

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP

#### 2.1 Tinjauan Pustaka

##### 2.2.1 2.1.1 Komunikasi

###### 2.1.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi sebagai kata benda (*noun*), *communnication*, berarti: (1) pertukaran simbol, pesan, dan informasi; (2) proses pertukaran antarindividu melalui sistem simbol yang sama; (3) seni untuk mengekspresikan gagasan (4) ilmu pengetahuan tentang penyampaian informasi (Stuart dalam Suryanto 2015:48).

Deddy Mulyana (1996 dalam Suryanto 2015:48) mendefinisikan komunikasi sebagai penyampaian pesan melalui media elektronik. Ia menguraikan bahwa komunikasi adalah interaksi antara dua makhluk hidup atau lebih sehingga para peserta komunikasi mungkin termasuk hewan, tanaman, bahkan jin. Dalam definisi tersebut tersimpul tujuan, yaitu memberi tahu atau mengubah sikap (*attitude*), pendapat (*opinion*) atau perilaku (*behavior*). Ditinjau dari segi penyampaian pernyataan, komunikasi bersifat informatif dan persuasif. Komunikasi persuasif lebih sulit daripada komunikasi informatif. Hal ini karena tidak mudah untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang atau sejumlah orang.

Definisi komunikasi dari Laswell secara eksplisit dan kronologis menjelaskan lima komponen yang terlibat dalam komunikasi, yaitu siapa (pelaku komunikasi pertama yang mempunyai inisiatif sebagai sumber), mengatakan apa (isi informasi yang disampaikan), kepada siapa (pelaku komunikasi lainnya yang dijadikan sasaran penerima), melalui saluran apa (alat/saluran penyampaian informasi), dan dengan akibat apa (hasil yang terjadi pada diri penerima). Definisi ini menunjukkan

bahwa komunikasi adalah suatu upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan. (Suryanto 2015:54)

#### **2.1.1.2 Karakteristik Komunikasi**

Karakteristik komunikasi sebagai berikut: (Sasa Djuarsa Senjaya 1996 dalam Suryanto 2015:62)

1. Komunikasi adalah sebuah proses.
2. Komunikasi adalah upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan.
3. Komunikasi menuntut adanya partisipasi dan kerja sama dari para pelaku yang terlibat.
4. Komunikasi bersifat simbolis.
5. Komunikasi bersifat transaksional

#### **2.1.1.3 Hambatan Komunikasi**

Ada beberapa jenis hambatan (noise), yaitu sebagai berikut: (Suryanto 2015:67)

1. Fisik, meliputi kebisingan yang bersumber dari suara, seperti kebisingan lalu lintas, musik yang keras, badai atau angin, ombak, sensor atau gergaji mesin, mesin-mesin mobil di bengkel, hingga bau badan atau bau mulut.
2. Jarak, misalnya Anda tidak bebas berkomunikasi dengan seseorang karena dipisahkan oleh sebuah meja besar di depan anda.
3. Psikologis, meliputi semua jenis gangguan yang bersumber dari faktor-faktor psikologis, seperti self-awareness, self-perception, persepsi, motivasi, hambatan mental yang mengganggu kelancaran pengiriman dan penerimaan pesan.
4. Sosiologis, misalnya hambatan status sosial, stratifikasi sosial, kedudukan atau peran yang berbeda antara pengirim dan penerima pesan. Faktor-faktor ini mengurangi tingkat kebebasan berkomunikasi antarpersonal.

5. Antropologis, melalui hambatan kultural, seperti perbedaan latar belakang budaya, kebiasaan, adat istiadat, dan lain-lain antara pengirim dan penerima yang memengaruhi komunikasi.
6. Hambatan fisiologis, yaitu hambatan yang mencakup semua aspek fisik yang dapat mengganggu komunikasi.
7. Semantik, yaitu hambatan yang muncul dalam bentuk kata-kata yang dapat mengganggu perhatian pengirim dan penerima terhadap pesan. Contoh, perbedaan bahasa atau konsep terhadap pesan antara pengirim dan penerima.

## **2.1.2 Media Massa**

### **2.1.2.1 Pengertian Media Massa**

Media komunikasi merupakan saluran komunikasi yang digunakan untuk menghasilkan dan mendistribusikan berita, konten hiburan, visual dan produk budaya lainnya ke sejumlah besar orang. Oleh karena itu media komunikasi berkaitan dengan sejumlah besar orang atau massa, maka disebut media komunikasi massa atau disingkat media massa. (Nadie 2018:31).

Berdasarkan sifat fisiknya, media massa dapat diklasifikasikan dalam tiga kelompok besar, sebagai berikut: (Nadie 2018:31)

1. Media cetak, seperti surat kabar, majalah, buku dan lain-lain.
2. Media elektronik, seperti radio, film, televisi, dan rekaman audio.
3. Media digital, seperti CD RoM, DVD dan fasilitas internet.

Berikut beberapa contoh media massa dari paradigma lama dengan paradigma baru (Nurudin 2015:13)

1. Paradigma Lama: Surat kabar, majalah, tabloid, buku, radio, televisi, kaset/CD dan film.
2. Surat kabar, majalah, tabloid, internet, radio dan televisi.

### **2.1.2.2 Karakteristik Media Massa**

Sebuah media bisa disebut media massa jika memiliki karakteristik tertentu. Karakteristik media massa menurut (Cangara, 2010:126-127) antara lain:

1. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau pun terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
3. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang dalam waktu yang sama.
4. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan sebagainya.

### **2.1.2.3 Peran Media Massa**

McQuail (dalam Halik 2013: 65-66) mengidentifikasi peran media massa seperti berikut:

1. Jendela pengalaman yang meluaskan pandangan dan memungkinkan kita mampu memahami apa yang terjadi di sekitar kita, tanpa campur tangan pihak lain atau sikap memihak.
2. Juru bahasa yang menjelaskan dan memberi makna terhadap peristiwa atau hal yang terpisah dan kurang jelas.
3. Pembawa atau penghantar informasi dan pendapat.
4. Jaringan interaktif yang menghubungkan pengirim dengan penerima melalui berbagai macam umpan balik.
5. Penunjuk jalan yang secara aktif menunjukkan arah, memberikan bimbingan atau instruksi.

6. Penyaring yang memilih bagian pengalaman yang perlu diberi perhatian khusus dan menyisihkan aspek pengalaman lainnya, baik secara sadar dan sistematis atau tidak.
7. Cermin yang memantulkan citra masyarakat terhadap masyarakat itu sendiri. Biasanya pantulan citra itu mengalami perubahan karena adanya penonjolan terhadap segi yang ingin dilihat anggota masyarakat atau sering segi yang ingin mereka hakimi atau cela.
8. Tirai atau penutup yang menutupi kebenaran demi mencapai tujuan propaganda atau pelarian dari suatu kenyataan.

## **2.2.2    2.1.3 Penyiaran (*Broadcasting*)**

### **2.1.3.1 Pengertian Penyiaran (*Broadcasting*)**

Kata penyiaran itu sendiri berasal dari kata “siar”. “Siar” berarti menyebarluaskan informasi melalui pemancar. Dengan ditambah kata “pe” dan “an”, maka menjadi suatu proses pengiriman program acara dalam bentuk audio (suara) dan visual (gambar) yang dikirim dalam bentuk signal suara atau gambar, baik melalui udara maupun melalui kabel atau serat optik. Proses pengiriman ini kemudian diterima oleh pesawat penerima (televisi) dirumah-rumah. Menurut J. B. Wahyudi (1996), *broadcasting* (penyiaran) adalah 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. (K.Jaya 2016:8-9)

Pasal 1 butir 2, Ketentuan Umum Undang-Undang No.32/2002 tentang penyiaran, memberikan definisi khusus penyiaran sebagai kegiatan pemancarluasan siaran melalui saran pemancaran dan media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran. Definisi khusus yang dimaksudkan disini adalah

berkaitan dengan fungsi regulasi yang diamanatkan oleh UU tersebut, sehingga definisinya dibatasi mulai dari kegiatan pemancarluasan siaran, yang tentunya telah menggunakan ruang publik. Dengan demikian, di ruang publik ini, penyiaran telah menggunakan spektrum frekuensi penyiaran, telah melangsungkan proses komunikasi massa dan sebagainya. Sementara proses siaran tersebut, seperti produksi paket siaran, belum masuk ke wilayah publik atau masih bersifat intern stasiun penyiaran bersangkutan karenanya tidak termasuk dalam pengaturan UU tersebut. Oleh karena itu, stasiun penyiaran bebas menentukan, apakah paket itu akan diproduksi sendiri atau dari rumah produksi (*production house*). Tetapi bila bahan content tersebut kemudian disiarkan yang berarti masuk ke ruang publik, dia harus mengikuti aturan tentang content yang disusun oleh KPI (Komisi Penyiaran Indonesia). Selanjutnya, dalam konsideran UU No.32/2002 butir d ditegaskan bahwa lembaga penyiaran merupakan media komunikasi massa yang mempunyai peran penting dalam kehidupan sosial, budaya, politik, ekonomi, memiliki kebebasan dan tanggung jawab dalam menjalankan fungsinya sebagai media informasi, pendidikan, hiburan serta control dan perekat sosial. (Djamal, dan Andi Fachruddin 2011: 43-44)

### **2.1.3.2 Jenis Media Penyiaran**

Jenis media penyiaran akan tercermin pada tayangan siarannya di layar kaca. Dalam hal ini terdapat beberapa klasifikasi pada jenis media penyiaran yang dapat terbagi menurut format siaran, sumber pendanaan, wilayah cakupan layanannya, fungsi dalam jaringan, menurut kelas dalam jaringan nasional (PP No.12/2005 tentang LPP RRI) dan menurut UU No. 32/2002 tentang penyiaran. (Djamal, dan Andi Fachruddin 2011:53-57)

1. Menurut format siaran, berarti dari jenis program yang disajikan setiap harinya (*rundown*) yang biasanya dirancang dalam satu tahun anggaran, maka media penyiaran dapat diklasifikasikan sebagai:
  - a. Media penyiaran pendidikan, yang mempunyai program tetap instruksional olahraga, tata boga, dan tata busana. Di samping itu, jenis program lainnya, yaitu dengan topik iptek (ilmu pengetahuan dan teknologi), kebudayaan, kewilayahan.
  - b. Media penyiaran berita, yang mempunyai format siaran berita dengan beberapa aspeknya, seperti headline news, breaking news, berita tetap (siang, malam), wawancara eksklusif, laporan investigasi, ulasan ekonomi/politik.
  - c. Media penyiaran hiburan, yang menyiarkan segala bentuk *entertainment* seperti pagelaran musik, sulap, pagelaran pemberian *award*.
  - d. Media penyiaran umum, yang menyiarkan semua format yang mungkin.
2. Menurut sumber pendanaan, berarti dari asal perolehan dana yang digunakan untuk penyelenggaraan penyiaran, maka media penyiaran dapat diklasifikasikan sebagai:
  - a. Media penyiaran publik, yang mendapatkan seluruh pendanaan atau sebagian anggaran operasionalnya dari pemerintah. Biasanya media penyiaran ini menjadi saluran pemerintah untuk menyiarkan kemajuan pembangunan, kebijaksanaan yang diambil pemerintah.
  - b. Media penyiaran swasta, yang mendapatkan dan secara swadaya melalui pendayagunaan potensi periklanan.
  - c. Media penyiaran komunitas, yang memperoleh dana secara swadaya dari kalangan komunitasnya.

3. Menurut wilayah cakupan layanan, berarti dari luas wilayah yang dapat menangkap siaran stasiun penyiaran tersebut, maka media penyiaran dapat diklasifikasikan sebagai:
  - a. Media penyiaran lokal, yang mempunyai wilayah siaran hanya sebatas wilayah perkotaan, misalnya siaran radio FM.
  - b. Media penyiaran regional, yang mempunyai wilayah siaran sampai melintasi wilayah satu perkotaan, misalnya siaran radio MW.
  - c. Media penyiaran nasional, yang mempunyai wilayah siaran secara nasional (*national wide*), misalnya RRI dengan siaran dari Stasiun Pusat Jakarta.
  - d. Media penyiaran internasional, yang mempunyai wilayah siaran secara internasional seperti RRI siaran luar negeri (*VOI, Voice of Indonesia*), BBC, ABC.
4. Menurut fungsinya dalam jaringan, berarti dari status dalam jaringan secara operasional sehari-hari, maka media penyiaran dapat diklasifikasikan sebagai:
  - a. Media penyiaran induk, merupakan stasiun pusat dari mana siaran berasal. Biasanya produksi siaran juga dilakukan di stasiun induk ini, dan umumnya letak stasiun induk berada di ibu kota satu negara seperti RRI di Jakarta, BBC di Kota London.
  - b. Media penyiaran relai, merupakan stasiun penerus pancaran semua program dari stasiun induk. Stasiun relai ini tidak melakukan produksi siaran.
5. Menurut kelas dalam jaringan nasional, berasal dari strata dalam organisasi lembaga penyiaran tersebut. Nomenklatur kelas ini dicantumkan dalam Peraturan Pemerintah No. 12/2005 tentang LPP RRI Pasal 18. Dalam hal ini, media penyiaran dapat diklasifikasikan sebagai:

- a. Media penyiaran kelas A, merupakan stasiun pusat yang berkedudukan di ibu kota Jakarta.
  - b. Media penyiaran kelas B, merupakan stasiun daerah yang berkedudukan di ibu kota provinsi.
  - c. Media penyiaran kelas C, merupakan stasiun daerah yang berkedudukan di ibu kota wilayah kota (wali kota).
6. Menurut UU No. 32/2002 tentang Penyiaran, media penyiaran disebut sebagai lembaga penyiaran yang terdiri dari jasa penyiaran radio dan televisi. Dalam hal ini, media penyiaran dapat diklasifikasikan sebagai (Pasal 13 UU tersebut):
- a. Lembaga Penyiaran Publik (LPP), merupakan stasiun penyiaran yang mendapatkan anggaran operasional dari APBN untuk stasiun pusat yang berkedudukan di ibu kota, Jakarta, dan APBD untuk stasiun daerah. Di samping itu, dan operasionalnya dapat juga berasal dari iuran masyarakat serta usaha-usaha lain stasiun tersebut yang sah, LPP yang dimaksudkan adalah RRI dan TVRI yang mempunyai wilayah siaran secara nasional.
  - b. Lembaga Penyiaran Swasta (LPS), merupakan stasiun penyiaran yang mendapatkan anggaran operasional secara swadaya melalui potensi siaran iklan dan jasa-jasa yang lain seperti pembuatan produksi, yang terakait dengan penyelenggaraan penyiaran. Mempunyai wilayah siaran secara lokal dan berjaringan secara terbatas. Berjaringan secara terbatas diatur mengikuti skema tertentu, yaitu berdasarkan potensi ekonomi satu daerah yang masuk dalam jaringannya. Penentuan skema ini didasarkan pada asas keadilan, sehingga masing-masing LPS tidak saling dirugikan.
  - c. Lembaga Penyiaran Komunitas (LPK), merupakan stasiun penyiaran yang mendapatkan anggaran operasional secara swadaya, yaitu dari pengumpulan donasi komunitasnya

atau pihak-pihak yang besimpat. Dalam UU Penyiaran, LPK dilarang untuk mendapatkan dana dari siaran iklan. Mempunyai wilayah siaran yang terbatas (radius 2,5 km) dan berdaya pancar maksimum 50 watt (Pasal 5 PP No. 51/2002). Menurut Pasal 3 PP tersebut dijelaskan, bahwa LPK didirikan oleh komunitas dalam wilayah tertentu, bersifat independen, tidak komersial dan hanya melayani kepentingan komunitasnya.

- d. Lembaga Penyiaran Berlangganan (LPR), merupakan stasiun yang mendapatkan anggaran operasional secara swadaya melalui potensi siaran iklan, iuran para pelanggan dan jasa-jasa yang lain seperti pembuatan produksi, jasa akses internet. LPB meliputi siaran melalui satelit, kabel (CATV, *cable television*), dan *terrestrial*. Sistem *terrestrial* ini jua menyiarkan beberapa kanal televisi ke pelanggannya (*point-to-multipoint*) dengan menggunakan frekuensi pancaran pada pita 2,5 GHz (MMDS).

### 2.1.3.3 Karakteristik Media Penyiaran

Perbandingan karakteristik media penyiaran versus media cetak, yaitu: (Djamal, dan Andi Fachruddin, 2011:59)

**Tabel 2.1 Karakteristik Media Penyiaran**

Jenis Media	Sifat
Cetak	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Dapat dibaca, di mana, dan kapan saja</li> <li>b. Dapat dibaca berulang-ulang</li> <li>c. Daya pengaruh kurang/rendah</li> <li>d. Pengolahan secara mekanik atau elektrik</li> <li>e. Biaya operasional relatif rendah</li> <li>f. Daya jangkau populasi terbatas</li> </ul>
Penyiaran Radio	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Dapat didengar ketika siaran</li> <li>b. Dapat didengar kembali secara berulang</li> <li>c. Daya pengaruh kurang/rendah</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>d. Pengolahan secara elektronik</li> <li>e. Biaya operasional relatif murah</li> <li>f. Daya jangkau populasi luas</li> </ul>
Penyiaran Televisi	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Dapat didengar dan dilihat ketika siaran</li> <li>b. Dapat didengar/dilihat kembali bila siaran diulang</li> <li>c. Daya pengaruh sangat tinggi</li> <li>d. Pengolahan secara elektronik</li> <li>e. Biaya operasional sangat tinggi</li> <li>f. Daya jangkau populasi luas</li> </ul>

### 2.2.3 2.1.4 Film

#### 2.1.4.1 Pengertian Film

Pengertian film (sinema) secara harfiah dilansir melalui web Kajianpustaka.com adalah *Cinematographie* yang berasal dari *Cinema + tho = phytos* (cahaya) + *graphie = graph* (tulisan = gambar = citra), jadi pengertiannya yaitu melukis gerak dengan cahaya. Apabila kita akan melukis gerak dengan cahaya harus menggunakan alat khusus, yang biasa disebut kamera. Film merupakan gambar hidup, salah satu media komunikasi bersifat audio visual untuk menyampaikan sebuah pesan kepada sekelompok orang. (Halik 2013: 109)

Sebagai industri (*on industry*), film adalah sesuatu yang merupakan bagian dari produksi ekonomi suatu masyarakat dan mesti dipandang dalam hubungannya dengan produk-produk lainnya. Sebagai komunikasi (*communication*), film merupakan bagian paling penting dari sistem yang digunakan oleh para individu dan kelompok untuk mengirim dan menerima pesan (*send and receive message*). (Ibrahim 2011:190). Film adalah selaput tipis yang dibuat dari seluloid untuk tempat gambar negatif (yang akan dibuat potret) atau untuk tempat gambar positif (yang akan dimainkan di bioskop). (Meity 2011:125)

Menurut McQuil (dalam Budi Prasetya 2019:27) film berperan sebagai sarana baru yang sudah menjadi kebiasaan terdahulu, serta menyajikan cerita, peristiwa, musik, drama, lawak, dan sajian teknis lainnya kepada masyarakat umum. Masyarakat pasti mengenal apa yang dinamakan film. Film telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Sejak kemunculannya yang pertama berupa gambar bergerak berwarna hitam putih, hingga saat ini diproduksi film dengan konsep tiga dimensi (3D) yang menggunakan teknologi canggih.

Latief dan Ubud dalam bukunya Kamus Pintar *Broadcasting*, menjelaskan bahwa film adalah karya seni yang merupakan pranata sosial dan media komunikasi massa yang dibuat berdasarkan kaidah sinema fotografi, dengan atau tanpa suasana, dan dapat dipertunjukkan. Karya seni berupa film memang sangat memungkinkan dapat dipertunjukkan kepada orang banyak dan dapat dinikmati kapanpun selama orang tersebut dapat memutar film. (Latief dan Yusiatie Ubud 2013:22)

Dalam pengertian singkat, film adalah penyajian gambar melalui layar lebar. Adapun dalam pengertian lebih luas, film dapat dikategorikan sebagai gambar yang ditayangkan melalui televisi. Jadi dapat dipahami bahwa film adalah salah satu bagian dari media komunikasi. Dengan kata lain, film merupakan media yang berfungsi untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Film mempunyai kelebihan yang dapat diperhitungkan, film tidak hanya menjadi media penyampaian pesan kepada satu atau dua orang komunikan saja, melainkan film dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas. (Wahyuningsih 2019:2-3)

Film dalam bahasa semiotik didefinisikan sebagai sebuah teks yang pada tingkat penanda dalam kehidupan nyata. Pada tingkat pertanda, film adalah cermin metaforis kehidupan. Film merupakan sistem signifikasi yang mendapatkan respon sebagian

besar khalayak saat ini dan bertujuan untuk memperoleh hiburan dan wawasan pada level interpretan. (Danesi 2011:100).

#### **2.1.4.2 Jenis - Jenis Film**

Jenis-jenis film dapat dibedakan berdasarkan cara bertutur maupun pengolahannya. Adapun jenis-jenis film yang umumnya dikenal sampai saat ini yaitu: (Wahyuningsih 2019:3-6)

##### **1. Film Cerita (*Story Film*)**

Film cerita adalah jenis film yang mengandung suatu cerita yaitu yang lazim diputar di gedung-gedung bioskop. Film jenis ini dibuat dan didistribusikan untuk public seperti halnya barang dagangan (Effendy 2003 dalam Wahyuningsih 2019:3). Topik cerita yang diangkat dalam film jenis ini bisa berupa fiktif atau kisah nyata yang dimodifikasi, sehingga ada unsur menarik, baik dari jalan ceritanya maupun segi gambar yang lebih artistik (Ardianto dan Erdinaya 2007 dalam Wahyuningsih 2019:3). Dalam *Mari Membuat Film: Pandangan Menjadi Produser* (2006 dalam Wahyuningsih 2019:3), Heru Effendy membagi film cerita menjadi Film Cerita Pendek (*Short Films*) yang biasanya berdurasi di bawah 60 menit. Film dengan durasi lebih dari 60 menit, dikategorikan sebagai Film Cerita Panjang (*Feature-Length Films*). Film yang diputar di bioskop umumnya termasuk dalam Film Cerita Panjang dengan durasi 60-100 menit.

##### **2. Film Dokumenter (*Documentary Film*)**

Jhon Grierson mendefinisikan film dokumenter sebagai “karya ciptaan mengenai kenyataan (*creative treatment of actually*)” titik berat film dokumenter adalah fakta atau peristiwa yang terjadi (Effendy 2003 dalam Wahyuningsih 2019:4). Intinya film dokumenter berpijak pada fakta-fakta (Effendy 2006 dalam Wahyuningsih 2019:4).

### 3. Film Berita (*News Reels*)

Seperti halnya film documenter, film berita atau *news reels* juga berpijak pada fakta dari sebuah peristiwa yang benar-benar terjadi. Karena sifatnya berita, film yang disajikan pun harus mengandung nilai berita (*news value*) (Effendy 2003 dalam Wahyuningsih 2019:4). Perbedaan mendasar antara film berita dan dokumenter terletak pada cara penyajian dan durasi.

### 4. Film Kartun (*Cartoon Film*)

Pada awalnya, film kartun dibuat untuk anak-anak. Namun dalam perkembangannya, film yang menyulap gambar lukisan menjadi hidup juga diminati oleh berbagai kalangan, termasuk orang dewasa. Menurut Effendy (2003 dalam Wahyuningsih 2019:4) titik berita pembuatan film kartun adalah seni lukis dan setiap lukisan memerlukan ketelitian. Satu per satu dilukis dengan seksama untuk kemudian dipotret satu per satu. Hasil pemotretan itu kemudian dirangkai dan diputar dalam proyektor film sehingga memunculkan efek gerak dan hidup.

### 5. Film – film jenis lainnya

#### a. Profil perusahaan (*Corporate Profile*)

Film ini diproduksi oleh institusi tertentu terkait pekerjaan atau proyek yang mereka lakukan. Film ini sendiri umumnya berfungsi sebagai alat bantu presentasi.

#### b. Iklan Televisi (*TV Commercial*)

Film ini diproduksi untuk kepentingan penyebaran informasi, baik tentang produk (iklan produk) maupun layanan masyarakat (iklan layanan masyarakat atau *public service announcement/PSA*). Tujuan penyebaran informasi dalam iklan televisi ini umumnya cenderung bersifat persuasif.

#### c. Program Televisi

Program ini diproduksi untuk konsumsi pemirsa televisi. Secara umum, program televisi dibagi menjadi dua jenis, yakni cerita dan non cerita.

#### d. Video Klip (*Music Video*)

Dipopulerkan pertama kali melalui saluran televisi MTV pada tahun 1981, sejatinya video klip adalah sarana bagi para produser musik untuk memasarkan produknya lewat medium televisi (Effendy 2006 dalam Wahyuningsih 2019:6)

### **2.1.4.3 Karakteristik Film**

Bentuk-bentuk pengaruh dan karakteristik film diuraikan oleh Quick dan La Bau 1972 serta McQuail 2000 (dalam Wahyuningsih 2019:6-7). Menurut mereka, film sebagai media komunikasi audio-visual memiliki karakteristik yang unik dan agak berbeda dengan media lain, di antaranya:

1. Memiliki dampak psikologis yang besar, dinamis dan mampu mempengaruhi penonton.
2. Biasanya lebih dramatis dan lengkap daripada hidup itu sendiri.
3. Terdokumentasikan, baik gambar maupun suara.
4. Mudah distribusikan dan dipertunjukkan.
5. Mampu membangun sikap dengan memperhatikan rasio dan emosi sebuah film.
6. Terilustrasikan dengan cepat sebagai pengejawantahan dari sebuah ide atau sesuatu yang lain.
7. *Interpretative*; mampu menghubungkan sesuatu yang sebelumnya tidak berhubungan.
8. Mampu menjual sebuah produk dan ide (sebuah alat propaganda yang ampuh).

9. Mampu menjembatani waktu baik masa lampau, sekarang dan masa yang akan datang.
10. Mampu memperbesar dan memperkecil objek; dapat memperlihatkan sesuatu secara mendetail.
11. Dapat menunjukkan sesuatu yang kompleks dan terstruktur.
12. Berorientasi untuk ditampilkan kepada publik.
13. Bersifat internasional dan membawa ideologi tertentu.

#### **2.1.4.4 Unsur Film**

Film secara umum dibagi menjadi dua unsur pembentuk yakni, unsur naratif dan unsur sinematik. Kedua unsur tersebut harus saling berkesinambungan satu sama lain untuk membuat sebuah film. Masing-masing unsur tersebut tidak akan dapat membentuk film jika hanya berdiri sendiri. (Pratista 2017:23)

1. Unsur Naratif, adalah unsur yang hubungannya dengan aspek cerita film. Setiap film tidak mungkin lepas dari unsur naratif karena elemen tersebut membentuk unsur naratif secara keseluruhan.
  - a. Tokoh, ada dua tokoh penting untuk membantu jalannya cerita yaitu pemeran utama dan pemeran pendukung. Peranan utama adalah bagian dari ide cerita dalam film yang diistilahkan protagonis dan pemeran pendukung disebut dengan antagonis yang biasanya karakter pembuat masalah atau konflik.
  - b. Masalah dan konflik, merupakan hambatan peran utama dalam mencapai tujuan dalam film biasanya disebabkan oleh tokoh pembantu atau antagonis.
  - c. Ruang, adalah tempat dimana para pelaku cerita bergerak dan beraktifitas.
  - d. Waktu, sama halnya dengan unsur ruang. Sebuah cerita tidak mungkin terjadi tanpa adanya unsur waktu.

2. Unsur Sinematik, adalah aspek teknis dalam produksi sebuah film.
  - a. *Mise-en-scane*, adalah segala hal yang berada di depan kamera. Bisa di katakan bahwa separuh kekuatan film terdapat pada aspek *mise-en-scane* memiliki unsur penting yaitu setting atau latar, tata cahaya, kostum dan make-up, akting dan pergerakan kamera. Unsur *mise-en-scane* secara keseluruhan mampu mendukung naratif serta membangun suasana dan mood sebuah film
  - b. *Sinematografi*, mencakup perlakuan sineas terhadap kamera serta stok film (data mentah). Seorang sineas tidak hanya sekedar merekam sebuah adegan semata, namun juga harus mengontrol dan mengatur bagaimana adegan tersebut akan di ambil, seperti jarak, ketinggian, sudut, lama pengambilan, dan sebagainya.
  - c. *Editing*, proses pengambilan gambar yang telah selesai kemudian setelahnya produksi film masuk dalam tahap *editing*.
  - d. Suara, sebagai seluruh suara yang keluar dari gambar yakni dialog, musik, dan efek suara.

#### **2.1.4.5 Jenis Shot dalam Film**

Untuk menghasilkan gambar yang indah dipandang mata, maka terdapat teknik pengambilan gambar yang disebut *shooting*. Berbagai jenis shot tersebut yaitu sebagai berikut: (Wahyuningsih 2019:16-21)

1. *Long Shot* (LS) digunakan untuk pengambilan gambar secara keseluruhan. Bila objeknya orang maka seluruh tubuh dan latar belakang akan tampak semua.
2. *Wide Shot/Angle* (WS/WA) hasilnya seperti LS bedanya dibagian tepinya berkesan melengkung.

3. *Medium Long Shot* (MLS) atau *Knee Shot*. Bila objeknya orang maka yang tampak hanya dari kepala sampai lutut. Bagian-bagian latar belakang terlihat rinci.
4. *Medium Shot* (MS) atau *Waist Shot*. Bila objeknya orang maka yang tampak hanya dari kepala sampai pinggang.
5. *Medium Close/Shot* (MCU/MCS) atau *Chest/Bust Shot*. Untuk objek orang tampak kepala sampai dada atas. Jika objeknya adalah benda, tampak seluruh bagiannya.
6. *Close Up/Shot* (CU/CS) untuk objek orang hanya tampak wajahnya sedangkan untuk benda tampak jelas bagian-bagiannya.
7. *Big Close Up/Shot* (BCU/BCS) atau *Very Close Shot*, bila objeknya orang hanya tampak bagian tertentu, seperti mata dan bagian-bagian yang terlihat jelas.
8. *Group Shot* (Group S) pengambilan gambar untuk sekelompok orang (bila objeknya gambar orang).
9. *Two Shot* (2-Shot/25) bila objeknya orang, pengambilan difokuskan kepada dua orang.
10. *Over Shoulder Shot* (OSS) biasanya digunakan untuk meliput dua orang yang sedang bercakap-cakap. Pengambilannya melalui belakang bahu orang (membelakangi kamera) secara bergantian.

#### **2.1.4.6 Gerakan Kamera dalam Pembuatan Film**

Gerakan kamera dalam pembuatan film akan menghasilkan efek yang bagus pada hasil gambar dan pemaknaannya. Gerakan kamera dalam pembuatan film yaitu sebagai berikut: (Wahyuningsih 2019:22-24)

1. *Panning* adalah gerakan kamera secara horizontal (posisi kamera tetap di tempat) dari kiri ke kanan atau sebaliknya. Ada 2 jenis *panning* yaitu:
  - a. *Pan right*: gerak kamera mendatar dari kiri ke kanan.
  - b. *Pan left*: gerak kamera mendatar dari kanan ke kiri.

2. *Tilting* adalah gerakan kamera secara vertikal (posisi kamera tetap di tempat) dari atas ke bawah atau sebaliknya. Ada 2 jenis *tilting* yaitu:
  - a. *Tilt up*: gerak kamera secara vertikal dari bawah ke atas.
  - b. *Tilt down*: gerak kamera secara vertikal dari atas ke bawah.
3. *Tracking Track* adalah gerakan kamera mendekati atau menjauhi objek. Teknik ini dapat pula dilakukan dengan cara mengikuti gerakan objek.
  - a. *Track out*: gerak akmera menjauhi objek.
4. *Follow* adalah kamera mengikuti objek bergerak searah,
5. *Motivated Pan* adalah kamera mengikuti gerakan orang yang melintasi jalan karena terdapat alasan untuk gerakan kamera tersebut.
6. *Zoom out* adalah pengambilan gambar dapat dimulai dari sebuah objek yang dekat dan kemudia ditarik menjauh ke gambar lebar dengan menggunakan lingkaran zoom.
7. *Zoom in* adalah gambar dimulai dari bidang lebar dan bergerak menuju lebih detail dengan menggunakan zoom.
8. *High angle*, efek dramatis secara pskilogis dapat dilakukan melalui penataan tinggi kamera terhadap objek. Keterlibatan penonton dan reaksi terhadap adegan yang disajikan bisa dipengaruhi oleh apakah adegan yang ditampakkan sama tinggi, di atas atau di bawah mata. Shot yang diambil dengan high angle adalah segala macam shot di mana mata kamera diarahkan ke bawah untuk menangkap objek. Sebuah *shot high angle* bisa saja dipilih atas dasar alasan estetika, teknis atau pertimbangan psikologis. Memposisikan kamera lebih tinggi dari objek umumnya bertujuan untuk menghasilkan kesan bahwa

objek tersebut adalah kecil, takluk, rendah dan sebagainya.

9. *Low angle* adalah setiap shot di mana kamera menengadah dalam merekam objek. Pada umumnya digunakan untuk merangsang rasa kagum, kokoh, gagah atau kegairahan.

#### **2.1.4.7 Pendukung Visualisasi dalam Film**

Sebuah film dianggap film yang baik pastinya membutuhkan berbagai sarana pendukung. Berbagai alat teknologi dan sumber daya manusia sebagai syarat dalam menciptakan sebuah karya audio visual yang layak untuk ditonton. Hal-hal yang menjadi sarana pendukung tersebut yang memiliki keterkaitan dengan konsep penelitian film dari perspektif semiotika adalah sebagai berikut: (Budi Prasetya 2019:39-41)

##### *1. Shot/Angle*

*Shot* merupakan teknik pengambilan gambar yang dilakukan oleh kamera, beberapa orang menyebutnya dengan “*Shoot*”. Pengambilan gambar atau shot dapat mempengaruhi jalannya sebuah cerita dalam film. Teknik *shot* ini dilakukan oleh kameramen dan keterampilan sutradara pada saat syuting yang harus kompak agar terbentuk sebuah cerita yang menarik.

##### *2. Lighting*

*Lighting* atau pencahayaan merupakan hal yang penting dalam proses pembuatan sebuah film karena untuk memperjelas objek pada saat syuting dan memperjelas jalan cerita film. Tanpa adanya cahaya proses syuting tidak berjalan dengan baik. Dalam pembuatan film yang bertemakan gelap pun tetap membutuhkan cahaya dan syuting pada siang hari pun membutuhkan pencahayaan agar membentuk keseimbangan gambar dalam proses syuting dan agar hasilnya dapat memuaskan.

### 3. *Make up*

*Make up* atau tata rias merupakan hal yang penting dalam proses visualisasi dan pembuatan film, karena bertujuan untuk memperlihatkan sebuah peran atau karakter dalam film. Contoh: dalam film horror, *make up artist* ditugaskan untuk menceritakan karakter seram yang diperlukan dalam film tersebut.

### 4. *Wardrobe*

*Wardrobe* atau pakaian hamper sama dengan tata rias, *wardrobe* juga merupakan hal penting dalam pembuatan film. Pakaian dan segala aksesoris menjadi sebuah pendukung untuk menciptakan sebuah karakter sebagai identitas bagi sang pemain film. Contoh: pada film superhero, pakaian dan aksesoris yang dibutuhkan adalah pakaian superhero.

### 5. *Back Sound*

*Back Sound* atau musik pengiring menjadikan sebuah film terdengar menarik, tanpa adanya musik maka film terasa hambar atau sepi.

## **2.2.4 2.1.5 Pesan Moral**

Pesan merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator. Pesan dapat berupa gagasan, pendapat dan sebagainya yang sudah dituangkan dalam suatu bentuk dan melalui lambing kounikasi diteruskan kepada orang lain atau komunikan. (Suryanto 2015:175-176)

Moral berasal dari akar kata Latin *mos*, yang dalam bentuk jamaknya *mores* berarti adat-istiadat atau kebiasaan. Dalam bahasa Indonesia, moral diterjemahkan dengan susila yaitu perilaku yang sesuai dengan pandangan umum, yang baik dan wajar, yang meliputi kesatuan sosial dan lingkungan tertentu. Dengan demikian, moral berarti tindakan manusia yang sesuai

dengan ukuran yang diterima oleh umum, sehingga tolok ukurnya adalah kebiasaan yang berlaku. (Djakfar 2012:14)

Pesan moral adalah sesuatu yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan melalui proses komunikasi dimana pesan-pesan yang disampaikan mengandung nilai akhlak, budi pekerti, atau susila yang baik dalam pandangan masyarakat secara umum. (Danesi 2011: 293)

Pesan moral berisikan ajaran-ajaran lisan maupun tulisan tentang bagaimana manusia itu harus hidup dan bertindak. Agar dapat menjadi manusia yang baik dan mempunyai tata karma yang baik. Pesan moral tentang ajaran baik buruk perbuatan dan kelakuan (akhlak) secara spontan tanpa dibuat-buat dan tanpa memerlukan pemikiran yang berkaitan dengan disiplin, kualitas perasaan dan emosi serta kecenderungan manusia.

Pesan moral diambil dari penafsiran cerita film. Adegan-adegan yang mengandung ajaran tentang baik buruknya perbuatan atau nilai luhur yang terdapat dalam film tersebut merupakan pesan moral yang ingin disampaikan pembuat film kepada penontonnya. Hal tersebut berhubungan dengan kehidupan seperti perilaku, sifat dan sebagainya. Penyampaian hal tersebut melalui penampilan pemain pada cerita.

## **2.2.5    2.1.6 Semiotika**

### **2.1.6.1 Pengertian Semiotika**

Secara etimologis, istilah semiotika berasal dari bahasa Yunani *Semeion* yang berarti tanda. Tanda itu sendiri diartikan sebagai suatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain. Tanda pada awalnya dimaknai sebagai suatu hal yang menunjuk pada adanya hal lain. (Seto 2013:7)

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Konsep dasar ini mengikat bersama dengan seperangkat teori yang luas berkaitan dengan simbol, bahasa, wacan, dan bentuk nonverbal, teori-teori yang menjelaskan bagaimana tanda berhubungan dengan maknanya dan bagaimana tanda disusun. Secara umum, studi tentang tanda merujuk pada semiotika. (Sobur 2016:15-16)

Ilmu semiotik atau semiologi merupakan ilmu yang mengkaji mengenai pemaknaan dari sebuah tanda. Ahli filsafat yang pertama mengkaji mengenai tanda berasal dari ranah linguistik yaitu Ferdinand de Saussure dan Peirce. Saussure dan Peirce mengkaji ilmu tanda ini merujuk pada tanda dalam bahasa, artinya mengkaji mengenai makna yang terkandung dalam bahasa. Saussure lebih menekankan pada struktur yang menyusun sebuah bahasa daripada pemakaian bahasa. Menurut Saussure, bahasa yang terstruktur lebih memiliki makna dibandingkan dipahami dengan bagian perbagian sehingga Saussure identik dengan paham strukturalis. "Pemahaman strukturalis tentang kebudayaan terkait dengan "sistem relasi" dari struktur yang membentuk tata bahasa yang memungkinkan munculnya makna. (Barker 2008:72 dalam Budi Prasetya 2019:5)

Semiotika dalam kajian ilmu komunikasi memiliki jangkauan yang luas. Semiotika dapat diterapkan pada berbagai level dan bentuk komunikasi seperti komunikasi massa, komunikasi antar budaya, komunikasi politik dan sebagainya. Dalam komunikasi massa, kajian semiotika dapat diaplikasikan pada film, televisi, iklan, lagu dan lain-lain. Penelitian semiotika komunikasi bertujuan untuk menafsirkan pesan yang berupa tanda, baik tanda verbal maupun nonverbal. Karena tidak semua pesan komunikasi dapat dimengerti secara langsung. Banyak pesan komunikasi yang sulit dipahami dan memiliki makna tersembunyi. Disinilah perlu semiotika komunikasi, pada

dasarnya semiotika adalah menemukan makna yang tersembunyi bukan makna yang sudah jelas. Kriteria penting dalam semiotika komunikasi adalah untuk memecahkan masalah komunikasi, terutama yang berhubungan dengan bagaimana memaknai tanda-tanda yang maknanya belum jelas dan memerlukan penafsiran tanda. Tujuan utama semiotika adalah menemukan tanda-tanda (*sign*) dalam teks yang terpenting memberi tanda-tanda makna. (Vera 2014: 38)

Saussure mendefinisikan semiologi sebagai sebuah ilmu tanda yang mengkaji kehidupan tanda-tanda ditengah masyarakat yang kemudian menjadi bagian dari disiplin psikologi sosial. Tujuannya untuk menunjukkan bagaimana terbentuknya tanda-tanda beserta kaidah yang mengaturnya. Secara umum, semiotika dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari tanda-tanda dan simbol-simbol sebagian dari sistem kode yang digunakan untuk mengkomunikasikan informasi. Semiotika meliputi tanda-tanda visual dan verbal yang dapat diterima, sehingga ketika tanda-tanda tersebut membentuk sistem kode yang secara sistematis menyampaikan informasi atau pesan disetiap kegiatan dan perilaku manusia.

Pada dasarnya, semiosis dapat dipandang sebagai suatu proses tanda yang dapat diberikan dalam istilah semiotika sebagai hubungan antara lima istilah yaitu:

**S ( s , i , e , r , c )**

### **Gambar 2.1 Lima Istilah Semiosis**

**Sumber: Semiotika Komunikasi, Alex Sobur (2016:17)**

S adalah untuk *semiotic relation* (hubungan semiotik); s untuk *sign* (tanda), i untuk *interpretant* (penafsir), e untuk *effect* (pengaruh) (contoh: suatu diposisi dalam i akan bereaksi dengan

cara tertentu terhadap  $r$  pada kondisi-kondisi tertentu  $c$  karena  $s$ ),  $r$  untuk *reference* (rujukan), dan  $c$  untuk *context* (konteks) atau *conditions* (kondisi). (Sobur 2016:17)

Berger (dalam Sobur 2016:18) mengemukakan bahwa semiotika menaruh perhatian pada apapun yang dinyatakan sebagai tanda. Sebuah tanda adalah semua hal yang diambil sebagai penanda yang mempunyai arti penting untuk menggantikan sesuatu yang lain. Sesuatu yang lain tersebut tidak perlu harus ada atau tanda itu secara nyata ada di suatu tempat waktu tertentu. Dengan begitu, pelajari apapun yang bisa digunakan untuk menyatakan sesuatu kebohongan, sebaliknya tidak bisa digunakan untuk mengungkap kebenaran.

Oleh karena itu, semiotika adalah mempelajari tentang tanda dan cara-cara tanda itu bekerja. Tanda pada dasarnya akan memberikan isyarat suatu makna yang dapat dimengerti oleh manusia yang menggunakannya. Bagaimana manusia bisa menangkap sebuah makna tergantung pada bagaimana manusia mengalokasikan objek dengan tanda. Hal tersebut sebanding dengan pendapat Charles Sanders Peirce (dalam Sobur 2016:16) yaitu semiotika sebagai “*a relationship a many, an object and a meaning*” suatu hubungan diantara tanda, objek dan makna.

Secara garis besar teori tentang tanda, manusia dan makna dapat dikelompokkan sebagai berikut: (Hoed 2011:5-9)

#### 1. Semiotik Struktural

Semiotik struktural berhulu pada teori tentang tanda bahasa dari Ferdinand de Saussure (1857M-1913M). Dikenal dengan semiotik struktural karena pertama, menyangkut tanda dan pemaknanya secara dwipihak, kedua, makna diidentifikasi melalui relasi antar tanda, ketiga, pemaknaan tanda tidak hanya individual, tetapi juga sosial.

## 2. Semiotik Progmatis

Teknik semiotik yang lain adalah Charles Sanders Peirce (1839M-1914M) bagi Peirce tanda dan pemaknaan bukan struktur melainkan suatu pesan kognitif yang disebut *semiosis*. Semiosis adalah proses pemaknaan dan penafsiran tanda. Proses semiosis ini melalui tiga tahap. Tahap pertama adalah pancaindra, tahap kedua mengaitkan spontan *representamen* dengan pengalaman dalam kognisi manusia yang memaknai *representamen* itu disebut *object*, dan ketiga disebut *interpretat* cara pemaknaan tanda melalui kaitan antara *representamen* dan *object* didasari oleh pemikiran bahwa *object* tidak selalu sama dengan realitas yang diberikan *representamen*.

### 2.1.6.2 Tokoh – Tokoh Semiotika

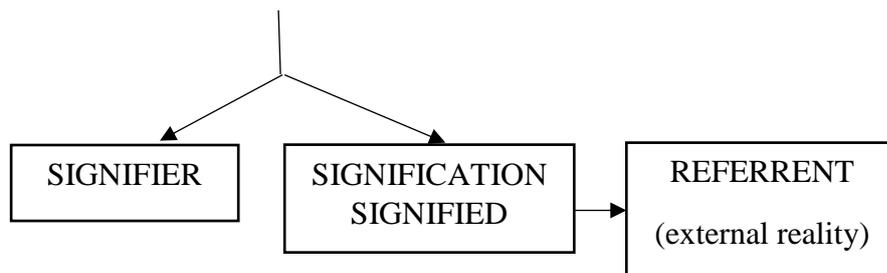
#### 1. Ferdinand de Saussure

Saussure dilahirkan di Jenewa pada tahun 1857, dan dia hidup sezaman dengan Sigmund Freud dan Emile Durkheim. Selain sebagai seorang ahli lingusitik, dia juga seorang spesialis bahasa-bahasa Indo Eropa dan Sansekerta yang menjadi sumber pembaruan intelektual dalam bidang ilmu sosial dan kemanusiaan. Pandangannya tentang Tanda sangat berbeda dengan pandangan par ahli lingusitik di jamannya. Saussure justru menyerang pemahaman historis terhadap bahasa yang dikembangkan pada abad Ke-19. Saat itu, studi bahasa hanya berfokus kepada perilaku linguistik yang nyata (*Parole*). Studi tersebut menelusuri perkembangan kata-kata dan ekspresi sepanjang sejarah, mencari faktor-faktor yang berpengaruh seperti geografi, perpindahan penduduk dan faktor lain yang mempengaruhi perilaku linguistik manusia. Saussure justru menggunakan pendekatan anti historis yang melihat bahasa sebagai sebuah sistem yang utuh dan harmonis secara internal atau dalam istilah Saussure disebut sebagai *langue*. Dia

mengusulkan teori bahasa yang disebut sebagai strukturalisme untuk menggantikan pendekatan historis dari para pendahulunya. Bahasa di mata Saussure tak ubahnya sebuah karya musik (simfoni) dan bila kita ingin memahaminya kita harus memperhatikan keutuhan karya musik secara keseluruhan dan bukan kepada permainan individual dari setiap pemain musik. (Seto, 2013: 19-20)

Sedikitnya ada lima pandangan Saussure yang terkenal yaitu soal (1) *signifier* (penanda) dan *Signified* (petanda), (2) *form* (bentuk) dan *content* (isi); (3) *langue* (bahasa) dan *parole* (tuturan/ujaran); (4) *synchronic* (sinkronik) dan *Diachronic*; serta (5) *syntagmatic* dan *associative* atau paradigmatis. (Seto, 2013: 20)

ini SIGN Model analisis semiotika Saussure menjadi dasar terbentuknya beberapa model analisis yang lain, misalnya model analisis Roland Barthes. Konsep *signifier* dan *signified* dapat dilihat dalam gambar dibawah ini:



**Gambar 2.2 Model Semiotika Saussure**

(Sumber: McQuail 2000 dalam Budy Prasetya 2019: 10)

Dalam model analisis ini, semiotika dibagi menjadi dua bagian (dikotomi) yaitu sebagai penanda (*signifier*) dan pertanda (*signified*). Penanda dilihat sebagai bentuk/wujud fisik dapat dikenal melalui wujud karya arsitektur, sedang pertanda dilihat

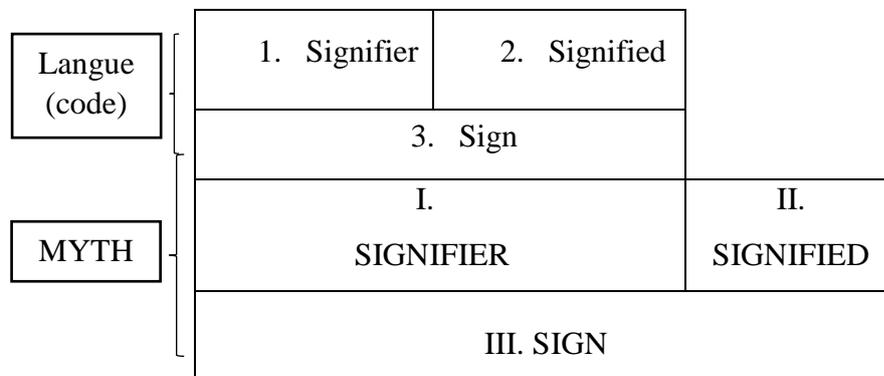
sebagai makna yang terungkap melalui konsep, fungsi dan nilai-nilai yang terkandung didalam karya arsitektur. Melalui tahapan tersebut maka akan sampai pada tataran “*referent*” yaitu tahapan pemikiran yang memaknai sebuah fenomena (bisa dikatakan sebagai pemaknaan terhadap sebuah objek). Eksistensi semiotika Saussure adalah relasi antara penanda dan petanda berdasarkan konvensi, biasa disebut dengan signifikasi. Semiotika signifikasi adalah sistem tanda yang mempelajari relasi elemen tanda dalam sebuah sistem berdasarkan aturan atau konvensi tertentu. (Budy Prasetya 2019:10)

## 2. Roland Barthes

Roland Barthes menyebut kajian keilmuan ini dengan nama semiology. Sebagai seorang tokoh filsuf dan tokoh dalam bidang semiotik yang lahir di Prancis pada 12 November 1915 dan meninggal pada 20 Maret 1980 tentu nya memiliki kajian pemikiran Barat yang kental dengan nuansa kritis Eropa. Barthes mengembangkan pemikiran Saussure tentang semiology dan mengimplementasikannya dalam konsep budaya. Beberapa kajian tersebut yaitu: *S/Z*, *Mythologies* dan *The Fashion System*. (Budy Prasetya 2019: 12)

Barthes menggunakan versi yang jauh lebih sederhana saat membahas model *glossematic sign* (tanda-tanda glossematic). Mengabaikan dimensi dari bentuk dan substansi, Barthes mendefinisikan sebuah tanda (*Sign*) sebagai sebuah sistem yang terdiri dari (E) sebuah ekspresi atau signifier dalam hubungannya (R) dengan *content* (atau *signified*) (C): ERC. Sebuah sistem tanda primer (*primary sign system*) dapat menjadi sebuah elemen dari sebuah sistem tanda yang lebih lengkap dan memiliki makna yang berbeda ketimbang semula. Dengan begitu, *primary sign* adalah *denotative* sedangkan *secondary sign* adalah satu dari *connotative semiotics*. Konsep *connotative* inilah yang menjadi

kunci penting dari model semiotika Roland Barthes. (Seto 2013: 21)



**Gambar 2.3 Model Semiotika Roland Barthes**

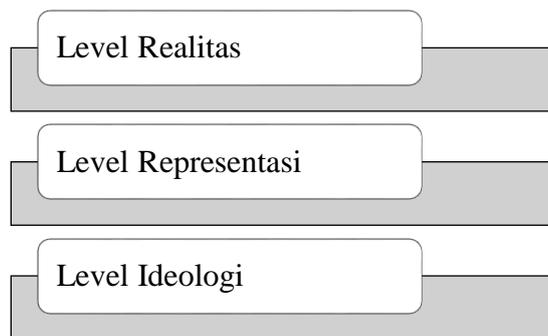
Fiske menyebut model ini sebagai Signifikasi dua tahap (*two order of signification*). Lewat model ini Barthes menjelaskan bahwa signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara signifier (ekspresi) dan Signified (*content*) di dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal. Itu yang disebut Barthes sebagai denotasi yaitu makna paling nyata dari tanda (*Sign*). (Seto 2013: 21)

Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaannya. Denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek, sedangkan makna konotasi adalah bagaimana cara menggambarkannya. Pada signifikasi tahap kedua yang berhubungan dengan isi, tanda bekerja melalui mitos (*myth*). Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan jatau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Mitos merupakan produk kelas sosial yang sudah mempunyai suatu dominasi. Mitos primitif, misalnya mengenai hidup dan mati, manusia dan dewa. Sedangkan mitos masa kini misalnya

mengenai femininitas, maskulinitas, ilmu pengetahuan dan kesuksesan. Mitos adalah suatu wahana dimana suatu ideologi berwujud. Mitos dapat berangkai menjadi Mitologi yang memainkan peranan penting dalam kesatuan-kesatuan budaya. (Seto 2013: 22)

### 3. John Fiske

Analisis semiotika John Fiske merupakan proses representasi realitas berbagai objek yang disajikan oleh media melalui proses encode. Realitas itu digambarkan dalam media sesuai dengan bahasa teknis yang digunakan. Kode-kode yang terorganisir tersebut kemudian mengarah pada ideologi. Menurut Fiske, kode-kode yang muncul atau yang digunakan dalam acara televisi saling berhubungan sehingga terbentuk sebuah makna. Sebuah realitas tidak muncul begitu saja melalui kode-kode yang timbul, tetapi juga diolah melalui penginderaan sesuai referensi yang telah dimiliki oleh pemirsa televisi, sehingga sebuah kode akan diterjemahkan secara berbeda oleh orang yang berbeda juga. (Vera 2014:35)



**Gambar 2.4 Model Semiotika John Fiske**

(Sumber: Vera 2014: 36)

Dalam kode-kode televisi yang diungkapkan oleh John Fiske, bahwa peristiwa yang ditayangkan dalam dunia televisi telah di-*encode* oleh kode-kode sosial yang terbagi dalam tiga level atau dikonstruksikan dalam tiga tahapan. Pada tahap

pertama adalah level realitas (*reality*), yakni peristiwa yang ditandai (*encoded*) sebagai realitas tampilan, pakaian, lingkungan, perilaku, percakapan, gesture, ekspresi, suara, dan sebagainya. Tahap kedua disebut level representasi, berkaitan dengan kode teknik, seperti kamera, lighting, editing, music dan suara. Dalam bahasa tertulis ada kata, kalimat, proposisi, foto, grafik dan sebagainya. Dalam bahasa gambar atau televisi ada kamera, tata cahaya, editing, musik dan sebagainya. Tahap ketiga adalah level ideologi, yaitu semua elemen diorganisasikan dan dikategorikan dalam kode-kode ideologis seperti patriarki, individualisme, ras, kelas, materialisme, kapitalisme, dan sebagainya.

#### 4. Aart van Zoest

Aart Van Zoest (dalam Sudjiman & Zoest, 1992:5) menyebut semiotika sebagai studi tentang tanda dan segala sesuatu yang berkaitan dengannya seperti cara berfungsinya, hubungannya dengan tanda-tanda lain, pengirimannya, dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya. (Sahid, 2016:2).

Dalam Rusmana (2014:33) Aart Van Zoest mengatakan bahwa berkenaan dengan masalah tanda-tanda dalam bahasa, Charles Morris, sebagaimana dikutip Aart Van Zoest (1996:5-6), membagi tiga klasifikasi semiotika sebagai berikut:

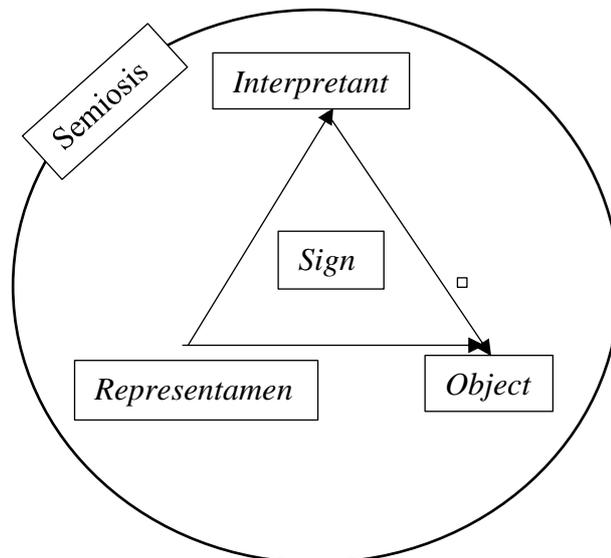
1. Semiotika sintaksiss (studi relasi formal tanda-tanda), yaitu studi tentang tanda yang berpusat pada penggolongan, hubungan antar tanda, proses kerja sama dalam menjalankan fungsinya.
2. Semiotik semantik (studi relasi dengan penafsirannya) yaitu studi tentang tanda yang menonjolkan hubungan tanda-tanda dengan acuannya dan interpretasi yang dihasilkannya.

3. Semiotika pragmatik, yaitu studi tanda yang mementingkan hubungan antar tanda dengan pengirim dan penerimanya.

### 2.2.6 2.1.7 Semiotika Charles Sanders Peirce

Peirce lahir dalam sebuah keluarga intelektual pada tahun 1839. Ayahnya, Benyamin adalah seorang profesor matematika pada Universitas Harvard. Peirce berkembang pesat dalam pendidikannya di Harvard. Pada tahun 1859 dia menerima gelar BA, kemudian pada tahun 1862 dan 1863 secara berturut-turut dia menerima gelar M.A dan B.Sc dari Universitas Harvard. (Seto 2013:17)

Menurut Charles Sanders Pierce semiotika yakni doktrin formal tentang tanda-tanda. Sementara bagi Ferdinand de Saource semiologi adalah ilmu umum tentang tanda, “suatu ilmu yang mengkaji kehidupan tanda-tanda di dalam masyarakat”. Dengan begitu, bagi Peirce semiotika adalah suatu cabang dari filsafat, sedangkan bagi Saussure semiologi adalah bagian dari disiplin ilmu psikolog sosial. (Budiman 2011:3)



**Gambar 2.5 Model Semiotika Charles Sanders Peirce**

(Sumber: pemikiran Peirce dalam *Semiotics and Significs*)

Teori dari Peirce seringkali disebut sebagai interpretant “*grand theory*” dalam semiotika, karena gagasan Peirce bersifat menyeluruh, deskripsi struktural dari semua sistem penandaan. Peirce ingin mengidentifikasi partikel dasar dari tanda dan menggabungkan kembali semua komponen dalam struktur tunggal. 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 *interpretan*, dinamakan sebagai *interpretan* dari tanda yang pertama, pada gilirannya akan mengacu pada Objek tertentu. Dengan demikian menurut Peirce, sebuah tanda atau *representamen* memiliki relasi “*triadik*” langsung dengan *interpretan* dan objeknya. Apa yang dimaksud dengan proses “*semiosis*” merupakan suatu proses yang memadukan entitas (berupa *representamen*) dengan entitas lain yang disebut sebagai objek. Proses ini oleh Peirce disebut sebagai signifikasi. (Seto 2013:17)

Upaya klasifikasi yang dilakukan oleh Peirce terhadap tanda memiliki hasan meski tidak bisa dibilang sederhana. Peirce membedakan tipe tanda menjadi: Ikon (*icon*), Indeks (*index*) dan Simbol (*symbol*) yang didasarkan atas relasi di antara *representamen* dan objeknya. (Seto 2013:18)

1. Ikon adalah tanda yang mengandung kemiripan 'rupa' sehingga tanda itu mudah dikenali oleh para pemakainya. Di dalam ikon hubungan antara *representamen* dan objeknya terwujud sebagai kesamaan dalam beberapa kualitas. Contohnya sebagian besar rambu lalu lintas merupakan tanda yang ikonik karena 'menggambarkan bentuk yang memiliki kesamaan dengan objek yang sebenarnya.
2. Indeks adalah tanda yang memiliki keterkaitan fenomenal atau eksistensial di antara *representamen* dan objeknya. Di dalam indeks, hubungan antara tanda dengan objeknya

bersifat kongkret, aktual dan biasanya melalui suatu cara yang sekuensial atau kausal. Contoh jejak telapak kaki di atas permukaan tanah, misalnya, merupakan indeks dari seseorang atau binatang yang telah lewat di sana, ketukan pintu merupakan indeks dari kehadiran seorang 'tamu' di rumah kita.

3. Simbol, merupakan jenis tanda yang bersifat abriter dan konvensional sesuai kesepakatan atau konvensi sejumlah orang atau masyarakat. Tanda-tanda kebahasaan pada umumnya adalah simbol-simbol. Tak sedikit dari rambu lalu lintas yang bersifat simbolik. Salah satu contohnya adalah rambu lalu lintas yang sangat sederhana ini.

**Tabel 2.2 Jenis Tanda dan Cara Kerja Tanda**

<b>Jenis Tanda</b>	<b>Ditandai dengan</b>	<b>Contoh</b>	<b>Proses Kerja</b>
Ikon	-Persamaan (kesamaan) -Kemiripan	Gambar, foto dan patung	Dilihat
Indeks	-Hubungan sebab akibat -Keterkaitan	-Asap--api -Gejala--penyakit	Diperkirakan
Simbol	-Konvensi -Kesepakatan sosial	-Kata-kata -Isyarat	Dipelajari

(Sumber: Seto 2013:18)

Dari sudut pandang Charles Peirce ini, proses signifikansi bisa saja menghasilkan rangkaian hubungan yang tidak berkesudahan, sehingga pada gilirannya sebuah interpretasi akan menjadi *representamen*, menjadi *interpretasi* lagi, jadi *representamen* lagi dan seterusnya. Meski begitu dalam praktiknya, tidak dapat dilakukan secara *mutually exclusive* sebab dalam konteks-konteks tertentu ikon dapat menjadi simbol.

Banyak simbol yang berupa ikon. Disamping menjadi indeks, sebuah tanda sekaligus juga berfungsi sebagai simbol. (Seto 2013:19)

Konsep lain dikemukakan oleh Peirce yaitu adanya konsep trikotomi tanda. Adapun trikotomi tersebut memuat *Firtsness*, *secondness* dan *Thirdness*. Ketiga trikotomi ini juga dibagi berdasarkan pembagiannya, dalam mengkaji objek, Peirce melihat dengan tiga jalur logika, yaitu hubungan *Representamen* dengan *Representamen: Qualisign, Sinsign dan Legisign*. Dalam hubungan *Object* dengan *Representamen* berupa *Icon, Indeks* dan *Symbol*. Sedangkan dalam hubungan *Interpretant* dan jenis *Representamen* diantaranya yaitu *Rheme, Dicent, Argument* (Rusmana 2014:110–12).

1. *Qualisign*, yakni kualitas sejauh yang dimiliki tanda. Kata keras menunjukkan kualitas tanda. Misalnya, suaranya keras yang menandakan orang itu marah atau ada sesuatu yang diinginkannya.
2. *Iconic Sinsign*, yakni tanda yang memperlihatkan kemiripan. Misalnya, foto, diagram, peta.
3. *Rhematic Indexical Sinsign*, yakni tanda yang berdasarkan pengalaman langsung, yang secara langsung menarik perhatian karena kehadirannya disebabkan oleh sesuatu. Misalnya, pantai yang mengalami beberapa peristiwa tenggelam selanjutnya dipasang bendera bergambar tengkorak bermakna berbahaya.
4. *Dicent Sinsign*, yakni tanda yang memberikan informasi tentang sesuatu. Misalnya, tanda larangan yang terdapat di pintu masuk sebuah kantor.
5. *Iconic Lesign*, yakni tanda yang menginformasikan norma atau hukum. Misalnya, rambu lalu lintas.

6. *Rhematic Indexical Legisign*, yakni tanda yang mengacu kepada objek tertentu. Misalnya, kata ganti petunjuk. Seseorang bertanya “mana buku itu? Dan dijawab “itu”.
7. *Dicent Indexical Legisign*, yakni tanda yang bermakna informasi dan menunjuk informasi. Tanda berupa lampu merah yang berputar-putar di atas mobil ambulans ada orang sakit atau orang yang sedang sekarat tengah dilarikan ke rumah sakit.
8. *Rhematic Symbol* atau *Symbolic Rheme*, yakni tanda yang dihubungkan dengan objeknya melalui asosiasi ide umum. Misalnya, kita melihat gambar harimau, lalu kita katakan, harimau binatang. Mengapa kita katakan demikian, karena ada asosiasi antara gambar dengan benda atau hewan yang kita lihat bernama harimau.
9. *Dicent Symbol* atau *proposition* (proposisi), yakni tanda yang langsung menghubungkan dengan objek melalui asosiasi dalam otak. Kalau seseorang berkata “pergi!” penafsiran kita langsung berasosiasi pada otak dan serta merta kita pergi. Padahal proposisi yang kita dengar hanya kata. Kata-kata yang kita gunakan membentuk kalimat, semuanya adalah proposisi yang mengandung makna yang berasosiasi di dalam otak. Otak secara otomatis dan cepat menafsirkan proposisi itu dan seseorang segera menetapkan pilihan.
10. *Argument*, yakni tanda yang merupakan inferens seseorang terhadap sesuatu berdasarkan alasan tertentu. Seseorang berkata “gelap”, orang itu berkata gelap sebab ia menilai ruangan itu cocok dikatakan gelap. Dengan demikian *argument* merupakan tanda yang berisi penilaian tersebut mengandung kebenaran.

## **2.2 Penelitian Terdahulu**

Kajian penelitian terdahulu adalah kajian yang relevan dengan tema penelitian, penelitian terdahulu digunakan sebagai bahan acuan untuk

memperoleh bahan penelitian yang dijabarkan serta lebih lengkap dan berbeda dengan penelitian-penelitian terdahulu lainnya. Berdasarkan judul penelitian yang peneliti lakukan, peneliti sudah menjabarkan hasil-hasil yang didapat dari penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pokok pembahasan dengan menggunakan tabel dibawah ini:

**Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu**

<b>No</b>	<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Tujuan Penelitian</b>	<b>Metode Penelitian</b>
1	Ika Nur Khabibatur Rohmah. Vol.10, No.1 Jurnal Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. 2020	Makna Pesan Moral Dalam Film “Alangkah Lucunya Negeri Ini” (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)	Untuk mendeskripsikan dan menjelaskan makna pesan moral dalam film Alangkah Lucunya Negeri ini	Metode analisis teks media dengan pendekatan kritis dan dianalisis dengan pemikiran Charles Sanders Peirce
2	Fatimatur Rosyidah. Vol.10, No.1 Jurnal Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. 2020	Makna Pesan Moral Dalam Film Top Secret Of The Billionare (Analisis Semiotika Model Charles	Untuk mengetahui makna pesan moral dalam film Top Secret Of The Billionare	Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif

		Sanders Peirce)		
3	Seli Anita dan Alfitriana Purba. Vol.34, No.1 Jurnal Manajemen Bisnis (JMB). Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah. 2021	Analisis Semiotika Pesan Moral Dalam Film “Jokowi	Untuk mengetahui <i>interpretant</i> , <i>objek</i> , <i>representamen</i> dan pesan moral pada film Jokowi	Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif
4	Galuh Andy Wicaksono dan Fathul Qorib. Vol.1, N0.2 Jurnal Komunikasi Nusantara. Universitas Tribhuwana Tunggaladewi. 2019	Pesan Moral dalam Film Yowis Ben	Mengetahui dan memahami pesan moral yang terkandung dalam film Yowis Ben	Metode penelitian kualitatif
5	Juanna dan Sholihul Abidin. Vo.2, No.2. Jurnal Komunikasi dan Media. Universitas	Analisa Semiologi Pesan Moral Pada Film “Beauty And The	Untuk mengetahui pesan moral dalam Beauty And The Beast Live Action	Metode penelitian kualitatif deskriptif

	Putera Batam. 2018	<i>Beast Live Action</i>		
--	-----------------------	------------------------------	--	--

Pembahasan penelitian terdahulu pada tabel di atas adalah sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian jurnal tersebut adalah makna pesan moral yang ditampilkan oleh Deddy Mizwar selaku Sutradara dalam film Alangkah Lucunya Negeri Ini yaitu jangan pernah mencampurkan suatu kebaikan dengan keburukan. Dalam film ini ditandai dengan adegan pergolakan batin Muluk Syamsul dan Pipit antara rasa bersalah karena telah memakan uang haram dan keinginannya untuk tetap mendampingi anak-anak pencopet agar menjadi baik sepenuhnya. Artinya sesuatu yang sudah ditetapkan dalam hukum agama, sifatnya mutlak. Tidak ada pembenaran yang sama sekali bisa dilakukan manusia. Dan hukum Allah adalah jelas, halal ya halal dan haram ya haram. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Ika Nur Khabibatur Rohmah yaitu menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce dan untuk menjelaskan pesan moral. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Ika Nur Khabibatur Rohmah memiliki perbedaan yaitu objek penelitian pada film yang berbeda dan metode penelitian yang berbeda.
2. Hasil penelitian dari jurnal tersebut adalah pentingnya sikap jujur dan tanggung jawab. pentingnya menanamkan sikap optimis dalam diri, pentingnya mengawali segala sesuatu dengan niat dan cara yang baik. Makna tanda (*representament*) dipahami sebagai bentuk fisik yang bisa dilihat melalui panca indera manusia. Makna pengguna tanda (*interpretant*) dipahami sebagai konsep pemikiran dari pengguna tanda dan memunculkan suatu makna lain dalam benak seseorang. Sedangkan makna acuan tanda (*object*) adalah konteks sosial yang

dirujuk oleh sebuah tanda dalam film tersebut. Persamaan penelitian dengan penelitian Fatimatur Rosyidah yaitu menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce, membahas pesan moral dan metode penelitian yang digunakan kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Fatimatur Rosyidah memiliki perbedaan yaitu objek penelitian pada film yang berbeda.

3. Hasil dari penelitian jurnal tersebut adalah terdapat pesan moral yang dapat dicontoh anak-anak agar tertanam bagi diri mereka sifat-sifat moral yang mulia yaitu hubungan kepada Tuhan, rasa syukur, berbakti kepada orang tua, tolong monolong, ulet, sifat toleransi, dan rajin untuk mencapai masa depan yang cerah dengan menjadi pribadi yang lebih baik. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Seli Anita dan Alfitriana Purba yaitu menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce, memiliki tujuan yang sama untuk mengetahui pesan moral dan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Seli Anita dan Alfitriana Purba memiliki perbedaan yaitu objek penelitian pada film yang berbeda.
4. Hasil dari penelitian jurnal tersebut adalah berisikan tentang nilai moral rendah hati, toleransi dalam beragama, kasih sayang, kerja keras, kemandirian, persahabatan, dan pendidikan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Galuh Andy Wicaksono dan Fathul Qorib yaitu menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce, mengetahui pesan moral dan metode penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Galuh Andy Wicaksono dan Fathul Qorib memiliki perbedaan yaitu objek penelitian pada film yang berbeda.
5. Hasil penelitian dari jurnal tersebut adalah percaya dan yakin kepada diri sendiri, menghargai kebaikan orang lain, peduli dengan orang lain atau tidak boleh egois, tidak segan untuk berbagi atau menolong orang lain, berani untuk menghadapi rasa takut, tidak mudah

tersinggung dengan perkataan orang lain. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Juanna dan Sholihul Abidin yaitu menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce, mengetahui pesan moral dan metode penelitian kualitatif deskriptif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Juanna dan Sholihul Abidin memiliki perbedaan yaitu objek penelitian pada film yang berbeda.

### **2.3 Kerangka Konsep**

Kerangka konsep adalah susunan yang diatur dalam rangka atau suatu hubungan antara konsep satu dengan konsep yang lainnya dari masalah yang akan diteliti. Kerangka konsep gunanya untuk menghubungkan atau menjelaskan mengenai suatu penelitian yang akan dibahas. Kerangka ini berdasarkan dari konsep teori yang relevan sebagai landasan penelitian yang didapatkan pada tinjauan pustaka digunakan dalam penelitian.

Kerangka konsep dari penelitian ini adalah mencari adanya pesan moral dalam film Rentang Kisah dengan melihat adegan dan dialog yang menunjukkan adanya pesan moral sosial dalam film Rentang Kisah, kemudian di analisis menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce yang terdiri dari tiga aspek penting yang disebut Segitiga Makna yaitu *representamen*, *object*, dan *interpretant*. Berdasarkan pada penjelasan tersebut, maka kerangka konsep penelitian ini sebagai berikut:

**Gambar 2.6 Kerangka Konsep**

