

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA & KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

##### **2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu**

Tinjauan penelitian terdahulu merupakan salah satu sumber referensi yang digunakan oleh peneliti. Dengan memeriksa karya ilmiah para peneliti sebelumnya, peneliti mengutip berbagai pandangan yang relevan untuk mendukung penelitian yang sedang dilakukan. Tentu saja, karya ilmiah tersebut harus memiliki pembahasan dan kajian yang sejalan dengan topik penelitian ini..

Penelitian ini merupakan studi semiotika yang membutuhkan pemahaman mendalam mengenai teori-teori semiotika. Peneliti merujuk pada penelitian sebelumnya untuk memperluas pengetahuan dan pemahaman tentang semiotika serta konflik. Ini penting karena teori dan model pengetahuan sering kali berlandaskan pada penelitian terdahulu. Tinjauan pustaka juga memberikan gambaran awal mengenai topik dan masalah yang diteliti.

Kerangka teori membantu peneliti dalam memperkuat argumen dengan merujuk pada teori dan temuan dari penelitian sebelumnya. Dalam pendekatan kualitatif yang digunakan, perbedaan dan kesamaan pandangan mengenai objek penelitian adalah hal yang wajar, yang dapat memperkaya dan memperkuat penelitian serta meningkatkan pemahaman tentang topik semiotika secara lebih komprehensif.

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

| No. | Nama.                    | Putri Ananda                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Budi Santoso                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Amanda Lestari                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     | Tahun                    | 2019                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 2021                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 2020                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 1.  | <b>Perguruan Tinggi</b>  | Universitas Gadjah Mada                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Universitas Indonesia                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Universitas Pasundan Bandung                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 2.  | <b>Judul Penelitian</b>  | Analisis Semiotika John Fiske dalam Iklan "Dove Real Beauty" di Media Televisi                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Semiotika John Fiske dalam Analisis Video Musik "Earth" oleh Lil Dicky                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | "Analisis Semiotika Roland Barthes terhadap Representasi Konflik Sosial dalam Film <i>Parasite</i> "                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 3.  | <b>Metode Penelitian</b> | Kualitatif deskriptif dengan analisis semiotika model John Fiske                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Kualitatif dengan pendekatan semiotika Roland Barthes.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 4.  | <b>Hasil Penelitian</b>  | Penelitian ini menemukan bahwa iklan "Dove Real Beauty" menggunakan kode-kode realitas, representasi, dan ideologi untuk mendekonstruksi standar kecantikan yang telah lama berlaku. Kode realitas terlihat dari penggambaran perempuan dengan beragam bentuk tubuh, usia, dan warna kulit. Kode representasi menonjolkan sudut pandang kamera yang memperkuat | Hasil menunjukkan bahwa video musik "Earth" menggunakan kode representasi seperti animasi dan simbol hewan untuk menyampaikan pesan lingkungan. Kode realitas tampak dalam penggambaran manusia sebagai tokoh utama yang bertanggung jawab terhadap kelestarian bumi. Sedangkan kode ideologi yang ditemukan adalah pentingnya kesadaran kolektif terhadap isu perubahan iklim. | Penelitian menemukan bahwa konflik sosial dalam film <i>Parasite</i> direpresentasikan melalui simbol-simbol visual dan naratif. Pada level denotasi, konflik terlihat dari perbedaan fisik dan lingkungan antara keluarga miskin dan kaya. Pada level konotasi, konflik ini mengungkap kritik terhadap ketimpangan sosial dan kapitalisme, dengan simbol seperti tangga dan ruang bawah tanah menjadi metafora stratifikasi sosial. |

|    |                  |                                                                                                                                    |                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                 |
|----|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                  | empati terhadap perempuan tersebut, sedangkan kode ideologi menunjukkan bahwa kecantikan tidak bersifat universal tetapi personal. |                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                 |
| 5. | <b>Perbedaan</b> | Fokus penelitian ini pada iklan televisi dengan tema pemberdayaan perempuan menggunakan semiotika John Fiske.                      | Fokus pada media musik dengan pendekatan semiotika untuk memahami pesan lingkungan dalam budaya pop. | Fokus pada film sebagai objek kajian, khususnya dalam konteks konflik sosial. Pendekatan yang lebih mendalam terhadap ideologi kelas dengan mengaitkan analisis semiotika dengan kritik sosial. |

*Sumber : Peneliti (2024)*

### 2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

Istilah "komunikasi" dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communicatio*, yang berasal dari kata *communis* yang berarti "sama". Maksudnya, "sama" di sini merujuk pada kesamaan makna. Dengan kata lain, komunikasi antara dua orang, seperti dalam percakapan, hanya dapat terjadi jika ada kesamaan pemahaman tentang apa yang dibicarakan (Effendy, 2013:9).

Secara etimologis, kata komunikasi berasal dari bahasa Inggris "communication" yang berarti menciptakan atau mencari kesamaan dengan orang lain. Pada dasarnya, komunikasi memungkinkan komunikator dan komunikan untuk memahami pesan yang disampaikan sesuai dengan tujuan pesan tersebut (Maulin et al., 2014).

Croucher and Daniel Croon-Mills (2015) dalam bukunya *Understanding Communication Research Methods a Theoretical and Practical Approach*; menyatakan bahwa :

*“Communication is a process of sharing meaning with others. There are a few elements of this definition that should be explained. A process explains how in communication there is sender, a message, and a receiver. When the receiver provides feedback (a response of some kind), a transaction occurs between the communicators”.*

“Komunikasi adalah sebuah proses berbagi makna dengan orang lain. Adapun elemen komunikasi terdiri dari adanya pengirim, pesan, dan penerima. Ketika penerima memberikan umpan balik atau respon, disitulah terjadi transaksi antara komunikator” (Sugiyono & Lestari, 2021).

Berdasarkan definisi tersebut, peneliti berpendapat bahwa pengirim, pesan, dan penerima merupakan komponen yang paling utama untuk menghasilkan sebuah proses komunikasi yang baik dalam transaksi antara komunikator dan komunikan karena tanpa adanya 3 elemen penting tersebut pesan yang disampaikan dan umpan balik yang diberikan tidak akan sesuai dengan makna dan maksud dari orang lain sebagai komunikator maupun komunikan.

#### **2.1.2.1 Proses Komunikasi**

Proses merupakan perjalanan atau perubahan yang terjadi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam konteks komunikasi, proses sangat penting untuk mencapai tujuan komunikasi itu sendiri. Proses komunikasi melibatkan langkah-langkah yang dimulai dengan ide atau gagasan dari komunikator dan diakhiri dengan efek serta umpan balik dari penerima pesan.

Menurut Hermawan (2012) Proses berlangsungnya komunikasi bisa digambarkan sebagai berikut:

1. Komunikator (*Sending*) adalah pihak yang memiliki tujuan untuk berkomunikasi dengan orang lain, yang kemudian menyampaikan pesan kepada pihak yang dimaksud. Pesan yang disampaikan berisi informasi dalam bentuk pembahasan atau simbol-simbol yang dapat dipahami oleh kedua pihak.
2. Pesan (*Message*) Disampaikan melalui media atau saluran baik secara langsung atau tidak langsung.
3. Fungsi pengiriman (*Encoding*) adalah proses mengubah pesan ke dalam bentuk yang disesuaikan untuk tujuan penyampaian pesan atau informasi.
4. Media atau Saluran (*Channel*) adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan.
5. Fungsi penerimaan (*Decoding*) adalah proses memahami simbol bahasa, seperti simbol grafis atau huruf-huruf, dengan cara menghubungkannya dengan bunyi bahasa dan variasinya, yang dilakukan oleh penerima pesan setelah menerima informasi.
6. Komunikan (*Receiver*) Yaitu menerima suatu pesan yang disampaikan dan menerjemahkannya isi pesan yang diterimanya kedalam bahasa yang dimengerti oleh komunikan itu sendiri.
7. Respon (*Response*) adalah pihak yang menerima pesan yang disampaikan dan menerjemahkan isi pesan yang diterima ke dalam bahasa yang dimengerti olehnya.

8. Komunikasikan memberikan umpan balik (*Feedback*) atau tanggapan atas pesan yang dikirimkan kepadanya, apakah pesan yang dimaksud si pengirim dapat dimengerti atau dipahami (Hermawan, 2012)

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa proses komunikasi adalah suatu rangkaian peristiwa yang diawali oleh pemberian informasi dari *sender* kepada penerima *receiver* melalui media yang kemudian diakhiri dengan adanya *feedback* dan efek yang diberikan *receiver*.

#### **2.1.2.2 Tujuan Komunikasi**

Komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, karena tujuan utamanya adalah membangun pemahaman antara komunikator sebagai pengirim pesan dan komunikan sebagai penerima pesan. Menurut Olivier (2004), sebagaimana dikutip oleh Sugiyono dan Puji Lestari dalam buku mereka *Metode Penelitian Komunikasi*, terdapat beberapa tujuan penting dari komunikasi, yaitu :

1. Komunikasi digunakan untuk membangun pemahaman yang lebih baik agar bisa menangkap harapan lawan bicara.
2. Komunikasi digunakan untuk menyebarkan informasi agar orang mau mengambil tindakan atau berpartisipasi dalam kegiatan.
3. Komunikasi digunakan untuk menciptakan kesadaran akan pentingnya perubahan tanpa memaksakan kehendak.
4. Komunikasi digunakan untuk menyampaikan penjelasan mengenai tujuan perubahan untuk mengurangi masalah yang timbul.

5. Komunikasi digunakan untuk mendapatkan dukungan positif terkait perubahan antara individu yang terlibat.
6. Komunikasi digunakan untuk menginformasikan rencana perubahan dalam proses dengan menjelaskan tugas, tanggung jawab, dan sumber daya yang diperlukan.
7. Komunikasi digunakan untuk memberi informasi tentang hasil tertentu yang dapat digunakan untuk memantau kemajuan perubahan (Sugiyono & Lestari, 2021).

Berdasarkan poin-poin mengenai tujuan komunikasi di atas, peneliti Berdasarkan poin-poin tersebut, dapat disimpulkan bahwa tujuan komunikasi sangat luas, tidak hanya sekadar menyampaikan pesan, tetapi juga berperan penting dalam mewujudkan perubahan dalam kehidupan manusia serta memberikan dampak besar terhadap perkembangan komunikasi.

### **2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa**

#### **2.1.3.1 Definisi Komunikasi Massa**

Komunikasi massa berasal dari istilah bahasa Inggris "mass communication," yang merupakan singkatan dari "mass media communication." Ini merujuk pada komunikasi yang memanfaatkan media massa atau komunikasi yang dimediasi oleh media. Istilah "mass communication" atau "communications" merujuk pada salurannya, yaitu media massa, sebagai bentuk ringkas dari "media of mass communication." Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa modern, termasuk surat kabar dengan sirkulasi luas,

siaran radio dan televisi yang ditujukan untuk khalayak umum, serta film yang diputar di bioskop (Effendy, 2003: 79).

Komunikasi massa menurut Gerbner (1967):

*“mass communication is the technologically and institutionally base prudoction and distribution of thr most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies”.*

(komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industry (Rakhmat, 2003: 188).

Menurut definisi Gerbner, komunikasi massa menghasilkan produk berupa pesan-pesan komunikasi yang kemudian disebarkan dan didistribusikan kepada audiens secara terus-menerus dengan jadwal waktu yang tetap, seperti harian, mingguan, dua mingguan, atau bulanan. Proses pembuatan pesan ini tidak dapat dilakukan oleh individu, melainkan harus dilakukan oleh lembaga yang menggunakan teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa umumnya dilakukan di masyarakat industri.

#### **2.1.3.2 Karakteristik Komunikasi Massa**

Karakteristik komunikasi massa menurut Ardiantio Elvinaro dkk (2009:6) dalam buku *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* adalah sebagai berikut:

1. Komunikator teridentifikasi: Karakteristik pertama dari komunikasi massa adalah keberadaan komunikator. Komunikasi massa melibatkan lembaga yang komunikatornya beroperasi dalam organisasi yang kompleks.
2. Pesan bersifat umum: Komunikasi massa bersifat terbuka, artinya pesan yang disampaikan ditujukan untuk khalayak luas, baik itu untuk semua orang maupun kelompok tertentu. Dengan demikian, pesan yang disampaikan dalam komunikasi massa memiliki sifat yang umum.

3. Komunikator anonim dan heterogen: Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal secara langsung komunikan karena komunikasi dilakukan melalui media tanpa tatap muka, sehingga komunikator bersifat anonim. Selain itu, komunikan dalam komunikasi massa juga bersifat heterogen, terdiri dari berbagai kelompok masyarakat dengan perbedaan dalam usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang, budaya, agama, dan status ekonomi.
4. Media massa menciptakan keserempakan: Keunggulan komunikasi massa dibandingkan jenis komunikasi lainnya adalah jumlah audiens yang dijangkau sangat besar dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari itu, audiens yang besar tersebut menerima pesan yang sama secara serempak pada waktu yang bersamaan.
5. Dalam komunikasi, isi pesan lebih diutamakan daripada hubungan antar peserta. Salah satu prinsip dalam komunikasi adalah bahwa komunikasi memiliki dua dimensi: dimensi isi dan dimensi hubungan. Dimensi isi mencakup apa yang disampaikan dalam komunikasi, sementara dimensi hubungan menunjukkan cara penyampaian pesan dan menunjukkan interaksi antara peserta komunikasi. Dalam konteks komunikasi massa, komunikator tidak selalu perlu mengenal komunikan, dan sebaliknya. Hal yang lebih penting adalah bagaimana seorang komunikator menyusun pesan dengan sistematis sesuai dengan media yang digunakan, agar pesan tersebut bisa dipahami oleh komunikan.

6. Komunikasi massa bersifat satu arah. Karena menggunakan media massa, komunikator dan komunikan tidak dapat berinteraksi langsung. Komunikator aktif dalam menyampaikan pesan, sementara komunikan aktif dalam menerima pesan, namun keduanya tidak dapat melakukan percakapan langsung. Dengan kata lain, komunikasi massa memiliki sifat satu arah.
7. Stimulasi indra terbatas. Dalam komunikasi massa, stimulasi terhadap alat indra tergantung pada jenis media yang digunakan. Pada media radio dan rekaman audio, audiens hanya dapat mendengar, sementara pada televisi dan film, audiens menggunakan indra penglihatan dan pendengaran.
8. Umpan balik bersifat tertunda dan tidak langsung. Dalam komunikasi massa, umpan balik datang secara tidak langsung dan tertunda. Artinya, komunikator tidak dapat langsung mengetahui reaksi audiens terhadap pesan yang disampaikan. Komponen umpan balik, yang lebih dikenal sebagai feedback, adalah faktor penting dalam proses komunikasi massa. Keberhasilan komunikasi sering kali diukur dari feedback yang diberikan oleh komunikan.

### **2.1.3.3 Fungsi Komunikasi Massa**

Fungsi komunikasi massa bagi masyarakat menurut Dominick (2001) dalam Ardianto, dkk (2009:14) terdiri dari lima aspek, yaitu pengawasan (*surveillance*), penafsiran (*interpretation*), pertalian (*linkage*), penyebaran nilai (*transmission of values*), dan hiburan (*entertainment*).

1. Pengawasan (*Surveillance*)

Fungsi pengawasan komunikasi massa terbagi dalam dua jenis utama: pertama, fungsi pengawasan peringatan yang terjadi saat media massa memberikan informasi tentang ancaman; kedua, fungsi pengawasan instrumental yang menyebarkan informasi yang berguna untuk membantu masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

2. Penafsiran (*Interpretation*)

Media massa tidak hanya menyediakan fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap peristiwa-peristiwa penting. Media memilih dan memutuskan peristiwa mana yang akan diberitakan atau ditayangkan dengan tujuan mengajak khalayak untuk memperluas pemahaman mereka.

3. Pertalian (*Linkage*)

Media massa memiliki peran dalam menyatukan masyarakat yang memiliki beragam latar belakang, menciptakan hubungan berdasarkan minat dan kepentingan yang sama terhadap suatu topik.

4. Penyebaran Nilai (*Transmission of Values*)

Fungsi penyebaran nilai lebih bersifat tidak langsung dan juga dikenal sebagai sosialisasi. Sosialisasi mengacu pada cara individu mengadopsi perilaku dan nilai-nilai kelompok. Media massa mencerminkan gambaran masyarakat yang dilihat, didengar, dan dibaca oleh khalayak, serta menunjukkan bagaimana masyarakat bertindak dan harapan yang ada untuk ditiru.

## 5. Hiburan (Entertainment)

Media massa, khususnya radio siaran, banyak menayangkan acara hiburan. Meskipun beberapa radio lebih fokus pada berita, fungsi hiburan dari media massa adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran audiens, memberikan kesempatan untuk menikmati berita ringan atau tayangan hiburan yang menyegarkan pikiran.

### 2.1.4 Tinjauan Tentang Film

Film adalah sebuah karya seni yang menggabungkan elemen-elemen seperti gambar, suara, dan gerakan untuk menyampaikan pesan. Film juga dapat dimanfaatkan untuk bercerita, mengekspresikan emosi, atau menyampaikan makna tertentu.

McQuail (1994) dalam buku Arif Budi Prasetya yang berjudul “Analisis Semiotika Film dan Komunikasi” (2019) Film merupakan sebuah sarana untuk menyebarkan hiburan yang menjadi kebiasaan terdahulu serta juga dapat menyajikan cerita, musik, drama, peristiwa, dan sajian lainnya kepada masyarakat (Prasetya, 2019).

Tidak hanya itu, McQuail juga menjelaskan tujuan pesan dalam sebuah film seperti yang dikutip dalam Prasetya (2019) :

Kemampuan film dalam menyampaikan pesan terletak dari jalan cerita yang dikandungnya. Selain digunakan sebagai alat untuk berbisnis, terdapat beberapa tema penting yang menguatkan bahwa film sebagai media komunikasi massa. Tema pertama adalah pemanfaatan film sebagai alat , tema ini berkenaan dengan kemampuan film dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat luas dengan waktu yang singkat. Ideologi yang digunakan dalam film merupakan ideologi yang dikemas dalam bentuk cerita dan drama. Penyebaran ideologi tersebut terjadi ketika khalayak menyaksikan sebuah film cerita yang temanya berdekatan dengan fenomena sosial di masyarakat. Ideologi tersebut kemudian mengkontruksi pola

pemikiran khalayak yang menyaksikan kemudian menjadikan ideologi tersebut sebagai perspektif atau pola pandang dalam kehidupan sehari-hari (Prasetya, 2019).

Merujuk pada penjelasan di atas, maka peneliti berpedapat bahwa film merupakan sebuah alat atau media yang efektif dalam menyampaikan pesan komunikasi massa dalam bentuk sebuah cerita dan drama untuk memunculkan persepsi atau stigma dari masyarakat yang mengkonsumsi film, sehingga pengaruh film sangat besar pembangunan pola pikir masyarakat.

#### **2.1.4.1 Karakteristik Film**

Faktor-faktor yang dapat menggambarkan ciri khas film meliputi layar besar, teknik pengambilan gambar, perhatian penuh, dan identifikasi psikologis.

##### **1. Layar Lebar**

Film dan televisi sama-sama menggunakan layar, tetapi keunggulan media film terletak pada ukuran layar yang lebih besar. Meskipun ada televisi berukuran besar yang digunakan dalam acara tertentu, seperti pertunjukan musik di luar ruangan, layar film yang besar memberi kebebasan bagi penonton untuk menikmati adegan-adegan film. Terlebih lagi, dengan kemajuan teknologi, banyak bioskop yang kini menggunakan layar tiga dimensi, menciptakan pengalaman menonton yang seolah-olah nyata tanpa jarak.

##### **2. Pengambilan Gambar**

Karena layar yang luas, pengambilan gambar dalam film bioskop memungkinkan penggunaan teknik seperti *extreme long shot* dan *panoramic shot*, yang memberikan gambaran pemandangan secara

menyeluruh. Teknik-teknik ini digunakan untuk menciptakan kesan artistik dan suasana yang lebih nyata, membuat film semakin menarik.

### 3. Konsentrasi Penuh

Ketika menonton film di bioskop, kita sering mengalami momen ketika tempat duduk hampir penuh dan pintu-pintu sudah ditutup, lampu dimatikan, dan di hadapan kita tampak layar besar dengan gambar-gambar yang mengisahkan cerita film tersebut. Pada saat itu, seluruh perhatian tertuju pada film yang sedang diputar.

### 4. Identifikasi Psikologis

Kita semua bisa merasakan bagaimana suasana di dalam bioskop membawa pikiran dan perasaan kita tenggelam dalam cerita yang ditampilkan. Karena kedalaman penghayatan kita, sering kali tanpa sadar kita merasa terhubung (mengidentifikasi) diri kita dengan salah satu karakter dalam film tersebut, sehingga seolah-olah kita yang sedang memainkan peran tersebut. Fenomena ini dalam psikologi sosial dikenal sebagai Identifikasi Psikologis (Effendy dalam Ardianto, 2009: 145-147).

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

Ardianto, Komala, dan Karlinah menjelaskan dalam bukunya bahwa setidaknya ada 4 jenis film agar seorang komunikator dapat mengetahui jenis film yang dapat digunakannya sesuai karakteristik yang dibutuhkan, diantaranya :

#### 1. Film Cerita

Film cerita (*Story Film*) merupakan jenis film yang sering dijumpai di gedung-gedung bioskop dengan mengandung cerita yang lazim

diperlihatkan, sekalipun film itu fiktif, dapat saja bersifat mendidik karena mengandung ilmu pengetahuan serta pembelajaran yang dapat diambil.

## 2. Film Berita

Film berita atau *newsreel* adalah film mengenai fakta dari peristiwa yang terjadi. Film jenis ini akan menarik dan penting karena langsung terekam dengan suaranya, atau film beritanya bisu, seperti contohnya peristiwa pemberontakan, kerusuhan, perang dan sebagainya. Film berita ini dihasilkan kurang baik karena lebih mengedepankan isi peristiwa yang diberitakannya dibandingkan kualitas gambar dan suaranya.

## 3. Film Dokumenter

Film dokumenter merupakan bentuk interpretasi pribadi atau pembuatnya mengenai sebuah peristiwa yang dianggapnya nyata, seperti misalnya sutradara ingin membuat film dokumenter mengenai para pembatik di kota Pekalongan, maka naskah ceritanya bersumber dari keseharian pembatik dengan sedikit merekayasa agar dapat menghasilkan kualitas film yang baik.

## 4. Film Kartun

Film kartun (*cartoon film*), film jenis ini lebih ditujukan kepada anak-anak karena alur ceritanya yang membuat tertawa dan lucu serta dibentuk animasi dari setiap tokoh dalam film kartun tersebut (Ardianto et al., 2015).

Berdasarkan penjelasan mengenai jenis-jenis film, maka dapat diambil kesimpulan bahwa jenis-jenis film berbeda-beda sesuai dengan target dan tujuannya termasuk isi di dalam film pun berbeda dari setiap jenis filmnya.

#### **2.1.4.3 Film Sebagai Komunikasi Massa**

Komunikasi massa menyebarkan informasi dalam jumlah besar melalui saluran yang dikenal sebagai media massa. Seiring perkembangan zaman, film telah banyak dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi massa, seperti untuk propaganda, hiburan, dan pendidikan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, media film didefinisikan sebagai alat atau sarana komunikasi massa yang disiarkan menggunakan peralatan film. Film berfungsi sebagai penghubung dalam komunikasi massa.

Sebagai bentuk komunikasi massa, film hadir dengan tujuan menyampaikan pesan dari pembuatnya. Pesan-pesan tersebut dikemas dalam bentuk cerita, serta tercermin dalam genre seperti drama, aksi, komedi, dan horor. Setiap jenis film disusun oleh sutradara dengan tujuan yang beragam, mulai dari sekadar menghibur hingga memberikan pemahaman, bahkan menyampaikan ajaran atau doktrin tertentu kepada penonton.

Ilmu komunikasi mencakup tiga aspek: bentuk spesialisasi, media, dan efeknya. Film termasuk dalam kategori media massa, yang digunakan dalam komunikasi massa karena sifatnya yang menjangkau khalayak luas. Selain itu, film juga merupakan media periodik yang diproduksi untuk diputar di bioskop. Salah satu alasan mengapa film dapat mempengaruhi penonton adalah dari segi tempat atau media itu sendiri. Pengaruh film tidak hanya terasa di bioskop, tetapi dapat

berlanjut dalam kehidupan sehari-hari setelah penonton meninggalkan gedung bioskop, dengan efek yang dapat bertahan cukup lama (Effendy, 2003:208).

Film kini telah menjadi bentuk seni yang paling diminati sebagian orang, serta menjadi medium yang banyak dicari untuk hiburan, inspirasi, dan pengetahuan. Selama berabad-abad, orang telah berusaha memahami daya tarik film. Hal ini terjadi karena film memang dirancang untuk memberikan dampak pada penontonnya. Film memiliki kekuatan besar dalam aspek estetika, karena menggabungkan dialog, musik, pemandangan, dan tindakan dalam bentuk visual dan naratif (Danesi, 2010:100).

#### **2.1.5 Tinjauan Semiotika**

Daniel Chandler dalam Nawiroh Vera (2014) menyatakan bahwa, "Definisi paling singkat dari semiotika adalah ilmu tentang tanda-tanda." Ada juga yang menjelaskan bahwa, "Studi mengenai bagaimana sebuah masyarakat menciptakan makna dan nilai-nilai dalam sistem komunikasi disebut semiotika, yang berasal dari kata Yunani *semion*, yang berarti 'tanda'." Semiotika juga dikenal sebagai *semeiotikos*, yang berarti "teori tentang tanda." Paul Colbey menyebutkan bahwa dasar kata semiotika berasal dari kata Yunani '*Seme*', yang berarti "penafsiran tanda." (Vera, 2014).

Charles Sanders Pierce mendefinisikan semiotika sebagai studi tentang tanda dan segala yang berkaitan dengan tanda tersebut, dari mulai pengirimannya dan penerimaannya oleh mereka yang menggunakan (Vera, 2014).

Preminger dalam Vera (2014) berpendapat bahwa semiotika adalah ilmu tentang tanda-tanda. Ilmu yang menganggap bahwa fenomena sosial/masyarakat

dan kebudayaan itu merupakan tanda-tanda. Semiotika mempelajari sistem-sistem, aturan-aturan, konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda-tanda tersebut mempunyai arti (Vera, 2014).

Tanda dan simbol adalah elemen yang digunakan dalam interaksi. Komunikasi adalah suatu proses di mana pesan (tanda) dikirimkan oleh pengirim (*sender*) kepada penerima (*receiver*). Agar pesan tersebut dapat dipahami, dibutuhkan interpretasi terhadap pesan yang disampaikan, dan manusia mampu melakukan hal ini karena mereka dapat memahami simbol-simbol, yang kemudian membentuk cabang ilmu yang mempelajari simbol dan lambang, yaitu semiologi. Semiologi adalah ilmu yang mempelajari atau menginterpretasi tanda dalam komunikasi. Konsep simbol dalam hal ini harus dimulai dengan pemahaman tentang konsep tanda ("*sign*"), di mana tanda berfungsi sebagai elemen yang mewakili unsur lainnya. (Vera, 2014).

Pengembangan semiotika sebagai suatu bidang studi telah ditetapkan pada pertemuan *Vienna Circle* pada tahun 1922 yang berlangsung di Universitas Wina. Di Wina Circle tersebut sekelompok sarjana menyajikan sebuah karya berjudul "*International Encyclopedia*" di mana semiotika dikelompokkan menjadi tiga bagian atau tiga cabang ilmu tanda.

1. *Semantics*, yaitu studi yang mempelajari bagaimana sebuah tanda berkaitan dengan yang lain.
2. *Syntactics*, yaitu studi yang mempelajari bagaimana sebuah tanda memiliki arti dengan tanda yang lain.

3. *Pragmatics*, yaitu studi yang mempelajari bagaimana tanda digunakan dalam kehidupan sehari-hari (Vera, 2014).

Dalam sejarah dan perkembangannya, semiotika terbagi dalam beberapa teori dan model dari beberapa ahli yang mengemukakan mengenai ilmu tentang semiotika, diantaranya :

1. Ferdinand De Saussure

Saussure melihat bahwa bahasa adalah jenis tanda tertentu dan semiotika adalah ilmu yang mengaji tentang tanda, proses menanda, dan menandai. Model dasar Saussure ini lebih berfokus pada tanda itu sendiri. Dalam objek fisik sebuah makna, sebuah tanda terdiri dari penanda dan petanda. Penanda adalah citra tanda, seperti yang kita persepsikan, dan petanda adalah konsep mental yang diacukan petanda, secara luas konsep ini sama pada semua anggota kebudayaan yang menggunakan bahasa yang sama.

2. Charles Sanders Peirce

Dalam semiotika, Charles Sanders Peirce dikenal dengan model *triadic* dan konsep trikotominya yang terdiri dari berikut:

- a. *Representamen*, adalah bentuk yang diterima oleh tanda atau berfungsi sebagai tanda (Saussure menamakannya *signifier*). Representamen juga diistilahkan sebagai *sign*.
- b. *Interpretant*, bukanlah sebuah penafsiran tanda, melainkan merujuk pada makna dari sebuah tanda.

- c. *Object*, adalah sesuatu yang merujuk pada tanda, atau sesuatu yang mewakili oleh representamen yang berkaitan dengan acuan. *Object* dapat berupa representasi mental yang ada di dalam pikiran, atau dapat juga berupa sesuatu yang nyata di luar tanda.

### 3. Roland Barthes

Menurut Barthes, semiologi hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) yang memaknai hal-hal (*things*). Dalam hal ini memaknai tidak dapat disamakan dengan mengkomunikasikan. Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, melainkan mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda. Barthes melihat signifikansi sebagai sebuah proses yang total dengan suatu susunan yang sudah terstruktur. Barthes menganggap bahwa kehidupan sosial sebagai sebuah signifikansi maka tidak terbatas pada bahasa, tetapi juga pada hal-hal lain di luar bahasa, yang berarti kehidupan sosial apa pun bentuknya merupakan suatu sistem tanda tersendiri.

### 4. Umberto Eco

Umberto Eco dalam bukunya berjudul “Teori Semiotika” mengatakan bahwa semiotika adalah studi yang mengkaji seluruh proses kehidupan dalam masyarakat sebagai proses komunikasi. Eco mengilustrasikan orang-orang yang berkomunikasi melalui beragam wahana (*medium*), dari pakaian yang mereka kenakan sampai rumah-rumah yang mereka tempati. Dari gambar, musik, hingga praktik kuliner dan bahkan lansekap kota, proses komunikasi seperti ini disebut “signifikansi”.

Kuatnya pengaruh tradisi strukturalis ini memunculkan pandangan Eco tentang teori tanda (*sign*), yang menolak hubungan sederhana antara kemunculan tanda dan praktik sosial.

#### 5. John Fiske

Dalam semiotika (ilmu tentang tanda) terdapat dua perhatian utama, yakni hubungan antara tanda dan maknanya, serta bagaimana suatu tanda dikombinasikan menjadi suatu kode. Teks adalah sumber fokus utama dalam semiotika, dalam hal ini teks dapat diartikan secara luas, bukan hanya teks tertulis saja namun segala sesuatu yang memiliki sistem tanda komunikasi seperti yang terdapat pada teks tertulis, misalnya film, sinetron, drama opera sabun, kuis, iklan, fotografis, hingga tayangan sepakbola (Vera, 2014).

Berdasarkan beberapa definisi di atas, maka dapat dikatakan bahwa semiotika adalah ilmu untuk mempelajari tanda serta cabang ilmu filsafat yang mempelajari dan menelaah “tanda”. Walaupun dari beberapa definisi ahli itu berbeda-beda namun pada hakikatnya tanda dan makna merupakan sebuah instrumen penting dalam teori dan model semiotika.

##### **2.1.6 Semiotika John Fiske**

Menurut Fiske (2007), semiotika adalah studi tentang petanda dan makna dari sistem tanda, ilmu tentang media, atau studi tentang bagaimana tanda dari jenis karya apa pun dalam masyarakat yang mengkomunikasikan makna.

John Fiske mengidentifikasi tiga bidang studi utama dalam semiotika, yaitu:

1. Studi Tanda, studi ini melibatkan pemahaman tentang keberagaman tanda yang digunakan dalam komunikasi dan cara tanda-tanda tersebut berinteraksi dalam menyampaikan makna. Tanda-tanda ini hanyalah sebagai konstruksi manusia dan memerlukan pemahaman manusia untuk diinterpretasikan.
2. Studi Sistem atau Kode, studi ini mencakup analisis tentang bagaimana cara berbagai kode dapat dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat atau budaya tertentu, serta cara kode ini digunakan untuk mengirim pesan. Sistem atau kode ini digunakan untuk mengatur penggunaan tanda-tanda dan memungkinkan komunikasi yang efektif dalam suatu konteks budaya.
3. Studi Kebudayaan dan Konteks, studi ini berkaitan dengan penggunaan pada kode dan tanda-tanda dalam konteks budaya dan bagaimana keberadaan kode dan tanda-tanda ini memengaruhi bentuk kebudayaan itu sendiri. Kode dan tanda-tanda bekerja dalam konteks budaya tertentu dan memainkan peran penting dalam pembentukan kebudayaan tersebut (Fiske, 2007).

Secara umum, pandangan John Fiske tentang semiotika sejalan dengan pandangan tokoh lain seperti Charles Sanders Pierce, Ferdinand de Saussure, Roland Barthes, dan lainnya, yang menyatakan bahwa ada tiga elemen utama yang harus ada dalam studi mengenai makna dan tanda, yaitu referensi tanda, acuan tanda, dan pemanfaatan tanda. Tanda itu sendiri adalah sesuatu yang bersifat fisik dan dapat dirasakan oleh indra manusia, yang merujuk pada sesuatu yang ada di

luar tanda itu serta bergantung pada pengenalan penggunaannya agar bisa disebut sebagai tanda. Dalam semiotika, ada dua hal utama yang menjadi perhatian, yaitu hubungan antara tanda dan maknanya, serta bagaimana tanda-tanda tersebut digabungkan menjadi sebuah kode. (Vera, 2014).

### **2.1.7 Tinjauan Representasi**

Dalam teori semiotika, proses pencatatan gagasan, pengetahuan, atau pesan secara fisik disebut representasi. Representasi ini didefinisikan sebagai penggunaan tanda-tanda seperti gambar, suara, dan sebagainya untuk merepresentasikan kembali sesuatu yang telah diterima, dibayangkan, atau dirasakan dalam bentuk fisik. (Danesi, 2010).

Menurut Fiske (1987), representasi merupakan suatu proses di mana makna diciptakan dan dibagikan dalam budaya. Fiske juga menekankan bahwa representasi tidak hanya merupakan hasil dari proses komunikasi dari produsen media ke konsumen, tetapi juga dipengaruhi oleh konsumen itu sendiri. Dia memandang konsumen sebagai seorang pembaca yang aktif dan juga dapat memberikan makna kepada representasi berdasarkan pengalaman dan konteks mereka sendiri.

Representasi mencerminkan kepentingan, pandangan, dan nilai-nilai yang ada di dalam masyarakat. Ketika suatu individu atau kelompok direpresentasikan secara stereotip atau tidak akurat dalam suatu media, hal ini dapat memengaruhi persepsi dan sikap masyarakat terhadap mereka. Sedangkan representasi yang beragam dan inklusif dapat membantu mewakili keberagaman masyarakat dengan lebih baik.

John Fiske (1987), merumuskan tiga proses yang terjadi dalam representasi, yaitu:

1. *Level Reality*:

Bagian ini mengacu pada apa yang sebenarnya terjadi dalam dunia nyata, baik dalam bentuk tulisan seperti dokumen, wawancara, atau transkrip. Sedangkan dalam konteks media televisi, seperti pakaian, tampilan fisik, tingkah laku, ekspresi wajah, suara, dan elemen lainnya.

2. *Level Representation*:

Bagian ini mencakup elemen-elemen yang dapat digunakan untuk menyampaikan realitas tersebut secara teknis. Dalam bentuk tulisan dapat mencakup kata-kata, proposisi, kalimat, gambar, keterangan, grafik, dan sebagainya. Sedangkan dalam bentuk media televisi, hal ini mencakup penggunaan kamera, pencahayaan, teknik penyuntingan, musik, dan elemen visual dan audio lainnya. Elemen-elemen tersebut diubah menjadi representasi yang dimasukkan ke dalam kode representasi. Hal ini mencakup tentang bagaimana cara objek, karakter, cerita, pengaturan, dialog, dan elemen lainnya digambarkan dalam representasi media.

3. *Level Ideology*:

Bagian ini terdapat semua elemen yang diorganisir dalam koherensi dan kode-kode ideologi tertentu. Ideologi ini dapat mencakup berbagai pandangan dan nilai-nilai tertentu seperti individualisme, liberalisme, sosialisme, patriarki, ras, kelas, materialisme, kapitalisme, dan sebagainya (Fiske, 1987).

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa representasi merupakan analisis terhadap bagaimana sesuatu atau seseorang dapat digambarkan, dijelaskan, atau dipresentasikan dalam konteks media, budaya, atau komunikasi. Representasi memiliki peran penting dalam membentuk suatu persepsi atau pandangan terhadap dunia sekitar. Hal ini mencakup bagaimana individu, kelompok atau topik tertentu direpresentasikan ke dalam berbagai bentuk media seperti film, televisi, iklan dan berita dengan ideologi-ideologi yang terkandung di dalamnya seperti individualisme, liberalisme, sosialisme, materialisme, kapitalisme, dan ideologi lainnya.

#### **2.1.8 Tinjauan Konflik**

Stephen P. Robbins dalam bukunya *Perilaku Organisasi* menjelaskan bahwa terdapat berbagai definisi tentang konflik. Meskipun interpretasi dari definisi-definisi tersebut berbeda, terdapat beberapa tema umum yang mendasari sebagian besar konflik. Keberadaan konflik bergantung pada persepsi pihak-pihak yang terlibat; jika tidak ada yang menyadari adanya konflik, maka secara umum konflik dianggap tidak ada. Kesamaan lainnya dari definisi-definisi tersebut adalah adanya ketidaksesuaian atau pertentangan serta bentuk-bentuk interaksi yang muncul. Beberapa faktor ini menjadi kondisi yang memulai proses terjadinya konflik.

Wahyudi (2015) menjelaskan bahwa istilah konflik berasal dari kata kerja Latin *configere*, yang berarti saling memukul. Dalam konteks sosiologis, konflik dipahami sebagai suatu proses sosial antara dua orang atau lebih (atau bahkan kelompok), di mana salah satu pihak berupaya untuk menyingkirkan pihak lainnya. Konflik mencerminkan interaksi antara dua individu atau lebih, atau antar kelompok, yang diwarnai oleh perdebatan, perbedaan pendapat, atau tujuan yang berbeda. (Wahyudi, n.d.)

### **2.1.8.1 Faktor Faktor Penyebab Konflik**

Penyebab konflik bisa beragam, yakni hal-hal yang dapat memicu pertikaian atau perselisihan antar individu atau kelompok. Konflik biasanya muncul akibat perbedaan kepentingan, nilai, atau tujuan, dan dapat dipicu oleh ketidakadilan, perbedaan budaya, persaingan sumber daya, atau masalah politik. Selain itu, komunikasi yang tidak efektif dan kesalahpahaman juga bisa memperburuk kondisi. Memahami faktor-faktor ini sangat penting untuk menemukan akar masalah konflik dan mencari solusi yang sesuai.

Menurut Mangkunegara (2013), terdapat beberapa faktor yang dapat menyebabkan konflik dalam pekerjaan, yaitu:

1. Kurangnya koordinasi kerja
2. Ketergantungan dalam pelaksanaan tugas
3. Ketidakjelasan tugas (tidak adanya deskripsi jabatan)
4. Perbedaan orientasi kerja
5. Perbedaan pemahaman mengenai tujuan organisasi
6. Perbedaan persepsi
7. Sistem insentif yang tidak efektif (reward)
8. Strategi motivasi yang kurang tepat.

### **2.1.9 Tinjauan Perselingkuhan**

Perselingkuhan, yang sering didefinisikan sebagai pelanggaran terhadap kepercayaan dalam hubungan romantis, telah menjadi topik kajian penting di berbagai bidang seperti psikologi, sosiologi, dan antropologi. Menurut *American Psychological Association (APA)*, perselingkuhan merupakan salah satu faktor

utama yang menyebabkan konflik dalam hubungan dan perceraian (Fincham & May, 2017). Perilaku ini mencakup hubungan emosional, fisik, atau keduanya yang dilakukan di luar hubungan resmi dengan melibatkan pengkhianatan kepercayaan pasangan.

Allen dan koleganya (2010) mengidentifikasi bahwa perselingkuhan dapat dibedakan menjadi dua kategori utama: emosional dan seksual. Perselingkuhan emosional mengacu pada keterikatan emosional dengan pihak ketiga yang menciptakan kedekatan emosional yang mendalam, sedangkan perselingkuhan seksual melibatkan aktivitas fisik tanpa adanya keterikatan emosional. Dalam banyak kasus, keduanya dapat saling tumpang tindih, menciptakan hubungan kompleks yang sulit dipulihkan.

Glass dan Wright (2012) juga menambahkan bahwa perselingkuhan emosional sering kali lebih menyakitkan bagi pasangan dibandingkan perselingkuhan seksual karena keterikatan emosional dianggap lebih mendalam dan mengancam inti hubungan.

#### **2.1.9.1 Faktor Yang Mempengaruhi Perselingkuhan**

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa perselingkuhan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Menurut Drigotas et al. (2010), faktor internal meliputi tingkat kepuasan dalam hubungan, komitmen, dan kualitas komunikasi pasangan. Ketidakpuasan terhadap hubungan yang ada sering kali mendorong seseorang mencari pemenuhan emosional atau fisik di luar hubungan. Sementara itu, faktor eksternal meliputi lingkungan sosial, budaya, dan peluang yang tersedia. Sebagai contoh, McNulty dan Widman (2014) menunjukkan bahwa

paparan terhadap situasi tertentu seperti pekerjaan dengan tingkat interaksi tinggi dapat meningkatkan kemungkinan perselingkuhan. Selain itu, norma budaya yang lebih permisif terhadap hubungan di luar nikah juga memengaruhi tingkat kejadian perselingkuhan di suatu masyarakat.

#### **2.1.9.2 Dampak Dari Perselingkuhan**

Perselingkuhan memiliki dampak signifikan terhadap hubungan romantis maupun individu yang terlibat. Menurut Gordon, Baucom, dan Snyder (2015), perselingkuhan adalah salah satu peristiwa yang paling merusak dalam hubungan pernikahan. Dampak emosional dari perselingkuhan mencakup perasaan marah, kehilangan kepercayaan, hingga depresi bagi pasangan yang dikhianati. Di sisi lain, individu yang melakukan perselingkuhan juga sering kali merasa bersalah dan mengalami konflik internal, terutama jika tindakan mereka bertentangan dengan nilai-nilai pribadi mereka. Selain dampak pada hubungan, perselingkuhan juga memiliki implikasi sosial. Semakin meningkatnya perceraian akibat perselingkuhan dapat memengaruhi anak-anak, jaringan keluarga besar, dan bahkan hubungan sosial di lingkungan sekitar.

Meskipun perselingkuhan sering kali mengarah pada akhir hubungan, penelitian menunjukkan bahwa hubungan dapat dipulihkan dengan intervensi yang tepat. Menurut sebuah studi oleh Atkins, Baucom, dan Jacobson (2010), terapi pasangan yang difokuskan pada pemulihan kepercayaan dan komunikasi yang jujur dapat membantu pasangan mengatasi dampak perselingkuhan. Mereka menekankan pentingnya mengidentifikasi akar penyebab perselingkuhan, seperti ketidakpuasan dalam hubungan, untuk mencegah kejadian serupa di masa depan.

Tipe perselingkuhan lain menurut (Loudová, Janiš and Haviger, 2013) antara lain adalah :

1. perselingkuhan yang terjadi hanya satu kali, biasanya tidak direncanakan, tanpa ikatan emosional.
2. perselingkuhan petualangan termotivasi oleh hasrat untuk memiliki pengalaman seksual baru, kehidupan yang berbeda. Murni bertujuan seksual namun dapat bersamaan dengan ikatan emosional.
3. hubungan dalam perselingkuhan, perselingkuhan jangka panjang memiliki tahapan yang sama seperti tahapan pernikahan (Loudová, Janiš and Haviger, 2013).

## **2.2 Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran merupakan dasar pemikiran yang di dalamnya mencakup penggabungan antara teori, fakta, observasi, serta kajian pustaka, yang nantinya akan dijadikan landasan dalam melakukan penelitian atau menulis karya ilmiah.

“Kerangka pemikiran adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.” (Sugiyono, 2018).

Dalam konteks penelitian, kerangka pemikiran adalah model konseptual yang dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana teori atau konsep yang mendasari penelitian ini berhubungan dengan faktor-faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang signifikan. Hal ini dapat membantu peneliti untuk

mengorganisasi pemahaman mereka tentang hubungan antara konsep, teori, dan elemen-elemen yang relevan dalam penelitian. Dengan kata lain, kerangka pemikiran adalah pandangan konseptual yang mengarahkan penelitian dan memberikan landasan untuk analisis dan interpretasi data.

Pada penelitian ini, peneliti akan menganalisis suatu fenomena representasi tentang konflik perselingkuhan di dalam sebuah film yang berjudul "*Ipar Adalah Maut*". Film tersebut terdapat pada platform aplikasi Netflix dan film ini diterbitkan oleh "*MD Production*". Awal kemunculan film tersebut menuai banyak pujian dikalangan masyarakat karena film tersebut menjelaskan dan menceritakan bagaimana terjadinya konflik perselingkuhan yang terjadi pada pasangan suami istri yang menuai konflik dengan adik dari istri suami tersebut.

Film "*Ipar Adalah Maut*" adalah bukti nyata bagaimana *new media* menjadi kunci dalam melancarkan arti dari sebuah konflik perselingkuhan, terlepas dari benar atau tidaknya informasi-informasi yang disampaikan di dalam film tersebut. Di dalam film "*Ipar Adalah Maut*" informasi yang disampaikan lebih banyak membahas konflik dalam hubungan pasangan keluarga, terutama yang melibatkan ipar. Cerita ini menyoroti dinamika yang muncul akibat kecemburuan, persaingan, dan ketegangan antar anggota keluarga. Konflik yang terjadi seringkali dipicu oleh perbedaan pandangan, ekspektasi sosial, dan masalah komunikasi yang tidak terselesaikan.

Selain itu, film ini juga menggambarkan dampak emosional dari konflik tersebut, menunjukkan bagaimana perasaan seperti kemarahan, sakit hati, dan rasa tidak dihargai dapat mempengaruhi hubungan. Dengan fokus pada hubungan

antarpapir, film ini mengeksplorasi tema-tema seperti loyalitas, pengkhianatan, dan pencarian pemahaman dalam konteks keluarga yang rumit.

Penelitian yang dilakukan menggunakan analisis semiotika, semiotika atau semiologi merupakan studi tentang tanda dan cara bagaimana tanda-tanda tersebut dapat berfungsi. Studi ini juga mengarahkan perhatian kepada perspektif alternatif. Dalam bidang semiotika, terdapat tiga domain utama yang diselidiki, yaitu tanda itu sendiri, kode atau sistem di mana tanda-tanda itu diatur, dan budaya di mana kode-kode dan tanda-tanda itu berfungsi.

Tanda itu sendiri mencakup penelitian tentang berbagai jenis tanda yang berbeda, cara berbagai tanda dapat menghasilkan makna, dan bagaimana tanda-tanda tersebut terhubung dengan individu yang menggunakannya. Tanda-tanda adalah konstruksi manusia yang hanya bisa dipahami dalam konteks penggunaan oleh mereka yang menciptakan dan menggunakannya.

Kode atau sistem di mana tanda-tanda diatur ini berkaitan dengan bagaimana berbagai kode dikembangkan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dalam masyarakat atau budaya tertentu, atau untuk memanfaatkan media komunikasi yang tersedia untuk menyampaikan pesan melalui kode-kode tersebut.

Budaya di mana kode-kode dan tanda-tanda berfungsi yang berkaitan dengan bagaimana cara kode-kode dan tanda-tanda dapat digunakan dalam konteks budaya tertentu dan bagaimana penggunaan ini membentuk dan memengaruhi budaya itu sendiri. Teori semiotika yang digunakan pada penelitian ini adalah semiotika dari John Fiske untuk menganalisis sebuah representasi dari realitas sosial. Representasi merupakan suatu proses dimana makna diciptakan dan

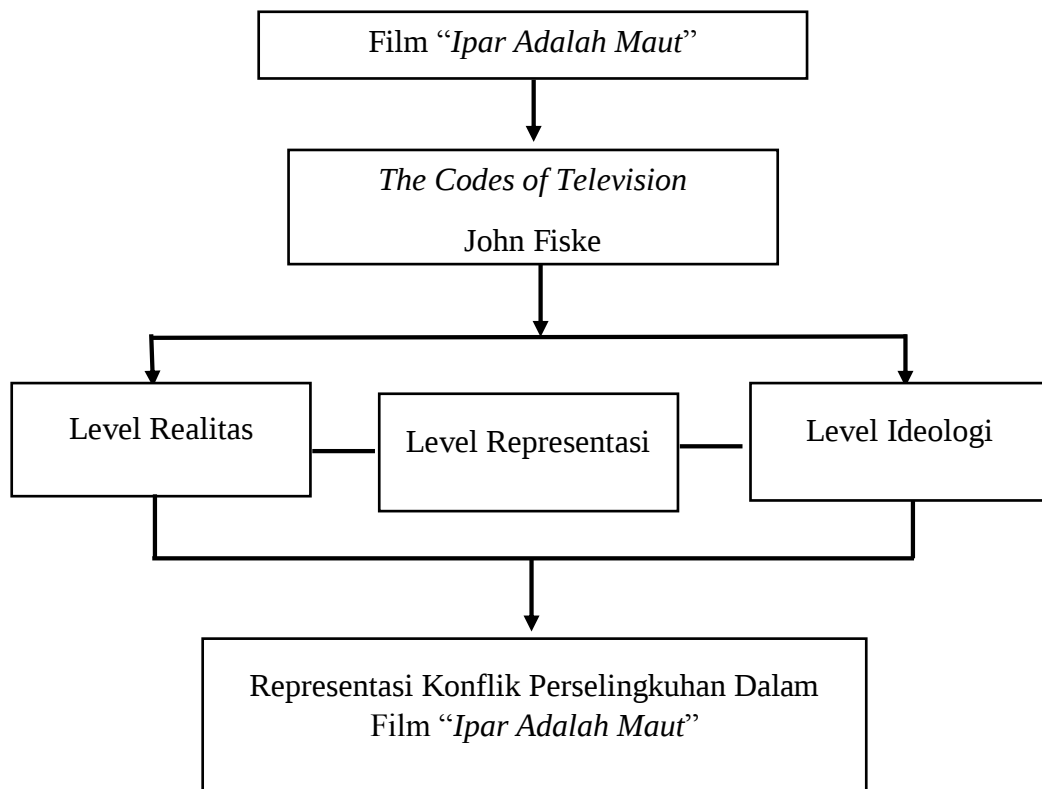
dibagikan dalam budaya. Fiske juga menekankan bahwa representasi tidak hanya merupakan hasil dari proses komunikasi dari produsen media ke konsumen, tetapi juga dipengaruhi oleh konsumen itu sendiri. Dia memandang konsumen sebagai seorang pembaca yang aktif dan juga dapat memberikan makna kepada representasi berdasarkan pengalaman dan konteks mereka sendiri (Fiske, 1987).

Dari teori semiotika John Fiske, terdapat 3 level representasi yang dapat menjawab bagaimana tanda dan makna tersebut terkonstruksi, yaitu level realitas, level representasi, dan level ideologi. Pada level realitas akan memperlihatkan bagian-bagian seperti pakaian, tampilan fisik, tingkah laku, ekspresi wajah, suara, dan elemen lainnya yang dapat menggambarkan suatu realitas dari dunia nyata. Pada level representasi akan menampilkan bagian yang mencakup penggunaan kamera, pencahayaan, teknik penyuntingan, musik, dan elemen visual dan audio lainnya, hal ini akan memunculkan makna-makna dari representasi di dalam media. Terakhir pada level ideologi, bagian ini akan memperlihatkan kode-kode ideologi yang digunakan dari mencakup berbagai pandangan dan nilai-nilai tertentu seperti individualisme, liberalisme, sosialisme, patriarki, ras, kelas, materialisme, kapitalisme, dan sebagainya.

Dalam pengaplikasiannya, peneliti akan melakukan proses pengkajian, pengolahan, serta menganalisis sebuah representasi dari konflik perselingkuhan yang terkonstruksi dalam film "*Ipar Adalah Maut*" dengan menggunakan model analisis semiotika John Fiske yang mencakup level realitas, level representasi, dan level ideologi, di mana outputnya akan menjawab bagaimana representasi konflik perselingkuhan dalam film pendek "*Ipar Adalah Maut*"

Kerangka pemikiran dapat memberikan arah bagi proses penelitian dan terbentuknya suatu persepsi yang sama antara peneliti dan orang lain seperti pembaca atau orang yang membaca penelitian ini, terhadap alur berpikir peneliti dalam rangka untuk membentuk suatu analisis secara logis. Melalui proses berpikir, maka peneliti berpandangan kerangka pemikiran pada penelitian ini sebagai berikut:

**Gambar 2. 1**  
**Kerangka Pemikiran**



*Sumber: Peneliti, 2025*