

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, HIPOTESIS, DAN KERANGKA KONSEP

2.1. TINJAUAN PUSTAKA

2.1.1. Komunikasi Massa

Komunikasi Massa adalah komunikasi yang berlangsung dengan menggunakan media yang mampu menjangkau masyarakat luas tanpa terbatas jarak dan waktu. Pendapat Tan dan Wright dalam Liliweri 1991 komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran atau media dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh, sangat heterogen dan menimbulkan efek tertentu (Ardianto, 2004: 3).

Para pakar mengemukakan tentang sejumlah fungsi komunikasi. Pembahasan komunikasi telah menjadi diskusi yang cukup penting terutama konsekuensi komunikasi melalui media massa. Dominick (2011) mengemukakan bahwa fungsi komunikasi massa bagi masyarakat meliputi *surveillance* (pengawasan), *interpretation* (penafsiran), *linkage* (keterkaitan), *transmission of values* (penyebaran nilai), dan *entertainment* (hiburan) (Ardianto, 2004: 4).

a. Ciri-ciri komunikasi massa

Seperti jenis komunikasi lainnya, komunikasi massa memiliki ciri-ciri yaitu :

1. Komunikator dalam komunikasi massa melembaga

Komunikator dalam komunikasi massa berupa kumpulan orang berbagai unsur yang berkerja satu dengan lainnya dalam sebuah lembaga atau sistem. Dalam sistem tersebut, setiap komponennya saling berkaitan, berinteraksi, dan berinterdependensi. Alexis Tan dalam Nurudin (2019:20) berpendapat bahwa komunikator dalam komunikasi massa merupakan organisasi sosial yang memproduksi dan mengirimkan pesan secara serempak kepada khalayak yang banyak dan terpisah. Komunikator dalam komunikasi massa yakni surat kabar, jaringan televisi, radio, majalah, atau penerbit buku.

2. Komunikasikan dalam komunikasi massa bersifat heterogen

Penonton, pemirsa, pendengar sebagai komunikan dalam komunikasi massa sifatnya beragam baik itu segi usia, pendidikan, jenis kelamin, status sosial, ekonomi, jabatan, agama, dan lainnya. Namun dari keberagaman tersebut mereka semua adalah komunikan dari komunikasi massa.

3. Pesannya bersifat umum

Pesan yang disampaikan dalam komunikasi massa tidak boleh bersifat khusus untuk golongan tertentu melainkan pesan tersebut ditujukan pada khalayak yang plural.

4. Komunikasinya berlangsung satu arah

Komunikasi yang terdapat dalam komunikasi massa semuanya berlangsung satu arah yakni dari media massa kepada audiens atau khalayaknya dan tidak sebaliknya.

5. Komunikasi massa menimbulkan keserempakan

Penyampaian pesan dalam komunikasi massa bersifat serempak, yang berarti khalayak bisa menikmati media massa hampir secara bersamaan.

6. Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis

Peralatan teknis dalam komunikasi massa sifatnya mutlak. Tanpa adanya peralatan teknis maka pesan yang ingin disampaikan melalui media massa sulit terjadi. Peralatan teknis yang dibutuhkan untuk media massa elektronik seperti televisi dan radio yakni misalkan peran pemancar dan satelit. Dalam media cetak dibutuhkan peralatan sistem cetak jarak jauh serta peralatan teknik pendukung lainnya.

7. Komunikasi massa dikontrol oleh gatekeeper

Gatekeeper berperan dalam penyebaran informasi melalui media massa karena tugasnya yang menambah atau mengurangi, menyederhanakan, dan mengemas segala informasi agar bisa diterima.

2.1.2. Penyiaran (*Broadcasting*)

a. Definisi Penyiaran (*Broadcasting*)

Penyiaran atau dalam Bahasa Inggris dikenal sebagai broadcasting adalah keseluruhan proses penyampaian siaran yang dimulai dari penyiapan materi produksi, produksi, penyiapan bahan siaran, kemudian pemancaran sampai kepada penerima siaran tersebut oleh pendengar/pemirsa di suatu tempat (Djamal, 2011, hal. 43).

Broadcasting adalah suatu proses pengiriman sinyal ke berbagai lokasi secara bersamaan baik melalui satelit, radio, televisi, komunikasi data pada jaringan dan lain sebagainya, dan bisa juga didefinisikan sebagai layanan server ke client yang menyebarkan data kepada beberapa client sekaligus dengan cara paralel dengan akses yang cukup cepat dari sumber video atau audio. Kalimat broadcasting berlaku pada dunia pertelevisian dan radio. Dimana dunia broadcasting ini selalu menarik perhatian bagi masyarakat khususnya untuk kalangan remaja. Jenis produksi yang diproses oleh perusahaan broadcasting antara lain : Profile Perusahaan (Corporate Profile), Program Televisi (TV Program), Musik Video (Video Clip), Iklan Televisi (TV Commercial).

Berikut ini adalah beberapa pengertian Broadcasting (penyiaran):

1. Ben H. Henneke

Seorang ahli radio siaran mengartikan Broadcasting (Penyiaran) adalah “Radio Announcing is nothing more than an attempt to communicate information may reach millions, it is directed to the individual listener and the communication is complete only when the listener hears, comprehends, is interested and then act upon what he hears” (Penyiaran tidak lain adalah

hanya suatu usaha untuk mengkomunikasikan informasi untuk memberitahukan sesuatu. Meskipun informasi tersebut dapat mencapai jutaan pendengar, namun ditujuhkannya pada pendengar secara perorangan dan komunikasi tersebut sempurna bila pendengar mendengarkan, mengerti, dan merasa tertarik, lalu melakukan apa yang ia dengar itu)

2. J. B. Wahyudi (1996)

Menurut J. B. Wahyudi Broadcasting (penyiaran) adalah:

- a) Proses komunikasi suatu titik ke audiens, yaitu suatu proses pengiriman informasi dari seseorang atau produser (profesi) kepada masyarakat melalui proses pemancaran elektromagnetik atau gelombang yang lebih tinggi.
- b) Penyiaran yang merupakan padanan kata broadcasting yaitu semua kegiatan yang memungkinkan adanya siaran radio dan televisi yang meliputi segi ideal, perangkat keras dan lunak yang menggunakan sarana pemancaran atau transmisi, baik di darat maupun di antariksa dengan menggunakan gelombang elektromagnetik atau gelombang yang lebih tinggi untuk dipancarluaskan dan dapat diterima oleh kyalayak melalui pesawat penerima radio atau televisi dengan atau tanpa alat bantu.

3. Menurut Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002

Penyiaran yang disebut broadcasting memiliki pengertian sebagai kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan tau sarana transmisi di darat, di laut, dan di antariksa dengan menggunakan spectrum frekwensi radio (sinyal radio) yang berbentuk gelombang elektromagnetik yang merambat melalui udara, kabel, dan tau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran.

Dari ketiga pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa Penyiaran (Broadcasting) adalah proses pengiriman informasi atau pemancarluasan siaran ke berbagai lokasi melalui proses pemancaran elektromagnetik,

untuk dapat diterima secara serentak oleh masyarakat (khalayak) dengan menggunakan perangkat penerima siaran seperti radio, televisi, komunikasi data pada jaringan dan media lainnya.

Dengan demikian menurut definisi di atas maka terdapat lima syarat mutlak yang harus dipenuhi untuk dapat terjadinya penyiaran. Jika salah satu syarat tidak ada maka tidak dapat disebut penyiaran. Kelima syarat itu jika diurut berdasarkan apa yang pertama kali harus diadakan adalah sebagai berikut:

- a) Harus tersedia spectrum frekuensi radio
- b) Harus ada sarana pemancaran (transmisi)
- c) Harus adanya perangkat penerima siaran (receiver)
- d) Harus adanya siaran (program atau acara)
- e) Harus dapat diterima secara serentak/bersamaan

2.1.3. Lembaga Penyiaran

Lembaga penyiaran ialah penyelenggara penyiaran baik lembaga penyiaran publik, swasta, komunitas atau berlangganan yang dalam melaksanakan tugas, fungsi dan tanggung jawabnya berpedoman pada peraturan perundang – undangan yang berlaku. Televisi dan radio memiliki masing – masing lembaga penyiaran yang berbeda – beda.

Menurut Kementerian Kominfo, ada 4 jenis lembaga penyiaran pada televisi dan radio yang ada di Indonesia antara lain :

1. Lembaga Penyiaran Publik

Lembaga penyiaran publik merupakan lembaga yang didirikan negara dan merupakan lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum serta bersifat netral, independen dan tidak komersial. Lembaga ini berfungsi untuk memberikan pelayanan untuk kepentingan masyarakat Indonesia, seperti RRI (Radio Republik Indonesia) dan TVRI (Televisi Republik Indonesia).

2. Lembaga Penyiaran Swasta

Lembaga penyiaran swasta merupakan lembaga penyiaran yang bersifat komersial serta berbadan hukum. Lembaga penyiaran swasta ini hanya menyelenggarakan jasa penyiaran radio atau televisi. Dalam memperoleh izin penyelenggara penyiaran, lembaga ini harus mengajukan permohonan izin tertulis kepada menteri melalui KPI terlebih dulu. Lembaga penyiaran swasta yang ada di Indonesia antara lain, PT. Indosiar Lintas Yogya Televisi, PT. RCTI DUA, ANTV, dll.

Nah, itu dia Smartviewers 4 lembaga di Indonesia dimana setiap lembaga penyiaran di Indonesia tersebut memiliki tujuan dan fungsinya masing – masing, yang tentunya bertujuan untuk ikut serta memajukan industri penyiaran di Indonesia.

3. Lembaga Penyiaran Komunitas

Lembaga penyiaran komunitas ini merupakan salah satu penyelenggara penyiaran di Indonesia, umumnya kegiatannya didirikan oleh komunitas tertentu dan tidak bersifat komersial. Umumnya, kegiatan ini bertujuan untuk memberikan layanan bagi komunitasnya dengan jangkauan wilayah siaran yang terbatas. Contoh lembaga penyiaran komunitas yang ada di Indonesia seperti BINUS TV, UPNTV, Televisi Komunitas Universitas Gunadarma, Untirta TV, dll.

4. Lembaga Penyiaran Berlangganan

Lembaga penyiaran berlangganan adalah lembaga yang berbentuk badan hukum dan bersifat komersial. Umumnya, bidang usaha ini menyelenggarakan jasa penyiaran yang berlangganan saja dan harus memiliki izin dari penyelenggaraan penyiaran berlangganan terlebih dulu. Kegiatan – kegiatan tersebut umumnya dilakukan oleh lembaga penyiaran berlangganan yang berbentuk badan hukum seperti perseroan terbatas yang badan usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran berlangganan.

Contoh lembaga penyiaran berlangganan di Indonesia seperti PT. First Media, PT. MNC Vision Networks, dll.

2.1.4. Televisi

Televisi masih merupakan sarana paling diminati masyarakat sebagai sumber informasi. Data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2006 menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia belum menjadikan kegiatan membaca sebagai sumber utama mendapatkan informasi. Masyarakat lebih memilih menonton televisi (85,9%) dan /atau mendengarkan radio (40,3%) daripada membaca koran (23,5%) (Meliyana, 2016).

Ketatnya kompetisi memperebutkan audiens, memaksa para pekerja bisnis siaran harus bekerja ekstra keras. Akibat positifnya, tayangan di televisi pun menjadi sangat beragam, mulai dari program acara berita, film, sinetron, talk show, kuis bahkan gosip pun dikemas menjadi suatu program hiburan. Keberhasilan suatu program dalam penyampaian pesan kepada penontonnya juga dapat mencerminkan keberhasilan dari sejumlah pekerja dalam pekerjaan di belakang layar tersebut. Kemampuan para pekerja dalam pekerjaan mereka sangatlah bergantung pada kelengkapan dari unsur-unsur adaptasi teknologi dan seni. Kombinasi keduanya berpeluang menghasilkan program berkualitas dan mampu bersaing dengan teknologi media dan seni lainnya. Bahkan program acara dapat dipusatkan untuk anak-anak. Namun, program anak bukan hanya film kartun yang bersifat menghibur. Akan tetapi banyak program anak yang menampilkan unsur pendidikan dengan tampilan yang menarik. Untuk memperoleh pengetahuan, anak-anak tidak hanya berpatok di lingkungan sekolah. *Dora the explorer*, *Dunia Handmade*, *Dunia Binatang*, *Si Bolang (Bocah Petualang)*, *Laptop Si Unyil* dan lain sebagainya merupakan beberapa dari banyak program acara anak yang diproduksi di stasiun televisi.

Televisi mempunyai fungsi sebagai alat informatif, persuasif, motivarif, yang mudah dan dapat dipahami bahkan televisi digunakan sebagai media edukasi untuk pembinaan generasi muda dalam rangka *nation and character building* (Ardianto, 2004: 136) melalui program-program acara yang diproduksi dari banyaknya saluran televisi. Salah satunya yakni program acara Laptop Si Unyil Trans7.

2.1.5. Program Televisi

Kata “program” berasal dari bahasa Inggris *programme* atau program yang berarti acara atau rencana. Undang-undang Penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah siaran yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Namun kata program lebih sering digunakan di dunia penyiaran daripada kata siaran.

Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiensnya (Morissan, 2008: 210). Dengan kata lain, program adalah ragam acara yang ditayangkan oleh media penyiaran untuk menyampaikan pesan kepada audiensnya. Pesan yang dimaksud dapat berupa informasi ataupun hiburan yang dapat dinikmati sesuai kebutuhan audiens.

Stasiun Televisi setiap harinya menyajikan berbagai jenis program yang sangat beragam. Pada dasarnya apa saja dapat disajikan program selama isi dari program tersebut tidak bertentangan dengan kedudilaan, hukum dan peraturan yang berlaku (Morissan, 2008: 2017).

Media televisi pada hakekatnya merupakan suatu sistem komunikasi yang menggunakan suatu rangkaian gambar elektronik yang dipancarkan secara cepat, berurutan, dan diiringi unsur audio. Walaupun demikian, pengertian ini harus dibedakan dengan media film yang merupakan rangkaian gambar yang diproyeksikan dengan kecepatan 24 bingkai

perdetik sehingga gambar tampak hidup. Setiap gambar dari rangkaian tersebut dengan mudah dapat dikenali dengan mata telanjang.

Televisi mempunyai kata istilah yaitu *tele* yang berarti “jarak” dalam bahasa Yunani dan kata *visi* yang berarti “citra atau gambar” dalam bahasa latin. Jadi, kata Televisi berarti suatu sistem menggunakan peralatan yang mengubah suara dan cahaya dan suara ke dalam gelombang elektrik dan mengubah dari satu sistem ke sistem lainnya dengan kembali ke dalam cahaya yang dapat dilihat dan suara yang dapat didengar dengan menyampaikan isi pesan dalam bentuk audio Visual gerak. Isi pesan audio visual gerak memiliki kekuatan yang sangat tinggi untuk mempengaruhi pola pikir dan tindak individu. Saat ini, berkat dukungan teknologi satelit komunikasi dan serat optik, siaran televisi yang dibawa oleh gelombang elektromagnetik tidak mungkin lagi dihambat oleh ruang dan waktu. Bahkan *khalayak* masyarakat sasarannya tidak lagi bersifat lokal, nasional, dan regional, tetapi sudah bersifat internasional atau global (Azhar Arsyad, 2005: 51).

Menurut E.B. Surbakti menyatakan bahwa televisi adalah medium komunikasi massa yang paling akrab dengan masyarakat karena kemampuannya mengatasi faktor jarak, ruang, dan waktu. Selain itu mudahnya pemirsa menerap pesan-pesan yang dutayangkan tanpa persyaratkan seseorang harus bisa membaca menyebabkan potensi pengaruhnya sebagai sumber informasi, hiburan maupun pendidikan sangat besar dan tidak tertandingi oleh media lain.

Namun, televisi juga dapat menciptakan suatu realita semu bagi penontonnya karena penggambaran adegan dalam tayangan televisi sekalinya muncul yang tidak sesuai dengan realita sesungguhnya. Apalagi jika penggambaran dilakukan oleh :

a. Orang-orang yang seharusnya menjadi penutan anak-anak seperti guru, orang tua, tokoh agama, atau tokoh-tokoh idola mereka

b. Jika menggambarkan keunggulan dari yang lebih kuat, dan wewenang didasarkan pada kekuatan tersebut.

Kata “program” berasal dari bahasa Inggris *programme* atau *program* yang berarti acara atau rencana. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan *audience*-nya (Morissan, 2011: 209).

Pada dasarnya apa saja bisa dijadikan program untuk ditayangkan di televisi selama program itu menarik dan disukai audien, dan selama tidak bertentangan dengan kesusilaan, hukum, dan peraturan yang berlaku. Pengelola stasiun penyiaran dituntut untuk memiliki kreatifitas seluas mungkin untuk menghasilkan berbagai program yang menarik (Morissan, 2008: 217).

2.1.6. Karakteristik Media Televisi

Karakteristik televisi ini akan berakibat baik bila pesan yang disampaikan adalah pesan-pesan yang baik dan bermoral. Sebaiknya, akan menjadi bahaya besar ketika televisi umumnya berbau kekerasan dan kriminalitas. Sayangnya, justru dewasa ini film-film yang disajikan televisi umumnya berbau kekerasan dan kriminalitas. Para pemilik media ini demi menrik pemirsa sebanyak mungkin, berlomba-lomba menyangka kekerasan yang mebih banyak dimunculkan di layar televisi. Anak-anak yang konsep dirinya belum terbentuk secara sempurna dan menjadi pihak yang paling cepat terpengaruh oleh tayangan televisi (Syaiful Halim, 2015: 25).

Berbagai kemudahan untuk menonton televisi, membuat orqang dengan santai dan senang hati yang menyaksikan semua program yang tersaji begitu mudahnya didepan mata, dengan hanya menyetel tombolnya atau remote ditangannya. Biarpun ada juga tayangan yang kurang bermutu dan tidak sesuai dengan cita rasanya, tapi dia tetap menyetel pesawat televisinya, dengan alasan lebih karena sekedar iseng, seolah dia merasa hidupnya kurang lengkap, apabila tidak ada gambar dan suara televisi

didekatnya. Kalau ingin menonton film di bioskop atau sandiwara teater, kita bisa pergi ke gedung yang menggelarnya, dengan mengenakan busana yang pantas dan masuk menggunakan tiket. Namun, tidak untuk menyaksikan acara-acara di televisi, pemirsa tidak perlu bersusah payah meninggalkan rumah dan mengeluarkan biaya (Ari S. Widodo Poespodihardjo, 2010: 264)

Menurut Ardianto (2004: 129) media massa televisi memiliki karakteristik yang membedakannya dengan media massa lainnya yaitu :

a. Audiovisual, kelebihan dari televisi adalah media yang dapat didengar dan dilihat. Dengan ini khalayak dapat memperoleh gambaran yang lengkap tentang suatu peristiwa yang lengkap yang disiarkan serta mempunyai keyakinan akan kebenaran peristiwa. Terlebih lagi jika kualitas rekamannya baik, serta moment pemngambilannya yang tepat, membuat pemirsa seolah-olah melihat langsung peristiwa tersebut.

b. Berpikir dalam gambar, ada dua tahap yang dilakukan dalam proses berpikir dengan gambar. Pertama adalah visualisasi, yakni menterjemahkan kata-kata yang mengandung gagasan yang menjadi gambar secara individual. Dalam proses visualisasi pengarah acara harus berusaha menunjukkan objek-objek tertentu menjadi gambar yang jelas dan menyajikannya sedemikian rupa sehingga mengandung suatu makna. Objek tersebut bisa manusia, benda, kegiatan dan sebagainya. Kedua adalah penggambaran, yakni kegiatan merangkai kegiatan-kegiatan individual sedemikian rupa, sehingga kontinuitasnya mengandung makna tertentu. Misalnya suaran pendidikan untuk materi biologi tentang proses metamorfosis kupu-kupu, telur berubah menjadi ulat dan ulat berubah menjadi kepompong, selanjutnya kepompong berubah menjadi kupu-kupu. Dalam proses penggambaran ada gerakan gerakan kamera tertentu yang dapat menghasilkan gambar sangat besar (*big close-up*), dekat (*Close Shot*) dan lain-lain.

c. Pengoperasiannya lebih kompleks, pengoperasian siaran televisi jauh lebih kompleks dan banyak melibatkan orang jika dibandingkan dengan radio. Dalam satu siaran berita, dapat melibatkan lebih kurang 10 orang pekerja, yang terdiri dari produser, pengarah acara, pembawa acara, pengarah teknik, pengarah studio, pemandu gambar, dua atau tiga juru kamera, juru video, juru rias, juru suara, dan lain-lain. Peralatan yang digunakan juga lebih banyak dan untuk mengoperasikannya lebih rumit dan harus dilakukan oleh orang-orang terampil dan terlatih.

2.1.7. Televisi Sebagai Media Massa

Munculnya media televisi dalam kehidupan manusia memang menghadirkan peradaban baru bagi manusia itu sendiri khususnya dalam proses komunikasi dan informasi yang bersifat massa. Karena dengan kemunculan televisi akan digunakan khalayak sebagai sarana untuk berinteraksi yang satu dengan yang lainnya untuk mendapatkan informasi dari berbagai belahan dunia (Anita Rahman, 2016: 4)

Sifat yang dimiliki media televisi makan Harold Lasswell yang dikutip oleh Komsahrial Romli menyebutkan komunikasi massa mempunyai tiga fungsi, dimana setiap fungsi tidak berdiri sendiri melainkan akan saling menunjang (Romli: 91)

Televisi sangat erat dengan kehidupan manusia, sehingga televisi dianggap sebagai sesuatu yang terpenting dalam kehidupan manusia dan sangat mendominasi kehidupan mereka. Maka dari itu, televisi mempunyai fungsi yang positif antara lain :

1) Sebagai Media Informasi

Media televisi dalam hal ini berfungsi untuk menyebarkan berita lain sebagai informasi tentang peristiwa-peristiwa atau kejadian-kejadian yang sangat penting secara aktual dan cepat. Dengan televisi akan memperoleh informasi tentang benda, orang, tempat yang tidak dialami secara langsung. Dunia ini terlalu luas

untuk dimasuki semuanya. Televisi datang sebagai media berita menyampaikan informasi tentang lingkungan sosial dan politik, sehingga menjadi jendela kecil untuk menyaksikan berbagai peristiwa yang jauh dari jangkauan atal indera.

2) Sebagai Media Hiburan

Media televisi menyampaikan ie atau pesan yang harus dikemas dalam bentuk hiburan. Apakah ini mengenai berita, sains, agama ataupun pendidikan jika disiarkan melalui televisi, kesemua itu mau tak mau harus mengikuti pola-pola hiburan.

3) Sebagai Media Promosi

Televisi telah menjadi media penting dalam bisnis periklanan di Indonesia. Jika, dicermati produk-produk yang dipasarkan hampir sebagian besar pernah diiklankan oleh televisi. Bahkan ada beberapa biro iklan yang menjadikan televisi sebagai media ampuh untuk mengadakan perang kilat melawan pesaing dalam menawarkan produk. Padahal penyewaan ruang (program siaran) merupakan yang temahal dibandingkan dengan penyewaan media komunikasi yang lain. Bahkan durasi hitungan kompensasi biaya, dihitung perdetik yang didasarkan pada jenis acara tayangan. Akan tetapi kenyataan iklan-iklan muncul pada setiap acara, sampai-sampai hampir tidak ada acara pun yang tanpa diselipi oleh tayangan iklan (pada stasiun televisi swasta). Dewasa ini, banyak iklan yang tidak mendidik, akan tetapi, tidak pepsoden dan iklan pasta gigi kodomo, iklan ini memberikan gambaran manfaat gosok gigi dan mengajak anak-anak untuk melakukan atau rajin gosok gigi tanpa menyampingkan tujuan dari iklan yaitu agar produk yang ditampilkan terjual.

4) Sebagai Media Pendidikan

Fungsi televisi sebagai media pendidikan, fungsi inilah yang kurang diperhatikan dibandingkan dengan fungsi lainnya. Dalam hal efektifitas untuk menjalankan fungsinya, pada saat rapat staf menteri Penerangan sebagaimana dikutip oleh Usep Kustiawan, menyatakan bahwa televisi sebagai “Jendela Dunia”, apa yang dilihat melalui jendela dunia ini sangat membantu dalam mengembangkan daya kreasi, hal ini seperti diungkapkan oleh sesuatu yang penting terhadap hubungannya dalam proses belajar terutama sekali yang berkenaan dengan orang, tempat dan situasi yang tidak setiap orang pernah ketemu, mengunjungi atau telah mempunyai pengalaman. Televisi berfungsi sebagai media pendidikan dapat dilihat dari pesan-pesan edukatif baik dalam aspek kognitif, afektif, maupun psikomotor bisa dikemas dalam bentuk program televisi. Secara lebih khusus televisi dapat dirancang sebagai media pembelajaran. Pesan-pesan instruksional, seperti percobaan di laboratorium dapat diperlihatkan melalui tayangan televisi (Usep Kustiawan, 2016: 166)

2.1.8. Semiotika

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda dan makna (Sobur, 2006: 15). Sebuah tanda menunjuk pada sesuatu selain dirinya sendiri yang mewakili barang atau sesuatu yang lain itu, dan sebuah makna merupakan penghubung antara suatu objek dengan suatu tanda. Kata “semiotika” itu sendiri berasal dari bahasa Yunani “semeion” yang berarti “tanda” atau “same” yang berarti “penafsiran tanda”.

Alex Sobur mendefinisikan semiotika adalah suatu ilmu metode untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) dalam memakai hal-hal (*things*). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-

objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi system terstruktur dari tanda.

Konsep dasar yang menyatukan semiotika adalah tanda yang didefinisikan sebagai stimulus yang menunjukkan beberapa kondisi lain. Konsep dasar kedua adalah symbol yang biasanya menandakan tanda yang kompleks dengan banyak arti, termasuk arti yang sangat khusus. (John Little, Stephen W & A. Foss, 2009: Edisi.9)

2.1.9. Semiotika Charles Sanders Peirce

Analisis Semiotik Charles Sanders Peirce terkenal dengan istilah model triadiknya; yang terdiri dari tanda/sign, objek, dan interpretant. Tanda (representament) adalah bentuk fisik yang diterima oleh tanda atau berfungsi sebagai tanda serta dapat diterima oleh panca indera, tanda dalam penelitian ini adalah potongan adegan dan teks (dialog) dalam Tayangan Laptop Si Unyil. Objek adalah sesuatu yang merujuk pada tanda, dapat berupa representasi mental (ada dalam pikiran) atau sesuatu yang nyata di luar tanda, objek dalam penelitian ini adalah tanda yang mengandung unsur moral. Interpretant adalah makna dari tanda tersebut, makna dalam penelitian ini adalah tanda moral yang kemudian disajikan dalam bentuk penjelasan pesan moral. Melalui analisis semiotik Peirce, peneliti meneliti berbagai pesan moral yang terdapat dalam Tayangan Laptop Si Unyil. Penelitian tersebut dilakukan dengan cara mencari makna dari tiga komponen dalam konsep semiotik Peirce disetiap potongan adegan tayangan Laptop Si Unyil yang sesuai dengan tinjauan pesan moral. (Yuliana, 2019: 54)

Sebuah tanda atau representamen menurut Charles Sanders Peirce adalah sesuatu yang bagi seseorang mewakili sesuatu yang lain dalam beberapa hal atau kapasitas. Sesuatu yang lain itu oleh Peirce disebut interpretant, dinamakan sebagai interpretan dari tanda yang pertama, pada gilirannya akan mengacu pada Objek tertentu. Dengan demikian menurut

Peirce, sebuah tanda atau representament memiliki relasi 'triadic' langsung dengan interpretant dan objeknya.

Penggunaan tanda merupakan hasil pengaruh dari berbagai konstruksi sosial dimana pengguna tersebut berada, sedangkan tanda dapat dimaknai secara terbuka, bisa tergantung pada konteks sosial budaya, serta pengetahuan atau pengalaman pembaca. Peirce membagi tanda berdasarkan objeknya menjadi tiga, yaitu ikon (icon), indeks (index), dan lambang (symbol).

A. Ikon Ikon merupakan hubungan antara tanda dan objek atau acuan yang bersifat kemiripan. Di dalam ikon hubungan antar tanda dan objeknya terwujud sebagai "kesamaan dalam beberapa kualitas", yakni kesamaan atau "kesesuaian" rupa yang terungkap oleh tanda dan dapat dikenali penerimanya.

B. Indeks Sebuah tanda memiliki hubungan langsung dengan objeknya yang bersifat kasual (sebab-akibat), tanda yang langsung mengacu pada kenyataan.

C. Simbol Simbol adalah tanda yang mewakili objeknya melalui kesepakatan atau persetujuan dalam konteks spesifik. (Kintan, 2018: 1240)

Pada dasarnya simbol dapat dapat dibedakan:

1. Simbol-simbol universal, berkaitan dengan arketipos, misalnya tidur sebagai lambang kematian.
2. Simbol kultural yang dilatarbelakangi oleh suatu kebudayaan tertentu (misalnya keris dalam kebudayaan jawa).

3. Simbol individual yang biasanya dapat ditafsirkan dalam konteks keseluruhan karya seorang pengarang. (Sobur, 2016)

Table 2.1 Jenis tanda dan cara kerjanya

Jenis Tanda	Ditandai dengan	Contoh	Proses Kerja
Ikon	<ul style="list-style-type: none"> - Persamaan - Kemiripan 	Gambar, Foto, dan Patung	Dilihat
Indeks	<ul style="list-style-type: none"> - Hubungan Sebab Akibat - Keterkaitan 	Asap, api, dan Gejala Penyakit	Diperkirakan
Simbol	<ul style="list-style-type: none"> - Konvensi atau Kesepakatan Sosial 	Kata-kata atau Isyarat	Dipelajari

Pada table 1, terlihat bahwa sesuatu yang berupa gambar, foto, dan patung merupakan hal-hal yang bersifat ikonis. Sedangkan sesuatu yang dapat mengisyaratkan atau menandakan hal melalui suara, langkah-langkah, bau, dan gerak adalah tanda-tanda yang bersifat indeksikal. Serta suatu tanda yang dapat diucapkan, baik secara oral ataupun dalam hati, arti atau makna dari: gambar, suara, bau, gerakan, merupakan sesuatu yang bersifat simbolis. (Mudjiyanto, 75)

2.1.10. Semiotika Roland Barthes

Roland Barthes adalah penerus pemikiran Saussure yang tertarik pada cara kompleks pembentukan kalimat dan cara bentuk-bentuk kalimat menentukan makna, tetapi kurang tertarik pada kenyataan bahwa kalimat yang sama bias saja menyampaikan makna yang berbeda pada orang yang

berbeda situasinya. Roland Barthes meneruskan pemikiran tersebut dengan menekankan interaksi antara teks dengan pengalaman personal dan *cultural* penggunaannya, interaksi antara konvensi dalam teks dengan konvensi yang dialami dan diharapkan oleh penggunanya. Gagasan Barthes ini dikenal dengan “*order of signification*” mencakup denotasi (makna sebenarnya) dan konotasi (makna ganda). Di sinilah titik perbedaan Saussure dan Barthes meskipun Barthes tetap mempergunakan istilah *signifier – signified* yang diusung oleh Saussure. (Kriyantono, 2009).

Makna denotasi adalah level makna deskriptif bersifat tertutup dan literal yang secara virtual dimiliki oleh semua anggota suatu kebudayaan. Makna denotasi merupakan makna yang sebenar-benarnya yang disepakati bersama sosial, yang rujukannya pada realitas sosial. Sedangkan makna konotasi terbentuk dengan mengaitkan penanda dengan aspek-aspek kultural yang lebih luas misalnya keyakinan, sikap, kerangka kerja, dan ideology suatu formasi sosial (Sobur, 2017:145). Makna konotasi bersifat terbuka terhadap penafsiran-penafsiran baru. Antara penanda dan pertanda harus memiliki relasi sehingga inilah yang akan membentuk tanda dan relasi tersebut tentunya akan berkembang karena ditetapkan oleh pemakai tanda. Hubungan antara keduanya pun bersifat arbitrer. Sehingga dalam makna denotasi itu menghasilkan makna yang eksplisit dan merupakan sistem signifikasi pertama. Sedangkan makna konotasi menghasilkan makna yang implisit dan merupakan sistem signifikasi kedua. (Vera, 2014: 27)

Selanjutnya ketika dalam makna konotasi diterima sebagai yang normal dan alami atau dengan kata lain memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku suatu periode tertentu seolah-olah telah ditakdirkan Tuhan, maka hal tersebut merupakan mitos yang dihasilkan dari kontruksi kultural, namun demikian ia tampak sebagai kebenaran universal yang telah ada sebelumnya dan melekat pada nalar awam. Sebuah mitos memiliki konsep yang mirip dengan ideology karena keduanya bekerja pada level konotasi. Bahkan Barthes menyatakan mitos yang sudah mantap akan

menjadi ideologi. Menurut Volosinov (dalam Sobur, 2017: 147) bahwa ranah ideologi itu akan berkorespondensi dengan area makna artinya dimana ada tanda, maka disitu ada ideology. Mitos dalam pandangan Barthes merupakan bahasa kedua yang berbicara tentang bahasa tingkat pertama. Ini artinya tanda pada signifikasi pertama (pertanda dan petanda) yang membentuk makna denotasi menjadi penanda pada urutan kedua makna mitologis konotasi (Vera, 2014: 30)

2.1.11. Pesan Moral

Pesan Moral Pesan kita definisikan sebagai segala sesuatu yang disampaikan komunikator kepada komunikan untuk mewujudkan motif komunikasinya. Pesan sebenarnya adalah suatu hal yang sifatnya abstrak (konseptual, ideologis, dan identik). Akan tetapi, ketika ia disampaikan dari komunikator kepada komunikan, ia menjadi konkret karena disampaikan dalam bentuk simbol/ lambang berupa bahasa (baik lisan maupun tulisan), suara (audio), gambar (visual), mimik, gerak-gerik, dan lain sebagainya. Pesan yang diproduksi melalui media massa dikirimkan kepada para penerima secara (tidak langsung) dimana dalam komunikasi massa sumber dan penerima tidak secara fisik berada di tempat yang sama. (Nurani, 2010: 62)

Pesan dapat berupa gagasan, pendapat, dan sebagainya yang sudah dituangkan dalam suatu bentuk dan melalui lambang komunikasi diteruskan kepada orang lain atau komunikan. Moral merupakan suatu hal yang sangat penting bagi kehidupan manusia. Secara umum moral menyanan pada pengertian (ajaran tentang) baik buruk yang diterima umum mengenai perbuatan, sikap, kewajiban, dan sebagainya; akhlak, budi pekerti, dan Susila. (Burhan, 1998: 320)

Dengan demikian moral bisa diartikan sebagai ajaran kesusilaan. Moral juga berarti ajaran tentang baik buruknya perbuatan dan kelakuan. Dari asal katanya bisa ditarik kesimpulan bahwa moral mempunyai

pengertian yang sama dengan kesusilaan, yang memuat ajaran tentang baik atau perbuatan yang buruk. Penilaian itu menyangkut perbuatan yang dilakukan dengan sengaja. Memberikan penilaian atas perbuatan dapat disebut memberikan penilaian etis atau moral (Burhanuddin Salam, 2002: 2).

Menurut Burhan Nurgiyanto (2002: 323-324) di dalam bukunya yakni “Teori Pengkajian Fiksi” mengatakan bahwa sebagian besar persoalan hidup manusia itu menyangkut nilai-nilai seperti nilai budaya, nilai agaman, nilai kepahlawanan dan niral moral. Nilai moral itu sendiri menyangkut tentang persoalan hidup manusia yang terdiri dari “Moral Dalam Hubungan Manusia Dengan Tuhan”, “Moral Dalam Hubungan Manusia Dengan Manusia Lain”, “Moral Dalam Hubungan Manusia Dengan Alam”, dan “Moral Dalam Hubungan Manusia Dengan Diri Sendiri”.

2.1.12. Laptop Si Unyil

Program Laptop Si Unyil merupakan tokoh anak yang sudah dikenal cukup lama. Laptop Si Unyil adalah sebuah program anak-anak yang tayang pertama kali di [Trans7](#) mulai tanggal 19 Maret 2007 setiap hari Senin sampai Jumat pukul 13.00 WIB. Laptop Si Unyil merupakan tayangan dalam menambah ilmu pengetahuan dan membentuk perilaku anak. Dimana, peran Unyil sebagai pembawa acara, sebelum memperkenalkan suatu ilmu baru, terlebih dahulu disajikan cerita pengantar yang dapat membentuk perilaku anak tersebut. Program “Laptop Si Unyil” adalah program edukasi informasi bagi para peminat yang khususnya untuk anak-anak tentang pengetahuan dan teknologi untuk menjadikan sebagai media informasi dan pembelajaran bagi anak-anak. Pada tayangan “Laptop Si Unyil” peminatan saat ini cukup banyak karena anak-anak tertarik karena pada tayangan “Laptop Si Unyil” diperankan oleh boneka yang identik disukai bagi para anak-anak. Program Laptop Si Unyil mendapatkan banyak informasi dan pelajaran-pelajaran yang jarang didapatkan di sekolah seperti

liputan mengenai kerajinan tangan, pengenalan benda, uji ilmiah dan pembuatan seni karya lainnya. Program Laptop Si Unyil dapat mudah dipahami yang disampaikan dengan penjelasan yang sederhana, menarik dan lugas, sehingga lebih mudah dipahami bahkan pertanyaan anak yang kadang sulit dijawab oleh orang tua.



[laptop si unyil logo - Bing images](#)

Gambar 1

Si Unyil telah menjadi salah satu bagian tak terpisahkan dari budaya populer di Indonesia, dan banyak orang tidak dapat merupakan berbagai unsur seni. Tokoh dalam Laptop Si Unyil seperti Si Unyil, Pak Ogah, Pak Raden, Melani dll. Masih dengan tokoh yang sama Unyil dengan karakter pintar dan baik, Pak Raden yang galak, Pak Ogah yang pemalas, pengganggu dan kocak.

Laptop Si Unyil telah mendapatkan beberapa prestasi sebagai program yang edukatif untuk anak. Program Laptop Si Unyil masuk dalam

nomominasi sebagai program anak terfavorit dan animasi pada Panasonic Gobel Award tahun 2006. Pada tahun 2017 program Laptop Si Unyil menjadi pemenang dalam kategori program siang terpopuler di acara Indonesian Television Award. Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) menganugrahi Program Laptop Si Unyil sebagai Program edukatif anak terinspirasi. Laptop Si Unyil merupakan tayangan yang mampu menambah ilmu pengetahuan dan membentuk perilaku anak. Dalam penyampaian informasi, karakter Laptop Si Unyil juga berkomunikasi menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh anak-anak. Tayangan yang ditujukan untuk anak-anak memang harus menggunakan bahasa yang mudah dipahami, karena penggunaan bahasa memanglah sangat penting dalam proses komunikasi.

Meskipun banyak sekali tayangan-tayangan televisi yang kurang mendidik, untung saja masih ada sebagian stasiun televisi yang menyajikan tayangan yang berkualitas baik dan pantas untuk ditonton oleh masyarakat umum, khususnya bagi anak-anak. Salah satu bentuk tayangan adalah memiliki nilai edukatif yang tinggi. Laptop si Unyil merupakan salah satu program yang memiliki nilai edukatif yang tinggi dan merupakan salah satu unggulan Trans 7. Program tersebut tayang sejak tahun 2007 sampai dengan sekarang. Program acara ini ditayangkan pada hari Senin sampai dengan Jumat pada pukul 12.00 WIB di Trans 7.

Laptop Si Unyil memiliki harapan bisa mengakomodasi kebutuhan anak-anak tentang edukasi, dibungkus dengan tayangan yang menarik dan informasi yang mudah untuk dipahami. Program ini sangat layak diteliti hal ini disebabkan oleh pencapaian-pencapaian yang telah diperoleh diantaranya adalah : (1) Tercatat tiga tahun berturut-turut program acara Laptop Si Unyil mendapatkan penghargaan Panasonic Gobel Awards untuk kategori program acara anak, yaitu pada tanggal 14 Oktober 2016, 27 Oktober 2017, dan 7 Desember 2018. (panasonicgobelawards.com, 17 Mei 2019), (2) Pada tahun 2013 dan 2016 Laptop Si Unyil juga masuk dalam

nomominasi Anugrah KPI dalam tema Karya Bersama Untuk Bangsa, (3) Inovasi Teknologi Awards Tahun 2012, dan (4) Anugrah Peduli Pendidikan Awards tahun 2013 (www.laptopsiunyii.blogdetik.com, 1 Juni 2019).

2.2. PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

Tabel 1

No.	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	“Nilai Sosial Budaya Dalam Film Tilik (Kajian Semiotika Charles Sanders Peirce)” Oleh Dwi Ratih Puspitasari Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia,	Berdasarkan analisis yang telah dilakukan menggunakan pendekatan semiotik Charles Sanders Peirce maka ditemukan banyak data yang menunjukkan nilai sosial dan kebudayaan dalam film “Tilik”. Penelitian mencakup tiga pembahasan yang berupa sign, object, dan interpretant. Berdasarkan hipotesis yang diajukan pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut : Pertama, film “Tilik” memiliki nilai sosial	Perbedaan dengan penelitian ini adalah terdapat pada “Pesan Moral Program Tayangan Televisi Laptop Si Unyii” sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Dwi Ratih Puspitasari adalah Nilai Sosial Budaya Dalam Film Tilik

	<p>Universitas Negeri Yogyakarta</p> <p>Jurnal SEMIOTIKA Vol.15 (No.1) : no. 10 - 18. Th. 2021</p>	<p>budaya yang dapat kita Analisa lebih dalam. Nilai sosial budaya tersebut meliputi sistem bahasa, sikap kekeluargaan, organisasi sosial, kemajuan teknologi, sistem mata pencaharian, sistem religi, sapaan, mitos yang berkembang dalam masyarakat, status sosial, gotong royong, dan nilai sopan santun. Hal tersebut dapat dilihat melalui data-data temuan yang telah dihadirkan dalam penelitian. Kedua, film “Tilik” berusaha untuk tetap melestarikan dan menjaga nilai-nilai budaya yang tumbuh dan berkembang di dalam kehidupan masyarakat. Dengan kesederhanaan topik dan masalah yang diangkat namun dekat dengan keseharian masyarakat dan pengemasan yang unik membuat film tersebut memiliki daya Tarik tersendiri. Ketiga, Film “Tilik” juga ingin memberikan kritik sosial terkait dengan kemajuan teknologi khususnya media komunikasi yang tidak</p>	
--	--	---	--

		<p>dibarengi dengan kemajuan literasi digital. Media sosial sering menjadi tempat sumber berita boaks yang tersebar dalam masyarakat. Seseorang yang secara mentah mempercayai berita tanpa mengecek kebenaran sumber tentu merugikan dan meresahkan banyak pihak.</p>	
2.	<p>Analisis Isi Kualitatif Pesan Moral Dalam Film Berjudul “Kita Versus Korupsi”</p> <p>Oleh: Elita Sartika</p> <p>Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.</p>	<p>1. Hasil Penelitian “Pesan Yang Tampak (Manifest)” Untuk Pesan Moral Dalam Film Berjudul “Kita Versus Korupsi” Pesan moral yang terdapat dalam film omnibus berjudul “Kita Versus Korupsi” berupa “Pesan Yang Tampak (Manifest)”, untuk film cerita pendek berjudul “Rumah Perkara” yakni kategori moral dalam hubungan manusia dengan Tuhan muncul sebanyak 1 kali, kategori moral dalam hubungan manusia dengan manusia lain muncul sebanyak 9 kali, dan kategori moral dalam hubungan manusia dengan diri sendiri muncul</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian ini terdapat pada tayangan yang dianalisis. Penelitian yang dilakukan Elita Sartika Film Berjudul “Kita Versus Korupsi”, sedangkan penelitian ini menganalisis Pesan Moral tayangan Laptop Si Unyil Trans7.</p>

	<p>eJournal Ilmu Komunikasi, 2014, 2 (2): 63-77</p>	<p>sebanyak 19 kali dari 65 scene dalam film tersebut. Sedangkan untuk film cerita pendek berjudul “Aku Padamu” yakni kategori moral dalam hubungan manusia dengan Tuhan muncul sebanyak 1 kali, kategori moral dalam hubungan manusia dengan manusia lain muncul sebanyak 1 kali, dan kategori moral dalam hubungan manusia dengan diri sendiri muncul sebanyak 12 kali dari 14 scene dalam film tersebut. Sementara untuk film cerita pendek berjudul “Selamat Siang, Rissa!” yakni kategori moral dalam hubungan manusia dengan diri sendiri Analisis Isi Kualitatif Pesan Moral Dalam Film Berjudul “Kita Versus Korupsi” (Elita) 71 muncul sebanyak 6 kali dari 28 scene dalam film tersebut. Dan untuk film cerita pendek berjudul “Psssttt...Jangan Bilang Siapa-siapa” yakni kategori moral dalam hubungan manusia dengan diri sendiri muncul</p>	
--	---	---	--

	<p>sebanyak 11 kali dari 18 scene dalam film tersebut.</p> <p>2. Hasil Penelitian “Pesan Yang Tersembunyi (Latent Message)” Untuk Pesan Moral Dalam Film Berjudul “Kita Versus Korupsi” Pesan moral yang terdapat dalam film omnibus berjudul “Kita Versus Korupsi” berupa “Pesan Yang Tersembunyi (Latent Message)”, untuk film cerita pendek berjudul “Rumah Perkara” yakni kategori moral dalam hubungan manusia dengan Tuhan muncul sebanyak 1 kali, kategori moral dalam hubungan manusia dengan manusia lain muncul sebanyak 13 kali, dan kategori moral dalam hubungan manusia dengan diri sendiri muncul sebanyak 33 kali dari 65 scene dalam film tersebut, sedangkan untuk film cerita pendek berjudul “Aku Padamu” yakni kategori moral dalam hubungan manusia dengan Tuhan muncul</p>	
--	---	--

		<p>sebanyak 1 kali, kategori moral dalam hubungan manusia dengan alam muncul sebanyak 1 kali, kategori moral dalam hubungan manusia dengan manusia lain muncul sebanyak 10 kali, dan kategori moral dalam hubungan manusia dengan diri sendiri muncul sebanyak 24 kali dari 14 scene dalam film tersebut. Sementara untuk film cerita pendek berjudul “Selamat Siang, Rissa!” yakni kategori moral dalam hubungan manusia dengan Tuhan muncul sebanyak 1 kali, kategori moral dalam hubungan manusia dengan manusia lain muncul sebanyak 20 kali, dan kategori moral dalam hubungan manusia dengan diri sendiri muncul sebanyak 25 kali dari 28 scene dalam film tersebut. Kemudian untuk film cerita pendek berjudul “Psssttt...Jangan Bilang Siapa-siapa” yakni kategori moral dalam hubungan manusia dengan manusia lain muncul sebanyak 1 kali, dan kategori</p>	
--	--	--	--

		<p>moral dalam hubungan manusia dengan diri sendiri muncul sebanyak 15 kali dari 18 scene dalam film tersebut.</p>	
3.	<p>Pesan Moral Dalam Film Yowes Ben</p> <p>Oleh: Galuh Andy Wicaksono, Fathul Qorib</p> <p>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Tribhuwana Tungadewi</p> <p>Jurnal Komunikasi Nusantara e-ISSN. 2685-7650 Vol. 1 No. 2 (2019), pp 76-81</p>	<p>Berdasarkan analisis yang dilakukan peneliti menyimpulkan bahwa, film YOWIS BEN ini memiliki pesan moral dalam berbagai sisi kehidupan melalui tanda-tanda yang muncul baik visual maupun verbal di dalam masing-masing ceritanya. Tokoh yang sering muncul dalam film ini adalah Bayu dan rekan bandnya. Walaupun bergenre komedi, film YOWIS BEN ini juga selalu menampilkan sisi baik atau perilaku yang bermoral yang patut dicontohi oleh para penggemar film tersebut, penokohan yang ada dalam film ini mewakili lapisan masyarakat. Khususnya masyarakat menengah kebawah. Dan setting cerita dalam film ini menggambarkan kehidupan Bayu yang penuh dengan perjuangannya hingga</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian ini terdapat pada tayangan televisi dan film yang dianalisis. Penelitian yang dilakukan Galuh Andy Wicaksono dan Fathul Qorib adalah Pesan Moral Dalam Film Yowis Ben sedangkan penelitian ini menganalisis Pesan Moral tayangan Laptop Si Unyil Trans7.</p>

		<p>akhirnya ia sukses. Sedangkan tanda-tanda verbal yang muncul dalam film YOWIS BEN ini, muncul disetiap pembicaraan dan perbuatan yang ditunjukkan oleh para tokoh. Disanalah pesan moral terkait kehidupan Bayu tertuang. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tokoh dan pembicaraan yang ada disetiap scene ini merupakan representasi dari pesan moral.</p>	
4.	<p>“Representasi Nilai Kemanusiaan Web Series Kisah Carlo (Analisis Semiotika dalam perspektif Charles Sanders Peirce)”</p> <p>Penelitian yang dilakukan oleh Michael Jibrael Rorong</p>	<p>Makna dan representasi yang terkandung dalam web series kisah carlo episode 1 adalah bahwa kita sesama manusia harus saling tolong menolong dan saling mengingatkan dalam kebaikan, menolong dan membantu sesama manusia dengan ikhlas tanpa melihat latar belakang orang yang kita tolong seperti apa, dan web series kisah carlo episode 1 ini juga menjelaskan tentang cara penularan HIV/AIDS, bahwa penularan HIV/AIDS tidak semudah yang difikirkan,</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian ini terdapat pada tayangan televisi dan film yang dianalisis. Penelitian yang dilakukan Michael Jibrael Rorong adalah Representasi Nilai Kemanusiaan sedangkan penelitian ini menganalisis Pesan Moral tayangan Laptop Si Unyil Trans7.</p>

	<p>Ilmu Komunikasi, Universitas Putera Batam</p> <p>Jurnal SEMIOTIKA Vol.13 (No. 1) : no. 106 - no 123. Th. 2019</p>	<p>penularan HIV/AIDS itu terjadi jika ada kontak darah dengan penderita dan darah penderita masuk kedalam tubuh kita, berhubungan badan dengan penderita, menggunakan jarum suntik secara bergantian dengan penderita, atau menerima donor darah dari penderita. Jadi, virus HIV/AIDS tidak akan menular jika kita berdekatan dengan penderita, satu sendok makan dengan penderita, berpelukan langsung dengan penderita serta berciuman dengan penderitapun itu tidak akan menularkan virusnya.</p>	
5.	<p>“Representasi Pesan Moral Film Indonesia Sejuta Sayang Untuknya”.</p> <p>Penelitian yang dilakukan oleh Faisal Dias Rakananda, Anita Agustina</p>	<p>Film Sejuta Sayang Untuknya memiliki pesan moral yang direpresentasikan (representmen) oleh sutradara melalui objek yang kemudian ditafsirkan (Interpretant) oleh penonton berdasarkan Representasi Pesan Moral Film Indonesia Sejuta Sayang Untuknya 24 realibilitas pada kehidupan sehari-hari. Pesan moral yang diangkat sutradara</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian ini terdapat pada tayangan televisi dan film yang dianalisis. Penelitian yang dilakukan oleh Faisal Dias Rakananda, Anita Agustina Wulandari Menganalisis Representasi Pesan Moral Film Indonesia Sejuta Sayang Untuknya, sedangkan penelitian ini</p>

	<p>Wulandari Ilmu Komunikasi Stikosa-AWS Nginden Inten Timur 1/18, Surabaya</p> <p>(Jurnal Komunikasi dan Media Vol. 2 No. 1 Januari 2022)</p>	<p>berupa : (1) Nilai kejujuran, ditampilkan melalui salah satu scene dimana Gina menjelaskan tujuan memalsukan berkas beserta tandatangan Aktor untuk mendaftarkan ayahnya masuk kelowongan kerja meskipun ia tahu ayahnya akan kecewa namun dia memilih jujur. (2) Rasa hormat, sutradara menampilkan pada salah satu scene saat Gina menyiapkan minuman untuk ayahnya meskipun gula tidak ada namun ia menjelaskan dengan obrolan ringan ditambah dengan candaan. (3) Tanggung jawab, sutradara menunjukkan pada salah satu scene dimana Aktor tetap bertanggung jawab atas kewajiban pekerjaannya sebagai badut meskipun sangat bertolak belakang dengan idealis yang ia pegang sebagai pekerja seni Akting. (4) Empati, pesan moral yang ditunjukkan melalui scene Aktor datang untuk sarapan di warung asep, Aktor menyakinkan akan membayar</p>	<p>menganalisis tayangan Laptop Si Unyil Trans7.</p>
--	--	--	--

		<p>hutang segera namun ia harus segera makan pagi untuk kegiatan hari itu. Pesan moral yang disampaikan secara karakter juga berisi mengenai sikap idealis dan realistik yang harus berjalan seimbang demi kehidupan serta mengenai komunikasi dalam semua hubungan itu sangat penting agar tidak terjadi kesalahpahaman.</p>	
--	--	---	--

2.3. KERANGKA KONSEP



