

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA & KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Peneliti Terdahulu

Untuk memperkuat dalam kajian penelitian ini dapat menggunakan penelitian terdahulu yang berkaitan dan relevan dengan penelitian yang dilakukan. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pembandingan, dan pelengkap dalam penyusunan penelitian ini hingga lebih memadai. Penelitian ini akan menjelaskan penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan masalah terkait film.

Berdasarkan tinjauan penelitian terdahulu yang peneliti pelajari dan peneliti anggap sebagai acuan serta panduan untuk menyempurnakan literatur penelitian peneliti, maka hasil penelitian terdahulu tersebut akan peneliti kemas dan dimasukkan ke dalam format Rekapitulasi Literatur Terdahulu Yang Sejenis pada tabel 2.1.

Adapun tujuannya adalah agar data dan informasi dari studi penelitian terdahulu tersebut nantinya akan lebih mudah dipahami alur relevansi dengan penelitian yang peneliti susun sekarang.

Tabel 2. 1
Rekapitulasi Literatur Terdahulu Yang Sejenis

NO	UNIVERSITAS	NAMA PENELITI	JUDUL	METODE PENELITIAN	PERBEDAAN
1.	UNIVERSITAS KOMPUNTER INDONESIA	SYAIFUL BAHARY	REPRESENTASI STEREOTIP RASISME KAUM AFRIKA-AMERIKA DALAM FILM PENDEK TWO DISTANT STRANGERS (Studi Analisis Semiotika John Fiske Mengenai Stereotip Rasisme Kaum Afrika-Amerika Dalam Film Pendek "Two Distant Strangers" Karya Travon Free) (2022)	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Penelitian deskriptif melalui pisau analisis semiotika John Fiske.	Perbedaan penelitian ini dengan peneliti yang sekarang adalah judul film dan teorinya, yang dimana pada penelitian ini menggunakan teori dari John Fiske.
2.	UNIVERSITAS KOMPUNTER INDONESIA	WHINDY AULIA GIANI	MITOS PEREMPUAN DALAM FILM NASIONAL (Studi Semiotika Roland Barthes pada Film 'Yuni' Karya Kamila Andini) THE MYTH OF WOMEN IN NATIONAL FILMS (Roland Barthes' Semiotics Study On Kamila Andini's 'Yuni' Film) (2022)	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Penelitian deskriptif melalui pisau analisis semiotika Roland Barthes.	Perbedaan penelitian ini dengan peneliti yang sekarang adalah film yang diteliti.
3.	UNIVERSITAS MEDAN AREA	MELISA THEODORA LUMBAN GAOL	Analisis Semiotika Pada Film Parasite Dalam Makna Denotasi	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif	Perbedaan penelitian ini dengan peneliti yang sekarang

			Konotasi Dan Pesan Moral (2020)	dengan metode Penelitian deskriptif melalui pisau analisis semiotika Roland Barthes.	adalah film yang diteliti.
--	--	--	---------------------------------	--	----------------------------

Penelitian ini memiliki novelty/kebaruan dari peneliti sebelumnya dalam aspek kajian penelitian ini memberikan analisis mendalam terhadap makna tanggung jawab peran Ayah dalam film "*Sejuta Sayang Untuknya*" yang merupakan salah satu karya perfilman Indonesia yang belum banyak diteliti dari sudut pandang ini. Penelitian ini mengeksplorasi mengenai makna tanggung jawab peran Ayah melalui narasi, karakterisasi dan visualisasi dalam film, Serta bagaimana elemen-elemen tersebut mencerminkan nilai-nilai budaya dan sosial yang berlaku di Indonesia melalui pisau analisis semiotika Roland Barthes.

Penelitian ini mengkaji dampak film tersebut terhadap persepsi penonton tentang makna tanggung jawab peran Ayah dalam keluarga, Memberikan wawasan baru tentang hal tersebut. Penelitian ini berkontribusi pada literatur akademis dengan menyediakan analisis yang terperinci dan kontekstual tentang bagaimana film dapat menjadi medium untuk mengartikulasikan dan mengkritisi makna tanggung jawab peran Ayah dalam masyarakat.

2.2 Tinjauan Pustaka

2.2.1 Tinjauan Komunikasi

Dalam hidup dan kehidupannya, manusia tidak berdiri sendiri. Manusia adalah merupakan bagian dari alam semesta, akan tetapi alam semesta pun adalah bagian daripada manusia itu sendiri. Komunikasi manusia, sebagai makhluk sosial dalam melaksanakan kehidupannya, manusia harus berhubungan dengan orang lain, dengan lingkungan pada umumnya. Semua hubungan-hubungan dengan orang lain, pada umumnya dilakukan atau dimulai dengan suara, tangis, bicara, tertawa dan seterusnya.

Komunikasi merupakan satu dari disiplin-disiplin yang paling tua tetapi yang paling baru. Orang Yunani kuno melihat teori dan praktek komunikasi sebagai sesuatu yang kritis. Popularitas komunikasi merupakan suatu berkah (*a mixed blessing*). Teori-teori resistant untuk berubah bahkan dalam berhadapan dengan temuan-temuan yang kontradiktif. Komunikasi merupakan sebuah aktivitas, sebuah ilmu sosial, sebuah seni liberal dan sebuah profesi (Farida & Dkk, 2015).

Ilmu komunikasi merupakan hasil dari suatu proses perkembangan yang panjang. Dapat dikatakan bahwa lahirnya ilmu komunikasi dapat diterima baik di Eropa maupun di Amerika Serikat bahkan di seluruh dunia, adalah merupakan hasil perkembangan dari publisistik dan ilmu komunikasi massa. Sebagai makhluk sosial setiap manusia secara alamiah memiliki potensi komunikasi, bahkan ketika manusia itu diam manusia itu sedang berkomunikasi, mengkomunikasikan keadaan perasaannya. Baik secara sadar maupun tidak manusia pasti berkomunikasi, komunikasi pun dapat kita temukan di semua sendi-sendi kehidupan, dimana setiap

proses interaksi antara manusia dengan manusia lain pasti terdapat komunikasi (Ilah Holillah, 2019:239).

Ilmu Komunikasi merupakan ilmu sosial terapan, bukan ilmu sosial murni, ilmu komunikasi tidak bersifat absolut, sifat ilmu komunikasi dapat berubah-ubah sesuai dengan perkembangan zaman, hal tersebut dikarenakan ilmu komunikasi sangat erat kaitannya dengan tindak-tanduk perilaku manusia, sedangkan perilaku atau tingkah laku manusia dapat dipengaruhi oleh lingkungan, termasuk perkembangan zaman.

2.2.1.1 Pengertian Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin *communis* yang artinya “sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling sering sebagai asal usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyiratkan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama (Mulyana, 2005:4)

Sebagai makhluk sosial, Komunikasi merupakan unsur penting dalam kehidupan manusia. Kegiatan komunikasi akan timbul jika seorang manusia mengadakan interaksi dengan manusia lain, Jadi dapat dikatakan bahwa komunikasi timbul sebagai akibat adanya hubungan sosial. Pengertian tersebut mengandung arti bahwa komunikasi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan umat manusia, baik sebagai individu maupun kelompok.

Satu-satunya alat untuk dapat berhubungan dengan orang lain di lingkungannya adalah komunikasi baik secara verbal maupun nonverbal (bahasa tubuh dan isyarat yang banyak dimengerti oleh suku bangsa. Suatu pemahaman populer mengenai komunikasi manusia adalah komunikasi yang mengisyaratkan penyampaian pesan searah dari seseorang (atau suatu lembaga) kepada seseorang (sekelompok orang) baik secara langsung (tatap-muka) maupun melalui media (selebaran), surat kabar, majalah, radio, atau televisi.

Komunikasi merupakan salah satu fungsi dari kehidupan manusia. Fungsi Komunikasi dalam kehidupan menyangkut banyak aspek. Melalui komunikasi seseorang menyampaikan apa yang ada dalam bentuk pikirannya atau perasaan hati nuraninya kepada orang lain baik secara langsung maupun tidak langsung. Melalui komunikasi seseorang dapat membuat dirinya untuk tidak terasing dan terisolir dari lingkungan di sekitarnya. Melalui komunikasi seseorang dapat mengajarkan atau memberitahukan apa yang diketahuinya kepada orang lain.

Sifat ilmu komunikasi adalah interdisipliner atau multidisipliner. Maka dari itu ilmu komunikasi dapat menyisip dan berhubungan erat dengan ilmu sosial lainnya. Hal itu disebabkan oleh objek materialnya sama dengan ilmu sosial lainnya, terutama ilmu sosial kemasyarakatan. Banyak definisi dan pengertian tentang komunikasi para ahli komunikasi untuk dapat menjelaskan apa itu komunikasi. Wiryanto dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi menjelaskan bahwa, "Komunikasi mengandung makna bersama-sama (common). Istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin, yaitu communication yang berarti pemberitahuan atau

pertukaran. Kata sifatnya *communis*, yang bermakna umum bersama-sama” (Wiryanto, 2004:5).

Effendy menjelaskan lebih jauh, bahwa dalam perkembangan selanjutnya, komunikasi dapat berlangsung melalui banyak tahap, bahwa sejarah tentang komunikasi massa dianggap tidak tepat lagi karena tidak menjangkau proses komunikasi yang menyeluruh. Penelitian yang dilakukan oleh Paul Lazarsfeld, Bernald Berelson, Hazel Gaudet, Elihu Katz, Robert Merton, Frank Stanton, Wilbur Schramm, Everett M. Rogers, dan para cendekiawan lainnya menunjukkan bahwa:

“Gejala sosial yang diakibatkan oleh media massa tidak hanya berlangsung satu tahap, tetapi banyak tahap. Ini dikenal dengan *twostep flow communication* dan *multistep flow communication*. Pengambilan keputusan banyak dilakukan atas dasar hasil komunikasi interpersonal (*interpersonal communication*) dan komunikasi kelompok (*group communication*) sebagai kelanjutan dari komunikasi massa (*mass communication*)” (Effendy, 2005:4).

Pengertian komunikasi lainnya bila ditinjau dari tujuan manusia berkomunikasi adalah untuk menyampaikan maksud hingga dapat mengubah perilaku orang yang dituju, menurut Mulyana sebagai berikut, Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain) (Mulyana, 2003:62).

Selain itu, Joseph A Devito menegaskan bahwa komunikologi adalah ilmu komunikasi, terutama komunikasi oleh dan di antara manusia. Seorang

komunikologi adalah ahli ilmu komunikasi. Istilah komunikasi dipergunakan untuk menunjukkan tiga bidang studi yang berbeda: proses komunikasi, pesan yang dikomunikasikan, dan studi mengenai proses komunikasi. Luasnya komunikasi ini didefinisikan oleh Devito sebagai:

“Kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih, yakni kegiatan menyampaikan dan menerima pesan, yang mendapat distorsi dari gangguan-gangguan, dalam suatu konteks, yang menimbulkan efek dan kesempatan arus balik. Oleh karena itu, kegiatan komunikasi meliputi komponen-komponen sebagai berikut: konteks, sumber, menerima, pesan, saluran, gangguan, proses penyampaian atau proses *encoding*, penerimaan atau proses *decoding*, arus balik dan efek. Unsur-unsur tersebut agaknya saling esensial dalam setiap pertimbangan mengenai kegiatan komunikasi. Ini dapat kita namakan kesemestaan komunikasi; Unsur-unsur yang terdapat pada setiap kegiatan komunikasi, apakah itu intrapersonal, interpersonal, kelompok kecil, pidato, komunikasi massa atau komunikasi antarbudaya” (Effendy, 2005:5).

Onong Uchjana Effendy mendefinisikan komunikasi sebagai berikut: “Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk lambang-lambang yang bermakna sebagai panduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, himbauan dan sebagainya yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain baik langsung secara tatap muka maupun tidak langsung melalui berbagai media dengan tujuan mengubah sikap, pandangan atau perilaku” (Effendy, 1998:60).

Lambang yang dimaksud disini adalah bentuk dari pesan yang dapat berupa kata-kata. Artinya bahwa komunikasi adalah proses penyampaian rangsangan (lambang-lambang dalam bentuk kata) oleh komunikator untuk merubah tingkah laku orang lain (komunikan). Sedangkan menurut Shanon dan Weaver (1949) memberikan definisi komunikasi:

“Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja maupun tidak disengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi” (Wiryanto:2004).

Pendapat lain yang mendefinisikan komunikasi, menurut Edward Depari, Ph. D., adalah: “Proses penyampaian pesan gagasan harapan yang telah disampaikan melalui lambang tertentu yang mengandung arti, dilakukan oleh penyampai pesan (source communication, sender) ditujukan kepada penerima pesan (receiver, audience) dengan maksud mencapai kebersamaan”.

Dari beberapa pengertian mengenai komunikasi di atas, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa “Komunikasi merupakan suatu proses pertukaran pesan atau informasi antara dua orang atau lebih, untuk memperoleh kesamaan arti atau makna diantara mereka dengan maksud merubah sikap maupun perilaku”.

2.2.1.2 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi secara umum adalah untuk menyampaikan pesan dan informasi antara individu atau kelompok dengan tujuan mencapai pemahaman yang saling memadai. Beberapa tujuan komunikasi yang umum meliputi:

1. **Pemahaman:** Tujuan utama komunikasi adalah mencapai pemahaman yang saling memadai antara pihak-pihak yang terlibat. Komunikasi yang efektif membantu memastikan bahwa pesan yang disampaikan diterima dan dipahami dengan benar oleh penerima.
2. **Informasi:** Komunikasi bertujuan untuk menyampaikan informasi yang relevan dan penting. Ini dapat berupa pengetahuan, fakta, atau data yang dibutuhkan oleh individu atau kelompok untuk membuat keputusan atau memahami suatu situasi.
3. **Pengaruh:** Komunikasi juga digunakan untuk mempengaruhi pikiran, sikap, atau perilaku orang lain. Tujuan ini sering terlihat dalam komunikasi persuasif atau pemasaran, dimana pesan disampaikan dengan tujuan meyakinkan atau mempengaruhi orang lain untuk mengambil tindakan tertentu.
4. **Hubungan:** Komunikasi memainkan peran penting dalam membangun dan memelihara hubungan antara individu atau kelompok. Tujuan ini mencakup pembentukan ikatan emosional, saling pengertian, dan kerja sama yang baik antara pihak-pihak yang terlibat.
5. **Hiburan:** Kadang-kadang, tujuan komunikasi adalah untuk memberikan hiburan dan menyenangkan orang lain. Misalnya, melalui komunikasi seperti cerita, lelucon, atau hiburan verbal lainnya, kita dapat membangkitkan tawa, menghibur, atau memberikan kesenangan kepada orang lain.

6. Pemberdayaan: Komunikasi juga dapat digunakan untuk memberdayakan individu atau kelompok dengan memberikan pengetahuan, keterampilan, atau sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan mereka. Dalam konteks ini, komunikasi dapat berfungsi sebagai alat untuk memberikan dukungan, motivasi, atau pelatihan kepada orang lain.

Sementara itu menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku Dimensi-dimensi Komunikasi tujuan komunikasi adalah sebagai berikut:

1. *Social Change/Social Participation*

Perubahan Sosial dan partisipasi sosial: Memberikan berbagai informasi pada masyarakat tujuan akhirnya supaya masyarakat mau mendukung dan ikut serta terhadap tujuan informasi itu disampaikan. Misalnya supaya masyarakat ikut serta dalam pilihan suara pada pemilu atau ikut serta dalam berperilaku sehat dan sebagainya.

2. *Attitude Change*

Perubahan Sikap: Kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan supaya masyarakat akan berubah sikapnya. Misalnya kegiatan memberikan informasi mengenai hidup sehat tujuannya adalah supaya masyarakat mengikuti pola hidup sehat dan sikap masyarakat akan positif terhadap pola hidup sehat.

3. *Opinion Change*

Perubahan pendapat: Memberikan berbagai informasi pada masyarakat tujuan akhirnya supaya masyarakat mau berubah pendapat

dan persepsinya terhadap tujuan informasi itu disampaikan, misalnya dalam informasi mengenai pemilu. Terutama informasi mengenai kebijakan pemerintah yang biasanya selalu mendapat tantangan dari masyarakat maka harus disertai penyampaian informasi yang lengkap supaya pendapat masyarakat dapat terbentuk untuk mendukung kebijakan tersebut.

4. *Behaviour Change*

Perubahan perilaku: Kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan supaya masyarakat akan berubah perilakunya. Misalnya kegiatan memberikan informasi mengenai hidup sehat tujuannya adalah supaya masyarakat mengikuti pola hidup sehat dan perilaku masyarakat akan positif terhadap pola hidup sehat atau mengikuti perilaku hidup sehat.

2.2.1.3 Fungsi Komunikasi

Secara umum, komunikasi memiliki beberapa fungsi penting dalam interaksi manusia. Berikut adalah beberapa fungsi komunikasi yang umum:

1. **Pertukaran Informasi:** Fungsi komunikasi yang paling mendasar adalah pertukaran informasi. Komunikasi memungkinkan individu atau kelompok untuk berbagi ide, pengetahuan, fakta, dan data dengan orang lain. Ini memungkinkan orang untuk memperoleh informasi yang mereka butuhkan untuk membuat keputusan yang baik, belajar, atau memahami dunia di sekitar mereka.

2. **Pemahaman dan Klarifikasi:** Komunikasi membantu menciptakan pemahaman yang saling memadai antara individu atau kelompok. Melalui komunikasi yang efektif, pesan dapat disampaikan dengan jelas, dipahami dengan benar, dan kesalahpahaman dapat dihindari atau diperbaiki.
3. **Ekspresi dan Penyampaian Emosi:** Komunikasi memungkinkan individu untuk mengekspresikan emosi mereka, seperti kegembiraan, kekhawatiran, kecemasan, atau kekesalan. Dengan berbagi emosi melalui komunikasi verbal dan nonverbal, orang dapat membangun hubungan emosional, mengungkapkan kebutuhan atau keinginan mereka, dan menciptakan ikatan yang lebih kuat dengan orang lain.
4. **Memengaruhi dan Persuasi:** Komunikasi memiliki fungsi mempengaruhi dan persuasif. Melalui penggunaan strategi komunikasi yang tepat, individu atau kelompok dapat mempengaruhi pemikiran, sikap, dan perilaku orang lain. Komunikasi persuasif digunakan dalam berbagai konteks, seperti pemasaran, politik, dan negosiasi, untuk mempengaruhi orang lain agar menerima pandangan, ide, atau produk tertentu.
5. **Membangun Hubungan dan Koneksi:** Komunikasi membantu membangun dan memelihara hubungan antara individu atau kelompok. Melalui komunikasi yang efektif, orang dapat mengembangkan kepercayaan, saling pengertian, dan saling mendukung. Komunikasi

juga berperan dalam menciptakan ikatan sosial dan membantu manusia merasa terhubung dengan orang lain.

6. Pemberdayaan: Komunikasi dapat memberdayakan individu atau kelompok dengan memberikan pengetahuan, keterampilan, atau sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan mereka. Melalui komunikasi, orang dapat memperoleh informasi, dukungan, dan pemahaman yang diperlukan untuk mengatasi tantangan, mengambil keputusan, atau meningkatkan kapabilitas mereka.

Fungsi komunikasi menurut Harol D. Lasswell adalah sebagai berikut:

1. *The surveillance of the environment*, Fungsi komunikasi adalah untuk mengumpulkan dan menyebarkan informasi mengenai kejadian dalam suatu lingkungan (kalau dalam media massa hal ini sebagai penggarapan berita).
2. *The correlation of correlation of the parts of society in responding to the environment*, Dalam hal ini fungsi komunikasi mencakup interpretasi terhadap informasi mengenai lingkungan (di sini dapat diidentifikasi sebagai tajuk rencana atau propaganda).
3. *The transmission of the social heritage from one generation to the next*, Dalam hal ini transmission of culture difokuskan kepada kegiatan mengkomunikasikan informasi-informasi, nilai-nilai, dan norma sosial dari suatu generasi ke generasi.

2.2.2 Tinjauan Komunikasi Massa

2.2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa

Sebelum terjun kepada pengertian komunikasi massa, Peneliti hendak menjelaskan pilar dari komunikasi massa itu tersendiri terlebih dahulu. Definisi Komunikasi Menurut Effendy sebagaimana dikutip oleh Shofiyah adalah suatu proses penyampaian informasi seperti pesan, ide maupun gagasan yang berasal dari satu pihak kepada pihak lain agar terjadinya pengaruh antara kedua belah pihak (Effendy dalam Shofiyah, 2016:10).

Solihat dalam buku "Interpersonal Skill" menyebutkan tujuan komunikasi adalah memberikan informasi kepada klien, kolega, bawahan dan penyelia, menolong orang lain, memberikan nasihat kepada orang lain, dalam berusaha memotivasi orang lain dalam mencapai tujuan, menyelesaikan masalah dan membuat keputusan serta mengevaluasi perilaku secara efektif (Solihat et al., 2014:9).

Kata komunikasi massa berasal dari Bahasa Inggris dan kependekan dari *massa media communication* (Komunikasi yang memakai media massa). Media yang di maksud merupakan media yang didapatkan sang teknologi modern, misalnya misalnya media radio, televisi, film dan surat kabar. Kita perlu tahu bahwa istilah "massa" yang terselip pada istilah komunikasi massa mempunyai kesenjangan menggunakan massa pada artian secara generik. Kata "massa" pada arti generik lebih terkait secara sosiologis, yaitu gugusan individu yang berada pada suatu lokasi eksklusif. Sementara istilah "massa" pada arti komunikasi massa lebih

terkait menggunakan orang yang sebagai target media massa atau penerima pesan media massa (Indrayani 2021:2).

Definisi komunikasi massa menurut Gerbner yang dikutip oleh Indrayani adalah produksi dan distribusi berbasis teknologi dan forum berdasarkan genre pesan yang berkelanjutan dan paling luas dibagikan pada warga industri. (Gerbner dalam Indrayani et al., 2021:3).

Janowitz yang dikutip oleh Sobur dalam bukunya Semiotika Komunikasi mendefinisikan komunikasi massa terdiri atas forum dan teknik berdasarkan gerombolan eksklusif yang memakai indra teknologi (pers, radio, film dan lainnya) untuk membuat konten simbolis pada khalayak yang besar, tidak sejenis dan sangat tersebar (Janowitz dalam Sobur, 2016:409).

Dapat disimpulkan bahwasanya komunikasi massa merupakan suatu proses dimana organisasi media membuat dan menyebarkan pesan kepada khalayak menggunakan suatu media cetak maupun elektronik.

2.2.2.2 Ciri-ciri Komunikasi Massa

Dalam buku *Pengantar Ilmu Komunikasi (Welcome to the World of Communication)* yang ditulis oleh Rismawaty, Surya dan Juliano (Effendy dalam Rismawaty et al., 2014:208) mengutip dari Effendy, Komunikasi massa memiliki ciri-cirinya tersendiri, seperti:

1. Komunikator pada komunikasi massa melembaga, artinya komunikator melakukan komunikasi atas nama organisasi atau

institusi, maupun instansi. Mempunyai struktur organisasi garis tanggung jawab tertentu sesuai dengan kebijakan dan peraturan lembaganya.

2. Pesan komunikasi massa bersifat umum, artinya komunikasi massa menyampaikan pesan yang ditujukan kepada umum, karena mengenai kepentingan umum pula. Maka komunikasi yang ditujukan perorangan atau sekelompok orang tertentu tidak termasuk ke dalam komunikasi massa. Komunikasi massa mencapai komunikan dari berbagai golongan, berbagai tingkat pendidikan, usia, maupun latar belakang kebudayaan yang berbeda.
3. Komunikasi massa menimbulkan keserempakan, artinya komunikasi melalui media massa dapat dinikmati oleh komunikan yang jumlahnya tidak terbatas dan terpisah secara geografis pada saat yang sama.
4. Komunikan pada komunikasi massa bersifat heterogen, artinya komunikasi massa menyebarkan pesan yang menyangkut masalah kepentingan umum. Oleh karena itu, siapapun dapat memanfaatkannya. Komunikannya tersebar dan terdiri atas berbagai latar belakang yang berbeda.
5. Komunikasi massa berlangsung satu arah, artinya berbeda dengan komunikasi tatap muka, di mana komunikan dapat memberikan respon secara langsung, maka dalam komunikasi massa tidak terdapat arus balik dari komunikasi.

2.2.2.3 Karakteristik Komunikasi Massa

Dengan ciri-ciri komunikasi massa, munculah sebuah karakteristik yang dimiliki oleh komunikasi massa:

1. Sumber atau komunikator dari komunikasi massa menentukan pesan apa saja yang akan disebarakan.
2. Pesan bersifat: Terbuka, karena semua orang mendapatkan pesan yang sama. Mahal, karena melibatkan beberapa tahapan *encoding* dan *decoding* serta diperlukannya teknologi untuk memproduksi dan menyebarkan pesan. Pesan dapat dipotong dengan mudah.
3. Komunikasi tidak memiliki identitas (anonim). Pesan bersifat heterogen sehingga pesan dapat diapresiasi berbeda oleh masing-masing individu. Proses umpan balik berjalan lambat dan sulit mendapatkan respon dari komunikator atau konsumen.

2.2.2.4 Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa menurut Dominick dalam Ardianto, Elvinaro. dkk. Komunikasi Massa Suatu Pengantar Terdiri dari:

1. *Surveillance* (Pengawasan)
2. *Interpretation* (Penafsiran)
3. *Linkage* (Pertalian)
4. *Transmission of Values* (Penyebaran nilai-nilai)
5. *Entertainment* (Hiburan)

(Dominick dalam Ardianto, Elvinaro. dkk. 2007:14).

- ***Surveillance (pengawasan)*** Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama: fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang suatu ancaman; fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.
- ***Interpretation (penafsiran)*** Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan. Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca, pemirsa atau pendengar untuk memperluas wawasan.
- ***Linkage (pertalian)*** Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk linkage (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.
- ***Transmission of Values (penyebaran nilai-nilai)*** Fungsi penyebaran nilai tidak kentara. Fungsi ini disebut juga socialization (sosialisasi). Sosialisasi mengacu kepada cara, di mana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain, Media mewakili kita dengan model peran yang kita amati dan harapan untuk menirunya.

- **Entertainment (hiburan)** Radio siaran, siarannya banyak memuat acara hiburan, Melalui berbagai macam acara di radio siaran pun masyarakat dapat menikmati hiburan. meskipun memang ada radio siaran yang lebih mengutamakan tayangan berita. fungsi dari media massa sebagai fungsi menghibur tiada lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan membaca berita-berita ringan atau melihat tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali.

Dalam penelitian ini peneliti mengangkat film *Sejuta Sayang Untuknya*, Karena film termasuk kedalam kajian komunikasi massa.

2.2.3 Tinjauan Tentang Film

2.2.3.1 Sejarah Film

Film pertama kali ditemukan pada akhir abad ke-19, film mengalami perkembangan seiring dengan perkembangan teknologi yang mendukung. Mula-mula hanya dikenal film hitam-putih dan tanpa suara. Pada akhir tahun 1920-an mulai dikenal film bersuara, dan menyusul film warna pada tahun 1930-an. Peralatan produksi film juga mengalami perkembangan dari waktu ke waktu, sehingga sampai sekarang tetap mampu menjadikan film sebagai tontonan yang menarik khalayak luas (Sumarno, 1996:9).

2.2.3.2 Definisi Film

Definisi Film menurut Wibowo yang dikutip oleh Rizal adalah film secara harfiah *Cinematographie* yang berasal dari kata "*Cinema + tho = phytos* (cahaya)"

dan "*graphie = graph* (gambar)", yang melahirkan melukis dengan cahaya. Merealisasikan lukisan dengan cahaya tersebut membutuhkan alat khusus yang bernama Kamera. Film adalah suatu alat untuk menyampaikan berbagai pesan kepada khalayak umum melalui media cerita, dan juga dapat diartikan sebagai media ekspresi artistik bagi para seniman dan insan perfilman untuk mengungkapkan gagasan dan ide cerita yang dimilikinya (Wibowo dalam Rizal, 2015:1).

Berbicara komunikasi massa di sub judul sebelumnya, tidak mungkin terlepas dari media massa. Rismawaty dalam bukunya menyebutkan, media massa yang dimaksud adalah media massa modern seperti radio, televisi, media cetak dan bahkan film (Rismawaty et al., 2014:207-208).

Film sebagai alat komunikasi massa yang kedua muncul di dunia, mempunyai masa pertumbuhannya pada akhir abad ke-19, dengan perkataan lain pada waktu unsur-unsur yang merintangai perkembangan surat kabar sudah dibikin lenyap. Sejarahnya, film dengan lebih mudah dapat menjadi alat komunikasi yang sejati karena ia tidak mengalami unsur-unsur teknik, politik, ekonomi sosial dan demografi yang merintangai kemajuan surat kabar pada masa pertumbuhannya dalam abad ke-18 dan permulaan abad ke-19 (Lee dalam Sobur, 2016:126).

Sobur juga menambahkan film sudah menjadi bagian dari media komunikasi audio dan visual yang akrab kepada Masyarakat dari berbagai usia dan latar belakang sosial. Film memiliki kemampuan dalam menjangkau berbagai segmen sosial yang membuat para ahli meyakini bahwasannya film memiliki potensi dijadikan sebagai media mempengaruhi khalayak. Hubungan film dengan

masyarakat bisa dipahami dengan cara linier, artinya film dapat selalu mempengaruhi dan membentuk suatu lingkungan masyarakat berdasarkan pesan dibalik film tersebut tanpa pernah berlaku sebaliknya. Film akan selalu merekam realitas yang berkembang dalam Masyarakat, kemudian mengaplikasikannya pada layar lebar (Sobur, 2016:127).

Maka film bisa disebutkan sebagai serangkaian gambar yang menciptakan sebuah realitas serta cerita yang dapat mempengaruhi penontonnya. Film sebagai bagian dari komunikasi massa yang bercampur dengan teknologi seperti audio dan visual.

2.2.3.3 Struktur Film

Film juga memiliki struktur yang akhirnya menjadi suatu kemasan yang tersampaikan dengan baik dan menarik, berikut struktur-struktur tersebut:

1. *Shot*

Shot selama proses produksi film memiliki arti proses perekaman gambar sejak kamera diaktifkan (*on*) hingga kamera dimatikan (*off*). Sementara *shot* setelah film telah jadi (pasca produksi) memiliki arti satu rangkaian gambar utuh yang tidak terintegrasi oleh potongan gambar (*editing*). *Shot* merupakan unsur terkecil dari film. Satu *shot* dapat berdurasi kurang dari satu detik, beberapa menit, bahkan jam (Himawan, 2008:29).

2. *Scene*

Scene adalah satu segmen pendek dari keseluruhan cerita yang memperlihatkan satu aksi berkesinambungan yang diikat oleh ruang,

waktu, isi (cerita), tema, karakter, atau motif. Satu adegan umumnya terdiri dari beberapa shot yang saling berhubungan (Himawan, 2008:29).

3. *Sequence*

Sequence adalah segmen besar yang memperlihatkan satu rangkaian peristiwa utuh. Satu segmen terdiri dari beberapa adegan yang saling berhubungan. Satu *sequence* biasanya dikelompokkan berdasarkan satu periode (waktu), lokasi, atau satu rangkaian aksi panjang (Himawan, 2008:30).

2.2.3.4 Jenis-Jenis Film

1. Film Cerita (Story Film)

Film cerita adalah jenis film yang mengandung suatu cerita, yaitu yang lazim dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop dengan para bintang filmnya yang tenar. Film jenis ini didistribusikan sebagai barang dagangan dan diperuntukkan semua publik dimana saja (Effendy, 2003:211). Cerita yang diangkat menjadi topik film bisa berupa cerita fiktif atau berdasarkan kisah nyata yang dimodifikasi, sehingga ada unsur menarik, baik dari jalan ceritanya maupun dari segi gambar yang artistik (Ardianto dan Erdinaya, 2007:139). Dalam *Mari Membuat Film: Panduan Menjadi Produser* (2006:13), Heru Effendy membagi film cerita menjadi Film Cerita Pendek (Short Films) yang durasi filmnya biasanya di bawah 60 menit, dan Film Cerita Panjang (Feature-Length Films) yang durasinya lebih dari 60 menit, lazimnya

berdurasi 90-100 menit. Film yang diputar di bioskop umumnya termasuk kedalam kelompok ini.

2. Film Dokumenter (Documentary Film)

John Grierson mendefinisikan film dokumenter sebagai “karya ciptaan mengenai kenyataan (creative treatment of actuality).” Titik berat film dokumenter adalah fakta atau peristiwa yang terjadi (Effendy, 2003:213). Intinya, film dokumenter tetap berpijak pada hal-hal senyata mungkin (Effendy, 2006:12).

3. Film Berita (News Reel)

Film berita atau news reel adalah film mengenai fakta, peristiwa yang benar-benar terjadi. Karena sifatnya berita, maka film yang disajikan kepada publik harus mengandung nilai berita (news value) (Effendy, 2003:212).

4. Film Kartun (Cartoon Film)

Film kartun pada awalnya memang dibuat untuk konsumsi anak-anak, namun dalam perkembangannya kini film yang menyulap gambar lukisan menjadi hidup itu telah diminati semua kalangan termasuk orang tua. Menurut Effendy (2003:216) titik berat pembuatan film kartun adalah seni lukis, dan setiap lukisan memerlukan ketelitian. Satu per satu dilukis dengan saksama untuk kemudian dipotret satu per satu pula. Apabila rangkaian lukisan itu setiap detiknya diputar dalam proyektor film, maka lukisan-lukisan itu menjadi hidup.

Film-film Jenis Lain:

- **Profil Perusahaan (Corporate Profile)**

Film ini diproduksi untuk kepentingan institusi tertentu berkaitan dengan kegiatan yang mereka lakukan. Film ini sendiri berfungsi sebagai alat bantu presentasi.

- **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).

- **Program Televisi (TV Program)**

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

- **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 media televisi. (Effendy, 2006:13-14).

2.2.3.5 Manfaat Film

Film memiliki beberapa manfaat yang dapat diperoleh, diantaranya adalah informatif, edukatif, persuasif, media ekspresi dan pengembangan seni, pemberdayaan sumber daya manusia, dan peningkatan kualitas industri perfilman.

- a. Informatif, film menyampaikan berbagai informasi melalui alur cerita yang tersaji. Informasi ini akan memberikan pengetahuan kepada masyarakat mengenai berbagai hal
- b. Edukatif, film mengandung berbagai macam pembelajaran yang dapat diambil melalui alur ceritanya. Pembelajaran tersebut dapat berupa peningkatan kualitas hidup, pembangunan karakter diri, dan makna untuk menjalani kehidupan sosial dengan masyarakat.
- c. Persuasif, film memiliki makna untuk mengajak masyarakat menonton film agar menyadari banyak hal seperti misalnya budaya nasional. Film banyak digunakan oleh pemerintah atau lembaganya untuk mempersuasi masyarakat untuk mengikuti adegan yang ada dalam film tersebut.
- d. Media Ekspresi dan Pengembangan Seni, melalui film keahlian seni dan artistik manusia diasah, diolah, dan diekspor sehingga menghasilkan karya-karya yang mengandung makna dan berkualitas tinggi. Dalam proses produksinya, penemuan kreativitas, pengembangan ide cerita tanpa menggeser esensi atau makna kehidupan yang terkandung di dalam film.
- e. Pemberdayaan Sumber Daya Manusia, seniman maupun sineas akan lebih termotivasi dalam berdedikasi untuk penciptaan karya berbasis cerita rakyat. Selain itu, akan tercipta pemberdayaan terhadap sumber daya manusia yang terlibat dalam pembuatan karya film ini.

- f. Peningkatan Kualitas Industri Perfilman, industri perfilman merupakan salah satu industri kreatif yang bernilai jual tinggi. Mengoptimalkan produksi, distribusi, maupun kualitas film nasional yang tinggi dapat menunjang devisa suatu negara. Devisa ini dapat membantu kesejahteraan masyarakat bersama-sama.

Dalam penelitian ini, peneliti mengangkat film *Sejuta Sayang Untuknya* yang dijadikan objek penelitian.

2.3.4 Tanggung Jawab

2.3.4.1 Definisi Tanggung Jawab

Menurut Abu dan Munawar (2007) tanggung jawab merupakan perbedaan antara benar dan yang salah, yang boleh dan yang dilarang, yang dianjurkan dan yang dicegah, yang baik dan yang buruk, dan sadar bahwa harus menjauhi segala yang bersifat negatif dan mencoba membina diri untuk selalu menggunakan hal-hal yang positif. Jadi sejak itu mulai dapat melakukan apa yang mengartikannya. Tidak lagi tergoda untuk berbuat sama dengan orang lain, sekalipun orang lain itu berjumlah banyak, bersikeras untuk dianut, dan ditantang dengan ancaman ataupun hukuman.

Wiyoto (2001) menjelaskan tanggung jawab adalah kemampuan untuk membuat keputusan yang pantas dan efektif. Pantas berarti merupakan menetapkan pilihan yang terbaik dalam batas-batas normal sosial dan harapan yang umum diberikan, untuk meningkatkan hubungan antar manusia yang positif, keselamatan, keberhasilan, dan kesejahteraan mereka sendiri, misalnya menanggapi sapaan dengan senyuman. Sedangkan tanggapan yang efektif berarti tanggapan yang

memampukan anak mencapai tujuan-tujuan yang hasil akhirnya adalah makin kuatnya harga diri mereka, misalnya bila akan belajar kelompok harus mendapat izin dari orang tua. Mampu bertanggung jawab jika melakukan tugas rutin tanpa diberi tahu, dapat menjelaskan apa yang dilakukannya, tidak menyalahkan orang lain yang berlebihan, mampu menentukan pilihan dari beberapa alternatif, dapat berkonsentrasi pada belajar yang rumit, bisa membuat keputusan yang berbeda dari keputusan orang lain dalam kelompoknya, mempunyai minat yang kuat untuk menekuni dalam belajar, menjalin komunikasi dengan sesama anggota kelompok, menghormati dan menghargai aturan, bersedia dan siap mempresentasikan hasil kerja kelompok, memiliki kemampuan dalam mengemukakan pendapat, mengakui kesalahan tanpa mengajukan alasan yang dibuat-buat.

Menurut Schiller & Bryan (2002) tanggung jawab adalah perilaku yang menentukan bagaimana bereaksi terhadap situasi setiap hari, yang memerlukan beberapa jenis keputusan yang bersifat moral. Mudjiono (2012) menyatakan bahwa, tanggung jawab adalah sikap yang berkaitan dengan janji atau tuntutan terhadap hak, tugas, kewajiban sesuai dengan aturan, nilai, norma, adat-istiadat yang dianut warga masyarakat. Burhanudin (2000) menjelaskan bahwa tanggung jawab adalah kesanggupan untuk menentukan sikap terhadap suatu perbuatan yang diemban dan kesanggupan untuk memikul risiko dari sesuatu perbuatan yang dilakukan. Sedangkan menurut Britnes (dalam Mardiyah & Setiawati, 2014) tanggung jawab berarti tidak boleh mengelak, bila diminta penjelasan tentang perbuatannya. Bertanggung jawab berarti dapat diminta penjelasan tentang tingkah lakunya dan bukan saja bisa menjawab melainkan juga harus menjawab.

Jadi dapat disimpulkan bahwa tanggung jawab adalah mengetahui dan menyadari atas apa yang seharusnya diperbuat.

2.3.5 Tinjauan Tentang Keluarga

2.3.5.1 Definisi Keluarga

Setiap masyarakat mempunyai sistem sosial terkecil yakni keluarga. Dalam kehidupan keluarga, Ayah, Ibu dan anak memiliki hak dan kewajiban yang berbeda. Ayah dan ibu memiliki peranan yang sangat penting bagi tumbuh kembang anak, baik dari aspek fisik maupun psikis sebagai keselarasan dalam berinteraksi dengan lingkungan.

Menurut Latipun (2005:124) keluarga adalah lingkungan sosial yang terbentuk erat karena sekelompok orang bertempat tinggal, berinteraksi dalam pembentukan pola pikir, kebudayaan, serta sebagai mediasi hubungan anak dengan lingkungan. Lebih lanjut, latipun mengatakan bahwa keluarga yang lengkap dan fungsional dapat meningkatkan kesehatan mental serta kestabilan emosional para anggota keluarganya.

Menurut Lestari (2012:6) keluarga adalah rumah tangga yang memiliki hubungan darah atau perkawinan atau menyediakan terselenggaranya fungsi-fungsi instrumental mendasar dan fungsi-fungsi ekspresif keluarga bagi para anggotanya yang berada dalam suatu jaringan. Coleman dan Cressey (dalam Muadz dkk, 2010:205) menambahkan, keluarga adalah sekelompok orang yang dihubungkan oleh pernikahan, keturunan, atau adopsi yang hidup bersama dalam sebuah rumah tangga.

Berdasarkan definisi keluarga diatas yang telah dikemukakan di atas dapat disimpulkan bahwa keluarga adalah sekumpulan orang yang tinggal dalam satu rumah, atas dasar ikatan pernikahan yang sah dan mereka saling berhubungan serta terus berinteraksi dalam menjalin keharmonisan rumah tangga.

2.3.6 Tinjauan Tentang Kepala Keluarga (Ayah)

Keterlibatan Ayah seringkali digambarkan dengan jumlah waktu yang Ayah habiskan bersama dengan anaknya atau interaksi langsung antara Ayah dan anak (Hawkins, Bradford, Palkovitz, Christiansen, Day, dan Call: 2002). Hal itu terjadi karena waktu sering kali dianggap orang tua sebagai hal yang paling penting dalam keterlibatan dengan anak (Daly & Hochschild dalam Hawkins, 2002).

2.3.6.1 Definisi Kepala Keluarga (Ayah)

Ayah menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah orang tua seorang laki-laki seorang anak. Tergantung hubungannya dengan sang anak, seorang “Ayah” dapat merupakan Ayah kandung (ayah secara biologis) atau Ayah angkat. Panggilan “Ayah” juga diberikan kepada seorang yang secara langsung bertanggung jawab memelihara seorang anak.

Ayah dipandang sebagai kekuatan leluhur yang memegang kekuasaan sangat besar di dalam keluarga. Pengertian ini kemudian berkembang bahwa Ayah sebagai guru moral. Ayah juga sebagai sosok yang bertanggung jawab untuk memastikan agar anak- anaknya dibesarkan dengan nilai-nilai yang tepat.

2.3.6.2 Peran Kepala Keluarga (Ayah)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, McAdoo (1993) ada beberapa peranan Ayah dalam keluarga yaitu :

- a) *Provider*, sebagai penyedia dan pemberi fasilitas. Pada konteks pendidikan. Bahwa Ayah bekerja sekuat tenaga demi mencukupi kebutuhan pokok maupun penunjang prestasi anaknya.
- b) *Protector*, sebagai pemberi perlindungan. Memberi perlindungan disini bukan berarti mengayomi anaknya, tetapi juga memberi pemahaman dan pengertian apa yang boleh atau tidak boleh anak lakukan.
- c) *Decision maker*, sebagai pengambil keputusan. Di sini Ayah membantu anak untuk mengatasi kesulitan dalam belajar. Berikan motivasi dan dorongan agar anak tidak merasa sendiri untuk berjuang.
- d) *Child specialiser & educator*, sebagai pendidik dan menjadikan anak sebagai makhluk sosial. Peran Ayah membimbing anak untuk bersosialisasi dan memiliki jiwa sosial yang tinggi .
- e) *Nurtured mother*, sebagai pendamping ibu. Ayah selalu berdiskusi dan membantu ibu dalam permasalahan pendidikan anak.

Hart (2002) menegaskan bahwa Ayah memiliki peran dalam keterlibatannya dalam pengasuhan anak yaitu :

- a) *Economic Provider*, yaitu ayah dianggap sebagai pendukung financial dan perlindungan bagi keluarga.
- b) *Friend & Playmate*, Ayah dianggap sebagai “*fun parent*” serta memiliki waktu bermain yang lebih banyak dibandingkan dengan ibu.

- c) *Caregiver*, Ayah dianggap sering memberikan stimulasi afeksi dalam berbagai bentuk, sehingga memberikan rasa nyaman dan penuh kehangatan.
- d) *Teacher & Role Model*, Sebagaimana dengan ibu, Ayah juga bertanggung jawab terhadap apa saja yang dibutuhkan anak untuk masa mendatang melalui Latihan dan teladan yang baik bagi anak.
- e) *Monitor and disciplinary*, Ayah memenuhi peranan penting dalam pengawasan terhadap anak, terutama begitu ada tanda-tanda awal penyimpangan, maka disiplin dapat ditegakkan.
- f) *Protector*, Ayah mengontrol dan mengorganisasi lingkungan anak, sehingga anak terbebas dari kesulitan atau bahaya serta mengajarkan bagaimana anak seharusnya menjaga keamanan diri mereka terutama selagi Ayah atau ibu tidak bersamanya.
- g) *Advocate*, Ayah menjamin kesejahteraan anaknya dalam berbagai bentuk, terutama kebutuhan anak ketika berada di institusi di luar keluarganya.
- h) *Resource*, dengan berbagai cara dan bentuk, Ayah mendukung keberhasilan anak dengan memberikan dukungan di belakang layar.

Berdasarkan uraian dari beberapa ahli tentang peran Ayah dalam keluarga maka dapat disimpulkan bahwa peran Ayah dalam keluarga, selain sebagai seorang pemimpin dalam keluarga, Ayah juga berperan sebagai penyedia kebutuhan anak, memberikan afeksi, merawat anak, dan mendukung anak untuk mencapai keberhasilan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Peneliti memerlukan kerangka pemikiran yang berupa konsep, pada penelitian ini Peneliti menggunakan konsep Teori Roland Barthes menjelaskan ada dua tingkat pertandaan yaitu denotasi dan konotasi. Denotasi adalah hubungan eksplisit antara tanda dengan referensi atau realitas dalam pertandaan, sedangkan konotasi adalah aspek makna yang berkaitan dengan perasaan dan emosi serta nilai-nilai dan ideologi.

Berdasarkan fokus penelitian mengenai makna tanggung jawab seorang abah dalam film *Sejuta Sayang Untuknya*, Maka peneliti menggunakan desain penelitian analisis semiotika dari Roland Barthes. Menurut Roland, semiotika pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan memaknai hal-hal. Teori semiotika miliknya berfokus kepada gagasan tentang signifikasi dua tahap. Tahap pertama merupakan hubungan antara signifier (penanda) dan signified (petanda).

Barthes menyebutnya dengan denotasi, Makna paling nyata dari tanda. Sedangkan konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menentukan signifikansi tahap kedua. Konsep semiotika Roland terdiri dari signifikansi, denotasi, konotasi, dan mitos. Ia menekankan interaksi antara teks/tanda dengan pengalaman kultural penggunanya. Gagasan order of signification milik Roland mencakup makna denotasi (ketertutupan makna), konotasi (makna tambahan yang mengekspresikan kebudayaan) dan mitos (bagaimana kebudayaan itu menjelaskan aspek realitas dan gejala alam).

Menurut Roland Barthes (Dalam Sobur, 2016:71) sistem pemaknaan tataran pertama adalah denotatif, pemaknaan tataran kedua adalah konotatif. Konotasi identik dengan ideologi yang disebutnya sebagai mitos. Ideologi/ mitos membuat orang hidup dalam dunia imajiner padahal realitanya tidak demikian. Ideologi ada selama kebudayaan ada, maka Barthes menyebut bahwa konotasi adalah ekspresi budaya.

Analisis Roland merupakan penerus dari pemikiran Saussure. Pemikiran yang lebih menekankan interaksi antara teks dengan pengalaman personal dan kultural penggunanya, interaksi antara konvensi dalam teks dengan konvensi yang dialami dan diharapkan oleh penggunanya. Gagasan tersebut disebut dengan order of signification.

Teori Roland Barthes berfokus pada gagasan tentang gagasan signifikansi dua tahap (two order significations). Signifikansi tahap pertama merupakan hubungan antara signifier (penanda) dan signified (pertanda) di dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal. Barthes menyebutnya sebagai denotasi, yaitu makna paling nyata dari tanda. Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikansi tahap kedua (Hidayati, 2021:54).

Gambar 2. 1
Peta Tanda Semiotika Roland Barthes

1. <i>Signifier</i> (penanda)	2. <i>Signified</i> (petanda)
3. <i>Denotative sign</i> (tanda denotatif) (<i>first system</i>)	
4. <i>Connotative Signifier</i> (penanda konotasi)	5. <i>Connotative Signified</i> (petanda konotasi)
6. <i>Connotative Sign</i> (tanda konotasi) (<i>second system</i>)	

Sumber: Sobur, 2006

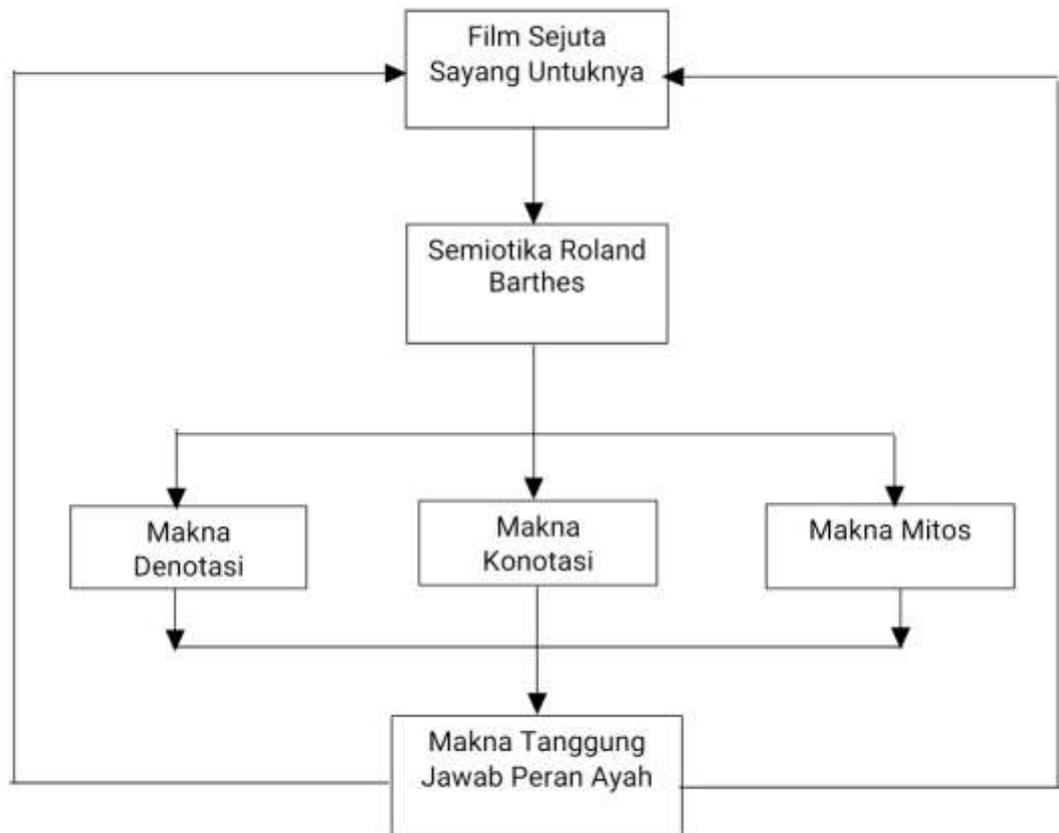
Dari peta di atas peta tanda Roland Barthes, terlihat bahwa denotative terdiri atas penanda dan petanda. Akan tetapi, pada saat bersamaan tanda denotasi adalah juga penanda konotasi. Dengan kata lain, hal tersebut merupakan unsur material. Dalam konsep Roland Barthes, tanda konotasi tidak sekedar memiliki makna tambahan, namun mengandung kedua bagian tanda denotasi yang melandasi keberadaannya (Sobur, 2006:69).

Membahas tentang tanda denotasi dan konotasi menurut Roland Barthes, jelas terdapat perbedaan antara keduanya. Secara umum denotasi adalah makna yang sesungguhnya akan tetapi menurut Barthes denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama. Dalam hal ini denotasi diasosiasikan dengan ketertutupan makna dan sensor atau represi politisi. Dalam kerangka Barthes konotasi identik dengan operasi ideologi, biasa disebut mitos dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu (Budiman, 2001:28 dalam Sobur, 2006:71).

Roland Barthes juga membuat sebuah model sistematis tentang mitos dalam menganalisis dari tanda-tanda tertuju kepada gagasan tentang signifikasi dua tahap: makna tertentu dengan berpijak pada nilai-nilai sejarah dan budaya masyarakat (Pawito, 2008:164). Mitos berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu.

Penelitian diharapkan dapat menemukan kode-kode hasil yang hendak disampaikan oleh sutradara film *Sejuta Sayang Untuknya*. Dengan begitu, pemikiran di atas dapat dijadikan sebuah peta alur pemikiran agar memudahkan pemahaman atas penelitian yang sedang diteliti, sebagai berikut:

Gambar 2. 2
Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Peneliti