

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Penelitian sejenis digunakan oleh peneliti sebagai perbandingan untuk memahami hasil-hasil yang telah diperoleh oleh peneliti sebelumnya mengenai topik yang sama. Dengan merujuk pada penelitian terdahulu, peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan dalam kajian mereka. Bagian ini berfungsi sebagai langkah bagi peneliti untuk membandingkan hasil penelitian mereka dengan studi-studi lain yang telah ada. Dalam konteks ini, peneliti mengidentifikasi beberapa penelitian sejenis yang relevan, yaitu:

1. Salma Aulya Putri 2023, Penelitian ini memiliki judul **“REPRESENTASI FEMINISME DALAM FILM ENOLA HOLMES 2”**. Film Enola Holmes 2 adalah kelanjutan dari film pertama Enola Holmes yang tayang di Netflix. Enola Holmes 2 menceritakan tentang Enola, seorang wanita muda yang berusaha mendirikan agensinya sendiri sebagai detektif. Ia ingin menjadi detektif seperti kakaknya yang terkenal, Sherlock Holmes. Namun, Enola ingin menunjukkan kemampuannya sendiri dan meningkatkan nama baiknya dengan bekerja keras. Sayangnya, banyak orang yang tidak menghargai dirinya karena ia hanyalah seorang perempuan muda. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dan menganalisis dengan metode semiotika yang dikembangkan

oleh Roland Barthes. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan cara memilih beberapa adegan dari film *Enola Holmes 2* oleh peneliti dan melalui wawancara dengan lima orang informan. Sehingga peneliti bisa memahami arti yang tersirat, makna yang terkandung, serta mitos yang ada dalam film tersebut. Penelitian ini menunjukkan bahwa ada makna yang bersifat denotatif, konotatif, dan mitos, dengan menerapkan teori semiotika yang dikemukakan oleh Roland Barthes. Film *Enola Holmes 2* juga menampilkan feminisme melalui beberapa adegan yang menunjukkan cara masyarakat membentuk realitas sosial.

2. Sofa Marwa 2023, Penelitian ini memiliki judul **“REPRESENTASI BEAUTY STANDARD DALAM FILM *IMPERFECT*”**. Film *Imperfect* menceritakan tentang standar kecantikan yang menyebabkan masyarakat Indonesia, terutama wanita, merasa kurang percaya diri terhadap diri sendiri. Film adalah bentuk media komunikasi massa yang menggunakan gambar dan suara untuk menyampaikan pesan. Oleh karena itu, peneliti menggunakan film *Imperfect* sebagai bahan penelitian. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami pesan dan arti yang terdapat dalam film *Imperfect*, yang bisa dilihat melalui makna denotasi, konotasi, serta mitos yang terdapat dalam film tersebut. Untuk memahami realitas sosial yang terdapat dalam film *Imperfect*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan menganalisis makna dari adegan – adegan dalam film *Imperfect* menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes serta memperhatikan realitas sosial yang

dijelaskan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann mencoba mencari konstruksi realitas sosial yang terdapat dalam film ini. Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) ada 5 (lima) *scene* dari 30 (tiga puluh) *scene* yang memiliki makna denotasi dan konotasi terkait representasi standar kecantikan dalam film *Imperfect*. Setiap *scene* memiliki makna tentang standar kecantikan yang terdapat dalam gambar atau dialog yang disampaikan. 2) Mitos yang muncul dari film *Imperfect* adalah bahwa kecantikan hanya bisa dilihat dari luar atau fisiknya saja. 3) Pesan moral dalam film *Imperfect* adalah mengajak masyarakat Indonesia, terutama wanita, untuk tidak terlalu menjadikan standar kecantikan yang berlaku di setiap lingkungan sebagai hal yang penting, karena bisa menyebabkan rasa tidak percaya diri.

3. Rehan Alzhilansyah Suherman 2022, Penelitian ini berjudul **"REPRESENTASI NILAI-NILAI TOLERANSI TERHADAP PERBEDAAN RAS PADA FILM GREEN BOOK"**. Penelitian ini bertujuan untuk memahami denotasi, konotasi, mitos, dan pesan dalam sebuah film *Green Book*. Peneliti dalam penelitian ini menggunakan pendekatan semiotika yang dikembangkan oleh Roland Barthes. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan cara membaca Pustaka, melakukan observasi, serta wawancara. Makna yang terangkum dalam film tersebut mencakup denotasi, konotasi, mitos, serta pesan utama yang ingin disampaikan dalam film *Green Book* dapat diketahui. Menurut hasil penelitian, diketahui bahwa film *Green Book* memiliki makna yang

bersifat denotasi, konotasi, dan mitos. Makna denotasi yang dikembangkan oleh Roland Barthes diartikan sebagai tingkat pertanda yang menjelaskan hubungan antara penanda dengan petanda dalam dunia nyata. Makna konotasi adalah tanda yang menunjukkan hubungan antara penanda dan yang ditandai secara tidak langsung, dan makna konotasi yang diterima serta disetujui oleh masyarakat akan menjadi mitos. Peneliti dapat memahami pesan atau simbol yang terdapat dalam film, baik yang terang maupun tersirat, melalui teori semiotika yang dikembangkan oleh Roland Barthes, serta melalui adegan dan percakapan antar karakter dalam film *Green Book*. Sehingga pesan serta kritik mengenai tindakan rasisme, prasangka negatif terhadap perbedaan ras, dan pentingnya membentuk nilai toleransi dalam kehidupan sosial dapat disampaikan dengan baik kepada penonton, dengan menggunakan film sebagai salah satu media komunikasi visual.

4. Ganis Setia Nugraha. 2022. **“REPRESENTASI NILAI KEPAHLAWANAN DALAM FILM DUNKIRK”** (Analisis Semiotika Roland Barthes). Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan. Penelitian ini dilaksanakan di bawah bimbingan Yanti Susila Tersnawati, S.Ag., M.Si. dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Peneliti memaparkan proses analisis semiotika menggunakan model yang dikembangkan oleh Roland Barthes. Data diperoleh melalui pemilihan adegan-adegan dalam film Dunkirk yang memuat nilai-nilai kepahlawanan serta melalui wawancara

dengan seorang dosen sekaligus pakar film, Bapak Jaeni, untuk memperoleh wawasan mengenai pesan dan makna yang ditujukan bagi masyarakat umum—khususnya para pembaca. Hasil penelitian, yang didasarkan pada analisis terhadap tujuh adegan dan wawasan pakar, menunjukkan bahwa Dunkirk menyampaikan pesan moral tentang nilai-nilai kepahlawanan dalam kehidupan yang menjadi pelajaran berharga serta sumber kebijaksanaan bagi semua orang. Peneliti sangat merekomendasikan film Dunkirk kepada masyarakat luas, karena film ini menawarkan banyak pelajaran dan mencerminkan realitas dunia nyata, sekaligus menyajikan berbagai pesan dalam adegan-adegannya yang patut direnungkan lebih dalam.

5. Penelitian ini dilakukan oleh Windi Helvira pada tahun 2021 dan berjudul **"REPRESENTASI KENAKALAN REMAJA PADA FILM DI BAWAH UMUR"** menggunakan pendekatan analisis semiotika yang dikembangkan oleh Charles Sanders Peirce. Untuk memahami makna yang terkandung dalam setiap adegan, penelitian ini menerapkan analisis data kualitatif dan semiotika dengan berfokus pada tanda-tanda yang muncul dalam adegan film Di Bawah Umur. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena kenakalan remaja masa kini sebagaimana digambarkan dalam film Di Bawah Umur, sekaligus menganalisis secara mendalam tanda, objek, dan makna yang terdapat di dalamnya. Metode penelitian kualitatif digunakan dalam studi ini. Selain itu, teori semiotika Charles Sanders Peirce diterapkan untuk menganalisis makna dalam setiap

adegan film, bersama dengan teori Konstruksi Realitas Sosial karya Peter L. Berger dan Thomas Luckman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa film *Di Bawah Umur* menggambarkan perilaku menyimpang remaja serta memuat elemen *Representamen*, *Object*, dan *Interpretant* dalam adegan-adegannya. Makna yang disampaikan oleh film dan narasinya mencerminkan kehidupan remaja masa kini.

Tabel 2.1 Review Penelitian Sejenis

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Instansi	Judul Penelitian	Metode & Teori	Perbedaan	Persamaan
1	Salma Aulya Putri (2023), Universitas Pasundan	Representasi Feminisme dalam Film <i>Enola Holmes 2</i>	Metode kualitatif, analisis semiotika Roland Barthes	Fokus pada isu feminisme dan perjuangan perempuan	Sama-sama menggunakan semiotika Barthes dan menganalisis karakter utama; relevan dalam konteks representasi krisis identitas
2	Sofa Marwa (2023), Universitas Pasundan	Representasi Beauty Standard dalam Film <i>Imperfect</i>	Kualitatif deskriptif, analisis semiotika Roland Barthes & teori realitas sosial Berger dan Luckmann	Fokus pada standar kecantikan dan tekanan sosial terhadap perempuan	Menggunakan teori Barthes dan menafsirkan mitos visual; relevan dalam pembacaan ideologi dalam film
3	Rehan Alzhilansyah Suherman (2022), Universitas Pasundan	Representasi Nilai-Nilai Toleransi terhadap Perbedaan Ras	Kualitatif, semiotika Roland Barthes	Fokus pada isu rasisme dan nilai toleransi dalam film	Menggunakan semiotika Barthes; relevan dalam analisis

		pada Film Green Book			simbol dan pesan sosial dalam narasi film
4	Ganis Setia Nugraha (2022), Universitas Pasundan	Representasi Nilai Kepahlawanan dalam Film Dunkirk	Kualitatif, semiotika Roland Barthes	Fokus pada nilai moral dan kepahlawanan dalam konteks sejarah	Sama-sama menggunakan semiotika Barthes; relevan dalam eksplorasi nilai sosial melalui visual dan narasi film
5	Windi Helvira (2021), Universitas Pasundan	Representasi Kenakalan Remaja pada Film Di Bawah Umur	Kualitatif, semiotika Charles Sanders Peirce, teori konstruksi sosial Berger & Luckmann	Menggunakan teori semiotika yang berbeda (Peirce) dan fokus pada kenakalan remaja	Sama-sama mengkaji representasi sosial dalam film; relevan dalam pendekatan interpretatif terhadap fenomena sosial

2.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan gambaran yang menjelaskan keterkaitan antara konsep-konsep yang digunakan dalam suatu penelitian dengan permasalahan yang menjadi fokus kajian. Penyusunan kerangka konseptual bertujuan untuk memberikan arah yang sistematis dalam memahami objek penelitian serta menunjukkan hubungan antara landasan teori dengan permasalahan yang akan dianalisis. Dalam penelitian ini, kerangka konseptual disusun berdasarkan konsep dan teori yang diperoleh melalui kajian pustaka.

2.2.1 Komunikasi

Komunikasi merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia sebagai makhluk sosial. Dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, manusia membutuhkan komunikasi untuk menyampaikan informasi, mengungkapkan pikiran dan perasaan, membangun hubungan, serta memperoleh pemahaman dari orang lain. Oleh karena itu, komunikasi tidak hanya berkaitan dengan penyampaian pesan, tetapi juga mencakup proses terbentuknya hubungan dan pertukaran makna antara pihak-pihak yang terlibat.

Secara etimologis, istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin “*communis*” yang memiliki arti “sama”. Kata tersebut kemudian berkaitan dengan istilah *communico*, *communication*, atau *communicare* yang mengandung pengertian membuat sesuatu menjadi sama atau memiliki kesamaan. Mulyana (2004) menjelaskan bahwa pengertian tersebut menunjukkan adanya proses untuk membangun kesamaan pemahaman antara pihak yang menyampaikan pesan dengan pihak yang menerima pesan.

Komunikasi pada dasarnya merupakan aktivitas pertukaran pesan yang dapat berlangsung melalui berbagai bentuk. Pesan tidak hanya disampaikan menggunakan bahasa verbal, baik secara lisan maupun tulisan, tetapi juga dapat diwujudkan melalui bahasa nonverbal seperti ekspresi wajah, gerakan tubuh, penampilan, sikap, maupun simbol-simbol tertentu. Berbagai bentuk tersebut dapat digunakan untuk memperjelas ataupun memberikan makna tambahan terhadap pesan yang disampaikan. Wahlstrom (1992) memandang komunikasi sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui simbol-

simbol yang dapat dipahami bersama dengan tujuan tertentu serta memungkinkan munculnya respons dari penerima pesan.

Littlejohn dan Foss (2008) dalam kajian teori komunikasi menjelaskan bahwa komunikasi merupakan konsep yang tidak mudah diberikan satu definisi tunggal. Hal tersebut disebabkan oleh sifat istilah komunikasi yang abstrak dan memiliki cakupan makna yang luas. Dengan demikian, komunikasi dapat dipahami dari berbagai perspektif sesuai dengan konteks dan tujuan penggunaannya.

Komala dalam Komunikasi Ahli Makrifat menjelaskan bahwa komunikasi melibatkan satu orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan pesan. Dalam proses tersebut, pesan dapat mengalami gangguan (*noise*), berlangsung dalam konteks tertentu, menghasilkan pengaruh tertentu, serta memberikan kemungkinan adanya umpan balik (Komala, 2009). Pemahaman tersebut menunjukkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses yang kompleks karena keberhasilan penyampaian pesan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang terdapat dalam proses komunikasi.

Komala dan Rabathy dalam Psikologi Komunikasi menjelaskan bahwa komunikasi yang efektif membutuhkan adanya pemahaman antara pihak yang mengirimkan pesan dan pihak yang menerima pesan. Kesamaan pemaknaan menjadi salah satu aspek penting agar pesan yang disampaikan dapat diterima sesuai dengan maksud komunikator. Apabila komunikator dan komunikan mampu mencapai pemahaman yang relatif sama terhadap pesan, maka proses komunikasi dapat berlangsung secara lebih efektif (Komala & Rabathy, 2020, hlm. 54).

Komunikasi juga memiliki fungsi yang berkaitan dengan pemenuhan berbagai kebutuhan manusia. Mulyana (2007) menjelaskan bahwa komunikasi dapat digunakan untuk menyelesaikan berbagai kebutuhan dan tugas individu, termasuk membangun serta mempertahankan hubungan dengan orang lain. Melalui komunikasi, seseorang dapat menyampaikan informasi mengenai dirinya, membangun hubungan sosial, sekaligus memengaruhi cara orang lain dalam memahami suatu hal. Dengan demikian, komunikasi tidak hanya menjadi sarana pertukaran informasi, tetapi juga memiliki peran dalam pembentukan hubungan dan identitas seseorang dalam lingkungan sosial.

Gordon I. Zimmerman yang dikutip Mulyana (2010) mengelompokkan tujuan komunikasi ke dalam dua kategori utama. Pertama, komunikasi digunakan untuk membantu individu menyelesaikan berbagai tugas yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan hidupnya. Kedua, komunikasi berfungsi untuk membangun hubungan sosial, memperoleh informasi mengenai lingkungan, serta mempertahankan hubungan dengan individu lainnya.

2.2.1.1 Unsur Komunikasi

Proses komunikasi terdiri atas sejumlah komponen yang saling berkaitan. Salah satu model yang banyak digunakan untuk menjelaskan unsur komunikasi dikemukakan oleh Harold D. Lasswell melalui formula “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*” (Ngalimun, 2017). Unsur tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Sumber

Pesan disampaikan oleh komunikator atau pihak yang memulai sebuah proses komunikasi. Pesan disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Komunikator dapat berupa seorang individu, kelompok atau bahkan sebuah organisasi yang memiliki tujuan tertentu dalam menyampaikan pesan. Agar proses komunikasi dapat berjalan, tujuan dari komunikasi akan tercapai apabila komunikan menerima pesan dari komunikator, memperhatikan, dan dapat dimaknai secara menyeluruh.

2. *Encoding*

Proses *encoding* melibatkan komunikator yang mengubah pemikiran atau ide menjadi bentuk simbol yang dapat dipahami dan diterima oleh komunikan. Enkoding adalah sebuah proses yang terjadi dalam otak individu dalam menghasilkan sebuah pesan.

3. Pesan

Pesan adalah hasil dari proses encoding komunikator yang dapat dirasakan atau diterima oleh indera komunikan. Dalam proses komunikasi, pesan berisi pikiran, ide, atau gagasan dari komunikator yang disampaikan dalam bentuk simbol yang mewakili. Penerimaan sebuah pesan dapat dipengaruhi oleh keterampilan komunikator dalam berkomunikasi, sikap, pengetahuan, bahkan posisi sosial-kebudayaan penerima.

4. Saluran

Saluran adalah jalur yang digunakan untuk mengirimkan pesan atau simbol dari komunikator ke komunikan. Saluran pesan dapat melalui media tertulis, media massa cetak maupun elektronik.

5. Decoding

Proses dekoding adalah tahap dalam memahami pesan yang diterima, mengubahnya dari simbol-simbol fisik menjadi makna yang dapat dipahami oleh penerima.

6. Penerima

Orang yang menerima pesan dari sumber pesan dikenal sebagai komunikan. Karakteristik sumber memiliki pengaruh pada penerimaan pesan pertama oleh komunikan, namun pengaruh tersebut tidak terlalu besar dalam jangka panjang. Keberhasilan komunikasi sangat dipengaruhi oleh sumber pesan, dengan informasi yang lebih mudah diterima jika sumber informasi memiliki kredibilitas. Pesan biasanya diterima oleh komunikan melalui gelombang cahaya atau suara, namun mungkin juga melalui bentuk lain yang merangsang indera.

7. Respon Penerima

Pada hal ini menyangkut apa yang penerima lakukan setelah menerima pesan. Respon komunikan dapat beragam seperti respon kecil seperti keputusan penerima untuk menerima atau menolak pesan, atau memilih untuk melakukan sesuatu setelah menerima pesan. Untuk respon besar dapat dilihat secara tindakan yang segera oleh penerima pesan.

Komunikasi dianggap berhasil apabila respon penerima mendekati apa yang dikehendaki oleh sumber yang menciptakan pesan

8. Umpan Balik

Umpan balik adalah tanggapan yang didapat dari komunikan kepada komunikator sebagai pihak yang telah menyampaikan pesan. Umpan balik merupakan hal yang penting dalam proses komunikasi untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan sudah dipahami dan diterima dengan baik oleh komunikan. Tanpa umpan balik, proses komunikasi tidak akan berlangsung secara kontinu. Umpan balik bisa datang dalam bentuk verbal atau nonverbal, seperti melalui ekspresi wajah atau gerak tubuh saat komunikasi tatap muka.

2.2.1.2 Fungsi Komunikasi

Secara umum, komunikasi dilakukan untuk mengungkapkan dan memperkuat identitas diri, serta untuk mempengaruhi orang lain untuk merasa, berpikir, atau bertindak sesuai dengan keinginan. Namun, tujuan utama berkomunikasi adalah untuk mempengaruhi lingkungan dan kondisi psikologis. Berdasarkan fungsi, William I. Gordon (dalam Mulyana, 2001: 5) membagi fungsi komunikasi menjadi empat kategori, yaitu:

1. Komunikasi Sosial Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial memiliki peran penting dalam membentuk identitas diri, memfokuskan pada aktualisasi diri, membantu mempertahankan hidup, mencapai kebahagiaan, dan menghindari tekanan dan ketegangan. Dengan

komunikasi juga memungkinkan kita untuk bekerja sama dengan orang lain untuk mencapai tujuan bersama.

2. Komunikasi Ekspresif Komunikasi ekspresif dapat dilakukan secara individu maupun bersama dengan orang lain dalam kelompok. Meskipun tidak selalu bertujuan untuk mempengaruhi orang lain, komunikasi ekspresif bisa menjadi cara untuk mengungkapkan perasaan-perasaan individu secara nonverbal.
3. Komunikasi Ritual Fungsi komunikasi sosial biasanya dilakukan secara bersama-sama dalam sebuah komunitas. Setiap tahun, komunitas sering mengadakan acara-acara simbolik yang mencakup ucapan, dan tindakan yang berisi makna simbolik. Melalui upacara ritual, anggota komunitas dapat berkumpul dan berbagi komitmen emosional dan spiritual sehingga memperkuat kesatuan grup.
4. Komunikasi Instrumental Komunikasi instrumental memiliki beberapa tujuan utama, seperti memberikan informasi, mengajar, memotivasi, mempengaruhi sikap dan keyakinan, serta mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan. Komunikasi ini juga memiliki unsur persuasi, di mana pembicara ingin pendengar mempercayai dan memahami informasi yang disampaikan akurat dan layak didengar. Komunikasi juga memiliki peran sebagai alat untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang.

Secara umum, tujuan utama dari komunikasi adalah untuk mengubah sikap, opini, mengubah perilaku dan mengubah masyarakat. Fungsi komunikasi sendiri

berperan sebagai penunjang keberhasilannya interaksi dengan adanya ekspresi dari seorang individu kepada komunikannya. Melalui komunikasi, seseorang dapat menggerakkan suatu massa atau komunitas untuk tujuan yang sama melalui komunikasi. Fungsi komunikasi merupakan sebuah alat untuk menyampaikan makna yang berfungsi untuk menyampaikan informasi yang layak didengar.

2.2.1.3 Tujuan Komunikasi

Menurut Liliweri (2011) dalam bukunya yang berjudul “Komunikasi Serba Ada Serba Makna” dikatakan bahwa tujuan komunikasi dirumuskan melalui konsep SMART yang artinya sebuah komunikasi harus dapat memenuhi:

1. *Spesific*, menciptakan perasaan khusus pada target, artinya mereka memperhatikan informasi yang datang dari sumber yang khusus, pesan yang khusus, media yang khusus, dan memiliki efek yang khusus pada konteks yang khusus juga.
2. *Measureable*, tujuan komunikasi hanya dapat tercapai jika sumber komunikasi menentukan ukuran untuk setiap elemen dalam proses komunikasi. Ada indikator yang membantu menentukan apakah sumber cocok untuk mencapai tujuan komunikasi, dan juga alat ukur untuk pesan, media, target, efek, dan indikator untuk konteks.
3. *Attainable*, penentuan apa yang seharusnya dicapai dalam suatu aktivitas komunikasi adalah tujuan komunikasi, dan hal ini harus ditentukan untuk mengetahui tingkat ketercapaian tujuan komunikasi
4. *Result oriented*, tujuan komunikasi harus memfokuskan pada hasil yang telah ditentukan dan direncanakan.

5. *Time limited*, komunikasi yang efektif adalah yang memiliki batas waktu untuk menentukan apakah tujuannya telah tercapai.

2.2.2 Komunikasi Massa

Komunikasi massa dapat diartikan sebagai penyampaian pesan-pesan melalui media massa untuk mencapai khalayak yang luas. Pembatasan pada konsep ini terletak pada unsur-unsur komunikasi massa, yaitu pesan dan media massa seperti televisi, radio, koran, majalah, dan film. Menurut Deflour dan Dennis McQuail (1985), dijelaskan bahwa:

Komunikasi massa adalah suatu proses komunikasi dalam hal ini komunikator dengan menggunakan media untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas, dan secara terus menerus yang dapat mempengaruhi khalayak-khalayak yang besar dan berbeda-beda dengan berbagai cara.

Menurut Bittner (1980), definisi paling sederhana dari komunikasi massa adalah penyampaian pesan melalui media massa kepada sejumlah orang. Dalam komunikasi massa, media menjadi komunikator yang memiliki jangkauan yang luas.

2.2.2.1 Karakteristik Komunikasi Massa

Karakteristik komunikasi massa adalah penyampaian pesan melalui media massa baik dalam bentuk audio visual ataupun cetak. (Zaenab, 2013) dalam bukunya yang berjudul “Komunikasi Massa Sebuah Pengantar Manajemen Komunikasi”, menjelaskan bahwa karakteristik komunikasi massa terbagi menjadi:

1. Komunikator bersifat terlembaga

Dalam komunikasi massa, komunikator tidak terdiri dari satu orang, melainkan merupakan kelompok atau kombinasi dari berbagai unsur yang bekerja sama dalam sebuah lembaga. Media massa dikenal sebagai organisasi sosial karena terdiri dari sekelompok individu yang berkolaborasi dalam proses komunikasi massa (Nurudin, 2004:16-18).

2. Ditujukan kepada khalayak luas

Komunikasi massa memiliki sifat heterogen dan anonim. Heterogen mengacu pada keberagaman komunikator dalam penggunaan media massa, yang meliputi variasi pendidikan, umur, jenis kelamin, status sosial, tingkat ekonomi, latar belakang budaya, dan agama. Sementara itu, anonim menggambarkan komunikator dalam komunikasi massa yang tidak dikenal secara personal karena berinteraksi melalui media tanpa tatap muka. Oleh karena itu, media massa dapat menyebabkan keseragaman dalam persepsi dan pemahaman (Ardianto, 2004:9).

3. Bersifat umum

Pesan dalam komunikasi massa menyangkut kepentingan umum dan bukan kepentingan individu atau pribadi. Pesan bersifat universal, artinya tidak ditujukan untuk satu orang atau kelompok masyarakat tertentu. Oleh karena itu, pesan-pesan dalam komunikasi massa seharusnya tidak memiliki karakteristik khusus atau ditujukan untuk golongan tertentu.

4. Pesan disampaikan secara cepat dan luas

Penyampaian pesan melalui media massa terjadi dengan cepat dan memiliki jangkauan yang luas, bahkan dapat mencakup wilayah geografis dan budaya yang berbeda. Oleh karena itu, media massa sering disebut sebagai “message multiplier” karena mampu menyebarkan pesan secara cepat dan menjangkau khalayak luas.

5. Penyampaian pesan satu arah

Penyampaian pesan melalui media massa bersifat satu arah dan umpan balik dari khalayak biasanya terjadi dengan jeda waktu yang cukup lama. Respon khalayak terhadap isi pesan media massa bisa berupa penerimaan atau penolakan pesan. Karena media massa menjadi perantara dalam komunikasi, maka komunikator dan komunikan tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator bertindak aktif dalam menyampaikan pesan dan komunikan pun aktif dalam menerima pesan, namun interaksi keduanya tidak dapat dilakukan secara langsung.

6. Komunikasi massa dilakukan secara terencana

Komunikator pada media massa bekerja berdasarkan struktur organisasi yang teratur dan memiliki tugas yang terbagi dengan jelas. Identitas yang diperlihatkan oleh komunikator bukanlah identitas individu, melainkan identitas dari organisasi atau kelompok media. Dalam komunikasi massa, khalayak dapat mengakses media massa hampir secara bersamaan.

7. Pesan disampaikan secara berkala

Pesan-pesan di media massa tidak bersifat sementara atau hanya untuk sementara waktu, melainkan bersifat tetap. Untuk menyebarluaskan pesan tersebut secara cepat dan merata kepada khalayak yang tersebar, media massa membutuhkan bantuan peralatan teknis.

8. Media mengutamakan isi dibandingkan hubungan

Dalam komunikasi, terdapat dua unsur penting yaitu isi dan hubungan. Namun pada komunikasi massa, unsur isi memiliki peran yang lebih krusial. Hal ini dikarenakan pesan yang akan disampaikan harus disusun secara sistematis dan diatur dengan teori yang sesuai dengan karakteristik media massa yang digunakan.

9. Kemampuan respon alat indra yang terbatas

Komunikasi massa mempengaruhi kemampuan alat indra dalam memberikan respon terhadap jenis media massa yang digunakan. Dalam media massa cetak, respon khalayak hanya terbatas pada kemampuan melihat saja, sedangkan dalam media massa televisi dan film, khalayak dapat merespon dengan kemampuan mendengar, melihat, dan membaca.

10. Dikontrol oleh *gatekeeper*

Gatekeeper dalam komunikasi massa memiliki peran penting untuk mengontrol dan memilih informasi yang akan disajikan kepada khalayak. Mereka membantu dalam menambahkan, mengurangi, dan menyederhanakan informasi sehingga mudah dipahami oleh khalayak. Keberadaan *gatekeeper* sama pentingnya dengan peralatan teknologi

yang digunakan dalam media massa. Oleh karena itu, *gatekeeper* menjadi hal yang wajib ada dalam media massa dan menjadi salah satu ciri khasnya.

2.2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa ialah proses komunikasi yang ditujukan untuk menyampaikan pesan kepada sejumlah besar audiens yang sangat besar, dan dilakukan melalui media audio atau visual yang disalurkan oleh pemancar-pemancar. Komunikasi massa memiliki berbagai fungsi, menurut Dominick (dalam Ardianto, dkk., 2012), dijelaskan fungsi komunikasi massa sebagai berikut:

1. Fungsi pengawasan

Terdiri dari dua bentuk utama, yaitu pengawasan peringatan dan pengawasan instrumental. Fungsi ini dilaksanakan oleh media massa ketika memberikan informasi tentang ancaman yang diakibatkan oleh berbagai peristiwa seperti bencana alam, serangan militer, maka fungsi pengawasan peringatan terpenuhi. Sedangkan jika informasi yang disampaikan oleh media massa bermanfaat dan dapat membantu masyarakat dalam kehidupan sehari-hari, maka fungsi pengawasan instrumental terpenuhi.

2. Fungsi penafsiran

Fungsi ini diterapkan ketika media tidak hanya menyampaikan fakta dan data kepada masyarakat, tetapi juga memberikan penafsiran tentang peristiwa-peristiwa penting. Media memilih dan menentukan kejadian mana yang pantas disajikan dan yang tidak pantas disajikan.

3. Fungsi keterikatan

Media massa mampu mempersatukan anggota masyarakat yang beragam dan membentuk hubungan yang didasarkan pada kepentingan dan minat yang sama terhadap suatu hal.

4. Fungsi penyebaran nilai

Fungsi ini dikenal sebagai fungsi sosialisasi, di mana media massa menunjukkan kepada masyarakat tentang perilaku yang seharusnya dilakukan dan harapan yang diinginkan dari mereka.

5. Fungsi hiburan

Fungsi hiburan dari media massa bertujuan untuk menyegarkan pikiran masyarakat yang sedang lelah atau penat. Fungsi ini selalu ada pada setiap jenis media massa.

2.2.3 Media Massa

2.2.3.1 Definisi Media Massa

Media merupakan suatu sarana atau perangkat yang dipergunakan untuk mengirimkan pesan dari pengirim kepada penerima. Sementara itu, media massa memiliki makna sebagai sebuah medium yang digunakan untuk menghantarkan pesan dari sumber kepada khalayak, dengan menggunakan berbagai jenis alat komunikasi seperti radio, televisi, film, hingga surat kabar.

Media massa adalah suatu medium atau sarana yang digunakan dalam proses komunikasi kepada masyarakat luas. Dengan pastinya, media massa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemikiran dan perilaku dari masyarakat, baik dalam aspek budaya, sosial maupun politik. Melalui media massa, masyarakat dibentuk untuk memiliki opini publik yang bisa membawa perubahan signifikan (Ardianto, dkk., 2012:58).

2.2.3.2 Efek Media Massa

Mengutip pendapat M. Chaffe dalam Elvinaro Ardiano, media massa memiliki dampak yang terkait dengan perubahan sikap, emosi, dan perilaku dalam komunikasi. Hal ini dapat dijelaskan dengan adanya efek kognitif, afektif dan konatif dari media massa.

1. Efek kognitif

Efek kognitif media massa terjadi ketika komunikan menerima informasi yang memberikan manfaat bagi dirinya. Dalam efek kognitif tersebut, dibahas mengenai bagaimana media massa dapat membantu khalayak

untuk memperoleh informasi yang berguna dan mengembangkan kemampuan kognitifnya.

2. Efek afektif

Media massa tidak hanya bertujuan untuk memberikan informasi kepada khalayak, tetapi lebih dari itu. Media massa berharap khalayak dapat merasakan emosi seperti simpati, terharu, sedih, gembira, dan lain sebagainya. Media massa berusaha menciptakan suasana atau membangkitkan emosi khalayak dalam menyampaikan pesan pesannya.

3. Efek konatif

Efek konatif media massa terlihat pada perubahan perilaku, Tindakan, atau kegiatan dari khalayak.

2.2.3.3 Film Sebagai Media Massa

Terdapat banyak media dalam komunikasi massa, salah satunya adalah film yang merupakan gambar bergerak yang memuat unsur warna, suara dan cerita. Sampai saat ini, film telah menjadi media massa yang sangat terkenal. Film merupakan karya seni dan budaya yang berfungsi sebagai media komunikasi massa dan pranata sosial yang dibuat sesuai dengan prinsip sinematografi dan bisa dipertontonkan di depan banyak orang.

Peran penting film sebagai media komunikasi massa telah diakui. Film merupakan suatu bentuk media komunikasi yang menggunakan unsur audio visual untuk menyampaikan pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat tertentu (Effendy, 1986). Pesan yang terkandung dalam sebuah film bisa

berupa apapun tergantung dari misi film tersebut. Tanda-tanda yang ditampilkan dalam film mengandung pesan dan informasi yang berbeda-beda.

Film dibangun dengan banyak tanda yang bekerja sama sebagai sistem utuh untuk mencapai efek yang diinginkan. Sobur dalam bukunya “Semiotika Komunikasi” (2009), berpendapat bahwa, gambar dan suara adalah hal terpenting dalam film, termasuk kata-kata yang diucapkan dan suara-suara lain yang mengiringi gambar-gambar, serta musik dalam film.

Menurut Pratomo (2007:7), film menyampaikan pesna-pesan melalui bahasa filmis yang dibangun menggunakan kode-kode dan konvensi sinematografis. Hal ini dilakukan agar penonton dapat memahami makna dari gambar yang disajikan dalam film tersebut. Film dan gambar memiliki perbedaan fungsi mendasar, di mana film dianggap sebagai pesan dan gambar sebagai bahasa. Bahasa sendiri merupakan suatu sistem terorganisir secara logis yang terdiri dari beberapa subsistem. Film memperlihatkan kekuatan gambar dalam menyampaikan makna kepada orang lain dan dapat menggabungkan beberapa cabang seni sekaligus.

Sebagai media komunikasi, film memiliki fungsi seperti menghibur, memberikan informasi, serta menceritakan peristiwa, musik, drama dan unsur lainnya kepada masyarakat.

2.2.4 Film

2.2.4.1 Definisi Film

Film merupakan sarana untuk menyampaikan berbagai pesan kepada khalayak umum melalui media cerita dan dapat dianggap sebagai media ekspresi

artistik bagi para seniman dalam menyampaikan gagasan serta ide cerita yang ingin disampaikan (Wibowo dalam Rizal, 2014).

Film dianggap sebagai hasil dari budaya dan juga sebuah alat ekspresi kesenian. Sebagai media massa, film menggabungkan berbagai teknologi seperti fotografi, dan rekaman suara, serta seni rupa, teater, sastra, arsitektur dan musik (Effendi, 1986:239).

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1992, definisi film adalah karya seni dan budaya yang memiliki hak cipta. Film digunakan sebagai media komunikasi massa yang memancarkan gambar secara visual, dengan menggunakan prinsip sinematografi dan direkam dengan berbagai teknologi seperti seluloid tape, videotape, atau teknologi lainnya dalam berbagai bentuk, ukuran dan jenis. Film diproses dengan berbagai teknologi dan dapat ditampilkan dengan atau tanpa suara. Proses mekanis elektronik atau teknologi lainnya juga dapat digunakan untuk menampilkan film.

Film adalah suatu fenomena yang kompleks yang mencakup aspek sosial, psikologi, dan estetika (Pratista, 2008). Film terdiri dari kombinasi cerita, gambar, kata-kata dan music yang membentuk sebuah dokumen (Sobur, 2009). Karena kompleksitasnya, film merupakan hasil produksi yang memerlukan dimensi dan teknik (Effendy, 2003). Saat ini film telah menjadi media yang semakin penting dan dianggap sama pentingnya dengan media lainnya (Baran & Davis, 2009)

Film merekam realitas yang ada di masyarakat dan memproyeksikannya di atas layar. Karena kemampuannya menjangkau berbagai lapisan sosial, film dianggap sebagai medium yang dapat mengirimkan pesan kepada masyarakat. Para

ahli menyadari kekuatan film untuk mempengaruhi penonton dan beberapa film bahkan diangkat dari kisah nyata yang mempengaruhi pemikiran audiens.

2.2.4.2 Elemen Elemen Film

Dalam sebuah film terdapat elemen-elemen penting yang tersusun dengan baik sehingga membentuk sebuah karya film yang dapat dinikmati oleh penonton. Elemen-elemen tersebut meliputi unsur naratif dan unsur sinematik. Unsur naratif merupakan elemen penting yang memungkinkan cerita dalam film dapat disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami oleh penonton (Pratista, 2020). Unsur naratif film meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. Ruang

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

2. Waktu

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

3. Perilaku cerita

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

4. Konflik

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

5. Tujuan

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

Menurut Pratista (2020), unsur sinematik merupakan aspek-aspek teknis pembentuk film. Dalam unsur sinematik pada film, terdapat empat aspek utama, yaitu *mise-en-scene*, sinematografi, suara dan editing. *Mise-en-scene* adalah pengungkapan gagasan yang diubah dari kata-kata menjadi gambaran visual. Unsur ini terdiri dari empat aspek yaitu setting, kostum dan tata rias, pencahayaan, dan aktor.

1. *Mise-en-scene*

Mise-en-scene merupakan konsep yang mengubah ide dalam bentuk kata menjadi visual melalui gambaran. *Mise-en-scene* mencakup semua hal yang berada di depan kamera yang akan direkam dalam produksi film, mencakup setting, kostum dan tata rias wajah, pencahayaan, dan aktor.

2. Sinematografi

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

3. Suara atau audio

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

4. Editing

Pada tahap ini, gambar-gambar yang telah diambil akan diolah dan digabungkan menjadi satu kesatuan yang utuh. Dalam produksi, editing didefinisikan sebagai proses memilih dan menggabungkan gambar yang telah diambil, sedangkan dalam pasca produksi editing

mengacu pada teknik yang digunakan untuk mengatur penggunaan setiap shot.

2.2.4.3 Jenis Jenis Film

Menurut Suksma dikutip dalam “Memahami Film” (Pratitsta, 2008), film memiliki fungsi yang sangat beragam, tidak hanya sebagai hiburan bagi masyarakat. Dalam kategorisasi umum, film dikelompokkan menjadi 3 jenis berdasarkan cara penyampaian cerita. Jenis film dibagi menjadi:

1. Film documenter

Film documenter adalah film nonfiksi yang memiliki empat kriteria yaitu adegan dalam film yang merupakan kejadian sebenarnya tanpa interpretasi imajinatif, isi cerita berdasarkan peristiwa nyata, sutradara memiliki konsentrasi yang lebih pada suatu topik dan memprioritaskan isi dan pemaparan.

2. Film fiksi

Film fiksi memiliki plot cerita yang dibuat berdasarkan imajinasi. Dalam pembuatan film ini, perencanaan dilakukan dengan sangat hati-hati termasuk struktur cerita. Produksi film fiksi lebih kompleks daripada jenis film lainnya karena melibatkan jumlah kru yang lebih banyak dan membutuhkan waktu yang lebih lama untuk mengatur lokasi.

3. Film eksperimental

Film eksperimental memiliki struktur yang didasarkan pada insting subjektif dari sineas yang mencakup gagasan, ide, emosi dan

pengalaman batin. Film jenis ini cenderung abstrak dan sulit dipahami karena menggunakan simbol-simbol personal yang diciptakan oleh pembuatnya.

2.2.5 Representasi

Menurut John Fiske (2004), representasi dapat diartikan sebagai suatu proses komunikasi dimana realitas disampaikan melalui kata-kata, bunyi, citra, atau kombinasinya. Sementara itu, Stuart Hall (1997) menyebutkan bahwa representasi adalah salah satu praktik penting yang memproduksi kebudayaan. Dalam hal ini, representasi dapat dijelaskan sebagai sebuah proses dimana anggota dari sebuah budaya menggunakan bahasa dan tanda-tanda untuk memproduksi makna.

Representasi menjadi konsep penting dalam kajian budaya karena mampu menggambarkan ekspresi hubungan antara teks dengan realitas, meskipun tidak secara langsung merepresentasikan realitas yang sesungguhnya. Dalam konteks kajian film, representasi menjadi upaya untuk melihat bagaimana realitas dibangun dalam sebuah film. Dalam hal ini, representasi bisa terlihat melalui berbagai elemen dalam film, seperti visual, narasi, dan dialog.

Dalam memahami representasi dalam film, penting untuk memperhatikan bahasa yang digunakan, baik verbal maupun nonverbal. Bahasa dalam hal ini bisa merujuk pada sistem tanda-tanda yang digunakan dalam film, seperti warna, simbol, dan gerakan kamera. Selain itu, konteks sosial dan budaya juga memainkan peran penting dalam pembangunan representasi dalam sebuah film.

Dalam kesimpulannya, representasi merupakan sebuah proses penting dalam pembangunan makna dalam budaya. Dalam konteks kajian film, representasi

menjadi kunci untuk memahami bagaimana realitas dibangun dan direpresentasikan melalui berbagai elemen dalam film, serta konteks sosial dan budaya yang mempengaruhi proses tersebut.

2.2.6 Krisis Identitas

2.2.6.1 Identitas

Aniek dalam bukunya budaya dan identitas dengan mengutip Jary, konsep identitas dibatasi sebagai *"A sense of self that develops as the child differentiates from parents and family and takes place in society"* konsep ini merujuk pada citra serta pengertian yang dimiliki seseorang mengenai siapa diri mereka, pada apa yang penting mengenai mereka. Sumber-sumber identitas yang penting diantaranya mengacu pada nasionalitas, seksualitas, etnisitas, gender dan kelas, serta kelompok sosial yang menjadi dasar rujukan identifikasi individu.

Dalam pengkajian identitas terdapat dua pendekatan yang dituliskan oleh Barker dalam bukunya, yaitu pendekatan esensialis dan pendekatan non-esensialis. Dalam pandangan esensialis, identitas diyakini sebagai sesuatu yang memiliki karakteristik yang tunggal, jelas, otentik, tetap dan tidak berubah meskipun waktu dan kondisi sosial berubah. Dalam esensialisme, identitas ada sebagai inti universal dan abadi dari diri yang manusia miliki semua. Sementara pendekatan non-esensialis mendefinisikan identitas sebagai produksi dari sebuah sosial budaya yang tidak menentu, dalam arti identitas seluruhnya merupakan konstruksi sosial dan tidak mungkin 'eksis' di luar representasi budaya dan akulturasi. Dalam non-esensialis, identitas bersifat bisa berubah, dan maknanya bisa dibentuk serta terbuka terhadap perubahan mengikuti kondisi sosial budaya yang ada.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan dari para pemikir *cultural studies* yang mendefinisikan identitas sebagai non-esensialis dan lebih khusus menggunakan teori identitas Stuart Hall.

Menurut pandangan *cultural studies* konsep subjektivitas dan identitas memiliki hubungan erat dan secara virtual tidak dapat dipisahkan. Dua hal tersebut dibagi menjadi tiga definisi oleh Barker, yaitu;

pertama, subjektivitas yang ditulis Barker sebagai "*The condition of being a person and the processes by which we become a person; that is, how we are constituted as subjects (biologically and culturally) and how we experience ourselves (including that which is indescribable)*", kondisi sebagai seseorang pribadi dan proses di mana kita menjadi seorang pribadi, yaitu sebagai pribadi kita dibentuk menjadi subjek (secara biologis dan budaya) serta bagaimana kita mengalami diri kita sendiri (termasuk hal-hal yang tidak dapat dijelaskan).

Kedua, identitas diri yang ditulis Barker sebagai "*The verbal conceptions we hold about ourselves and our emotional identification with those self-descriptions*", konsep verbal yang kita pegang tentang diri kita dan identifikasi emosional kita dengan deskripsi diri.

Ketiga, identitas sosial sebagai "*The expectations and opinions that others have of us*", ekspektasi dan opini pendapat orang lain terhadap diri kita itu adalah identitas sosial.

Sutrisno dan Putranto dalam bukunya menyimpulkan ada empat konsep identitas dan subjektivitas menurut pemikiran *cultural studies*, yakni:

- 1) Pertama, dalam *cultural studies*, *person/personhood* dipandang sebagai produk budaya, menjadi seorang *person* (Subjek) sepenuhnya bersifat sosial kultural, dengan demikian identitas sepenuhnya adalah konstruksi sosial- budaya.
- 2) Kedua, *cultural studies* menolak pandangan kaum esensialis terkait identitas, dalam *cultural studies* identitas dipandang sebagai entitas yang bisa berubah-ubah menurut sejarah, waktu dan ruang tertentu.
- 3) Ketiga, *cultural studies* melihat identitas sebagai sebuah proyek diri, identitas merupakan ciptaan kita (manusia sendiri) sesuatu yang selalu berproses, suatu gerak 'menuju' dan bukan suatu 'kedatangan'.
- 4) Keempat, bagi *cultural studies*, identitas bersifat sosial, manusia disusun menjadi subjek melalui proses sosial, proses terjadi dalam diskursus bahasa, dalam hal ini identitas adalah hasil dari 'dualitas' Subjek dan struktur tatanan sosial yang ada dalam masyarakat.

Stuart Hall beranggapan bahwasanya tahap awal modernitas telah membentuk suatu individualisme baru dan menentukan (desisif) yang menjadi titik pusat suatu konsepsi baru mengenai subjek individual dan identitasnya. pada masyarakat pra-modern identitas masyarakat lumrahnya mengambil dasar di sekitar struktur-struktur teadisional, khususnya berkaitan dengan agama. Memasuki era modern, Stuart Hall mengidentifikasi identitas menjadi tiga konsep, yaitu:

- 1) *Enlightenmen subject* (Subjek pencerahan), individu (subjek) dipandang sebagai entitas yang stabil, rasional, dan terpusat.

Identitas melekat dalam diri dan tidak terpengaruhi oleh ruang waktu sosial budaya yang ada.

- 2) *Sociological subject* (Subjek sosiologi), identitas individu (subjek) dibentuk melalui interaksi sosial budaya dan hubungan dengan masyarakat. Identitas tidak lagi tetap tetapi dapat berubah.
- 3) *Postmodern subject* (Subjek pascamodern). Identitas yang terfragmentasi, beragam, dan selalu berubah. Identitas dalam pascamodern bisa berkebalikan dalam kurun waktu yang berbeda dan identitas tidak terpusat di sekitar 'diri' yang koheren.

Hall berpendapat bahwa ada lima pengetahuan sosial modern yang telah memberikan kontribusi kepada pemahaman sekarang tentang subjek yang terpinggirkan. Kelima pengetahuan tersebut ialah, Marxisme, psikoanalisis, feminisme, sentralitas bahasa dan karya Foucault.

2.2.6.2 Krisis Identitas

Krisis identitas adalah suatu kondisi psikologis dan sosial ketika seseorang mengalami kebingungan atau ketidakpastian mengenai siapa dirinya, apa nilai-nilainya, dan bagaimana perannya dalam masyarakat. Istilah ini dikembangkan secara konseptual oleh Erik H. Erikson dalam kerangka teori perkembangan psikososial. Erikson (1968) menempatkan krisis identitas sebagai masalah utama pada tahap remaja, namun krisis ini bisa berlanjut hingga dewasa ketika individu menghadapi perubahan sosial, budaya, atau eksistensial.

Menurut Erikson (1968), identitas adalah kesadaran akan kesinambungan dan koherensi diri, baik secara internal (dalam pengalaman individu) maupun

eksternal (dalam pengakuan sosial). Ketika individu gagal membentuk integrasi antara harapan internal dan realitas eksternal, maka terjadilah krisis identitas.

James Marcia (1980) mengembangkan lebih lanjut teori Erikson dan membagi status identitas menjadi empat, yaitu:

1. *Identity achievement* (penemuan identitas),
2. *Moratorium* (masa eksplorasi),
3. *Foreclosure* (identitas yang dibentuk tanpa eksplorasi),
4. *Identity diffusion* (kebingungan identitas total).

Krisis identitas terutama terjadi dalam status *moratorium* dan *diffusion*, ketika individu mengalami tekanan sosial namun belum memiliki komitmen yang stabil terhadap pilihan identitasnya. Seperti dijelaskan oleh Marcia, proses pembentukan identitas tidak hanya soal pemilihan nilai dan peran, tetapi juga keterlibatan aktif individu dalam eksplorasi yang bermakna terhadap berbagai alternatif yang tersedia (Marcia, 1980).

Krisis identitas tidak terjadi secara acak, melainkan dapat dipicu oleh sejumlah faktor eksternal maupun internal. Beberapa faktor penyebab terjadinya krisis identitas menurut para ahli antara lain:

1. Perubahan Sosial dan Budaya

Stuart Hall (1996) menyatakan bahwa identitas bersifat dinamis dan terbentuk dalam konteks sosial serta kultural. Ketika sistem nilai dominan terguncang atau mengalami perubahan cepat (seperti globalisasi, digitalisasi, atau migrasi budaya), maka individu dapat

mengalami dislokasi identitas. Dalam konteks ini, identitas tidak lagi dianggap sebagai entitas yang tetap dan esensial, melainkan sebagai konstruksi diskursif yang terus-menerus dinegosiasikan dalam relasi sosial yang lebih luas (Hall, 1996).

2. Tekanan Peran Sosial

Ketika individu tidak mampu memenuhi peran yang diharapkan oleh masyarakat—seperti sebagai anak, mahasiswa, pekerja, atau kepala keluarga—maka terjadi ketidaksesuaian antara identitas ideal dan identitas aktual. Hal ini memicu konflik internal. Dalam psikologi perkembangan, tekanan sosial ini dikaitkan dengan tuntutan normatif terhadap tugas-tugas perkembangan yang, jika tidak terpenuhi, dapat menghambat perkembangan identitas secara optimal (Hurlock, 1990).

3. Ketidakpastian Masa Depan

Kondisi politik, ekonomi, atau personal yang tidak stabil dapat menimbulkan kecemasan eksistensial dan keraguan terhadap arah hidup. Ketika tidak ada visi masa depan yang jelas, maka individu merasa kehilangan arah. Kroger (2004) menjelaskan bahwa kondisi ketidakpastian identitas, khususnya dalam fase *moratorium* dan *diffusion*, seringkali berkaitan dengan munculnya ketegangan psikologis seperti kecemasan, keraguan, dan perasaan terisolasi.

4. Trauma atau Peristiwa Hidup Signifikan

Perubahan mendadak seperti kehilangan orang tua, perceraian, kegagalan akademik, atau tekanan dari lingkungan juga dapat

menyebabkan krisis identitas. Trauma semacam ini seringkali mendorong individu untuk melakukan proses evaluasi ulang terhadap makna diri dan arah hidup, sehingga berpotensi menghasilkan konstruksi identitas yang tidak stabil atau terfragmentasi (Kroger, 2004).

Krisis identitas tidak hanya dipahami sebagai fenomena psikologi individu, tetapi juga sebagai hasil dari interaksi antara faktor internal dan tekanan sosial budaya yang dinamis.

2.2.7 Semiotika

Dari segi etimologis, semiotika berasal dari kata Yunani "*semeion*" atau "*seme*" yang merujuk pada "tanda". Oleh karena itu, semiotika adalah sebuah disiplin ilmu yang membahas tentang hakikat suatu tanda. Selain itu, semiotika juga merupakan sebuah bidang studi yang mengkaji tentang bagaimana sistem tanda bekerja, dan termasuk dalam cabang filsafat penanda. Dalam kata lain, semiotika dapat diartikan sebagai studi tentang makna suatu objek melalui tanda.

Tanda yang dimaksud meliputi konteks sosial dan budaya yang membentuknya, yang digunakan untuk memberikan makna tertentu. Tanda tersebut terdiri dari kode-kode yang disusun secara sistematis untuk menyampaikan pesan atau perasaan yang tersirat pada manusia. Karena manusia merupakan mediator dalam proses komunikasi, tanda menjadi sangat penting dan manusia memainkan peran penting dalam memahami makna dari tanda tersebut.

Teori semiotika komunikasi mencerminkan proses komunikasi sebagai proses yang melibatkan penggunaan tanda-tanda seperti bahasa, lambang, dan simbol untuk menyampaikan pesan dengan sudut pandang subjektif. Saussure

(2016:7), seperti yang dikutip oleh Sobur, menjelaskan bahwa semiotika adalah ilmu yang mempelajari peran tanda dalam kehidupan sosial.

Semiotika merupakan suatu ilmu atau metode analisis untuk mempelajari tanda. Tanda-tanda merupakan perangkat yang digunakan manusia untuk berinteraksi di dunia ini bersama-sama manusia lainnya. Dalam istilah simiologi, semiotika bertujuan untuk mempelajari bagaimana manusia memberikan makna pada hal-hal di sekitarnya. Pada dasarnya, semiotika ingin memahami bagaimana kemanusiaan menginterpretasi objek-objek di dunia ini. (Barthes, yang dikutip oleh Sobur, 2016:15).

Semiotika adalah sebuah disiplin ilmu yang digunakan untuk menganalisis tanda-tanda dengan bantuan manusia. Tanda yang dianalisis meliputi objek-objek yang ditampilkan dalam berbagai media seperti teks, gambar, video, dan simbol-simbol yang ada dalam media cetak atau elektronik. Manusia berperan sebagai perantara dalam proses analisis tanda, sekaligus sebagai pengguna simbol dalam menyampaikan pesan. Dalam proses komunikasi, semiotika membantu dalam menafsirkan pesan-pesan yang disampaikan melalui berbagai tanda yang digunakan.

2.3 Kerangka Teoritis

2.3.1 Analisis Semiotika Roland Barthes

Roland Barthes, seorang ahli semiotika, melakukan pengembangan pada konsep semiotika Ferdinand de Saussure yang mengatakan bahwa penanda berperan sebagai objek dan petanda sebagai bentuk makna. Barthes menambahkan

bahwa makna yang sebenarnya disebut denotasi, sedangkan makna tambahan disebut konotasi, dan terdapat mitos yang muncul di balik komunikasi sehari-hari.

Konsep semiotik atau semiologi menekankan pada bagaimana manusia memaknai berbagai hal, tanpa perlu mengomunikasikan tafsiran makna tersebut. Penafsiran tersebut mencakup tidak hanya informasi, tetapi juga sistem terstruktur dari tanda jika hal-hal tersebut akan dikomunikasikan. (Barthes, 1998:179; Sobur:15).

Menurut Barthes, pembaca memiliki peran penting dalam pengungkapan salah satu aspek penting mengenai tanda. Konotasi, sebagai sifat alami dari tanda, memerlukan partisipasi aktif dari pembaca agar dapat berfungsi. Barthes dengan jelas merujuk pada sistem pemaknaan kedua sebagai konotatif dan tataran pertama sebagai denotatif.

Gambar 2.1 Peta Tanda Roland Barthes

1. Signifier (Penanda)	2. Signified (petanda)
3. Denotative Sign (Tanda Denotatif)	
4. CONNOTATIVE SIGNIFIER (PENANDA KONOTATIF)	5. CONNOTATIVE SIGNIFIED (PETANDA KONOTATIF)
6. CONNOTATIVE SIGN (TANDA KONOTATIF)	

Dari gambar peta di atas, dapat disimpulkan bahwa tanda denotatif terdiri dari penanda dan petanda, di mana denotatif juga merupakan penanda konotatif secara bersamaan. Oleh karena itu, hal tersebut merupakan unsur material yang hanya dapat direfleksikan konotasi seperti harga diri, garang, dan keberanian, jika seseorang mengenali tanda "singa".

Menurut Copley dan Jansz (1999:51), tanda konotatif bukan hanya memberikan makna tambahan atau memperbesar, tetapi juga mempertahankan kedua komponen tanda denotatif sebagai fondasinya. Barthes memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kesempurnaan semiologi Saussure, yang hanya mencapai level penandaan denotatif.

Dalam semiologi, denotasi dan konotasi memainkan peran penting dibandingkan dengan peran lainnya dalam ilmu linguistik. Denotasi memiliki sifat langsung, artinya terdapat makna khusus dalam sebuah tanda yang pada dasarnya merupakan gambaran dari petanda (Berger, 2000b:55). Denotasi sering diartikan sebagai makna yang sebenarnya, yang merujuk pada penggunaan bahasa dengan arti yang sebenarnya terucap. Dengan kata lain, denotasi adalah level tandan yang pada pemaknaannya menghasilkan makna yang eksplisit, langsung, dan pasti.

Di sisi lain, makna konotasi sedikit berbeda ketika terkait dengan budaya tersirat dalam tanda tersebut, yang berbeda dengan makna yang sebenarnya terkandung di dalamnya. Konotasi mengungkapkan makna yang tidak eksplisit, tidak langsung, dan tidak pasti. Pemahaman konotatif dijelaskan sebagai aspek dari satu atau sekelompok kata yang berasal dari perasaan dan pikiran yang muncul atau berpengaruh pada penulis dan pembaca. Arthur Asa Berger berpendapat bahwa ada hal-hal yang bersifat simbolis, tanda, atau historis yang terkait dengan emosi (Berger, 2000:15). Subyektifnya, ada pergeseran dari makna umum yaitu denotatif yang disebabkan oleh penambahan emosi dan nilai tertentu, yang hanya bisa dimengerti oleh sebagian kecil orang.

Mitos digunakan sebagai justifikasi nilai-nilai dominan yang berlaku pada waktu tertentu. Meskipun terdapat tiga dimensi tanda - yaitu penanda, petanda, dan tanda - dalam pemaknaan mitos, sistem pemaknaannya unik karena mitos dibangun dari pemaknaan sebelumnya atau sebagai pemaknaan tataran kedua. Mitos adalah sistem komunikasi lisan atau pesan, dan merupakan cara pemaknaan bentuk yang tidak dapat dianggap sebagai objek, konsep, atau ide.

Mitos terbentuk dalam bentuk lisan dan dapat diartikan melalui wacana. Beberapa aspek yang ditekankan oleh Barthes adalah dinamisme mitos, yang mengalami perubahan yang cepat untuk menyesuaikan nilai-nilai budaya yang berubah dan tuntutan masyarakat untuk menjadi bagian dari kebudayaan tersebut. Oleh karena itu, mitos dijelaskan sebagai cara pemaknaan dalam bentuk pesan lisan, bukan sebagai aspek mitologi atau sejenisnya.

2.3.2 Teori Konstruksi Realita Sosial

Pada tahun 1966, Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, kedua sosiolog dari New for Social Research di New York dan University of Frankfurt, merintis teori kontruksi realitas sosial yang dijelaskajn dalam buku "*The Social Construction of Reality*". Teori ini dikaji secara sistematis dan secara teotitis di bidang ilmu sosiologi.

Hasan Basri menerjemahkan buku Berger dan Luckmann yang menjelaskan teori konstruksi realtas sosial dalam sosiologi kontemporer. Teori ini berlandaskan pada sosiologi pengetahuan dan memahami bahwa kenyataan dibangun secara sosial. Dalam pemahaman ini, kenyataan dan pengetahuan memiliki peran penting. Kenyataan dianggap sebagai kualitas yang terdapat dalam fenomena yang diakui

memiliki keberadaannya sendiri dan tidak tergantung pada manusia. Sedangkan pengetahuan adalah keyakinan bahwa fenomena itu nyata dan memiliki karakteristik tertentu.(1990:1)

Teori ini menjelaskan bahwa realitas terdiri dari kualitas yang mengandung realitas yang diakui sebagai kebenaran yang tidak tergantung pada kemajuan atau kehendak individu, tetapi dipengaruhi oleh perkembangan kehidupan dan bermasyarakat. Pengetahuan muncul dalam masyarakat dengan karakteristik tertentu dan realitas kepastian yang ada diterima sebagai benar dengan ciri-ciri yang jelas dari interaksi kebiasaan masyarakat.

Berger dan Luckmann, yang dikutip oleh Sobur (2006:186) menjelaskan bahwa, realitas sosial terbentuk melalui dominasi dan peran manusia dalam menciptakan citra kehidupan dan mengatur bentuk sosial melalui makna simbolis dari berbagai bidang. Realitas sosial terdiri dari tiga jenis realitas, yaitu realitas objektif, realitas simbolik, dan realitas subjektif. Realitas objektif terbentuk dari pengalaman di dunia objektif yang berada diluar diri individu, dan dianggap sebagai realitas yang sebenarnya. Realitas simbolik merupakan bentuk ekspresi simbolik dari realitas objektif yang dibagikan. Sementara itu, realitas subjektif terbentuk ketika individu menyerap kembali realitas objektif dan simbolik melalui proses internalisasi.

Setiap peristiwa kedalam realitas sosial yang obyektif terdiri dari peristiwa-peristiwa yang benar-benar terjadi berdasarkan pengalaman di dunia nyata. Sehingga realitas obyektif tersebut dapat diterima dan digunakan oleh pekerja media untuk membangun realitas subjektif menjadi obyektif yang sesuai dengan

pilihan simbolik dan dapat diterima oleh masyarakat sebagai realitas obyektif yang ada.

Berger dan Luckmann dalam Sobur (2016:91), menggambarkan konstruksi sosial sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksi, dimana individu secara intens menciptakan suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif.

Proses sosial yang melibatkan tindakan dan interaksi individu merupakan dasar dari konstruksi realitas, dimana realitas tersebut kemudian dialami secara nyata. Tindakan dan interaksi yang terjadi mencerminkan ekspresi diri individu, Sementara interaksi melalui produk sosial masyarakat merupakan bentuk ekspresi interaksi. Produk sosial ini memiliki peran penting dalam menyampaikan ekspresi diri individu dalam masyarakat.

Realitas konstruksi terbentuk oleh sekelompok individu yang secara aktif menciptakan pandangan mereka terhadap dunia, yang pada akhirnya menjadi bagian dari identitas mereka. Cara pandangan itu diungkapkan adalah nyata dan bersifat subjektif karena proses konstruksi realitas tersebut terjadi melalui interaksi dan tindakan sosial-individu dalam masyarakat. Hal ini dilakukan untuk mencerminkan bagaimana seseorang berinteraksi dan bertindak dalam kehidupan bermasyarakat.

2.4 Kerangka Pemikiran

Pada sebuah penelitian terdapat kerangka pemikiran yang menjadi sebuah landasan dalam memecahkan masalah yang dikemukakan, dalam penelitian ini

penulis akan membahas mengenai “Representasi Krisis Identitas dalam Serial Film *Breaking Bad*”

Untuk menganalisis pesan, makna serta tanda representasi krisis identitas yang terkandung di dalam film tersebut, penulis menggunakan Teori Semiotika milik Roland Barthes sebagai dasar dalam penelitian ini untuk dapat menginterpretasikan tanda-tanda yang ditampilkan dalam film menjadi 3 jenis yaitu makna konotasi, denotasi dan mitos.

Peneliti juga mengkonstruksi nilai realitas sosial yang terdapat pada film untuk mengetahui tanda-tanda yang merupakan sebuah representasi dari masyarakat yang diangkat ke dalam adegan-adegan serial film *Breaking Bad*.

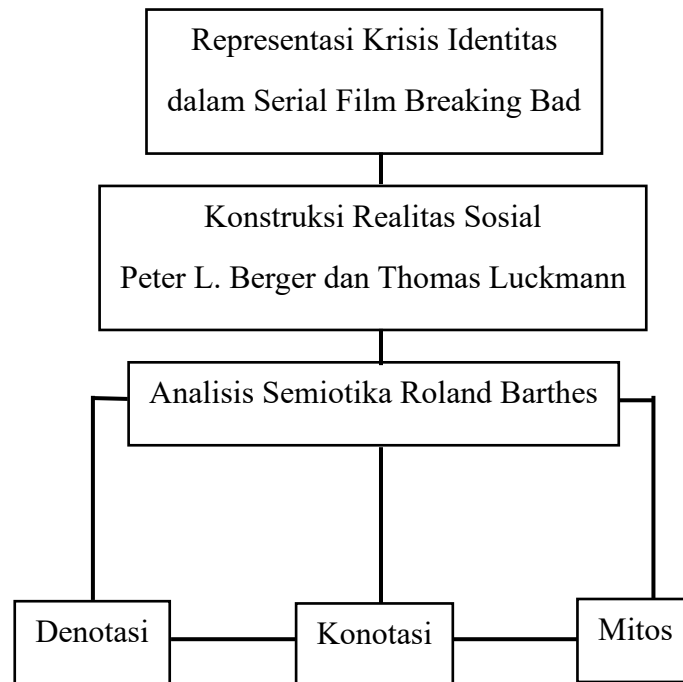
Dalam memahami identitas sebagai konstruksi yang tidak bersifat tetap, melainkan dinamis dan diproduksi secara sosial, penelitian ini menggunakan teori konstruksi realitas sosial yang dikemukakan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Menurut Berger dan Luckmann (1966), realitas sosial dibentuk melalui proses dialektika yang melibatkan tiga tahap utama, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Eksternalisasi merujuk pada tindakan manusia yang menghasilkan dunia sosial; objektivasi adalah proses di mana dunia yang dihasilkan tersebut tampak seperti kenyataan obyektif yang berdiri sendiri; dan internalisasi adalah saat individu mengasimilasi dunia sosial tersebut sebagai bagian dari kesadaran mereka. Dalam konteks ini, identitas dipandang sebagai sesuatu yang dikonstruksikan secara sosial melalui interaksi dan struktur-struktur simbolik dalam masyarakat, termasuk media massa seperti serial televisi. Dalam konteks ini, identitas Walter White dikonstruksi melalui interaksi sosial yang ditampilkan secara

simbolik dalam serial, seperti peran sebagai ayah, guru, dan kriminal, yang masing-masing melewati tahap objektivasi dan internalisasi oleh karakter dan audiens.

Untuk membedah representasi simbolik dalam media, penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Barthes (1972) menjelaskan bahwa tanda-tanda dalam budaya populer tidak hanya membawa makna denotatif (makna harfiah), tetapi juga makna konotatif (asosiasi budaya) yang berujung pada pembentukan mitos. Dalam kerangka Barthes, mitos bukan sekadar cerita tradisional, melainkan bentuk ideologi yang bekerja secara halus dalam kehidupan sehari-hari, terutama melalui media massa. Barthes menekankan pentingnya membongkar struktur tanda yang membentuk makna-makna tersembunyi di balik teks budaya. Barthes melihat budaya populer sebagai sistem tanda yang membentuk dan mereproduksi ideologi. Dengan membedakan antara *signifier* (penanda), *signified* (petanda), dan *myth* (mitos), Barthes menunjukkan bagaimana media mengonstruksi makna yang tampak natural, padahal bersifat ideologis dan dikonstruksi. Dengan menggunakan pendekatan ini, penelitian ini berusaha mengungkap bagaimana representasi krisis identitas karakter utama dalam *Breaking Bad* dibentuk melalui simbol visual, narasi, dan ideologi yang tersembunyi dalam serial tersebut.

Dalam uraian tersebut dibentuk suatu kerangka berpikir seperti dalam bagan berikut:

Gambar 2.2 Kerangka Penelitian



**Sumber: Peter L. Berger & Thomas Luckman, Roland Barthes dan
modifikasi peneliti 2026**