup online atau grup di media sosial, yang dapat menyebabkan rasa keterasingan dan isolasi sosial.

Diatas adalah bentuk-bentuk dari kegiatan *Cyberbullying*, *Cyberbullying* adalah fenomena yang menjadi masalah serius saat ini, dengan seiring pesatnya kemajuan teknologi dan media sosial di kalangan remaja.

2.4 Kerangka Teoritis

2.4.1 Teori Kultivasi (*Cultivation Theory*)

Teori Kultivasi yang dikembangkan oleh George Gerbner merupakan salah satu pendekatan penting dalam studi komunikasi massa. Teori ini berfokus pada bagaimana media, terutama televisi, membentuk persepsi dan pandangan dunia masyarakat secara jangka panjang melalui representasi yang konsisten dan berulang. Gerbner memandang bahwa media bukan hanya sebagai alat penyampai informasi, melainkan sebagai agen yang secara perlahan menanamkan dan mengkultivasi pandangan tertentu mengenai realitas sosial dan budaya.

Menurut Gerbner, media televisi memainkan peran utama dalam membentuk gambaran dunia yang dianggap real oleh masyarakat, terutama melalui apa yang disebut sebagai “content cultivation”. Pemaparan terhadap pesan-pesan media secara kontinu dapat memengaruhi dan mengukuhkan keyakinan masyarakat bahwa dunia yang ditampilkan media mencerminkan realitas yang sebenarnya. Ini

dapat menyebabkan efek jangka panjang di mana masyarakat cenderung menginternalisasi narasi dan representasi media sebagai bagian dari kenyataan mereka.

Gerbner mengemukakan bahwa media cenderung menampilkan gambaran yang konsisten tentang kekerasan, gender, kelas sosial, dan standar budaya tertentu yang kemudian membudaya dalam masyarakat. Hal ini menyebabkan masyarakat secara perlahan mengadopsi pandangan yang seragam, menghasilkan apa yang disebut sebagai “mainstreaming” dan “resonansi”. Mainstreaming terjadi ketika persepsi masyarakat mengenai dunia menjadi semakin homogen karena paparan yang berulang terhadap representasi media, sedangkan resonansi terjadi ketika pengalaman nyata masyarakat cocok atau sesuai dengan gambaran yang sering dipaparkan media, sehingga efek kultivasi menjadi lebih kuat.

Dalam konteks analisis film “*Cyberbully*” tahun 2015, teori kultivasi berfungsi untuk memahami bagaimana media menggambarkan *Cyberbullying* dan dampaknya secara jangka panjang terhadap persepsi masyarakat tentang realitas sosial terkait cybercrime dan keamanan digital. Film ini dapat menjadi media yang memengaruhi pandangan penonton tentang tingkat kejahatan dunia maya, bahaya *Cyberbullying*, serta sikap terhadap penggunaan media sosial jika pesan yang disampaikan tampak berulang dan konsisten.

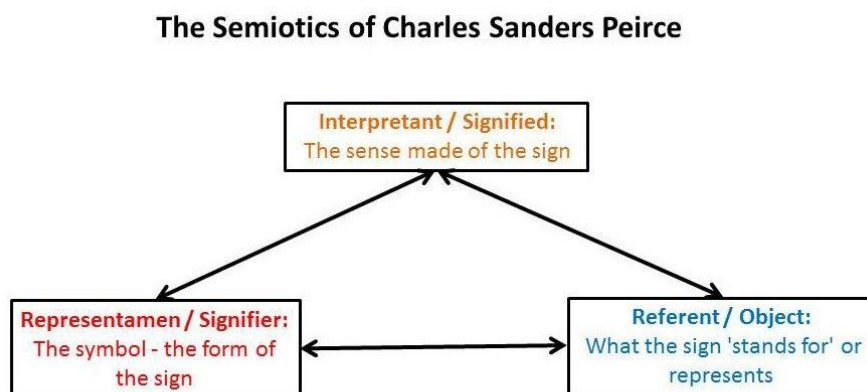
Dalam buku seminalnya, *The Cultivation of Viewer Attitudes* (1976), George Gerbner menguraikan bahwa proses kultivasi berlangsung secara tidak langsung dan bertahap, dengan media bertindak sebagai agen sosial yang menanamkan gambaran tertentu tentang dunia kepada penontonnya. Gerbner

menekankan bahwa semakin sering dan konsisten media menyajikan gambaran tertentu—misalnya mengenai kekerasan, gender, atau stratifikasi sosial—maka semakin besar pula kemungkinan masyarakat menganggap gambaran tersebut sebagai kenyataan yang sebenarnya terjadi di dunia nyata.

Gerbner juga menyoroti bahwa efek kultivasi tidak muncul secara langsung atau instan, melainkan sebagai hasil dari paparan berulang yang membentuk apa yang disebut sebagai "persepsi umum" (*perceived social reality*). Persepsi ini kemudian mempengaruhi sikap, perilaku, dan proses pengambilan keputusan individu dalam kehidupan sosial sehari-hari. Misalnya, melalui representasi kekerasan di televisi, masyarakat dapat berkembang keyakinan bahwa dunia merupakan tempat yang penuh bahaya dan kekerasan, sekalipun data statistik menunjukkan sebaliknya.

Dalam kaitannya dengan penelitian ini yang berfokus pada pengaruh media terhadap persepsi *Cyberbullying*, teori kultivasi Gerbner membuktikan bahwa media yang memperlihatkan *Cyberbullying* sebagai ancaman besar dan umum dapat memperkuat persepsi masyarakat bahwa dunia maya adalah tempat yang sangat berbahaya dan penuh kekerasan. Paparan yang konsisten terhadap gambaran tersebut dapat menyebabkan penonton menganggap *Cyberbullying* sebagai fenomena yang selalu hadir dan harus diwaspadai secara ekstrem.

2.5 Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 1 Bagan *Order Of Signification Charles Sanders Peirce*

Teori semiotika yang dikembangkan oleh Charles Sanders Peirce berfokus pada bagaimana tanda digunakan untuk menyampaikan makna dalam konteks komunikasi. Peirce membagi tanda menjadi tiga elemen utama dalam suatu proses yang disebut sebagai trikotomi tanda, yaitu Representamen, Objek, dan Interpretant. Ketiga unsur ini bekerja secara triadik dan saling berkaitan dalam membentuk proses pemaknaan atau semiosis.

1. Representamen (Signifier)

Representamen merupakan aspek fisik dari tanda yang berfungsi sebagai medium awal untuk menyampaikan makna, yaitu segala sesuatu yang dapat diamati secara visual, auditori, atau simbolik. Dalam film *Cyberbully* (2015), representamen hadir melalui berbagai elemen sinematik yang menampilkan dinamika komunikasi digital, terutama dalam konteks perundungan siber. Beberapa bentuk representamen yang dominan

mencakup dialog verbal antartokoh yang penuh muatan agresi, ekspresi wajah yang memperlihatkan ketakutan, keterkejutan, atau kesedihan mendalam, serta visualisasi media sosial yang dipenuhi dengan komentar bernada menghina. Elemen-elemen tersebut tidak hanya berfungsi sebagai unsur artistik, tetapi juga sebagai simbol-simbol yang membawa penonton kepada makna tertentu mengenai kondisi psikologis korban dan situasi sosial yang melingkupinya. Representamen juga tampak pada simbol-simbol digital yang digunakan dalam interaksi daring dalam film tersebut, seperti emoji marah, kapitalisasi kata dalam pesan, penggunaan tanda seru berulang, serta gaya penulisan yang menyerupai bentuk perundungan verbal. Meskipun tampak sederhana, simbol-simbol ini secara semiotik memiliki daya konotatif yang kuat dalam menyampaikan emosi negatif dan tekanan sosial.

2. **Objek (Referent)**

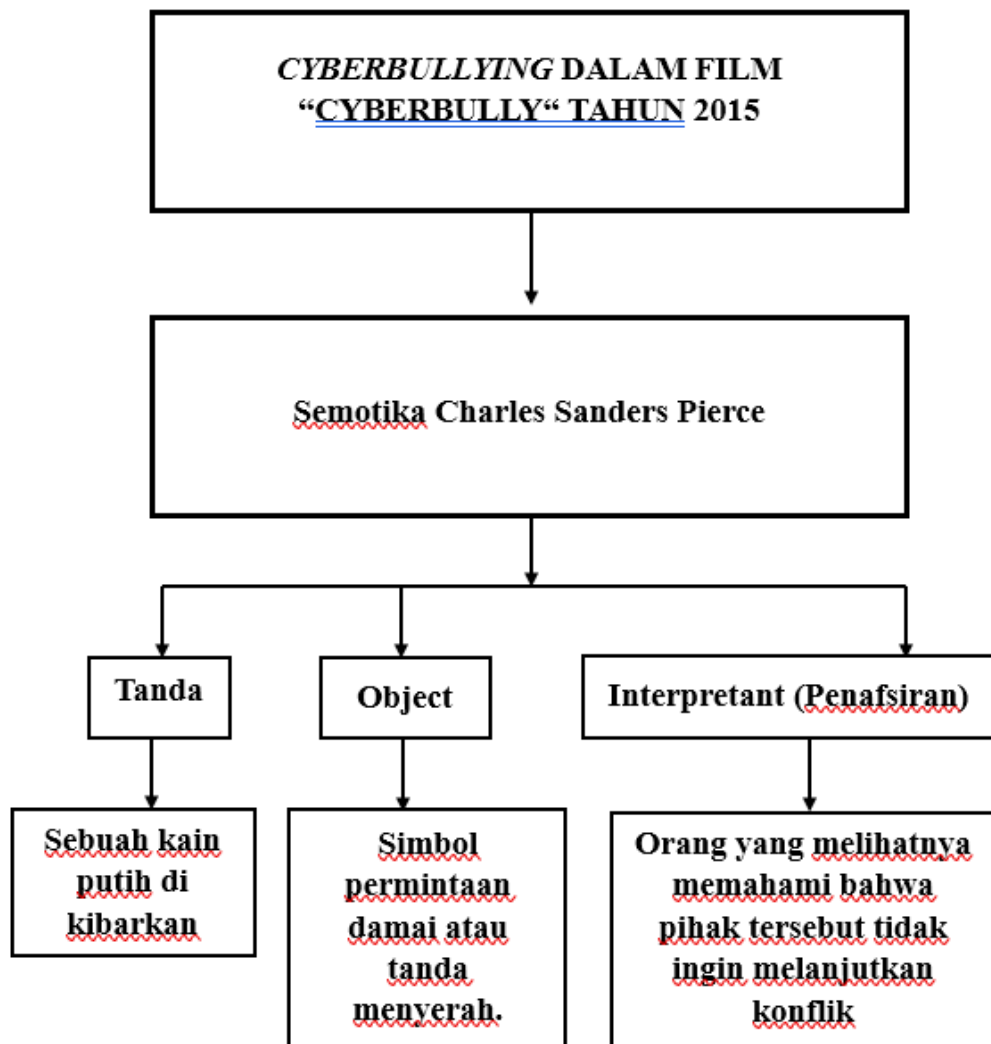
Objek dalam teori semiotika Charles Sanders Peirce merupakan realitas atau entitas yang dirujuk oleh suatu tanda (representamen), yang menjadi pusat rujukan terhadap apa yang ingin disampaikan atau dimaknai melalui tanda tersebut. Dalam film *Cyberbully* (2015), objek yang dituju secara konsisten adalah fenomena *Cyberbullying*, yakni bentuk kekerasan verbal atau psikologis yang dilakukan melalui media digital seperti media sosial, pesan singkat, forum daring, dan platform komunikasi virtual lainnya.

3. **Interpretant (Signified)**

Interpretant merupakan elemen ketiga dalam trikotomi semiotik Peirce, yang merujuk pada makna atau pemahaman yang terbentuk di benak seseorang ketika ia mengamati sebuah tanda, di mana makna tersebut tidak bersifat tetap melainkan sangat bergantung pada konteks sosial, pengalaman pribadi, serta latar belakang pengetahuan individu.

Teori semiotika Peirce memandang bahwa tanda terdiri dari tiga elemen utama, yaitu Representamen (bentuk fisik tanda), Objek (hal yang dirujuk oleh tanda), dan Interpretant (makna yang dihasilkan dari proses penafsiran). Sementara itu, makna yang terbentuk pada penonton sebagai interpretant menggambarkan bagaimana film mengonstruksi pemahaman sosial terhadap kekerasan digital.

Dengan menggunakan model semiotik Peirce, penelitian ini berusaha mengungkap proses representasi *Cyberbullying* dalam film sebagai konstruksi tanda yang tidak hanya menyampaikan informasi secara denotatif, tetapi juga membentuk pemaknaan konotatif terkait norma sosial, relasi kuasa, serta posisi korban dalam dunia digital. Melalui analisis ini, diharapkan dapat ditemukan bagaimana media massa, khususnya film, memiliki peran dalam membentuk cara pandang masyarakat terhadap isu-isu sosial kontemporer, terutama yang berkaitan dengan perilaku menyimpang di ruang digital.



Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran