

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Review Penelitian Sejenis

Review penelitian sejenis adalah bagian yang membahas penelitian-penelitian sebelumnya yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian yang sedang dilakukan. Bagian ini berguna bagi peneliti sebagai bahan referensi atau gambaran tentang fokus, metode, dan hasil dari penelitian terdahulu. Selain itu, bagian ini juga menunjukkan perbedaan dan posisi penelitian yang dilakukan, sehingga dapat menekankan kontribusi dan kebaruannya. Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, termasuk diantaranya:

1. Penelitian yang dikerjakan oleh Immanuel Cristmas Bangun tahun 2025, mahasiswa Universitas Pasundan dengan judul “Representasi Nilai Family First dalam Film *Home Sweet Loan* (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)”. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis representasi nilai keluarga dalam film menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan analisis semiotika Ferdinand de Saussure untuk mengetahui penanda (signifier) dan petanda (signified) yang muncul pada film. Serta menggunakan teori konstruksi realitas sosial Berger dan Luckman untuk memahami nilai kekeluargaan yang dikonstruksi secara sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa film *Home Sweet Loan* berhasil

merepresentasikan nilai *family first* melalui simbol-simbol yang terdapat pada tokoh utama. Nilai ini mencakup pentingnya memiliki komunikasi yang baik di antara anggota keluarga, memperlihatkan tanggung jawab masing-masing individu, serta saling membantu satu sama lain, sehingga tercipta keharmonisan dalam keluarga. Penelitian ini juga mencerminkan bahwa nilai kekeluargaan yang ditayangkan dalam film tersebut sejalan dengan realitas sosial yang terjadi pada masyarakat Indonesia.

2. Penelitian yang dikerjakan oleh Nikita, Anggota dan Nisa tahun 2026, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia, dengan judul “Representasi Pengorbanan dalam Nilai Kekeluargaan pada Film *How to Make Millions Before Grandma Die* (Analisis Semiotika John Fiske)”. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana nilai kekeluargaan direpresentasi dalam film tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis semiotika John Fiske Barthes untuk memperoleh nilai kekeluargaan dalam tiga level yaitu level realitas, representasi dan ideologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada level realitas, film menampilkan simbol-simbol kasih sayang, empati, dan tanggung jawab keluarga melalui tindakan merawat, mendengarkan, dan berkorban. Pada level representasi, aspek sinematografi seperti pencahayaan hangat, framing intim, serta musik melankolis memperkuat makna emosional hubungan keluarga. Sedangkan pada level ideologi, film ini merepresentasikan pergeseran nilai dari kapitalisme menuju humanisme kekeluargaan, di mana kekayaan sejati diukur dari ketulusan dan pengabdian, bukan materi.

Penelitian ini juga memperoleh refleksi sosial yang menegaskan pentingnya nilai kekeluargaan, penghargaan terhadap lansia, serta makna pengorbanan dalam budaya Asia modern.

3. Penelitian yang dikerjakan oleh Andini Dewi Utami tahun 2025, mahasiswa Universitas Pasundan dengan judul “Representasi Nilai Kekeluargaan dalam Drama Korea *Family By Choice* (Analisis Semiotika Roland Barthes)”. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis bagaimana nilai kekeluargaan direpresentasikan dalam konteks keluarga pilihan, yang membentuk realitas sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teori konstruksi realitas sosial dari Berger dan Luckman untuk menelaah makna kekeluargaan pada masyarakat. Selain itu, analisis semiotika Roland Barthes diterapkan untuk mengamati makna denotasi, konotasi dan mitos pada setiap adegan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Drama Korea *Family By Choice* berhasil merepresentasikan konsep keluarga pilihan yang dibangun melalui ikatan emosional, kasih sayang dan komitmen tanpa adanya hubungan biologis. Nilai kekeluargaan tersebut ditampilkan melalui adegan berbagi makanan, saling mendukung, melindungi satu sama lain serta menghormati perbedaan. Penelitian ini juga menggambarkan dinamika keluarga modern yang selaras dengan nilai sosial dan budaya Korea Selatan, serta memperluas pemaknaan konsep keluarga di luar definisi tradisional.
4. Penelitian yang dikerjakan oleh Reza Ramadhan tahun 2022, mahasiswa Universitas Nasional, dengan judul “Representasi Pesan Moral dalam Film

Dua Garis Biru Karya Gina S. Noer (Analisis Semiotika Roland Barthes)”.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengeksplorasi penyampaian pesan moral dalam sebuah film dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif serta analisis semiotika Roland Barthes, yang diteliti melalui aspek denotasi, konotasi dan mitos. Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa pada film Dua Garis Biru terdapat sejumlah adegan yang menyampaikan pesan moral terkait risiko perilaku pergaulan bebas. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa simbol-simbol yang terdapat dalam film bisa dijadikan pedoman untuk mencegah perilaku pergaulan bebas dalam masyarakat serta meningkatkan kewaspadaan terhadap pengaruh negatif yang ada.

Table 2.1 Review Penelitian Sejenis

Nama dan Judul Penelitian	Teori Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Immanuel Cristmas Bangun (2025) “Representasi Nilai Family First dalam Film Home Sweet Loan (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)” Universitas Pasundan	Ferdinand De Saussure	Kualitatif	Memakai metode penelitian yang sama dan objek penelitian sama mengenai Film Home Sweet Loan.	Teori penelitian yang digunakan berbeda dan Fokus penelitian berbeda mengenai nilai family first.
Nikita, Anggota dan Nisa (2026) "Representasi Pengorbanan dalam Nilai Kekeluargaan pada Film How to Make Millions Before Grandma Die (Analisis Semiotika John Fiske)" Universitas	John Fiske	Kualitatif	Memakai metode penelitian yang sama dan fokus penelitian yang digunakan sama tentang pengorbanan.	Teori penelitian yang digunakan berbeda dan objek penelitian berbeda.

Informatika dan Bisnis Indonesia				
Andini Dewi Utami (2025) “Representasi Nilai Kekeluargaan dalam Drama Korea Family By Choice (Analisis Semiotika Roland Barthes)” Universitas Pasundan	Roland Barthes	Kualitatif	Memakai teori penelitian yang sama dan menggunakan metode penelitian yang sama.	Fokus penelitian berbeda dan objek penelitian berbeda.
Reza Ramadhan (2022) “Representasi Pesan Moral dalam Film Dua Garis Biru Karya Gina S. Noer (Analisis Semiotika Roland Barthes)” Universitas Nasional	Roland Barthes	Kualitatif	Memakai teori penelitian yang sama dan menggunakan metode penelitian yang sama.	Fokus penelitian berbeda dan objek penelitian berbeda.

Sumber: Hasil Modifikasi Penulis, (2026)

Berdasarkan hasil review penelitian sejenis, ditemukan bahwa penelitian-penelitian terdahulu memiliki persamaan dalam penelitian ini, yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dan menjadikan media film sebagai objek penelitian. Sebagian penelitian menggunakan analisis semiotika Roland Barthes sebagai landasan untuk mengungkap makna yang terkandung dalam sebuah film. Selain itu, terdapat penelitian yang menggunakan teori semiotika Ferdinand de Saussure maupun John Fiske sehingga menghasilkan sudut pandang analisis yang berbeda dengan penelitian ini. Meskipun begitu, setiap penelitian memiliki fokus kajian yang berbeda, mulai dari teori yang digunakan, memilih tokoh teori yang memiliki sudut pandang berbeda, serta fenomena yang dianalisis. Penelitian terdahulu lebih banyak mengkaji nilai kekeluargaan maupun pengorbanan dalam nilai kekeluargaan secara umum.

Berdasarkan persamaan dan perbedaan tersebut, penelitian ini memiliki kelebihan sekaligus kebaruan (*research gap*) karena secara khusus memfokuskan pada kajian yang belum banyak diteliti, yaitu mengenai makna tanda pengorbanan generasi muda dalam film *Home Sweet Loan*. Penelitian ini memfokuskan analisis pada tanda-tanda pengorbanan yang digambarkan melalui tindakan, perilaku tokoh serta dialog antar tokoh menggunakan analisis semiotika Roland Barthes yang meliputi makna denotasi, konotasi, dan mitos kemudian dikaitkan dengan fenomena sosial generasi muda, yaitu *sandwich generation* dan tekanan ekonomi keluarga berbarengan dengan usaha menggapai masa depan. Serta melalui analisis ketiga turunan tersebut akan ditarik pesan moral yang belum banyak ditelaah secara komprehensif pada penelitian-penelitian sebelumnya.

2.1.2. Kerangka Konseptual

2.1.2.1. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses pertukaran pesan, informasi, dan ide-ide dari Komunikator kepada Komunikan melalui media massa sebagai alat perantaranya. Dengan begitu pesan, informasi dan ide-ide dalam komunikasi massa ini ditujukan kepada khalayak luas atau audiens yang luas. Media massa yang digunakan dalam komunikasi massa meliputi media cetak, media elektronik dan media online. Media massa cetak berisikan pesan atau informasi melalui teks, gambar atau foto dalam tata warna dan halaman putih. Informasi yang disajikan dalam media cetak bersifat umum dan tidak terbatas. Contoh media cetak meliputi surat kabar, majalah, brosur dan lainnya. Sedangkan media massa elektronik menyampaikan pesan dan informasi melalui televisi yang bersifat audio-visual

(suara dan gambar), radio yang bersifat audio (suara saja), serta handphone menjadi media elektronik yang berperan luas sebagai sarana informasi dan pembelajaran. Adapun media massa online merupakan jenis media yang paling lengkap dibandingkan yang lain.

Dengan perkembangan yang semakin berkembang dan canggih, media ini memungkinkan penggunaanya mengirim pesan atau mengakses informasi dalam waktu kurang dari satu menit. Keunggulan media massa online, terletak pada alur komunikasi yang efektif dan cepat, karena didukung oleh jaringan internet. Selain itu, media online menyediakan informasi atau berita yang selalu diperbarui dari waktu ke waktu, tanpa perlu menunggu hingga keesokan harinya.

Menurut pakar komunikasi Bittner, yang dikutip dalam buku “Psikologi Komunikasi: Konsep Dasar (2020)” karya Komala dan Rabathy, komunikasi massa didefinisikan sebagai *"Mass communication is message communicated through a mass medium to a large number of people"* (1980:10). Definisi ini menjelaskan bahwa komunikasi massa melibatkan penyampaian pesan melalui media massa kepada banyak orang secara bersamaan.

Selain itu, Gerbner (1967) menyatakan bahwa, *"mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of message in industrial societies"*. Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah produksi dan penyaluran arus pesan yang berkelanjutan serta paling luas penyebarannya, berdasarkan teknologi dan institusi, oleh individu dalam masyarakat industri.

Sementara, menurut Freidson, sebagaimana dikutip oleh Muhammad Al-Muizul Kahfi et al, 2023, dalam bukunya “Pengantar Ilmu Komunikasi”) komunikasi massa dibedakan dari jenis komunikasi lainnya karena komunikasi massa ditujukan kepada khalayak luas yang terdiri dari berbagai kelompok, bukan hanya kepada satu atau beberapa individu, atau kelompok tertentu dalam populasi (Rahmat, 2009).

Berdasarkan definisi para ahli komunikasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan secara bersamaan kepada khalayak luas melalui media massa yang didukung oleh teknologi dan institusi. Pesan-pesan ini diproduksi dan disebarkan secara terus-menerus sebagai aliran informasi yang memiliki jangkauan paling luas di masyarakat. Selain itu, pesan tersebut ditujukan kepada khalayak yang tidak terbatas pada individu atau kelompok kecil tertentu, sehingga berbeda dari bentuk komunikasi lain yang bersifat terbatas atau individu.

2.1.2.2.1. Karakteristik Komunikasi Massa

Menurut Ardianto Elvinaro (2007) dalam buku Komunikasi Massa: Suatu Pengantar, karakteristik komunikasi massa meliputi ciri-ciri pokok yang membedakan komunikasi massa dari bentuk komunikasi lain, yaitu:

1. Komunikasi Terlembagakan

Ciri pokok pertama dari komunikasi massa adalah terkait dengan komunikator. Komunikasi massa melibatkan lembaga, di mana komunikatornya bekerja dalam

organisasi yang rumit, yang berarti ada beberapa orang terlibat dalam proses komunikasi massa tersebut.

2. Pesan Bersifat Umum

Komunikasi massa memiliki sifat terbuka, yang berarti pesan tersebut ditujukan kepada seluruh masyarakat dan tidak terbatas pada kelompok tertentu saja.

3. Komunikan Bersifat Anonim dan Heterogen

Pada komunikasi massa, komunikan (penerima pesan) bersifat anonim dan heterogen. Dalam komunikasi antarpersonal, komunikator biasanya mengenal komunikan secara pribadi, termasuk identitas mereka seperti nama, pendidikan, pekerjaan, tempat tinggal, serta mungkin sikap dan perilaku mereka. Sebaliknya, dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena proses komunikasi dilakukan melalui media dan tanpa interaksi tatap muka.

4. Media Massa Menimbulkan Keserampakan

Keunggulan komunikasi massa dibandingkan dengan bentuk komunikasi lain adalah kemampuannya mencapai jumlah khalayak atau komunikan yang relatif besar dan tidak terbatas.

5. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan

Salah satu prinsip komunikasi adalah bahwa komunikasi memiliki dimensi isi dan dimensi hubungan (Mulyana, 2000). Dimensi isi merujuk pada muatan dari pesan komunikasi, yaitu apa yang disampaikan, sedangkan dimensi hubungan

merujuk pada cara penyampaiannya, yang juga menunjukkan bagaimana hubungan antara peserta komunikasi.

6. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah

Selain memiliki ciri-ciri yang menjadi keunggulan dibandingkan dengan bentuk komunikasi lain, komunikasi massa juga memiliki ciri yang bisa dianggap sebagai kelemahan. Karena komunikasinya dilakukan melalui media massa, komunikator dan komunikan tidak dapat berinteraksi secara langsung.

7. Stimulasi Alat Indra Terbatas

Ciri lain dari komunikasi massa yang bisa dianggap sebagai kelemahan adalah stimulasi alat indra yang terbatas. Dalam komunikasi antar personal yang dilakukan secara tatap muka, semua alat indra dari pelaku komunikasi, baik komunikator maupun komunikan, dapat dimanfaatkan secara optimal.

8. Umpan Balik Tertunda dan Tidak Langsung

Komponen umpan balik, atau yang lebih dikenal sebagai feedback, merupakan elemen penting dalam proses komunikasi antarpersonal, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa. Efektivitas komunikasi sering kali dapat dinilai berdasarkan feedback yang diberikan oleh komunikan. Dalam proses komunikasi massa, feedback bersifat tidak langsung dan tertunda. Hal ini menunjukkan komunikator dalam komunikasi massa tidak dapat segera mengetahui reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikan.

2.1.2.2. Film Sebagai Media Komunikasi Massa

Film sebagai media komunikasi massa adalah suatu karya seni berupa gambar bergerak yang dapat dilihat dan dipertontonkan kepada khalayak. Film memiliki potensi untuk menjangkau segmen sosial yang luas, sehingga dapat memengaruhi penontonnya, yang sejalan dengan pandangan para ahli. Berdasarkan kesesuaian pandangan para ahli tersebut, banyak peneliti mempelajari dampak film terhadap khalayak. Akibatnya, film menjadi topik penelitian yang menarik dengan berbagai genre yang beragam, sehingga khalayak dapat memilih dan merasakan sensasi yang berbeda sesuai dengan keinginan atau kesenangan mereka, agar tidak bosan melainkan terhibur dan menyenangkan. Dengan demikian, proses penyampaian pesan dari sebuah film dapat berlangsung secara natural tanpa adanya paksaan.

Menurut Pusparsi dkk (2019:18), penyampaian pesan melalui film merupakan metode yang cukup efektif untuk memastikan penonton menerima informasi yang ingin disampaikan oleh sutradara. Selain itu, visualisasi dan suara dalam film merupakan hasil yang menggabungkan unsur hiburan, kebudayaan, dan informasi, sehingga film dapat berfungsi sebagai sarana sosialisasi untuk berbagai aspek seperti politik, budaya, pendidikan, lingkungan sekitar, dan keagamaan.

Film adalah salah satu media massa modern yang efektif, berbentuk audio-visual, dan saling terkait, sehingga memungkinkan penyampaian pesan kepada khalayak dalam lingkungan tertentu. Film merupakan medium komunikasi massa yang sangat kuat, tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga untuk informasi dan pendidikan. Dalam ceramah mengandung informasi atau pendidikan, film sering digunakan sebagai alat bantu untuk memberikan penjelasan. Bahkan, banyak film

yang berfungsi sebagai medium informasi dan pendidikan secara lengkap, artinya bukan sebagai alat bantu dan tidak memerlukan penjelasan tambahan, melainkan sebagai medium informasi dan pendidikan yang utuh. (Effendy, 2003:209)

2.1.2.3. Media Massa

Media massa adalah berbagai jenis saluran komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan kepada khalayak yang sangat luas, baik melalui media cetak seperti koran dan majalah, media elektronik seperti radio dan televisi, maupun media digital seperti platform internet dan media sosial.

Kata “media” adalah bentuk jamak dari “medium”, yang berarti tengah atau perantara. Kata “massa” berasal dari bahasa Inggris “*mass*”, yang berarti kelompok atau kumpulan. Dengan demikian, pengertian media massa adalah perantara atau alat-alat yang digunakan oleh massa dalam interaksi satu sama lain. Media massa adalah sarana komunikasi massa di mana proses penyampaian pesan, gagasan, atau informasi kepada orang banyak (publik) yang dilakukan secara serentak (Canggara, 2010:126-127).

Menurut Nurudin dalam bukunya “Pengantar Komunikasi Massa” (2014), media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang dapat menyebarkan pesan secara serempak dan cepat kepada khalayak yang luas serta heterogen. Keunggulan media massa dibandingkan media lain adalah kemampuannya dalam mengatasi hambatan ruang dan waktu, bahkan media massa dapat menyebarkan pesan dalam sekejap pada waktu yang tidak terbatas.

Gebner menyatakan (sebagaimana dikutip oleh Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya “Psikologi Komunikasi” (2007) bahwa media massa adalah “Komunikasi massa yang melibatkan produksi dan distribusi yang berdasarkan teknologi dan lembaga dari aliran pesan yang berkelanjutan serta paling luas dimiliki oleh individu dalam masyarakat industri”.

Berdasarkan definisi-definisi media massa dari para ahli yang telah di sebutkan, media massa merupakan sarana komunikasi yang mampu menyebarkan pesan secara cepat, serempak dan tanpa batas oleh ruang serta waktu. Melalui proses produksi ini didukung oleh teknologi serta lembaga, sehingga media massa menjadi alat komunikasi yang paling efektif untuk menjangkau publik secara luas dan berkelanjutan.

2.1.2.3.1. Karakteristik Media Massa

Media massa memiliki sejumlah sifat atau ciri khusus yang membedakannya dari bentuk komunikasi lain. Menurut Cangara (1998:134-135), karakteristik media massa adalah sebagai berikut:

1. Media massa bersifat melembaga, yang berarti ada banyak pihak yang terlibat dalam pengelolaannya, mulai dari pihak pengumpul berita, pengolah berita, hingga penyaji berita atau informasi.
2. Komunikasi dalam media massa sering kali bersifat satu arah, yang berarti sulit terjadi berjalannya dialog antara komunikator dan komunikan. jika ada reaksi atau feedback, biasanya memerlukan waktu yang cukup lama atau tertunda.

3. Media massa bersifat meluas dan serempak, di mana jarak dan waktu bukanlah hambatan karena media massa memiliki kecepatan. Ia menyebar secara luas sehingga informasi dapat diterima oleh banyak komunikan dalam waktu yang bersamaan.
4. Media massa biasanya menggunakan peralatan mekanis, seperti televisi, surat kabar, radio dan sejenisnya.
5. Media massa bersifat terbuka, yang berarti pesan yang disampaikan dapat diterima oleh siapa saja dan di mana saja, tanpa memandang usia, gender, suku atau agama.

2.1.2.3.2. Jenis-Jenis Media Massa

Dalam perkembangannya, media massa mengalami perubahan, pertumbuhan, dan penambahan jenis media massa. Berikut ini adalah jenis-jenis dari media massa menurut Cangara (dalam Halik, 2013:78):

1. Media Massa Cetak

Media massa cetak adalah jenis media massa yang dicetak pada lembaran kertas. Berdasarkan ukuran dan jenis kertasnya, media massa cetak dibagi menjadi beberapa jenis, seperti koran dengan ukuran broadsheet atau $\frac{1}{2}$ plano, tabloid dengan ukuran $\frac{1}{2}$ broadsheet, majalah yang menggunakan ukuran setengah tabloid atau kwarto, buku dengan ukuran setengah majalah, newsletter dengan ukuran folio yang terdiri dari 4-8 halaman, dan buletin yang berukuran $\frac{1}{2}$ majalah dengan 4-8 halaman. Umumnya, isi informasi dalam media massa cetak terbagi menjadi tiga jenis tulisan: berita, opini dan feature.

Media cetak memiliki karakteristik khusus, yaitu:

- (1) Publisitas: penyebaran pesan kepada publik;
- (2) Periodesitas: keteraturan penerbitan;
- (3) Universalitas: menyampaikan pesan yang beragam dan dapat diakses oleh umum;
- (4) Aktualitas: informasi yang baru saja terjadi atau sedang berlangsung, yang relative tergantung pada frekuensi penerbitan media, seperti surat kabar pagi atau sore;
- (5) Terdokumentasi: dapat diarsipkan;
- (6) Faktualitas: sesuai dengan fakta.

2. Media Massa Elektronik

Media massa elektronik adalah jenis media massa yang menarik karena disampaikan melalui suara, gambar atau kombinasi suara dan gambar dengan menggunakan teknologi elektronik seperti radio, televisi dan film.

3. Media Massa Online

Media massa online adalah jenis media yang paling populer saat ini karena kemudahan aksesnya yang luar biasa. Media online atau cyber media adalah jenis media massa yang dapat ditemukan di internet atau situs web. Dengan menggunakan media massa online, khalayak dapat memperoleh sebanyak mungkin informasi dengan mudah, murah dan cepat.

2.1.2.4. Film

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata “film” memiliki dua pengertian. Pengertian pertama merujuk pada selaput tipis dari bahan seluloid yang digunakan sebagai media untuk tempat gambar negatif maupun positif, yang kemudian dapat diolah menjadi potret dan akan diputar di bioskop atau televisi. Pengertian kedua film adalah cerita atau lakon yang disajikan dalam bentuk gambar bergerak. Sementara itu, dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2009 tentang Perfilman mendefinisikan film sebagai karya seni dan budaya yang berfungsi sebagai pranata sosial serta alat komunikasi massa. Film dalam definisi ini dibuat mengikuti prinsip-prinsip sinematografi, bisa dengan atau tanpa suara, dan dirancang untuk dapat dipentaskan.

Menurut Ardiato dan Komala (2017:145), Film adalah karya kreatif manusia yang sangat terkait dengan berbagai sisi kehidupan. Film dapat menjembatani gambaran masa lalu dengan kondisi saat ini, serta berkontribusi dalam mencerdaskan dan menerangi bangsa melalui nilai-nilai keberagaman yang ada di dalamnya, seperti sebagai sarana penyampaian informasi, pengekspresian seni, dan pendidikan. Selain itu, film berfungsi sebagai media hiburan bagi para penikmatnya, namun pada dasarnya film merupakan karya seni yang dapat dinikmati secara bersama-sama. Film juga berperan sebagai alat informasi dan pendidikan, mirip dengan karya seni lainnya seperti buku, fotografi dan lukisan. Informasi yang disajikan dalam film mampu memberikan pengetahuan baru kepada masyarakat. Lebih lanjut, film muncul sebagai media hiburan sebelum radio siaran

dan televisi, dengan kekuatan audio-visualnya yang mampu memengaruhi emosi dan perasaan penonton.

Namun, film tidak hanya menekankan aspek hiburan semata, melainkan lebih menekankan pada tanggung jawab moral untuk meningkatkan nilai-nilai nasionalisme bangsa serta identitas budaya bangsa. Selain itu, film juga berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan-moral, informasi, sejarah, dan solusi terhadap berbagai tema-tema yang berkembang di masyarakat. Oleh karena itu, perfilman Indonesia sepatutnya dikembangkan berdasarkan budaya serta pesan moral yang ingin disampaikannya kepada dunia internasional. (Sartika, 2014:64)

Film umumnya terdiri dari berbagai tanda. Tanda-tanda tersebut mencakup beberapa sistem tanda yang saling bekerja sama secara efektif untuk mencapai dampak yang diinginkan. Elemen utama dalam film adalah gambar dan suara yang meliputi dialog yang diucapkan serta suara-suara latar yang menyertai gambar-gambar serta musik film.

2.1.2.4.1. Unsur-Unsur Film

Menurut Pratista (2008), film terdiri dari dua unsur pembentuk, yaitu unsur naratif dan unsur sinematik, yang saling melengkapi untuk menciptakan sebuah film.

1. Unsur Naratif

- a. Ruang: Merupakan sebuah lokasi tempat para tokoh cerita dapat bergerak dan berkreasi. Pada umumnya, cerita dalam film menggunakan latar yang realistis.

- b. Waktu: Terdapat beberapa aspek waktu yang berkaitan dengan naratif film, antara lain urutan waktu, durasi waktu dan frekuensi. Urutan waktu adalah pola alur waktu dalam cerita film, sedangkan durasi waktu adalah jangka waktu yang digunakan oleh film untuk menyampaikan sebuah cerita. Sedangkan frekuensi waktu adalah pengulangan adegan yang sama pada waktu yang berbeda.
- c. Pelaku Cerita: Terbagi menjadi karakter utama dan pendukung. Karakter utama biasanya berperan sebagai protagonis, sedangkan karakter pendukung cenderung berperan sebagai karakter antagonis.
- d. Konflik: Dalam film, konflik dapat dianggap sebagai rintangan yang dihadapi tokoh protagonis untuk mencapai tujuannya. Konflik sering terjadi karena tokoh protagonis memiliki tujuan yang bertentangan dengan tokoh antagonis.
- e. Tujuan: Merupakan cita-cita atau ekspektasi yang dimiliki oleh karakter utama. Tujuan ini bisa bersifat fisik, yang berarti nyata dan konkret, atau nonfisik, yang tujuannya bersifat abstrak.

2. Unsur Sinematik

Menurut Pratista (2008), unsur sinematik mencakup aspek-aspek teknis yang digunakan dalam proses pembuatan sebuah film. Unsur ini terbagi menjadi empat elemen utama, yaitu:

- a. *Mise en Scene*: Merupakan segala elemen yang ditempatkan di depan kamera untuk diambil gambarnya pada saat produksi sebuah film. *Mise en*

scene terdiri dari empat aspek pokok, yakni latar belakang, kostum, pencahayaan dan akting.

- b. Sinematografi: Merupakan ilmu yang membahas mengenai teknik menangkap dan menyusun gambar menjadi rangkaian sehingga dapat menyampaikan ide dan cerita. Menurut Bayu (2014), teknik pengambilan gambar meliputi: *Close Up*, *Extreme Close Up*, *Medium Close Up*, *Medium Shot*, *Medium Full Shot*, *Full Shot*, *Long Shot*, *Medium Long Shot*, dan *Extreme Long Shot*.
- c. Editing: Pada tahap produksi, editing adalah proses memilih dan menyambung gambar-gambar yang telah diambil. Sedangkan pada tahap pasca produksi, editing merujuk pada teknik-teknik yang digunakan untuk menghubungkan setiap shot.
- d. Suara: Secara umum, suara berfungsi untuk menjaga kelancaran gambar, memberikan informasi melalui dialog dan narasi, serta meliputi suara asli dari para pemain. Selain itu, ada suara tambahan yang disebut efek suara, yaitu semua suara yang dihasilkan oleh objek-objek di dalam atau di luar cerita film.

2.1.2.4.2. Genre-Genre Film

Seiring dengan perkembangan perfilman Indonesia, genre-genre film ini semakin beragam dan dikelompokkan berdasarkan tema, gaya, serta respons emosional yang berbeda-beda di setiap film. Meskipun berbagai genre tersebut memiliki tujuan yang beragam, fungsi utamanya tetap sama, yaitu mampu menarik perhatian penonton. Berikut ini adalah genre-genre dalam film:

1. Film Aksi atau Action: Film ini mengisahkan tentang adegan-adegan menantang seperti pertarungan dan penembakan yang dapat membuat penonton merasa kesal atau gemas. Contohnya adalah film *The Raid 2: Berandal*.
2. Film Horror: Film ini berkaitan dengan adegan-adegan menyeramkan, menakutkan, dan menciptakan suasana mencekam. Contohnya adalah film *kuntilanak*.
3. Film Drama: Film ini menceritakan tentang kehidupan sehari-hari dengan konflik yang sangat relevan dengan kehidupan kita, sehingga dapat membangkitkan emosi karena penonton merasa terhubung dengan cerita tersebut. Contohnya adalah film *Home Sweet Loan*.
4. Film *Thriller*: Film ini hampir mirip dengan film horror karena menciptakan ketegangan saat ditonton, namun perbedaannya adalah lebih menekankan adegan-adegan sedih atau pembunuhan dari pada unsur ghaib. Contohnya adalah film *Sleep Call*.
5. Film Fantasi: Genre ini menampilkan hal-hal diluar nalar dari kehidupan manusia biasa atau imajinasi dari para pembuatnya. Contohnya adalah film *Marvell*.
6. Film *Romantic*: Film ini biasanya mengisahkan tentang kisah percintaan antara para karakter. Contohnya adalah film *Dilan 1991*.
7. Film Komedi: Film ini mirip dengan film fantasi, namun setiap adegannya diselingi dengan unsur komedi yang dominan. Film jenis ini banyak dicari

karena dapat membantu melepas penat dan stress. Contohnya adalah film *Agak Laen*.

8. Film Musikal: Film ini biasanya menggabungkan lagu dan tarian. Lagu-lagu yang dimainkan sering kali menjadi bagian utama dari alur cerita pada filmnya. Film ini menceritakan tentang percintaan, persahabatan, kesuksesan dan popularitas. Contohnya adalah film *Petulangan Sherina*.
9. Film Animasi: Film ini menampilkan gambar-gambar ilustrasi dan biasanya disukai oleh anak-anak karena ceritanya yang tidak terlalu berat serta menyenangkan. Contohnya adalah film *Toy Story*.
10. Film Dokumenter: Film ini biasanya mengisahkan realitas kehidupan sehari-hari, yang mencakup aspek pendidikan, realita sosial, propaganda, dan lainnya. Contohnya adalah film *Pulau Plastik*.
11. Film Misteri: Film ini mengandung unsur misteri atau teka-teki di dalamnya. Genre ini membuat penonton sulit menebak alur ceritanya, sehingga genre ini banyak peminatnya. Contohnya adalah film *Searching*².

2.1.2.4.3. Fungsi Film

Secara umum, fungsi film adalah untuk memberikan hiburan dari rutinitas sehari-hari, namun film juga berfungsi dalam menyampaikan informasi, mendidik, membentuk pola pikir, merefleksikan nilai-nilai budaya, serta memengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Dengan kemampuan film untuk menjangkau audiens secara luas baik secara emosional maupun intelektual, film sering kali dimanfaatkan sebagai alat persuasif, kritik sosial, pelestarian identitas budaya, dan pendorong

perubahan sosial. Dalam film, terdapat tiga fungsi utama, yaitu informatif, edukatif, dan persuasif, yang meliputi:

- a. Fungsi Informatif: Film berfungsi sebagai sumber informasi karena film mengandung pesan dan gambaran tentang pemikiran serta ideologi pembuatnya. Melalui berbagai jenis film, film menjadi media yang menyampaikan pesan tentang tokoh, peristiwa, dan lokasi yang nyata.
- b. Fungsi Edukatif: Film berfungsi sebagai alat pendidikan karena film menyajikan informasi yang berisi pengetahuan yang bermanfaat bagi individu, masyarakat, dan negara. Aspek edukatif dalam film dapat berupa seperti gambaran tentang profesi, ideologi, tokoh, atau peristiwa sejarah.
- c. Fungsi Persuasif: Film berfungsi sebagai alat persuasif jika film tersebut mengandung pesan-pesan yang didasarkan pada data dan fakta untuk menakutkan penonton. Gambaran persuasif dalam film dapat berupa isu masalah, argumen, pernyataan ajakan, dan penegasan kembali.

Sementara menurut Ron Mottram dalam Ibrahim (2017), film memiliki tiga fungsi utama, yaitu fungsi artistik, fungsi industrial, dan fungsi komunikasi. Sebagai sebuah karya seni, beberapa film menggunakan struktur narasi yang menyajikan rangkaian peristiwa yang saling terkait dengan sebab-akibat dari suatu masalah, sehingga dapat membantu dalam merekonstruksi sebuah cerita. Sedangkan, film non-narasi mengorganisir materi yang memiliki fungsi bersifat informatif, retorik, atau bahkan estetika murni. Sebagai industri, film berfungsi sebagai bagian dari produksi ekonomi suatu masyarakat dan memiliki keterkaitan dengan produk-produk lainnya. Dalam aspek komunikasi, film memainkan peran

penting sebagai elemen dalam sistem yang digunakan oleh individu atau kelompok untuk mengirim dan menerima pesan yang ingin disampaikan.

2.1.2.5. Pengorbanan

Pengorbanan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah proses, cara, perbuatan mengorbankan. Pengorbanan berasal dari kata dasar korban, yang artinya tindakan memberikan sesuatu untuk menyatakan kebaktian atau kesetiaan. Sehingga, pengorbanan dapat dimaknai sebagai tindakan individu untuk memberikan sesuatu secara sadar kepada orang lain demi tujuan yang mulia.

Makna pengorbanan sendiri memiliki spektrum yang luas, mencakup aspek spiritual, religius, sosial, keluarga, hingga psikologis. Dalam kajian modern, pengorbanan dipandang sebagai proses dinamis yang menuntut individu untuk menempatkan kepentingan orang lain di atas kepentingan pribadi demi mencapai tujuan atau nilai tertentu (Listiana & Mutiah, 2025).

Konsep pengorbanan dipahami sebagai kemampuan individu untuk mengorbankan sesuatu yang sangat berharga bagi dirinya untuk memenuhi kebutuhan, kepentingan ataupun kesejahteraan orang yang dicintai ataupun orang yang paling membutuhkannya, pengorbanan ini dilakukan secara tulus tanpa pamrih serta tanpa paksaan dari berbagai pihak. Teori altruisme (Batson, 2021) menjelaskan bahwa pengorbanan dapat dilakukan tanpa pamrih, sebagai wujud dari niat tulus untuk membantu sesama. Dalam ranah sosial, pengorbanan sering dianggap sebagai bentuk tindakan heroik yang menunjukkan komitmen terhadap kelompok atau komunitas (Smith, 2022).

Schwartz (2020) mendefinisikan pengorbanan sebagai tindakan menyerahkan sumber daya pribadi, seperti uang, waktu, atau bahkan keselamatan, demi membantu orang lain. Dalam pelaksanaannya pengorbanan bukan hanya bersifat fisik, tetapi juga meliputi aspek emosional dan psikologis, serta menjadi ekspresi dari empati dan kepedulian sosial.

Menurut S Jameson (2020) Pengorbanan merupakan tindakan yang melampaui diluar kewajiban kita, tindakan yang bersifat opsional di pihak kita, tindakan yang tidak dapat diminta oleh siapa pun dari kita dan yang ingin kita lakukan secara sukarela dan tulus.

Dalam kehidupan sosial, pengorbanan muncul dalam berbagai bentuk. Salah satunya dalam hubungan keluarga, contohnya pengorbanan seorang anak kepada orang tua dan saudara mereka. Pengorbanan keluarga tersebut kerap kali timbul karena adanya rasa kasih sayang, tanggung jawab dan solidaritas antara anggota keluarga.

Pengorbanan yang dilakukan generasi muda tercipta akibat adanya tekanan sosial dan ekonomi yang semakin sulit. Generasi muda harus memenuhi kebutuhan hidup sendiri, sambil menopang kondisi ekonomi keluarga. Hal tersebut membuat generasi muda berada pada situasi yang mengharuskan bekerja lebih keras, hidup hemat, mengesampingkan kebutuhan pribadi, sampai merelakan tujuan hidup demi menjaga kestabilan ekonomi dan keharmonisan keluarga. Dalam konteks pengorbanan seorang anak kepada orang tua, menunjukkan sifat berbakti dan cinta kasih kepada orang tua dan saudara.

Pengorbanan tidak luput dari kehidupan manusia, setiap individu pasti melakukan tindakan melepaskan atau merelakan yang sangat bernilai bagi dirinya sendiri untuk nilai yang lebih besar. Teori pertukaran sosial (Thibaut & Kelley, 2021) memandang pengorbanan sebagai tindakan yang didorong oleh harapan akan imbalan di masa depan.

Pengorbanan dalam hubungan keluarga memerlukan sifat timbal balik agar hubungan keluarga tersebut tetap sehat, tercipta kedamaian, menumbuhkan rasa saling menghargai dan menjaga kesehatan mental.

Pengorbanan yang dikerjakan secara sepihak dan dilakukan dengan berlebihan akan menimbulkan kelelahan batin, serta tekanan mental. Tindakan pengorbanan perlu dilakukan dalam batas yang wajar atau dengan porsi yang sesuai, agar tindakan ini tidak berdampak negatif bagi diri sendiri dan berdampak pada keharmonisan keluarga. Bentuk pengorbanan yang sehat dapat memperkuat ikatan keluarga dan menjadi wujud gotong royong.

Pengorbanan yang dilakukan dengan porsi yang sesuai membuat pengorbanan tersebut lebih terasa tulus dan bermakna dari hati paling dalam, hal ini mengakibatkan seorang individu yang telah berkorban merasakan bahagia, memiliki kepuasan batin, merasa berguna dan dibutuhkan dalam ranah yang positif.

Pengorbanan mengajarkan kita arti kepedulian dan keikhlasan, dimana pentingnya memberi dan mengutamakan kepentingan orang lain. Namun perlu kebijaksanaan dalam penerapannya, tidak melupakan kebutuhan diri sendiri dan

tidak merugikan kesehatan mental diri sendiri, sehingga tercipta kehidupan yang lebih harmonis dan penuh kebahagiaan.

2.1.2.6. Pesan Moral

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pesan diartikan sebagai: (1) perintah, nasihat, permintaan, amanat yang disampaikan lewat orang lain; (2) perkataan yang terakhir, seperti nasihat atau wasiat, dari seseorang yang akan meninggal dunia. Menurut Harold Lasswell (dalam Dedi Mulyana, 2008:70), pesan adalah sesuatu yang dapat dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan terdiri dari seperangkat simbol verbal dan nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau maksud mengenai sumber tersebut.

Pesan berfungsi sebagai acuan untuk berita atau peristiwa yang disampaikan melalui berbagai media. Pesan tersebut memiliki dampak yang dapat memengaruhi pemikiran pembaca dan pemirsa, sehingga meskipun bersifat bebas, pesan harus mematuhi etika yang telah ditetapkan dan menjadi tanggung jawab pribadi, seperti dalam pesan yang bersifat edukatif.

Moekijat pada bukunya Teori Komunikasi (1993) memandang bahwa pesan mencerminkan pemahaman dari sumber dan berupaya untuk menyampaikannya, serta pesan dalam tingkat tertentu menentukan pemahaman yang akan diterima oleh penerima. Maka, pesan perlu untuk dipahami dengan baik bagi sumber maupun penerima.

Menurut Devito, pesan merupakan ungkapan mengenai pikiran dan perasaan seseorang yang disampaikan kepada orang lain, dengan tujuan agar orang tersebut mampu memahami kehendak pengirim.

Kata “moral” berasal dari bahasa latin “*mores*”, yang merupakan bentuk jamak dari kata “*mos*” dan memiliki makna adat istiadat atau sebuah kebiasaan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, Moral diartikan sebagai: (1) ajaran mengenai baik dan buruk yang diterima secara umum tentang perbuatan, sikap, kewajiban, dan hal-hal serupa; akhlak; budi pekerti; Susila; (2) kondisi mental yang membuat seseorang tetap berani, bersemangat, bergairah, berdisiplin, dan sebagainya; isi hati atau perasaan yang terungkap melalui tindakan; (3) ajaran kesusilaan yang dapat diambil dari suatu cerita;

Moralitas adalah sesuatu ataupun pesan yang ingin disampaikan oleh pengarang kepada pembaca, yang mengandung makna yang terdapat dalam sebuah karya sastra serta makna yang disarankan melalui cerita. (Nurgiyantoro, 2013: 321).

Moral memiliki kaitan dengan moralitas. Moralitas merujuk pada sopan santun, yang mencakup segala hal yang berkaitan dengan etiket atau sopan santun. Moralitas dapat berasal dari tradisi atau adat istiadat, agama, suatu ideologi, atau kumpulan dari berbagai sumber tersebut. (Mahmud, 2012)

2.1.3. Kerangka Teoritis

2.1.3.1. Semiotika

Semiotika adalah suatu metode analisis yang digunakan untuk mengeksplorasi makna yang terkandung dalam suatu tanda. Menurut Susanne Langer, “menilai

simbol atau tanda merupakan sesuatu hal yang penting, karena kehidupan binatang diperantarai melalui perasaan (*feeling*), sedangkan perasaan manusia diperantarai oleh berbagai konsep, simbol, dan bahasa.”

Semiotika adalah cabang ilmu yang membahas tentang cara memahami simbol atau lambang, yang juga dikenal sebagai semiologi. Semiologi sendiri merupakan salah satu cabang ilmu yang digunakan untuk menginterpretasikan pesan (tanda) dalam proses komunikasi. Pengembangan semiotika dalam bidang studi dibagi menjadi tiga bagian, yaitu semantic, syntatics, dan Pragmatics (Wempi, 2018: 75).

Dalam kajian komunikasi, semiotika digunakan sebagai metode untuk menganalisis bagaimana makna dibentuk dan disampaikan melalui tanda-tanda yang ada dalam berbagai bentuk pesan. Setiap simbol, gambar, text, bahasa, maupun tindakan tidak hanya dianggap sebagai bentuk fisik, tetapi sebagai representasi makna yang dapat dipahami oleh individu atau kelompok. Dengan pendekatan semiotika, proses komunikasi dipahami sebagai kegiatan pemberian pemaknaan yang melibatkan hubungan antara tanda, struktur penyusun pesan, serta konteks sosial dan budaya di baliknya. Oleh karena itu, semiotika merupakan kerangka analisis yang relevan untuk mengungkap makna tersembunyi dan pesan simbolik yang terkandung dalam media komunikasi.

2.1.3.2. Semiotika Roland R Barthers

Dalam penelitian ini, penulis menerapkan analisis semiotika Roland Barthers sebagai kerangka pendekatan untuk mengungkapkan berbagai makna yang tersembunyi di balik simbol dan tanda yang terdapat dalam objek penelitian. Roland

Barthes lahir pada tahun 1915 di *Cheorbourg* dan menghabiskan masa kecilnya di Bayonne. Ia tumbuh dalam lingkungan keluarga yang memeluk agama Protestan. Roland Barthers merupakan tokoh berpengaruh dalam sejarah perkembangan semiotika. Ia mendefinisikan semiotika sebagai ilmu yang digunakan untuk memaknai suatu tanda. Salah satu kontribusinya yang terkenal adalah pemikiran mendalam tentang semiotika, yang banyak diuraikan dalam bukunya yang berjudul "*Elements of Semiology*" (1964).

Menurut Barthes, semiotika merupakan kajian yang berfokus pada tanda-tanda dan makna yang terkandung di dalamnya. Tanda-tanda dapat berbentuk apa saja, baik berupa kata-kata, gambar, maupun gerakan tubuh. Semiotika berupaya memahami cara penggunaan tanda-tanda tersebut dalam konteks budaya serta proses pembentukan makna dibangun di dalamnya. Barthes mendefinisikan semiotika sebagai "ilmu yang mempelajari kehidupan tanda-tanda" (*the science of signs*).

Roland Barthers memperkenalkan model analisis tanda yang disebut signifikasi dua tahap atau *two order of signification*. Dalam model tersebut, Roland membaginya menjadi dua jenis, yaitu denotasi dan konotasi. Signifikasi tahap pertama merujuk pada hubungan antara penanda dan petanda yang bersifat nyata atau literal.

Gambar 2. 1 Peta Tanda Roland Barrthes

1. Signifier (penanda)	2. Signified (petanda)
3. denotatif sign (tanda denotatif)	
4. CONNOTATIVE SIGNIFIER (PENANDA KONOTATIF)	5. CONNOTATIVE SIGNIFIED (PETANDA KONOTATIF)
6. CONNOTATIVE SIGN (TANDA KONOTATIF)	

Sumber: (Sobur, Semiotika Komunikasi, 2018)

Barthes juga membuat perbedaan antara penanda dan petanda. Penanda (*signifier*) merupakan objek fisik atau konsep yang melambangkan sesuatu yang berbeda darinya. Sebagai contoh, kata "mobil" adalah tanda yang melambangkan kendaraan bermotor yang berfungsi untuk bepergian dari suatu tempat ke tempat lainnya. Di sisi lain, Petanda (*signified*) adalah makna atau pengalaman yang ditimbulkan oleh adanya tanda tersebut. Sebagai contoh, ketika seseorang melihat gambar mobil, ia dapat merasakan emosi seperti kebebasan atau kemewahan, hal inilah yang dimaksud dengan petanda dari gambar tersebut.

Tingkat pertama adalah denotasi, yaitu hubungan antara penanda dan petanda dalam sebuah tanda, serta hubungan tanda dengan acuannya dalam dunia nyata. Tingkat ini merujuk pada makna umum atau makna harfiah dari suatu tanda. Tingkat kedua meliputi bentuk, konotasi, mitos, dan simbol. Tingkat ini menggambarkan hubungan yang terjadi ketika tanda bercampur dengan perasaan atau emosi. Mitos juga dimaknai sebagai pesan yang mengandung pandangan atau

nilai-nilai masyarakat. Tingkat signifikasi yang terakhir ini dapat menjelaskan bagaimana berbagai mitos dan ideologi beroperasi dalam sebuah teks melalui perantara tanda-tanda.

Mitos muncul dalam sebuah teks pada level kode. Mitos merupakan suatu pesan yang di dalamnya tersimpan unsur-unsur ideologi. Sementara itu, teks merupakan kumpulan tanda-tanda yang dikonstruksi (dan ditafsirkan) dengan mengacu pada kaidah-kaidah yang berkaitan dengan suatu genre tertentu dan dalam medium komunikasi tertentu. Tanda-tanda dan kode-kode dihasilkan oleh, serta menghasilkan, mitos-mitos budaya. Mitos-mitos tersebut menjalankan fungsi naturalisasi, yaitu untuk menjadikan nilai-nilai yang bersifat historis dan budaya, sikap, serta kepercayaan yang tampak sebagai sesuatu yang “alamiah”, “normal”, “masuk akal”, dan akibatnya dianggap “benar”. Pendekatan semiotika Barthes secara khusus ditujukan untuk menganalisis pada apa yang disebut sebagai “mitos” ini (Shalekhah, 2021: 56).

2.1.3.2.1. Denotasi

Denotasi merupakan makna asli yang dipahami oleh semua individu secara umum. Makna ini bersifat langsung, objektif, dan sesuai dengan apa yang tampak atau tertulis, tanpa adanya makna tambahan maupun makna tersembunyi. Wibowo (2013) menjelaskan bahwa signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) dalam sebuah tanda terhadap kenyataan eksternal. Hal ini disebut sebagai denotasi oleh Barthes, yaitu makna yang paling nyata atau bersifat literal (h.21).

Menurut Sobur (2015:27), Makna denotasi atau denotatif juga dikenal sebagai makna kognitif. Disebut makna kognitif karena makna tersebut berkaitan erat dengan kesadaran atau pengetahuan; stimulus (dari pihak pengirim pesan) dan respons (dari pihak penerima pesan) mencakup hal-hal yang dapat ditangkap oleh panca indra (kesadaran) serta akal budi manusia. Berger (2010) menyatakan bahwa makna denotasi bersifat langsung, dan dapat diartikan sebagai gambaran dari suatu petanda. Sering kali makna denotasi juga disebut sebagai makna konseptual.

Sebagai contoh, ketika terdapat tokoh perempuan yang bekerja keras, hidup sendiri, dan tidak menginginkan kergantungan kepada orang tua. Makna denotasi yang dapat diambil adalah seorang perempuan bekerja dan hidup sendiri. Hal tersebut merupakan makna literal atau makna sesungguhnya dari apa yang terlihat.

2.1.3.2.2. Konotasi

Menurut Wibowo (2011:22), Konotasi merupakan istilah yang dikemukakan Barthes untuk merujuk pada signifikasi tahap kedua. Hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi ketika suatu tanda berinteraksi dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai yang berlaku dalam kebudayaannya. Konotasi memiliki makna yang bersifat objektif, sehingga keberadaannya seringkali tidak disadari secara langsung oleh pembaca. Pembaca cenderung dapat dengan mudah menafsirkan makna konotatif menjadi makna denotatif.

Charles (2016:100) menyatakan bahwa makna konotasi merujuk pada nilai perasaan yang dapat bersifat positif, negatif, atau netral. Dengan demikian, dalam makna konotasi terkandung unsur perasaan dan pandangan pribadi seseorang

terhadap suatu tanda. Makna konotasi sebagian besar muncul karena pembicara bermaksud menimbulkan perasaan setuju atau tidak setuju, senang atau tidak senang, serta hal-hal serupa pada pihak yang menerima pesan. Menurut Sumardjo dan Sani (dalam Sobur, 2016:266), Makna konotatif suatu kata yang dipengaruhi dan ditentukan oleh dua konteks lingkungan, yaitu lingkungan tekstual dan lingkungan budaya.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa makna konotasi adalah makna pada tingkat kedua, yaitu makna yang muncul ketika suatu tanda berhubungan dengan perasaan, emosi, nilai budaya, atau pengalaman sosial. Oleh karena itu, makna konotatif tidak selalu bersifat sama bagi setiap individu karena dipengaruhi oleh latar belakang budaya dan lingkungannya. Sebagai contoh pada tokoh perempuan yang telah diuraikan sebelumnya, makna konotatif yang muncul adalah bahwa perempuan tersebut bersifat mandiri dan bertanggung jawab. Makna tersebut merupakan makna yang tersembunyi di balik apa yang terlihat secara nyata.

2.1.3.2.3. Mitos

Kata “mitos” bersumber dari bahasa Yunani, yaitu *mythos*, yang bermakna kata-kata wicara (Antika et al., 2020). Mitos merupakan cara suatu budaya menjelaskan atau memahami berbagai aspek mengenai kenyataan atau fenomena alam. Mitos berfungsi sebagai “teori narasi” yang mendasar tentang dunia. Mitos adalah makna yang berkaitan dengan nilai-nilai, kepercayaan atau ideologi yang berkembang dalam suatu masyarakat tertentu. Mitos muncul berdasarkan suatu asumsi yang berasal dari observasi kasar (Septiana, 2019). Dalam kajian semiotika, mitos

merupakan proses pemberian makna yang tidak mendalam. Mitos hanya melambangkan atau merepresentasikan makna dari apa yang tampak di permukaan, bukan dari apa yang sesungguhnya tersembunyi di baliknya.

Pada buku *Mythology* yang dikutip Rahardjo (dalam Sobur, 2016:128), Fernand Comte menjelaskan bahwa mitos terbagi menjadi dua jenis, yaitu mitos tradisional dan mitos modern. Mitos tradisional yang berkaitan dengan alam ghaib, spiritual, dan kepercayaan takhayul. Sementara itu, mitos modern yang dibentuk oleh fenomena-fenomena yang muncul dalam masyarakat kontemporer, seperti fenomena di bidang politik, olahraga, film, televisi, dan pers.

Menurut Junus (dalam Sobur, 2016:130), mitos tidak terbentuk melalui proses penyelidikan yang sistematis, melainkan melalui anggapan yang didasarkan pada observasi kasar yang kemudian digeneralisasikan. Sebagai contoh, terdapat opini atau pandangan yang menyatakan bahwa “seorang perempuan modern harus mandiri secara finansial agar dipandang kuat dan sukses”. Makna tersebut bukan suatu aturan yang bersifat mutlak bagi seluruh individu, melainkan hanya merupakan penilaian subjektif dari seseorang mengenai standar kuat dan sukses bagi perempuan modern. Perlu dipahami bahwa definisi kuat dan sukses bagi setiap individu sesungguhnya berbeda-beda. Meskipun kemandirian secara finansial merupakan hal yang penting bagi banyak perempuan, makna dari konsep kuat dan sukses tidak seharusnya hanya diukur dari faktor finansial saja. Namun, karena makna tersebut terus-menerus dikonstruksi dan disebarakan melalui berbagai medium, maka terbentuk pandangan sosial yang kemudian dianggap sebagai suatu kebenaran. Pandangan sosial tersebut muncul sebagai akibat dari perubahan zaman

yang kerap ditampilkan dalam berbagai media, seperti film, iklan, dan konten digital sebagai sarana penyampaian pesan.

Mitos merupakan suatu sistem komunikasi yang membawa pesan dan menjelaskan ideologi yang tersembunyi di balik suatu tanda. Mitos bukan sebuah objek, konsep, maupun gagasan. Mitos bukan bermakna cerita legenda, melainkan lebih kepada cara pandang masyarakat terhadap suatu fenomena yang terbentuk akibat pengaruh budaya, media, dan kebiasaan sosial, yang akhirnya dipandang sebagai kebenaran yang bersifat umum. Mitos bekerja dengan cara menjadikan sesuatu yang sebenarnya merupakan hasil konstruksi sosial atau kepercayaan masyarakat tertentu seolah-olah tampak nyata dan memang seharusnya seperti itu.

2.2. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual yang disusun untuk menjelaskan hubungan antara teori, fakta, pendapat para ahli serta hasil penelitian terdahulu dalam suatu kajian penelitian. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini memiliki peranan yang sangat penting untuk menentukan keseluruhan proses penelitian. Hal yang menjadi fokus utama dalam kerangka pemikiran yang peneliti lakukan adalah kajian dalam penelitian yang berjudul "Makna Tanda Pengorbanan Generasi Muda dalam Film *Home Sweet Loan*".

Film berfungsi sebagai medium untuk menyampaikan pesan, nilai-nilai, serta realitas sosial kepada masyarakat. Proses representasi tersebut hadir melalui karakter, narasi, percakapan antar tokoh dan simbol-simbol visual, dengan

menggambarkan berbagai isu sosial dalam kehidupan masyarakat, sehingga mencerminkan pesan moral yang berkembang di dalamnya.

Film *Home Sweet Loan* sangat menarik untuk dikaji lebih lanjut. Film ini mengangkat tema *sandwich generation* dan tekanan budaya, memperlihatkan pengorbanan yang dilakukan generasi muda dalam situasi sebagai *sandwich generation*. Film ini menghadirkan representasi makna pengorbanan generasi muda dengan cara yang mendalam, melalui beban *sandwich generation* sebagai latar belakang, film ini menggambarkan bagaimana generasi muda rela mengorbankan keinginan pribadi, privasi, waktu, tenaga hingga tabungan demi mencukupi kebutuhan dan keharmonisan keluarga. Melalui narasi film, tokoh utama digambarkan terus menerus mengorbankan dirinya sendiri, tanpa adanya rasa saling menghargai antar anggota keluarga menyebabkan tekanan emosional dan batin menumpuk. Selain itu impian pribadi harus dikesampingkan demi tanggung jawab keluarga, menciptakan bentuk pengorbanan yang realistis dan relevan bagi masyarakat lokal.

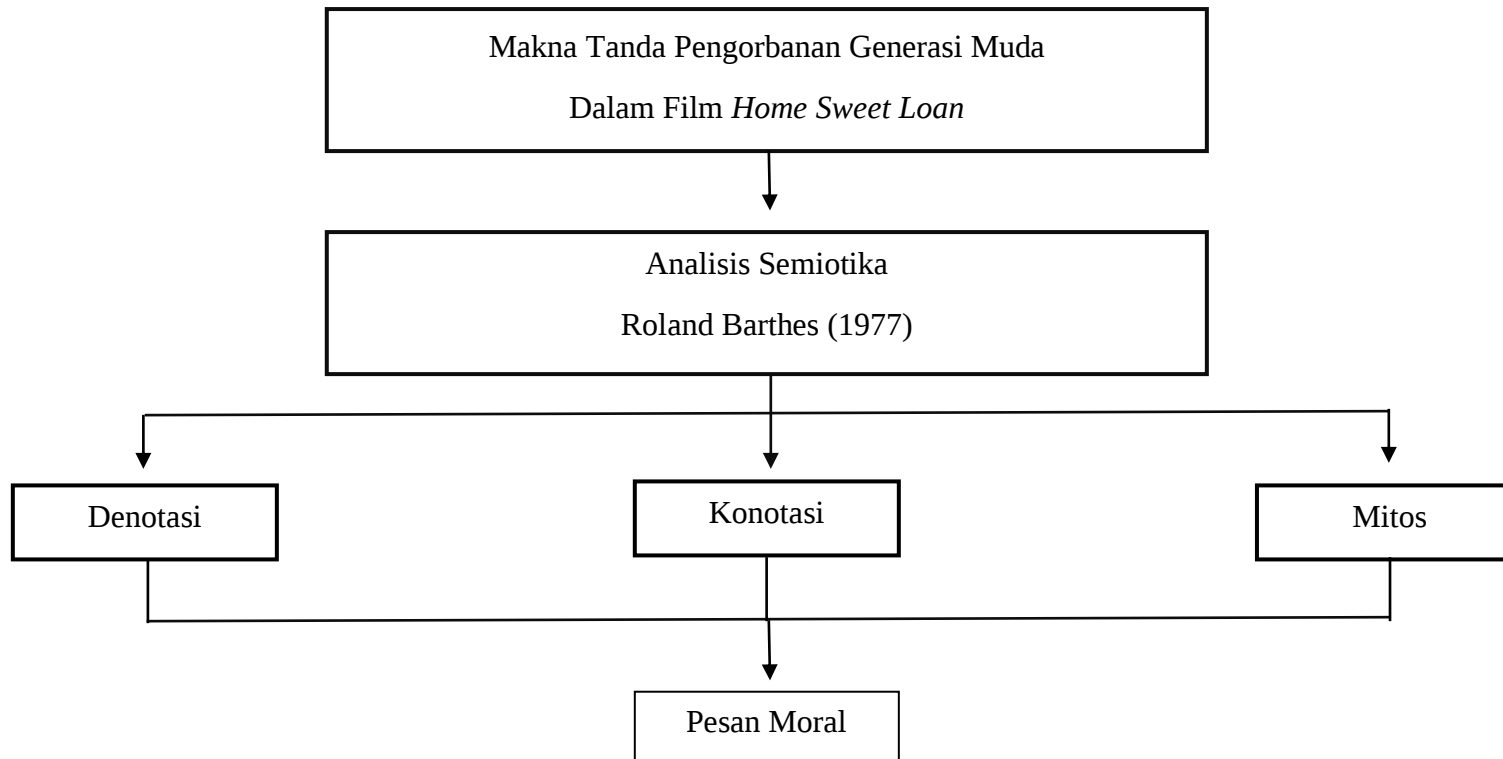
Pengorbanan didefinisikan sebagai tindakan melepaskan atau mengorbankan sesuatu yang bernilai bagi diri sendiri demi kepentingan orang lain atau keluarga. Hal ini bukan sekedar pengorbanan materiil, melainkan juga mencakup pengorbanan emosional, waktu, privasi dan penundaan tujuan hidup. Pengorbanan dilakukan dengan kesadaran penuh disertai dengan rasa tanggung jawab dan kasih sayang terhadap keluarga.

Pengorbanan generasi muda bukan sekedar tindakan membantu keluarga, melainkan terbentuk melalui proses yang dilakukan secara bertahap melalui pemahaman, penerimaan, merelakan hal hal kecil secara konsisten sampai menjadi sebuah kebiasaan, dengan berbagai penyesuaian di tengah tekanan ekonomi, sosial, dan budaya. Namun, dalam konteks generasi muda, tindakan pengorbanan seringkali dilakukan secara berlebihan akibat fenomena generasi *sandwich*, di mana mereka harus menanggung beban ganda antara memenuhi kebutuhan orang tua dan anggota keluarga lainnya, serta kebutuhan diri sendiri dan masa depan mereka. Dengan demikian, mimpi untuk memiliki tempat tinggal sendiri dan kehidupan pribadi yang lebih baik menjadi sulit diraih. Tetapi dalam film yang di teliti memiliki bentuk generasi *sandwich* yang berbeda, fenomena generasi *sandwich* biasanya ketika seorang kakak yang sudah mapan membantu adik dan orang tua yang kekurangan, pada tokoh utama fenomena generasi *sandwich* ini dibebankan kepada adik yang membantu kebutuhan keluarga termasuk kakak yang sudah berkeluarga.

Pada penelitian ini, objek yang diteliti adalah film *Home Sweet Loan*. Untuk menguraikan makna tanda pengorbanan tersebut, peneliti menerapkan analisis semiotika Roland Barthes dengan konsep konotasi dan denotasi sebagai kunci utama dalam analisisnya. Di mana denotasi merupakan signifikasi tahap pertama atau makna yang paling nyata dan literal. Sementara itu, konotasi merupakan signifikasi tahap kedua yang merujuk pada interaksi yang terjadi ketika suatu tanda bertemu dengan perasaan atau emosi serta nilai-nilai dari budaya yang berlaku. Konotasi dan denotasi menciptakan mitos yang diyakini kebenarannya namun tidak

dapat dibuktikan secara ilmiah. Dengan demikian, penulis dapat mengungkap bagaimana tanda-tanda dalam narasi visual membentuk pemahaman masyarakat mengenai pengorbanan generasi muda.

2.3 Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber: Hasil Modifikasi Penulis, (2026)