

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka bertujuan untuk menjelaskan teori yang relevan masalah yang diteliti, tinjauan pustaka berisikan tentang data-data sekunder yang peneliti peroleh dari jurnal-jurnal ilmiah atau hasil penelitian pihak lain yang dapat dijadikan asumsi-asumsi yang memungkinkan terjadinya penalaran untuk menjawab masalah yang diajukan peneliti. Adapun hasil dari pengumpulan yang telah peneliti dapatkan selama penelitian dan peneliti mengurainya sebagai berikut:

2.1.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti mengawali penelitian dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan serta relevansi dengan penelitian yang dilakukan. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang memadai sehingga penulisan skripsi ini lebih memadai. Hal ini dimaksudkan untuk memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada. Selain itu, karena pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang menghargai berbagai perbedaan yang ada serta cara pandang mengenai objek-objek tertentu, sehingga meskipun terdapat kesamaan maupun perbedaan adalah suatu hal yang wajar dan dapat disinergikan untuk saling melengkapi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode semiotika. Melalui metode ini peneliti dapat melihat secara detail maksud pemilihan,

pengkombinasian, dan penggunaan tanda – tanda dalam film Sekala Niskala sehingga dapat merepresentasikan makna Manak Salah pada film Sekala Niskala, sudah tersampaikan dengan baik dan menarik kesimpulan.

Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Metode Yang Digunakan	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan dengan Skripsi ini
1.	Makna Pesan Perdamaian Dalam Film (Analisis Semiotika Roland Barthes Mengenai Makna Pesan Perdamaian Dalam Film Di Timur Matahari)	Skripsi Muh. Zamzam Maulana Sidiq, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia, Bandung, 2012	Kualitatif dengan Desain Penelitian Semiotika	Dari penelitian ini menunjukkan bahwa Film “Di Timur Matahari” mengandung makna pesan perdamaian seperti Larangan Agama untuk mencegah Meminum Anggur, Negosiasi untuk mencegah konflik, tidak membalas dendam, upaya mencegah terjadinya perang, dan usaha nyata menentang peperangan.	Penelitian Muh. Zamzam Maulana Sidiq menggunakan analisis semiotika yang sama yaitu Roland Barthes dan fokus dalam meneliti makna dalam film tetapi obyek dan pembahasan yang berbeda.
2.	Makna Kepahlawanan dalam Film American Sniper	Rizki Agung, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia, Bandung, 2013	Kualitatif dengan Desain Penelitian Semiotika	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 3 makna sesuai dengan semiotika Roland Barthes, makna Denotatif pada sequence American Sniper ini memperlihatkan peduli sesama dan rela berkorban	Penelitian Rizki Agung menggunakan analisis semiotika yang sama yaitu Roland Barthes, tetapi obyek dan pembahasan yang berbeda

				untuk Negeranya, makna konotatif yaitu mengenai bagaimana seorang Chris menggagalkan pengeboman dan makan mitos/ideology yang dapat diambil yaitu indikasi bahwa kesabaran, ketegasan, rasa kepedulian dan tanggung jawab seseorang yang ditunjukkan oleh sosok pahlawan.	
3.	Makna Diskriminasi Rasial dalam Film Hateful Eight	Nita Frenita, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Komputer Indonesia,, 2018	Kualitatif dengan Desain Penelitian Semiotika	Penelitian ini menunjukkan bahwa makna diskriminasi rasial, terlihat dari pengucilan, orang kulit hitam, penghinaan dan merendahkan orang kulit hitam di abad-19 sebagai gambaran diskriminasi yang terjadi di masa sekarang.	Penelitian Nita menggunakan analisis semiotika yang sama yaitu Roland Barthes, tetapi obyek dan pembahasanya berbeda.

Sumber: Penulis 2019

2.1.2 Tinjauan Komunikasi

Sebagai makhluk sosial setiap manusia secara alamiah memiliki potensi dalam berkomunikasi. Ketika manusia diam, manusia itu sendiripun sedang melakukan komunikasi dengan mengkomunikasikan perasaannya. Baik secara sadar maupun tidak sadar manusia pasti selalu berkomunikasi. Manusia

membutuhkan komunikasi untuk berinteraksi terhadap sesama manusia maupun lingkungan sekitar.

Ilmu komunikasi merupakan ilmu sosial terapan dan bukan termasuk ilmu sosial murni karena ilmu sosial tidak bersifat absolut melainkan dapat berubah-ubah sesuai dengan perkembangan zaman. Hal tersebut dikarenakan ilmu komunikasi sangat erat kaitannya dengan tindak dan perilaku manusia, sedangkan perilaku dan tingkah laku manusia dapat dipengaruhi oleh lingkungan maupun perkembangan jaman.

Komunikasi merupakan satu dari disiplin ilmu yang cukup lama namun 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 aktifitas, sebuah ilmu sosial, sebuah seni liberal dan sebuah profesi. 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. Hal ini dimulai oleh adanya pertemuan antara tradisi Eropa yang mengembangkan ilmu publisistik dengan tradisi Amerika yang mengembangkan ilmu komunikasi massa.

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi tidak dapat terlepas dari semua aspek kehidupan masyarakat, oleh karena itu orang melukiskan komunikasi sebagai ubiquitous (serba hadir).

Artinya, komunikasi berada di manapun dan kapanpun juga. Komunikasi dalam kehidupan manusia terjadi melalui interaksi antar individu, sehingga komunikasi dibutuhkan sebagai salah satu proses interaksi yang bertujuan untuk mengubah pikiran, pandangan, serta perilaku individu tersebut. Definisi yang menempatkan komunikasi sebagai suatu proses yaitu definisi Hovland, Janis and Kelley yang dikemukakan oleh Forsdale (1981) adalah seorang ahli sosiologi Amerika, mengatakan bahwa: *Communication is the process by which an individual transmits stimuli (usually verbal) to modify the behaviour of other individuals.*

Dengan kata lain Komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain. Dari definisi diatas dapat dijelaskan bahwa melalui komunikasi, setiap manusia dapat menyampaikan apa yang didalam pikirannya baik pengiriman lambang-lambang yang berarti seperti bahasa atau simbol untuk mencapai kesamaan makna dengan manusia lain.

Menurut Onong U. Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek menyatakan bahwa fungsi komunikasi adalah sebagai berikut :

1. Menginformasikan (*to inform*), yaitu memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran, dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.
2. Mendidik (*to educate*), yaitu sebagai sarana pendidikan, dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain sehingga orang lain mendapatkan informasi dan pengetahuan.

3. Menghibur (*to entertain*), yaitu komunikasi berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.
4. Mempengaruhi (*to influence*), yaitu fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya dengan cara saling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan yang diharapkan. (Effendy, 1998:36)

Harold Lasswell menjelaskan cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut : *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana? (Mulyana, 2007:67).

Pertanyaan ini mengandung lima unsur dalam komunikasi yang menunjukkan studi ilmiah mengenai komunikasi cenderung untuk berkonsentrasi pada satu atau beberapa pertanyaan diatas :

1. *Who* (siapa), komunikator yakni orang yang menyampaikan mengatakan, atau menyiatkan pesan-pesan baik secara lisan maupun tulisan. dalam hal ini komunikator melihat dan menganalisa factor yang memprakasai dan membimbing kegiatan komunikasi.
2. *Say What* (mengatakan apa), pesan yaitu: ide, informasi, opini yang dinyatakan sebagai isi pesan dengan menggunakan simbol atau lambang yang berarti.
3. *In which channel* (melalui saluran apa) media ialah alat yang dipergunakan komunikator untuk menyampaikan pesan agar pesan lebih mudah untuk

diterima dan dipahami, biasanya komunikator menggunakan pers, radio, televisi, dan lain-lain.

4. *To Whom* (kepada siapa) komunikasi ialah orang yang menjadi sasaran komunikator dalam menyampaikan pesan. Untuk itu seorang komunikator harus mengetahui betul sifat dan kondisi komunikasi dimanapun berada.
5. *Effect* (efek) yakni efek atau pengaruh kegiatan komunikasi yang dilakukan komunikator kepada komunikasi, sehingga terlihat adanya perubahan yang terjadi dalam diri komunikasi.

Berdasarkan uraian pengertian komunikasi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya komunikasi itu merupakan proses penyampaian pesan dari seseorang atau kelompok (komunikator) kepada orang lain (komunikasi), dengan harapan dapat menimbulkan perubahan sikap dan pendapat dari orang yang menjadi sasaran, komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi.

2.1.2.2 Komponen-komponen

Untuk melihat sebuah proses komunikasi secara lebih lengkap, seperti yang diungkapkan Lasswell di mana komunikasi sebagai sebuah proses merupakan penyampaian pesan dari komunikator (*Source*) kepada komunikasi (*receiver*) melalui media yang menimbulkan efek tertentu, akan dijabarkan pada point-point berikut:

2.1.2.2.1 Komunikator dan Komunikan

Istilah Komunikator dan Komunikan merupakan istilah umum yang sering digunakan dalam setiap peristiwa komunikasi, namun dalam perkembangannya banyak teori-teori dan model-model komunikasi menggunakan istilah sumber-penerima (*source-receiver*). Pada dasarnya kedua istilah tersebut merupakan satu kesatuan yang tak terpisahkan untuk menegaskan bahwa setiap orang yang terlibat dalam komunikasi sebagai sumber (komunikator/pembicara) sekaligus menjadi penerima (komunikan/pendengar). Pada saat proses komunikasi yang terjadi anatar dua orang atau lebih, ia tidak juga senantiasa menjadi penerima pesan (komunikan). Komunikan dapat merasakan gerak tubuh, melihat banyak isyarat tubuh dan menjadi seorang pendengar. Pada saat yang sama ia juga dapat menjadi seseorang pengirim pesan atau komunikator seperti memberi tanggapan baik secara verbal dan nonverbal. Komunikator sebagai pelaku utama dalam proses komunikasi, memegang peranan yang sangat penting terutama dalam mengendalikan jalanya komunikasi. Begitu pula dengan komunikan atau penerima pesan, penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai, atau negara”. Selain itu, ”dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber”. Cangara menekankan: “Kenalilah khalayakmu adalah prinsip dasar dalam berkomunikasi. Karena mengetahui dan memahami karakteristik penerima (khalayak), berarti suatu peluang untuk mencapai keberhasilan komunikasi.

2.1.2.2.2 Pesan

Manusia dalam keberadaannya memang memiliki keistimewaan disbanding dengan makhluk lainnya. Selain kemampuan daya pikirnya (*super rational*), manusia juga memiliki keterampilan berkomunikasi yang lebih indah dan lebih canggih (*super sophisticated system of communication*), sehingga dalam berkomunikasi mereka bisa mengatasi rintangan jarak dan waktu. Manusia mampu menciptakan simbol-simbol dan memberi arti pada gejala-gejala alam yang ada disekitarnya, sementara hewan hanya dapat mengandalkan bunyi dan bau secara terbatas.

Pesan dalam proses komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan terdiri dari isi (*the content*) dan lambing (*Symbol*). Lambing dalam media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan (Efendy dalam Rismawaty, 2014:107).

Bahasa adalah lambing yang paling banyak dipergunakan, namun tidak semua orang pandai berkata-kata secara tepat yang dapat mencerminkan pikiran dan perasaannya. Kial (*gesture*) memang dapat menerjemahkan pikiran seseorang sehingga terekspresi secara fisik namun gerakan tubuh hanya dapat menyampaikan pesan yang terbatas. Isyarat dengan menggunakan alat seperti tongtong, bedug, sirene dan lain-lain serta warna yang mempunyai makna tertentu, kedua lambang itu sama-sama terbatas dalam mentransmisikan pikiran

seseorang pada orang lain. Pesan pada dasarnya dapat dibedakan atas dua macam yang pesan verbal dan verbal. Berikut dibawah ini akan dijelaskan lebih spesifik:

a. Pesan Verbal

Sebagai makhluk sosial dan juga sebagai makhluk komunikasi, manusia dalam hidupnya diliputi oleh berbagai macam symbol, baik yang diciptakan oleh manusia sendiri maupun yang bersifat alami. Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal (Deddy Mulyana, 2005).

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan symbol-simbol verbal baik secara lisan maupun tertulis. Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan bicara yang kita sadari termasuk kedalam kategori pesan verbal disengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan.

Dalam berkomunikasi verbal pesan yang disampaikan berupa pesan verbal yang terdiri atas kode-kode verbal. Dalam penggunaannya kode-kode verbal ini yaitu berupa bahasa. Bahasa didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbo-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas.

”Bahasa secara fungsional dan formal. Secara fungsional, bahasa diartikan sebagai alat yang dimiliki bersama untuk mengungkapkan gagasan. Menekankan dimiliki bersama, karena bahasa hanya dapat dipahami bila ada kesepakatan di antara anggota-anggota kelompok sosial untuk menggunakannya.” (Rakhmat, 1994:127).

Secara formal, bahasa diartikan sebagai semua kalimat yang terbayangkan, yang dapat dibuat menurut peraturan tatabahasa. Setiap bahasa mempunyai peraturan bagaimana kata-kata harus disusun dan dirangkaikan supaya memberi arti.

b. Pesan Nonverbal

Dalam berkomunikasi dengan orang lain kita tidak hanya menggunakan komunikasi verbalnya saja, tetapi komunikasi nonverbal pun ikut serta dalam keseharian kita dalam berkomunikasi. Komunikasi nonverbal bisa berisi pesan yang tidak berupa kata-kata, tulisan, atau lisan tetapi lebih mengarah kepada isyarat, gerakan tubuh, simbol atau lambang-lambang yang menggambarkan isi pesan dari komunikasi tersebut.

Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter komunikasi nonverbal yaitu:

“Komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima”.(Mulyana 2007:343)

Komunikasi nonverbal dapat membantu kita memahami perilaku atau tindakan seseorang melalui apa yang digambarkan oleh perilakunya. Selain itu melalui komunikasi nonverbal kita juga dapat melihat langsung gerakan atau isyarat tanda yang dilakukan oleh orang yang bertindak sebagai komunikator kepada orang lain sebagai komunikan, dengan maksud-maksud tertentu tanpa menggunakan komunikasi secara verbal. Setiap manusia pasti pernah melakukan komunikasi non verbal baik itu disadari ataupun tidak sebagai pengganti atau

pelengkap, penggambaran komunikasi verbalnya. Secara sederhana, pesan non verbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata.

2.1.2.2.3 Media

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Ada beberapa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antar manusia, media yang paling dominan dalam berkomunikasi adalah pancaindra manusia seperti mata dan telinga. Pesan-pesan yang diterima panca indra selanjutnya diproses dalam pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan. Media dalam proses komunikasi yaitu, "Alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima" (Cangara, 2004:23).

Media yang digunakan dalam proses komunikasi bermacam-macam, tergantung dari konteks komunikasi yang berlaku dalam proses komunikasi tersebut. Komunikasi antarpribadi misalnya, dalam hal ini media yang digunakan yaitu pancaindera. Selain itu, "Ada juga saluran komunikasi seperti telepon, surat, telegram yang digolongkan sebagai media komunikasi antarpribadi" (Cangara, 2004:24). Lebih jelas lagi Cangara menjelaskan, dalam konteks komunikasi massa media, yaitu: "Alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, di mana setiap orang dapat melihat, membaca, dan mendengarnya. Media dalam komunikasi massa dapat dibedakan atas dua macam, yakni media cetak dan media elektronik. Media cetak seperti halnya surat kabar, majalah, buku, leaflet, brosur, stiker, buletin, hand out, poster, spanduk, dan sebagainya. Sedangkan media elektronik antara lain: radio, film, televisi, video

recording, komputer, electronic board, audio cassette, dan sebagainya” (Cangara, 2004:24).

2.1.2.2.4 Efek

Semua peristiwa komunikasi yang dilakukan secara terencana mempunyai tujuan, yakni memengaruhi khalayak atau penerima. Pengaruh atau efek ialah perbedaan antara yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. (Stuart dalam Cangara, 2018: 191)

Efek atau dapat disebut pengaruh, juga merupakan bagian dari proses komunikasi. Namun, efek ini dapat dikatakan sebagai akibat dari proses komunikasi yang telah dilakukan. Seperti yang dijelaskan Cangara, masih dalam bukunya ”Pengantar Ilmu Komunikasi”, pengaruh atau efek adalah: ”Perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap, dan tingkah laku seseorang” (De Fleur, 1982, dalam Cangara, 2004:25). Oleh sebab itu, Cangara mengatakan, ”Pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan” (Cangara, 2004:25).

2.1.2.3 Tujuan Komunikasi

Setiap individu yang berkomunikasi pasti memiliki tujuan, secara umum tujuan komunikasi adalah lawan bicara agar mengerti dan memahami maksud makna pesan yang disampaikan, lebih lanjut diharapkan dapat mendorong adanya perubahan opini, sikap, maupun perilaku. Sementara itu menurut Onong Uchajana

Effendi dalam buku Dimensi-dimensi Komunikasi tujuan komunikasi adalah sebagai Berikut:

a. *Social Change/Social Participation*

Perubahan Sosial atau Partisipasi Sosial merupakan kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat tujuan akhirnya supaya masyarakat mau mendukung dan ikut serta terhadap tujuan informasi yang disampaikan.

b. *Attitude Change*

Perubahan Sikap merupakan kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat, dan informasi yang diberikan dapat merubah sikap masyarakat.

c. *Opinion Change*

Perubahan Pendapat merupakan kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat yang tujuan akhirnya supaya masyarakat mau berubah pendapat dan persepsinya terhadap informasi yang sebelumnya.

d. *Behaviour Change*

Perubahan perilaku merupakan kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan supaya masyarakat akan berubah perilakunya.

2.1.2.4 Ruang Lingkup Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi (2003:52), ilmu komunikasi merupakan ilmu yang mempelajari,

menelaah dan meneliti kegiatan-kegiatan komunikasi manusia yang luas ruang lingkup (scope)-nya dan banyak dimensinya. Para mahasiswa acap kali mengklasifikasikan aspek-aspek komunikasi ke dalam jenis-jenis yang satu sama lain berbeda konteksnya. Berikut ini adalah penjenisan komunikasi berdasarkan konteksnya.

A. Bidang Komunikasi

Yang dimaksud dengan bidang ini adalah bidang pada kehidupan manusia, dimana diantara jenis kehidupan yang satu dengan jenis kehidupan lain terdapat perbedaan yang khas, dan kekhasan ini menyangkut pula proses komunikasi. Berdasarkan bidangnya, komunikasi meliputi jenis-jenis sebagai berikut:

- 1) komunikasi sosial
- 2) komunikasi organisasi atau manajemen
- 3) komunikasi bisnis
- 4) komunikasi politik
- 5) komunikasi internasional
- 6) komunikasi antar budaya
- 7) komunikasi pembangunan
- 8) komunikasi tradisional

B. Sifat Komunikasi ditinjau dari sifatnya komunikasi diklasifikasikan sebagai berikut:

1. komunikasi verbal (verbal communication)
 - a. komunikasi lisan
 - b. komunikasi tulisan
2. komunikasi nirverbal (nonverbal communication)
 - a. isyarat (gestural)
 - b. gambar (pictorial)
3. tatap muka (face to face)
4. bermedia (mediated).

C. Tatanan Komunikasi

Tatanan komunikasi adalah proses komunikasi ditinjau dari jumlah komunikan, apakah satu orang, sekelompok orang, atau sejumlah orang yang bertempat tinggal secara tersebar. Berdasarkan situasi komunikasi seperti itu, maka diklasifikasikan menjadi bentuk-bentuk sebagai berikut:

- a) Komunikasi Pribadi, komunikasi intrapribadi, komunikasi antarpribadi
- b) Komunikasi Kelompok, komunikasi kelompok kecil, komunikasi kelompok besar
- c) Komunikasi Massa komunikasi media massa cetak komunikasi media massa elektronik

D. Fungsi Komunikasi

Fungsi Komunikasi antara lain:

- a. Menginformasikan (to Inform)
- b. Mendidik (to educate)
- c. Menghibur (to entertain)
- d. Mempengaruhi (to influence) (Effendy,2003:55)

E. Teknik Komunikasi

Istilah teknik komunikasi berasal dari bahasa Yunani “technikos” yang berarti ketrampilan. Berdasarkan ketrampilan komunikasi yang dilakukan komunikator, teknik komunikasi diklasifikasikan menjadi:

- a. Komunikasi informastif (informative communication)
- b. Persuasif (persuasive)
- c. Pervasif (pervasive)
- d. Koersif (coercive)
- e. Instruktif (instructive)
- f. Hubungan manusiawi (human relations)
(Effendy,2003:55)

F. Metode Komunikasi

Istilah metode dalam bahasa Inggris “Method” berasal dari bahasa Yunani “methodos” yang berarti rangkaian yang sistematis dan yang merujuk kepada tata cara yang sudah dibina berdasarkan rencana yang pasti, mapan, dan logis. Atas dasar pengertian diatas,

metode komunikasi meliputi kegiatankegiatan yang teroganisaasi sebagai berikut:

1. Jurnalisme

- a. Jurnalisme cetak
- b. Jurnalisme elektronik

2. Hubungan Masyarakat

- a. Periklanan
- b. Propaganda
- c. Perang urat syaraf
- d. Perpustakaan (Effendy, 2003: 56)

2.1.3 Teori Komunikasi

Teori komunikasi adalah satu pandangan dan strategi yang akan membentuk alat dan rangka kerja untuk sesuatu perkara yang hendak dilaksanakan. Dalam proses komunikasi teori akan membina bentuk dan kaidah komunikasi yang hendak dibuat. Melalui penulisan ini penjelasan tentang beberapa teori komunikasi akan dibuat.

Menurut Littlejohn, Teori komunikasi ialah satu teori atau sekumpulan atau pemikiran kolektif yang didapati pada keseluruhan teori terutamanya yang berkaitan dengan proses komunikasi.

Teori komunikasi ialah teori yang dipergunakan sebagai alat untuk menerangkan, menjelaskan, menilai, membuat ramalan demi untuk memahami fenomena komunikasi.

2.1.3.1 Interaksi Simbolik

Teori interaksi simbolik dipengaruhi oleh struktur sosial yang membentuk atau menyebabkan perilaku tertentu, yang kemudian membentuk simbolisasi dalam interaksi sosial masyarakat. Teori interaksi simbolik menuntut setiap individu mesti proaktif, refleksif, dan kreatif, menafsirkan, menampilkan perilaku yang unik, rumit, dan sulit diinterpretasikan. Teori interaksi simbolik menekankan dua hal. Pertama, manusia dalam masyarakat tidak pernah lepas dari interaksi sosial. Kedua, interaksi dalam masyarakat mewujud dalam simbol-simbol tertentu yang sifatnya cenderung dinamis.

2.1.3.1.1 Pengertian Interaksi Simbolik

Pada dasarnya, teori interaksi simbolik ini berakar dan berfokus pada hakikat manusia sebagai makhluk relasional. Setiap individu pasti terlibat relasi dengan sesamanya. Maka, tidaklah mengherankan bila kemudian teori interaksi simbolik lebih banyak digunakan bila dibandingkan dengan teori-teori sosial lainnya.

Menurut Fisher, interaksi simbolik adalah teori yang melihat realitas sosial yang diciptakan manusia. Sedangkan manusia sendiri mempunyai kemampuan untuk berinteraksi secara simbolik, memiliki esensi kebudayaan, saling berhubungan, bermasyarakat, dan memiliki buah pikiran. Setiap bentuk interaksi sosial dimulai dan berakhir dengan mempertimbangkan diri manusia (Fisher, 1986: 231).

Salah satu alasannya adalah bahwa diri manusia muncul dalam dan melalui interaksi dengan yang di luar dirinya. Interaksi itu sendiri membutuhkan

simbol-simbol tertentu. Simbol itu biasanya disepakati bersama dalam skala kecil maupun skala besar. Simbol-misalnya bahasa, tulisan dan simbol lainnya yang dipakai-bersifat dinamis dan unik.

Keunikan dan dinamika simbol dalam proses interaksi sosial menuntut manusia harus lebih kritis, peka, aktif, dan kreatif dalam menginterpretasikan simbol-simbol yang muncul dalam interaksi sosial. Penafsiran yang tepat atas simbol tersebut turut menentukan arah perkembangan manusia dan lingkungan. Faktor-faktor penting keterbukaan individu dalam mengungkapkan diri-nya merupakan hal yang tidak dapat diabaikan dalam interaksi simbolik. Hal-hal lainnya yang juga perlu diperhatikan adalah pemakaian simbol yang baik dan benar, sehingga tidak menimbulkan kerancuan interpretasi. Setiap subjek mesti memperlakukan individu lainnya sebagai subjek, bukan objek. Segala bentuk apriori mesti dihindari dalam menginterpretasikan simbol yang ada agar unsur subjektif dapat diminimalisir sejauh mungkin. Pada akhirnya, interaksi melalui simbol yang baik, benar, dan dipahami secara utuh, akan membidani lahirnya berbagai kebaikan dalam hidup manusia.

Dalam perspektif Blumer, teori interaksi simbolik mengandung beberapa ide dasar, yaitu:

- (1) Masyarakat terdiri atas manusia yang bertinteraksi. Kegiatan tersebut saling bersesuaian melalui tindakan bersama, membentuk struktur sosial;
- (2) Interaksi terdiri atas berbagai kegiatan manusia yang berhubungan dengan kegiatan manusia lain. Interaksi nonsimbolis mencakup stimulus

respons, sedangkan interaksi simbolis mencakup penafsiran tindakan-tindakan;

(3) Objek-objek tidak memiliki makna yang intrinsik. Makna lebih merupakan produk interaksi simbolis. Objek-objek tersebut dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori, yaitu objek fisik, objek sosial, dan objek abstrak;

(4) Manusia tidak hanya mengenal objek eksternal. Mereka juga melihat dirinya sebagai objek;

(5) Tindakan manusia adalah tindakan interpretasi yang dibuat manusia itu sendiri;

(6) Tindakan tersebut saling berkaitan dan disesuaikan oleh anggota-anggota kelompok. Ini merupakan “tindakan bersama”. Sebagian besar “tindakan bersama” tersebut dilakukan berulang-ulang, namun dalam kondisi yang stabil. Kemudian di saat lain ia melahirkan kebudayaan.

Dengan demikian, mengutip pendapat Blumer secara ringkas premis-premis yang mendasari interaksi simbolik, di antaranya: pertama, individu merespon suatu situasi simbolik. Seperti lingkungan, objek fisik (benda), dan objek sosial (perilaku manusia) berdasarkan makna yang dikandung komponen-komponen lingkungan tersebut bagi mereka. Kedua, makna adalah produk interaksi sosial, karena itu makna tidak melekat pada objek, melainkan dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa. Ketiga, makna yang diinterpretasikan individu dapat berubah dari waktu ke waktu, sejalan dengan perubahan situasi yang ditemukan dalam interaksi sosial. Di dalam interaksi simbolik, maka akan

selalu berhubungan dengan teori diri dari Mead, karena teori ini merupakan inti dari interaksi simbolik.

Esensi dari teori interaksi simbolik menurut Mulyana (2006) adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol-simbol yang diberi makna. Bahwa individu dapat ditelaah dan dianalisis melalui interaksinya dengan individu yang lain. Dengan demikian, teori ini menggunakan paradigma individu sebagai subjek utama dalam realitas sosial.

2.1.3.1.2 Premis-premis Interaksi Simbolik

1. Individu merespons suatu situasi simbolik. Individu dipandang aktif untuk menentukan lingkungan mereka sendiri.
2. Makna adalah produk interaksi sosial. Oleh karena itu, makna tidak melekat pada objek, melainkan dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa.
3. Makna yang diinterpretasikan individu dapat berubah dari waktu ke waktu, sejalan dengan perubahan situasi yang ditemukan dalam interaksi sosial. Perubahan interpretasi dimungkinkan karena individu dapat melakukan proses mental, yakni berkomunikasi dengan dirinya.

2.1.3.1.3 Prinsip-prinsip Interaksi Simbolik

1. Manusia, tidak seperti hewan lebih rendah, diberkahi dengan kemampuan berfikir.
2. Kemampuan berfikir itu dibentuk oleh interaksi sosial.

3. Dalam interaksi sosial, orang belajar makna dan simbol yang memungkinkan mereka menerapkan kemampuan khas mereka sebagai manusia, yakni berfikir.
4. Makna dan simbol memungkinkan orang melanjutkan tindakan dan interaksi yang khas manusia.
5. Orang mampu memodifikasi atau mengubah makna dan simbol yang mereka gunakan dalam tindakan dan interaksi berdasarkan interpretasi mereka atas situasi.
6. Orang mampu melakukan modifikasi dan perubahan ini karena kemampuan mereka berinteraksi dengan diri sendiri, yang memungkinkan mereka memeriksa tahapan-tahapan tindakan, menilai keuntungan dan kerugian relatif, dan kemudian memilih salah satunya.
7. Pola-pola tindakan dan interaksi yang jalin-menjalin ini membentuk kelompok dan masyarakat.

2.1.3.2 Komunikasi Naratif

2.1.3.2.1 Pengertian Komunikasi Naratif

Paradigma Naratif menegemukakan keyakinan bahwa manusia adalah seorang pencerita dan bahwa pertimbangan akan nilai, emosi, dan estetika menjadi dasar keyakinan dan perilaku kita. Dengan kata lain, kita lebih dapat terbujuk oleh sebuah cerita yang bagus dibandingkan oleh sebuah argumen yang baik.

Pendekatan ini didasarkan pada perinsipnya manusia adalah makhluk pencerita. Selain itu, narasi lebih dipilih dibandingkan logika tradisional yang

digunakan dalam argumentasi. Logika narasi, atau logika dari pemikiran yang logis, menyatakan bahwa orang menilai kredibilitas pembicara melalui apakah ceritanya runtut (mempunyai koherensi) dan terdengar benar (mempunyai ketepatan). Paradigma naratif memungkinkan sebuah penilaian demokratis terhadap pembicara karena tidak ada seorang pun yang harus dilatih secara khusus agar mampu menarik kesimpulan berdasarkan konsep koherensi dan kebenaran.

2.1.3.2.2 Asumsi Paradigma Naratif

Aspek penting dari asumsi-asumsi Paradigma Naratif adalah bahwa mereka bertolak belakang dengan paradigma rasional, sebagai kedua logika tersebut berbeda. Fisher (1987) menyatakan lima asumsi:

- 1) Manusia pada dasarnya adalah makhluk pencerita.
- 2) Keutusan mengenai harga dari sebuah cerita didasarkan pada “pertimbangan yang sehat.”
- 3) Pertimbangan yang sehat ditentukan oleh sejarah, biografi, budaya dan karakter.
- 4) Rasionalitas didasarkan pada penilaian orang mengenai konsistensi dan kebenaran sebuah cerita.
- 5) Kita mengalami dunia sebagai dunia yang diisi dengan cerita, dan kita harus memilih dari cerita yang ada.

Kita dapat melihat bahwa asumsi-asumsi ini jelas-jelas bertolak belakang dengan asumsi paralel yang dikemukakan Fisher dalam paradigma dunia rasional.

Tabel Perbedaan antara Paradigma Naratif dan Paradigma Dunia

Rasional

PARADIGMA NARATIF	PARADIGMA DUNIA RASIONAL
1. Manusia adalah makhluk pencerita	Manusia adalah makhluk rasional
2. Pengambilan keputusan dan komunikasi didasarkan pada “pertimbangan yang sehat”	Pengambilan keputusan didasarkan pada argumen
3. Pertimbangan yang sehat ditentukan oleh sejarah, biografi, budaya, dan karakter.	Argumen mengikuti kriteria khusus untuk mencapai pertimbangan yang sehat dan logika
4. Rasionalitas didasarkan pada kesadaran orang tentang bagaimana sebuah cerita konsisten secara internal dan benar sebagaimana pengalaman hidup yang dijalani	Rasionalitas didasarkan pada kualitas pengetahuan dan proses pemikiran formal
5. Dunia dialami oleh orang sebagai sebuah kumpulan cerita yang harus dipilih salah satunya. Ketika kita memilih, kita menjalani hidup dalam sebuah proses penciptaan ulang yang terus-menerus	Dunia dapat direduksi menjadi sebuah rangkaian hubungan logis yang disingkat melalui pemikiran logis

Sumber : West, Richard dan Turner, Lynn H., Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan

Aplikasi.

Pertama, Paradigma Naratif berasumsi bahwa sifat esensial dari manusia berakar dalam cerita dan bercerita. Fisher juga meyakini asumsi yang pertama ini karena Fisher mengamati bahwa naratif bersifat universal ditemukan dalam semua budaya dan periode waktu. Fisher mengatakan bahwa “Etika manapun, apakah sosial, politis, hukum, atau lainnya, melibatkan naratif.

Asumsi kedua dari Paradigma Naratif menyatakan bahwa orang membuat keputusan mengenai cerita mana yang ditolak berdasarkan apa yang masuk akal bagi dirinya, atau pertimbangan yang sehat. Asumsi ini menyadari bahwa tidak semua cerita setara dalam hal efektivitas; sebaliknya, faktor yang

memengaruhi keputusan untuk memilih cerita merupakan kode argumen yang lebih personal di bandingkan abstrak, atau apa yang kita sebut sebagai pemikiran yang logis.

Asumsi yang ketiga berkaitan dengan apa yang secara khusus memengaruhi pilihan orang dan memberikan alasan yang baik untuk mereka.

Asumsi keempat membentuk sebuah masalah inti dari pendekatan naratif. Asumsi ini menyatakan bahwa orang memercayai cerita selama cerita terlihat konsisten secara internal dan dapat dipercaya.

Terakhir, perspektif Fisher didasarkan pada asumsi bahwa dunia adalah sekumpulan cerita, dan ketika kita memilih diantara cerita-cerita tersebut kita mengalami kehidupan secara berbeda, memungkinkan kita untuk menciptakan ulang kehidupan kita.

2.1.3.2.3 Konsep Kunci dalam Pendekatan Naratif

A. Narasi

Narasi seringkali dianggap sebagai sekedar sebuah cerita, tetapi bagi Fisher narasi lebih dari sekedar cerita yang memiliki plot dengan awal, pertengahan dan akhir. Dalam perspektif Fisher, narasi (Narration) mencakup deskripsi verbal atau nonverbal apapun dengan urutan kejadian yang oleh para pendengar diberi makna. Definisi Fisher sangat luas dan paralel dengan apa yang dipikirkan oleh banyak orang sebagai komunikasi itu sendiri. Hal ini, tentu saja, adalah ide Fisher: semua komunikasi adalah naratif. Fisher berargumen bahwa naratif bukan sebuah genre khusus (cerita dibandingkan dengan puisi misalnya), melainkan sebuah bentuk pengaruh sosial. Bahkan,

merupakan ide Fisher bahwa semua kehidupan disusun dari cerita-cerita atau naratif.

B. Rasionalitas Naratif

Karena kehidupan manusia dialami dalam naratif, manusia membutuhkan metode untuk menilai cerita mana yang yang seseorang percayai dan yang tidak seseorang perhatikan. Standar ini dapat seseorang temukan dalam Rasionalitas Naratif (*narrative rationalty*), yang memberikan seseorang sebuah cara untuk menilai naratif yang cukup berbeda dari metode tradisional yang di temukan dalam paradigma dunia rasional. Pengujian rasionalitas tradisional mencaku apakah klaim-klaim sesuai dengan fakta aktual, apakah semua fakta yang relevan telah dipertimbangkan, apakah argumen onsisten secara internal, damn apakah pemikiran yang logis digunakan untuk memenuhi standar logika formal dan informal. Rasionalitas naratif, berlawanan dengan logika tradisional, beroperasi berdasarkan dua prinsip yang berbeda: koherensi dan kebenaran.

C. Koherensi

Prinsip koherensi merupakan standar yang penting dalam menilai rasionalitas naratif, yang pada akhirnya akan menentukan apakah seseorang menerima atau menolaknya. Koherensi merujuk pada konsistensi internal dari sebuah naratif. Ketika menilai koherensi sebuah cerita, pendengar akan bertanya apakah naratif ini terdengar runtut dalam cerita yang konsisten.

Koherensi didasarkan pada tiga tipe konsistensi yang spesifik:

- a. Koherensi Struktural (Structural Coherence), suatu jenis koherensi yang merujuk pada aliran cerita, apakah susunan cerita masuk akal atau tidak. Ketika cerita tidak mengalir atau alurnya tidak jelas, maka cerita itu kurang dalam koherensi struktural. Susunan cerita tergolong kurang masuk akal ketika cerita membingungkan atau satu bagian tidak terlihat berkesinambungan dengan bagian selanjutnya. Ketika si pencerita melewati dan meninggalkan informasi penting, menginterupsi aliran cerita untuk menambahkan unsur yang terlupakan pada awalnya, dan secara umum tidak lancar dalam menyusun cerita, pendengar juga dapat menolak cerita karena dianggap tidak memiliki koherensi.
- b. Koherensi Material (Material Coherence), jenis koherensi yang merujuk pada kongruensi antara satu cerita dan cerita lainnya yang berkaitan. Jika semua cerita kecuali satu menyatakan masalah bahwa seorang teman telah memberi informasi keliru hingga timbul situasi memalukan bagi yang seorang lagi, maka cerita yang berbeda sendiri tersebut tidak dipercaya dan cerita yang berbeda ini dianggap kekurangan koherensi material.
- c. Koherensi Karakterologis (Characterological Coherence), jenis koherensi yang merujuk pada dapat dipercayanya karakter-karakter di dalam cerita. Dimana ketidaksesuaian antara karakter dalam cerita

dengan karakter tokoh sebenarnya akan menyebabkan cerita memiliki kekurangan koherensi karakterologis.

- d. Kebenaran: standar penting lain untuk menilai rasionalitas naratif adalah kebenaran atau reabilitas dari sebuah cerita. Cerita dengan kebenaran terdengar sungguh-sungguh bagi seorang pendengar.

2.1.4 Tinjauan Komunikasi Massa

2.1.4.1 Pengertian Komunikasi Massa

Film adalah salah satu media komunikasi massa, film merepresentasikan realitas dari kehidupan masyarakat. Film dapat menggambarkan berbagai dimensi kehidupan dimasyarakat, dan merupakan bagian dari komunikasi massa yang membantu penyebaran informasi secara masal, melalui media massa. Film membentuk pengetahuan dan pendapat manusia dalam berbagai peristiwa atau yang menyangkut pada kehidupan manusia. Tanpa adanya batasan waktu dan jarak sehingga media massa dapat mempengaruhi cara hidup dan perilaku seseorang.

Joseph A. Devito menjelaskan definisinya mengenai komunikasi massa yang intinya merupakan penjelasan tentang massa serta tentang media yang digunakan. Ia mengemukakan defnisinya dalam dua item, yakni:

“Pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditunjukkan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini berarti bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio atau videosual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya : televisi, radio siaran, surat kabar, majalah, film buku dan pita” (Effendy, 2000: 21)

Dari pengertian komunikasi massa di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa memiliki pengaruh penting dalam kehidupan seseorang. Bahkan realitas yang terjadi dalam kehidupan seseorang dapat digambarkan dalam sebuah film.

2.1.4.2 Karakteristik Komunikasi Massa

Karakteristik komunikasi massa meliputi sifat dan unsur yang tercakup (Suprpto, 2006 : 13). Adapun karakteristik komunikasi massa sebagai berikut:

- a. Sifat komunikasi, yaitu komunikasi massa yang ditujukan kepada khalayak yang jumlahnya relatif besar, heterogen, dan anonim. Jumlah besar yang dimaksudkan hanya dalam periode waktu yang singkat saja dan tidak dapat diukur, beberapa total jumlahnya. Bersifat heterogen berarti khalayak bersifat berasal dari latar belakang dan pendidikan, usia, suku, agama, pekerjaan Sehingga faktor yang menyatukan khalayak yang heterogen ini adalah minat dan kepentingan yang sama. Anonim berarti bahwa komunikator tidak mengenal siapa khalayaknya, apa pekerjaannya, berapa usianya, dan lain sebagainya.
- b. Sifat media massa, yaitu serempak dan cepat. Serempak (Simultanety) berarti bahwa keserempakan kontak antara komunikator dengan komunikasi yang demikian besar jumlahnya. Pada saat yang sama, media massa dapat membuat khalayak secara serempak dapat menaruh perhatian kepada pesan yang disampaikan oleh komunikator. Selain itu sifat dari media massa adalah cepat (rapid), yang berarti memungkinkan pesan yang disampaikan pada banyak orang dalam waktu yang cepat.

- c. Sifat pesan, Pesan yang disampaikan melalui media massa adalah bersifat umum (Public). Media massa adalah sarana untuk menyampaikan pesan kepada khalayak, bukan untuk kelompok orang tertentu. Karena pesan komunikasi melalui media massa sifatnya umum, maka lingkungannya menjadi universal tentang segala hal, dan dari berbagai tempat di seluruh dunia. Sifat lain dari pesan melalui media massa adalah sejenak (Transient), yaitu hanya untuk sajian seketika saja.
- d. Sifat komunikator, karena media massa merupakan lembaga organisasi, maka komunikator dalam komunikasi massa, seperti wartawan, sutradara, penyiar, pembawa acara, adalah komunikator yang terlembagakan. Media massa merupakan organisasi yang rumit, pesan-pesan yang disampaikan kepada khalayak adalah hasil kerja kolektif, oleh sebab itu, berhasil tidaknya komunikasi massa ditentukan oleh berbagai faktor yang terdapat dalam organisasi massa.

Berdasarkan uraian tentang karakteristik komunikasi massa di atas, maka sifat dan efek yang ditimbulkan pada komunikan tergantung pada komunikasi yang dilakukan oleh para komunikator. Tujuan komunikan yang berbeda-beda, menjadikan konsumsi pesan sesuai dengan kebutuhan yang mereka inginkan.

Severin dan Tankard, Jr., menjelaskan bahwa komunikasi massa itu adalah keterampilan, seni dan ilmu., dikaitkan dengan pendapat Devito bahwa komunikasi massa itu ditujukan kepada massa dengan melalui media massa dibandingkan dengan jenis-jenis komunikasi lainnya, maka komunikasi massa

mempunyai ciri-ciri khusus yang disebabkan oleh sifat-sifat komponennya cirinya sebagai berikut:

a) Komunikasi massa berlangsung satu arah

Komunikasi massa berlangsung satu arah (*one-way communication*), yang berarti tidak terdapat arus balik dari komunikan kepada komunikator. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog. Sebagai konsekuensi dari situasi komunikan seperti itu, komunikator pada komunikasi massa harus melakukan perencanaan dan persiapan sedemikian rupa sehingga pesan yang disampaikannya dapat diterima dengan baik. Selain harus disampaikan dengan baik, pesan yang disampaikan juga dapat dipahami maknanya seraya tidak bertentangan dengan kebudayaan komunikan yang menjadi sasaran.

b) Umpan Balik Tertunda (Delayed) dan Tidak Langsung (Indirect)

Dalam komunikasi massa, umpan balik bersifat tidak langsung (*indirect*) dan tertunda (*delayed*). Artinya, komunikator komunikasi massa tidak dapat dengan segera mengetahui bagaimana reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikan. Tanggapan khalayak bisa diterima lewat telepon, e-mail atau surat pembaca itu menggambarkan feedback komunikasi massa bersifat *indirect*. Sedangkan waktu yang dibutuhkan untuk menggunakan telepon, menulis surat pembaca, mengirim e-mail itu menunjukkan bahwa feedback komunikasi massa bersifat tertunda (*delayed*).

c) Komunkator pada komunikasi massa melembaga

Komunikasi massa itu melibatkan lembaga dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks. Konsekuensi dari sifat komunikator yang melembaga ini, peranannya dalam proses komunikasi ditunjang oleh orang-orang lain. Kemunculannya dalam media komunikasi tidak sendirian, tetapi bersama orang lain.

d) Pesan pada komunikasi massa bersifat umum

Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan untuk kepentingan bersama. Jadi tidak ditujukan kepada perseorangan atau kepada sekelompok orang tertentu.

e) Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan

Media massa memiliki kemampuan untuk menimbulkan keserempakan (simultaneity) pada pihak khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarkan. Seperti film sebagai salah satu media komunikasi massa, film memiliki keserempakan jelas tampak ketika film dibuat dalam ratusan kopi dan diputar digedung-gedung bioskop di mana secara serempak ditonton oleh ribuan pengunjung.

f) Komunikan komunikasi massa bersifat heterogen

Komunikasi atau khalayak yang merupakan kumpulan anggota masyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi massa sebagai sasaran yang dituju komunikator bersifat heterogen. Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya

menggunakan media dan tidak tatap muka. Di samping anonim, komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda. (Effendy, 2000: 22-25)

2.1.4.3 Fungsi Komunikasi Massa

Manusia merupakan makhluk pengolah pesan yang baik dari makhluk lainnya di bumi. Peran komunikasi massa yang memberikan banyak informasi bagi manusia itu sendiri tidak bisa lepas dari kehidupan sehari-hari. Di samping peranan komunikasi massa yang memberikan informasi bagi masyarakat, media massa pun memiliki fungsi lain seperti yang dijelaskan oleh Effendy dalam buku *Komunikasi Massa* (dalam Elvinaro, dan dkk, 2007:18) yakni :

- a. Fungsi informasi ini diartikan bahwa media massa menyebarkan informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pun berbagai macam sesuai dengan informasi yang dibutuhkan oleh khalayak yang bersangkutan dengan kepentingannya masing-masing. Informasi tentang pendidikan, musik, politik, seni, dan hal-hal lain di media massa menjang sebagian informasi yang dibutuhkan selain didapatkan di sekolah. Khalayak dari media massa pun bisa mendapatkan informasinya melalui surat kabar, mendengarkan radio, atau menonton televisi.
- b. Fungsi pendidikan media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya (mass education). Karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Pengajaran tentang nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca merupakan salah

satu cara mendidik yang dilakukan media massa. Media massa melakukannya melalui drama, cerita, diskusi, dan artikel.

- c. Fungsi mempengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk/editorial, features, iklan, artikel, dan sebagainya. Khalayak dapat terpengaruh iklan-iklan yang ditayangkan televisi maupun surat kabar. Contoh dari fungsi mempengaruhi ini bisa dilihat dari iklan yang baris yang terdapat pada surat kabar, atau ada kolom khusus pada iklan yang disusun tidak menyerupai sebuah iklan. Iklan yang tersebut bisa berupa artikel yang menganalisis terhadap suatu produk barang atau jasa.

2.1.5 Tinjauan Tentang Film

Film yang saat ini beredar memiliki berbagai jenis, seperti yang dijelaskan Himawan Pratista dalam buku Memahami Film (2008: 10), bahwa film adalah salah satu sarana komunikasi massa, selain jaringan radio, televisi dan telekomunikasi. Film membawa pesan-pesan komunikasi untuk diperlihatkan pada penonton, sesuai yang ingin diberikan oleh sutradara, entah dalam drama, horor, komedi dan action.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1992 Tentang Perfilman, tertulis film adalah karya cipta seni dan budaya yang merupakan media komunikasi massa pandang-dengar yang dibuat berdasarkan asas sinematografi dengan direkam pada pita seluloid, pita video, piringan video, dan/atau bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala bentuk, jenis, dan ukuran melalui proses kimiawi, proses elektronik, atau proses lainnya, dengan atau tanpa suara,

yang dapat dipertunjukkan dan/atau ditayangkan dengan sistem proyeksi mekanik, elektronik, dan/atau lainnya.

2.1.5.1 Pengertian Film

Film dalam pengertian sempit adalah penyajian gambar lewat layar lebar, tetapi dalam pengertian yang lebih luas bisa juga termasuk yang disiarkan di TV (Cangara, 2002:135). Film adalah sebuah rangkaian gambar statis yang direpresentasikan dihadapan mata secara berturut-turut dalam kecepatan yang tinggi. Sementara bila mengutip pernyataan sineas new wave asal Perancis, Jean Luc Godar, film adalah ibarat papan tulis, sebuah film revolusioner dapat menunjukkan bagaimana perjuangan senjata dapat dilakukan.

Film sebagai salah satu media komunikasi massa, memiliki pengertian yaitu merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), sangat heterogen, dan menimbulkan efek tertentu (Tan dan Wright, dalam Ardianto & Erdinaya, 2005:3).

2.1.5.2 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).¹ 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.

5. Film-film Jenis Lain

a. 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.

b. Iklan Televisi (TV Commercial)

Film ini diproduksi untuk kepentingan penyebaran informasi, baik tentang produk (iklan produk) maupun layanan masyarakat (iklan layanan masyarakat atau public service announcement/PSA).

c. Program Televisi (TV Program)

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

d. Video Klip (Music Video)

Dipopulerkan pertama kali melalui saluran televisi MTV pada tahun 1981, sejatinya video klip adalah sarana bagi para produser musik untuk memasarkan produknya lewat medium televisi. (Effendy, 2006:13-14).

2.1.5.3 Film Sebagai Media Komunikasi Massa

Komunikasi massa menyiarkan informasi yang banyak dengan menggunakan saluran yang disebut media massa. Dalam perkembangannya film banyak digunakan sebagai alat komunikasi massa, seperti alat propaganda, alat hiburan, dan alat – alat pendidikan. Media film dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah alat atau sarana komunikasi, media massa yang disiarkan dengan menggunakan peralatan film; alat penghubung berupa film.

Harus kita akui bahwa hubungan antara film dan masyarakat memiliki sejarah yang panjang dalam kajian para ahli komunikasi, Oey Hong Lee (1965:40), misalnya menyebutkan, film sebagai alat komunikasi massa yang kedua muncul di dunia, mempunyai masa pertumbuhannya pada akhir abad ke-19. Ini berarti bahwa dari permulaan sejarahnya film dengan lebih mudah dapat menjadi alat komunikasi yang sejati. (Sobur, 2009:126)

Sebagai salah satu bentuk dari komunikasi massa, film ada dengan tujuan untuk memberikan pesan – pesan yang ingin disampaikan dari pihak kreator film. Pesan – pesan itu terwujud dalam cerita dan misi yang dibawa film tersebut serta terangkum dalam bentuk drama, action, komedi, dan horor. Jenis – jenis film inilah yang dikemas oleh seorang sutradara sesuai dengan tendensi masing – masing. Ada yang tujuannya sekedar menghibur, memberi penerangan, atau mungkin kedua-duanya. Ada juga yang memasukan dogma – dogma tertentu sekaligus mengajarkan sesuatu kepada khalayak.

Dalam scopenya, ilmu komunikasi terbagi menjadi tiga, yaitu bentuk spesialisasinya, medianya, dan efeknya. Film termasuk ke dalam medianya, yaitu

media massa. Media massa digunakan untuk komunikasi massa karena sifat massalnya. Film juga termasuk media periodik, yang kehadirannya tidak terus menerus tapi berperiode.

Sebagai media massa, content film adalah informasi. Informasi akan mudah dipahami dan tertangkap dengan visualisasi. Pada hakekatnya film seperti juga pers berhak untuk menyatakan pendapat atau protesnya tentang sesuatu yang dianggap salah. Kelebihan film dibanding media massa lainnya terletak pada susunan gambar yang dapat membentuk suasana. Film mampu membuat penonton terbawa emosinya.

Film memiliki semua karakteristik yang dibutuhkan untuk menjadi media massa, gabungan dari faktor audio dan visual yang dengan segala isinya adalah sarana yang tepat untuk menyampaikan pesannya kepada para penontonnya.

Sebagai suatu bentuk komunikasi massa, film bersama radio dan televisi termasuk dalam kategori media massa periodik. Artinya, kehadirannya tidak secara terus-menerus tetapi berperiode dan termasuk media elektronik, yakni media yang dalam penyajian pesan sangat bergantung pada adanya listrik. Sebagai media massa elektronik dan adanya banyak unsur kesenian lain, film menjadi media massa yang memerlukan proses lama dan mahal. Sebagai seni ketujuh, film sangat berbeda dengan seni sastra, teater, seni rupa, seni suara, musik, dan arsitektur yang muncul sebelumnya. Seni film sangat mengandalkan teknologi, baik sebagai bahan baku produksi maupun dalam hal ekshibisi ke hadapan penontonnya. Film merupakan penjelmaan keterpaduan antara berbagai unsur, sastra, teater, seni rupa, teknologi, dan sarana publikasi. Dalam kajian media

massa, film masuk ke dalam jajaran seni yang ditopang oleh industri hiburan yang menawarkan impian kepada penonton yang ikut menunjang lahirnya karya film.

Film diproduksi secara khusus untuk dipertunjukan di gedung bioskop. Salah satu yang menyebabkan dapat merubah khalayak adalah dari segi tempat atau mediumnya. Karena pengaruh film yang sangat besar terhadap khalayak. Biasanya pengaruh timbul tidak hanya di tempat atau di gedung bioskop saja, akan tetapi setelah penonton keluar dari bioskop dan melanjutkan aktivitas kesehariannya, secara tidak sadar pengaruh film itu akan terbawa terus sampai waktu yang cukup lama (Effendy, 2003 : 208). Yang mudah dan dapat terpengaruh biasanya anak-anak dan pemuda – pemuda. Mereka sering menirukan gaya atau tingkah laku para bintang film.

Kekuatan dan kemampuan film menjangkau banyak segmen sosial, lantas membuat para ahli bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayaknya. sejak itu, maka merebaklah berbagai penelitian yang hendak melihat kepada dampak film terhadap masyarakat. Dalam banyak penelitian tentang dampak film terhadap masyarakat, hubungan antara film dan masyarakat selalu dipahami secara linier. Artinya, film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan muatan pesan (message) di baliknya, tanpa pernah berlaku sebaliknya.

2.1.6 Tinjauan Tentang Manak Salah

2.1.6.1 Pengertian Manak Salah

Kehidupan masyarakat Hindu khususnya yang ada di Bali tidak akan pernah lepas dari kegiatan ritual keagamaan dan pelaksanaan upacara keagamaan.

Pelaksanaan ritual dan upacara keagamaan tersebut dalam pelaksanaannya dipengaruhi oleh Desa, Kala, dan Patra di setiap daerah yang menyebabkan munculnya keanekaragaman ritual antara daerah yang satu dengan daerah yang lainnya, keragaman pelaksanaan ritual khususnya di Bali.

Selain terlihat pada tata cara upacara juga terlihat pada tingkatan upacaranya yaitu Nista, Madya dan Utama keagamaan. Suatu fenomena yang terjadi pada masyarakat agama Hindu di Desa Padangbulia, Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng memiliki Budaya Manak Salah. Manak Salah merupakan budaya yang telah lama diyakini oleh masyarakat Desa Padangbulia. Tradisi ditinjau dari sudut sejarah merupakan adat-istiadat, ajaran-ajaran sosial, pandangan-pandangan, nilai-nilai, aturan-aturan prilaku, yang diwariskan dari generasi ke generasi, ia merupakan unsur warisan sosio kultural yang dilestarikan dalam masyarakat atau dalam kelompok-kelompok sosial masyarakat dalam kurun waktu yang panjang.

Budaya Manak Salah menyalahkan tentang adanya kelahiran bayi kembar buncing, yaitu kelahiran bayi kembar yang berbeda jenis kelamin. PHDI (Parisadha Hindu Dharma Indonesia) sudah memutuskan menetapkan pesuaran penghapusan adat yang disebut dengan manak salah “Kembar Buncing” karena hal ini dipandang menyalahi perikemanusiaan dan kesehatan, tetapi Tradisi Tersebut masih dipertahankan.

Sebelumnya tradisi Manak Salah ini diterapkan oleh seluruh desa yang ada di Provinsi Bali, namun karena adanya pemikiran mengenai HAM maka budaya adat ini dihapuskan. Pelaksanaan Adat Manak Salah di Desa Padangbulia dan di

Desa Padangbulia, Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng, Bali menyangkut hal-hal berikut :

A. Lokasi

Kedua orang tua bayi beserta bayinya dipindahkan dari rumah asalnya ke sebuah rumah darurat atau rumah semi permanen yang terletak 800 meter sebelum kuburan.. Dalam pelaksanaannya, masyarakat desa secara bergiliran di masing- masing banjar akan menjaga keluarga manak salah tersebut. Segala keperluannya akan di sediakan oleh masyarakat desa. Namun, rumah tinggal asal tidak dirusak'. Lokasi yang sangat jauh tidak menjadi alasan bagi warga desa untuk tidak mengunjungi keluarga tersebut. Malah sebaiknya, jauhnya jarak harusnya menjadikan warga untuk lebih mengerti bahwa ada warga desa yang harus mendapat perhatian lebih.

B. Rentang Waktu

Lamanya pengungsian terhadap keluarga yang harus menjalankan adat ini yakni kurang lebih selama 3 bulan atau sampai menemukan tiga kali terang belan atau dikenal dengan istilah Tilem. Dalam hal ini Tilem dijadikan dasar karena Tilem memiliki makna dimana Tilem merupakan bulan mati yang merupakan suatu kepercayaan untuk menghilangkan segala 'kotoran-kotoran' yang dapat menyebabkan kehancuran jagat Bali.

C. Kebutuhan Sehari-hari

Selama dalam pengungsian, kebutuhan sehari-hari makan dan minum dibantu oleh penduduk Desa, dan setiap hari selalu ada penduduk Desa yang membantu menjaga bayi dan menghibur kedua orang tua bayi.

Dalam hal ini desa adatlah yang sepenuhnya membiayai semua kebutuhan dari keluarga tersebut, meskipun dalam hal ini ada beberapa donatur dari berbagai pihak yang simpati terhadap masalah tersebut. Kelahiran bayi kembar buncing memang merupakan kejadian langka, tetapi tetap saja adat ini memerlukan banyak biaya untuk kebutuhan sehari-hari dan sebagainya.

D. Kegiatan

Selama dalam pengungsian, kedua orang tua bayi tidak melakukan perjalanan keluar Desa maupun mencari nafkah. Hal ini didasarkan pada cerita awal munculnya budaya ini, dimana bagi keluarga yang diungsikan memiliki artian disucikan (bertapa), sehingga keluarga tersebut dilarang melakukan aktivitas apapun. Aktivitas aktivitas yang menyangkut kebutuhan dari keluarga tersebut dilakukan oleh warga desa lain yang bertugas.

Selain itu, bagi keluarga yang memiliki lahan pertanian yang dalam kesehariannya selalu digarapnya sendiri maka saat ditinggalkan untuk menjalani adat ini dan pada saat selesai pengasingan, keluarga tersebut harus memulainya dari awal lagi. Tetapi dengan tidak adanya aktivitas yang boleh dilakukan menyebabkan keluarga ini memiliki waktu luang

yang lebih untuk berkumpul dan mempererat hubungan diantara anggota keluarga tersebut. Dan ada lebih banyak waktu untuk mengurus kedua bayi tersebut, apalagi jika anaknya tidak hanya dua.

E. Upacara

Setelah tiga bulan dilaksanakan berbagai macam upacara. Yang pertama, upacara dilakukan di campuhan, kemudian dilaksanakan pecaruan di jaba Pura Desa. Setelah itu, upacara dilanjutkan di halaman rumah dari keluarga yang bersangkutan, tepatnya di Sanggah keluarga. Kemudian dilanjutkan dengan diadakan upacara melasti ke segara yang dilaksanakan sehari sebelum Tilem. Dan upacara terakhir adalah Upacara Pengenteg Widhi (upacara penyucian akhir).

Selama tiga hari berturut-turut kedua orang tua bayi dan anaknya bersembahyang di tiga Pura Desa yang mempunyai Bale Agung Pegat (suatu bangunan yang dalam Agama Hindu dikenal dengan Bale yang beratap satu tapi terputus dibagian tengahnya). Bale Agung Pegat yang harus dilewati ini, berlokasi berbeda-beda yakni : Di Desa Padangbulia, Tenaon, dan Buleleng tepatnya di Panji.

Dalam hal ini, ketiga Pura Desa yang harus dilewati memiliki makna Bhur, Bwah, Swah (3 tingkatan lapisan bumi dalam Agama Hindu). Persembahyangan di ketiga pura tersebut bertujuan agar kehidupan lalu, sekarang dan mendatang tidak mendapat akibat yang disebabkan oleh adanya kelahiran kembar buncing ini, sehingga sesuai dengan keyakinan Agama Hindu.

Tradisi yang dilestarikan secara turun temurun dan tetap diyakini oleh masyarakat Desa Pakraman Padangbulia terhadap kembar buncing tetap dilaksanakan. Pemahaman anak kembar buncing yang dapat membawa sial kepada dirinya, keluarga atau desa ini menjadi fokus peneliti dalam analisis film Sekala Niskala.

2.1.7 Teori Kelas Sosial

Marx tidak pernah membahas tentang arti dari Kelas Sosial. Mungkin bagi Marx seakan-akan arti itu sudah sangat jelas. Arti kelas Sosial Menurut Lenin dianggap sebagai golongan sosial dalam sebuah tatanan masyarakat yang ditentukan oleh posisi tertentu dalam proses produksi (Franz Magnis-Suseno : 111). Tetapi itu belum terlalu jelas karena masih ada pertentangan.

Menurut Marx golongan sosial adalah gejala khas pada masyarakat pascafeodal, sedangkan golongan sosial dalam masyarakat feodal atau masyarakat kuno disebut dengan Kasta. Seperti contoh di Indonesia dalam masa kerajaan sudah mengenal tentang pembagian masyarakat (kasta) atau dalam masyarakat Bali disebut Catur Varna yaitu pembagian gelar menurut keahliannya. Dasar Anggapan Marx tentang kelas sosial bahwa sebuah kelas sosial baru dianggap kelas dalam arti yang sebenarnya, apabila dia bukan hanya secara(objektif) merupakan golongan dengan kepentingan sendiri, melainkan juga sebagai(subjektif) menyadari sebagai kelas, sebagai golongan khusus yang mau memperjuangkannya.

Dari pernyataan tersebut belum sepenuhnya dapat mengartikan tentang arti kelas sosial. Istilah “kelas” di artikan sebagai posisi atau kedudukan tertentu

dalam proses produksi, tetapi disebut kelas sosial jika golongan tersebut menyadari sebagai kelas, sebagai golongan khusus yang mau memperjuangkannya.

A. **Kelas Atas dan Kelas Bawah (Borjuis dan Proletar)**

Menurut Karl Marx Pelaku utama dalam perubahan sosial bukanlah individu tertentu, tetapi kelas-kelas sosial. Bukan hanya kelas sosial apa yang ditemukan, tetapi struktur kekuasaan yang ada dalam kelas sosial tersebut. Menurut Marx, dalam kelas-kelas ada yang berkuasa dan yang dikuasai.

Dalam masyarakat kapitalis terdiri dari tiga kelas yang diantaranya adalah kelas buruh (mereka hidup dari upah), kaum pemilik modal (hidup dari laba) dan para tuan tanah (hidup dari rente tanah) (Franz Magnis-Suseno :113). Dengan adanya kelas-kelas itu terjadi adanya keterasingan pekerjaan karena orang-orang yang bekerja berbeda dalam kelas, yaitu kelas buruh dan kelas majikan. Kelas para majikan memiliki alat-alat produksi, pabrik, mesin dan tanah. Sedangkan kaum buruh bekerja dan terpaksa menjual tenaganya mereka kepada para majikan karena tidak memiliki sarana dan prasarana. Oleh karena itu, hasil dari pekerjaan itu bukan lagi milik para pekerja tetapi juga milik para majikan.

Jadi, dalam masyarakat kapitalis ada dua kelas yang saling membutuhkan dan saling bergantung, yaitu kelas buruh dan kelas kaum pemilik. Kaum buruh hanya dapat bekerja jika ada pemilik yang membuka lapangan pekerjaan. Dan para majikan hanya mendapat keuntungan jika para pekerja berkerja di tempatnya karena mereka yang beruntung

mempunyai alat-alat produksi. Tetapi saling ketergantungan itu tidak terlalu adil khususnya bagi buruh karena kaum buruh tidak dapat hidup apabila tidak mendapat pekerjaan, sedangkan majikan walaupun tidak mendapat pendapatan karena tidak mempunyai para pekerja, tetapi mereka masih bisa hidup dari modal dan keuntungan yang dikumpulkan selama pabriknya berjalan dan ia pun masih bisa menjual pabriknya bila perlu. Dengan adanya anggapan seperti itu, bahwa kelas pemilik adalah kelas yang kuat dan para pekerja adalah kelas yang lemah.

Keuntungan yang diperoleh dari kelas atas dari kedudukan itu adalah bahwa mereka tidak perlu bekerja sendiri, karena dapat hidup dari keuntungan yang didapat dari para buruh yang bekerja. Hubungan antara kelas atas dan kelas bawah adalah suatu hubungan kekuasaan dengan tujuan kaum buruh agar tetap bekerja untuk kepentingan para majikan dengan cara menggunakan tenaga dari buruh. Karena itu, kelas atas adalah kelas penindas bagi kelas bawah.

B. Individu, Kepentingan Kelas dan Revolusi

Menurut Marx, Pertentangan antara kelas atas dan kelas bawah bukan karena adanya perasaan iri atau egois, tetapi karena adanya kepentingan yang obyektif. Marx menulis : “Masalahnya bukan apa yang dibayangkan sebagai tujuan oleh seorang proletar atau pun seluruh proletariat. Masalahnya ialah proletariat itu apa dan apa yang akan, secara historis, terpaksa dilakukan berdasarkan hakekatnya itu”(Franz Magnis-Suseno : 116).

Dari saling ketergantungan itu ada maksud-maksud tersembunyi dari kelas buruh. Kelas majikan yang menginginkan keuntungan sebanyak-banyak dalam sebuah persaingan bebas, sehingga kelas majikan ingin membiayai kelas buruh dengan serendah mungkin. Dan sebaliknya, buruh ingin mendapatkan upah sebanyak-banyaknya dan mengurangi jam kerja serta ingin menguasai pabrik-pabrik tempat mereka bekerja. Di saat kelas majikan melemah dalam arti sudah tidak mampu menguasai ekonominya dan di saat itu lah kelas buruh semakin mampu menguasai kepentingan mereka, sehingga terjadi revolusi dan hak milik pribadi dari kelas buruh dapat terhapuskan.

Dalam teori Marx ini ada beberapa hal yang penting . Pertama, bahwa peran ekonomi dan peran kekuasaan yang penting karena kepentingan mereka sangat ditentukan oleh kedudukan mereka masing-masing. Kedua, kelas atas tidak menginginkan adanya perubahan karena kelas atas sudah mantap dan mampan dengan dengan harta yang dimiliki, sehingga kelas atas secara langsung tetap mempertahankan statusnya sebagai kelas atas. Sebaliknya, kelas bawah sangat menginginkan perubahan karena mereka tertindas dan perubahan atau revolusi merupakan jalan satu-satunya agar mereka bisa lebih maju. Ketiga, kelas bawah yang sudah lama tertindas mempunyai keinginan untuk menaklukan kelas atas, sebaliknya kelas atas akan tetap mempertahankan peran kekuasaannya sebagai kelas atas. Karena itu, perubahan sosial akan hanya dapat tercapai dengan jalan revolusi.

Maka itu lah, mengapa marxisme menentang semua usaha untuk perdamaian kelas atas dan kelas bawah yang saling bertentangan karena usaha perdamaian kelas atas dan kelas bawah hanya akan menguntungkan kelas atas dan memberhentikan usaha kelas bawah untuk membebaskan diri dari penindasan.

2.1.8 Nilai dan Ideologi Penopang Masyarakat

Harrold Lasswell (1948/1960) menunjukkan bahwa di setiap masyarakat, nilai-nilai yang terbentuk dan disebarkan membentuk ideologi yang menopang jaringan secara keseluruhan. Lasswell menambahkan bahwa suatu elemen penguasa khususnya menjadi cepat tanggap pada elemen yang lain dan mengandalkan komunikasi sebagai cara untuk mempertahankan kekuasaan.

Lasswell mengatakan bahwa ancaman paling serius terhadap komunikasi bagi masyarakat secara menyeluruh berhubungan dengan nilai-nilai kekuasaan, kesejahteraan dan kehormatan. Mungkin contoh yang paling mencolok dari penyimpangan kekuasaan terjadi ketika isi dari komunikasi dengan sengaja diubah agar sesuai dengan ideologi atau lawan dari ideologi.

Penyimpangan yang berhubungan dengan kesejahteraan tidak hanya timbul dari usaha untuk mempengaruhi pasar, misalnya, tetapi dari konsep yang kaku terhadap minat ekonomi. Contoh khas ketidakefisienan yang berkaitan dengan kehormatan (kelas sosial) terjadi ketika orang-orang dari kalangan atas hanya mau bergaul dengan orang-orang yang berstrata sama dan lupa untuk mengoreksi pandangannya dengan membaur dengan anggota kalangan lain.

2.1.9 Tinjauan Tentang Semiotika

Secara etimologis, istilah semiotika atau semiologi berasal dari bahasa Yunani, Semeion yang berarti “tanda”. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain (Eco, 1979:16 dalam Sobur, 2006:95).

Sedangkan secara terminologis, semiotik dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa seluruh kebudayaan sebagai tanda (Eco, 1979:6 dalam Sobur, 2006:95). Secara sederhana, semiotika merupakan suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda (signs) adalah basis dari seluruh komunikasi. Manusia dengan perantaraan tanda-tanda, dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya. Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya dalam berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Suatu tanda menandakan sesuatu selain dirinya sendiri, dan makna (meaning) ialah hubungan antara suatu objek atau idea dan suatu tanda. Konsep dasar ini mengikat bersama seperangkat teori yang amat luas berurusan dengan simbol, bahasa, wacana, dan bentuk-bentuk nonverbal, teori-teori yang menjelaskan bagaimana tanda berhubungan dengan maknanya dan bagaimana tanda disusun. Secara umum, studi tentang tanda merujuk kepada semiotika.

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, ditengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia.

Semiotika, atau dalam istilah Barthes, semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (humanity) memaknai hal-hal (things). Memaknai (to signify) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (to communicate). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda (Barthes, 1988:179; Kurniawan, 2001:53). (Sobur, 2003:15).

Charles Sanders Peirce mendefinisikan semiosis sebagai “*a relationship among a sign, an object, and a meaning* (suatu hubungan diantara tanda, objek, dan makna).” Charles Morris menyebut semiosis ini sebagai suatu “proses tanda, yaitu proses ketika sesuatu merupakan tanda bagi beberapa organisme”. Tanda tidak mengandung makna atau konsep tertentu, namun tanda memberi kita petunjuk-petunjuk yang semata-mata menghasilkan makna melalui interpretasi. Tanda menjadi bermakna mana kala diuraikan isi kodenya (decoded) menurut konvensi dan aturan budaya yang dianut orang secara sadar maupun tidak sadar (Sobur, 2003:14).

Melihat sejarahnya, tradisi semiotika berkembang dari dua tokoh utama yaitu Charles Sander Peirce mewakili tradisi Amerika dan Ferdinand de Saussure yang mewakili tradisi Eropa. Keduanya tidak pernah saling bertemu, sehingga kendati keduanya sering disebut mempunyai kemiripan gagasan dan penerapan konsep-konsep dari masing-masing, namun keduanya seringkali mempunyai perbedaan penting mungkin karena keduanya berangkat dari disiplin yang berbeda.

Pierce adalah seorang guru besar filsafat dan logika sedangkan Saussure merupakan seorang ahli linguistik.

Pusat perhatian semiotika pada kajian komunikasi adalah menggali apa yang tersembunyi dibalik bahasa. Saussure mendefinisikan semiotika adalah ilmu yang mengkaji tentang tanda sebagai bagian dari kehidupan sosial. Dalam konteks sastra, (Teeuw, 1928:18 dalam Sobur, 2006:96) memberi batasan semiotik adalah tanda sebagai tindak komunikasi.

Ia kemudian menyempurnakan batasan semiotik itu sebagai model sastra yang mempertanggung jawabkan semua faktor dan aspek hakiki untuk pemahaman gejala sastra sebagai alat komunikasi yang khas didalam masyarakat mana pun.

Menurut John Fiske (2004) dalam bukunya “Cultural and Communication Studies” terdapat tiga bidang studi utama dalam semiotika, yakni:

1. Tanda itu sendiri. Hal ini terdiri atas studi tentang berbagai tanda yang berbeda itu dalam menyampaikan makna, dan cara tanda-tanda itu terkait dengan manusia yang menggunakannya. Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami dalam artian yang menggunakannya.
2. Kode atau sistem yang mengorganisasikan tanda. Studi ini mencakup cara berbagai kode dikembangkan guna memenuhi kebutuhan suatu masyarakat atau budaya atau untuk mengeksploitasi saluran komunikasi yang tersedia untuk mentransmisikannya.

3. Kebudayaan tempat kode dan tanda bekerja. Ini pada gilirannya bergantung pada penggunaan kode-kode dan tanda-tanda itu untuk keberadaan dan bentuknya sendiri. (Fiske, 2004:60)

Semiotika juga merupakan proses untuk menginterpretasi kode dan pesan yang direpresentasikan oleh media agar penonton dapat memahami makna yang tersimpan dalam sebuah teks. Teks menurut Roland Barthes memiliki arti yang luas. Teks tidak hanya berkaitan dengan aspek linguistik saja. Semiotik dapat meneliti teks dimana tanda-tanda terkodifikasi dalam sebuah sistem. Dengan demikian semiotik dapat meneliti bermacam-macam teks seperti berita, film, iklan, fashion, fiksi, puisi, dan drama. Dalam kehidupan manusia, manusia dipenuhi dengan tanda-tanda, baik tanda-tanda alam, maupun tanda buatan. Manusia berkomunikasi pun di maknai banyak tanda. Di sinilah daya tarik semiotika untuk mengungkapkan makna-makna yang secara langsung atau tidak. Semiotika pun membantu dalam menemukan makna dari pesan-pesan yang disampaikan oleh orang lain, bisa disengaja atau tidak.

Semiotika berusaha menggali hakikat sistem tanda yang beranjak ke luar kaidah tata bahasa dan sintaksis yang mengatur arti teks yang rumit, tersembunyi dan bergantung pada kebudayaan di mana makna itu berkembang. Hal ini pulalah yang terjadi manakala sebuah film diproduksi dan kemudian disebarluaskan untuk konsumsi khalayak

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Kerangka Teoritis

Dalam menganalisa Makna Manak Salah Dalam Film Sekala Niskala. Penelitian ini menggunakan teori Roland Barthes. Peneliti memilih beberapa kode yang ada dalam teori Barthes. Beberapa kode ini akan mempermudah peneliti dalam meneliti Makna Manak Salah Dalam Film Sekala Niskala.

Semiotika, atau dalam istilah Barthes, semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*Humanity*), memaknai hal –hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek – objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek – objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda (Barthes, 1988:179 dalam Sobur, 2009:15).

Roland Barthes, sebagai salah satu tokoh semiotika, melihat signifikasi (tanda) sebagai sebuah proses yang total dengan suatu susunan yang sudah terstruktur. Signifikasi itu tidak terbatas pada bahasa, tetapi terdapat pula hal-hal yang bukan bahasa. Pada akhirnya, Barthes menganggap pada kehidupan sosial, apapun bentuknya, merupakan suatu sistem tanda tersendiri pula (Kurniawan, 2001:53).

Konotasi yang merupakan sifat asli tanda, agar berfungsi dibutuhkan keaktifan dari pembaca. Dan Konotasi mempunyai makna yang subjektif atau paling tidak intersubjektif. Dengan kata lain, denotasi merupakan apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek, sedangkan makna konotasi adalah

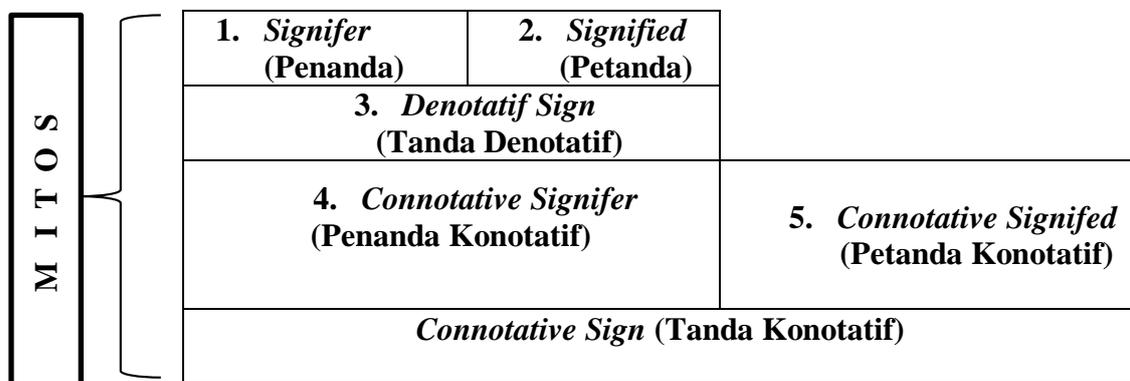
bagaimana cara menggambarannya. Banyak ahli semiotika yang meneliti dan mengkaji semiotika. Tetapi dari sekian banyak ahli Roland Barthes menjadi satu-satunya yang menyisipkan mitos dalam inti teorinya.

Dalam kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebut dengan “mitos”, dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. (Budiman, 2001 : 28, dalam Sobur 2013 : 71). Jika diurutkan dalam teori penelitian semiotika Roland Barthes ada tiga hal didalamnya yakni, Denotatif, Konotatif dan Mitos. Sistem pemaknaan yang kedua disebut konotatif, dan denotatif merupakan pemaknaan tataran pertama. Denotatif yang merupakan ungkapan secara nyata dan kasat mata, contohnya adalah balon itu berbentuk bulat, anjing itu mengeluarkan suara dengan menggonggong dan masih banyak contoh lainnya. Kedua, konotatif merupakan ungkapan tanda-tanda atau simbol yang tersirat dari sebuah hal. Misalnya, penggunaan warna sebagai identitas. Lain dengan mitos. Mitos terbentuk dan berkembang dibenak masyarakat karena penginterpretasian masyarakat dari apa yang terlihat sebagai denotasi dan tanda yang tersirat dari hal tersebut yang disebut dengan konotasi. Barthes yang menyebutkan semiotika dengan sebutan semiologi, mengemukakan bahwa semiologi pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (humanity) memaknai hal-hal (things). Dalam hal ini memaknai (to signify) tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (to communicate). Sebab memaknai bukan hanya berarti bahwa objek-objek yang diteliti tidak hanya membawa informasi, tetapi juga mengonstitusi sistem terstruktur dari tanda

(Sobur, 2013 : 15). Dan menurut Barthes bahasa merupakan sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu. Menurut Barthes dalam gambar atau foto, konotasi dapat dibedakan dari denotasi. Denotasi adalah apa yang terdapat di foto, konotasi adalah bagaimana foto itu diambil.

Berikut adalah peta tanda Roland Barthes:

Gambar 2.1
Peta Tanda Roland Barthes



Sumber : Sobur, Semiotika Komunikasi 2013

Dari peta Barthes di atas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Dengan kata lain, hal tersebut merupakan unsur material: hanya jika Anda mengenal tanda “singa”, barulah konotasi seperti harga diri, kegarangan, dan keberanian menjadi mungkin (Cobley dan Jansz, 1999:51 dalam Sobur, 2003:69). Jadi, dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Sesungguhnya, inilah sumbangan Barthes yang sangat berarti bagi penyempurnaan semiologi Saussure, yang berhenti pada penandaan dalam tataran denotatif (Sobur, 2003:69).

Daniel Chandler dalam *Semiotics for Beginners* mengungkapkan bahwa denotasi merupakan tanda tahap pertama, yang terdiri dari penanda dan petanda. Sedangkan konotasi merupakan tanda tahap kedua, yang termasuk di dalamnya adalah denotasi, sebagai penanda konotatif dan petanda konotatif.

Pemetaan perlu dilakukan pada tahap – tahap konotasi, Tahapan pun dibagi 2. Tahap pertama memiliki 3 bagian, yaitu: Efek tiruan, sikap (pose) dan objek. Sedangkan 3 tahap terakhir adalah: Fotogenia, estetisme, dan sintaksis. Barthes tidak sebatas itu memahami proses penandaan, tetapi dia juga melihat aspek lain dari penandaan, yaitu mitos (myth) yang menandai suatu masyarakat. Mitos (atau mitologi) sebenarnya merupakan istilah lain yang dipergunakan oleh Barthes untuk ideologi.

Mitologi ini merupakan level tertinggi dalam penelitian sebuah teks, dan merupakan rangkaian mitos yang hidup dalam sebuah kebudayaan. Mitos merupakan hal yang penting karena tidak hanya berfungsi sebagai pernyataan (charter) bagi kelompok yang menyatakan, tetapi merupakan kunci pembuka bagaimana pikiran manusia dalam sebuah kebudayaan bekerja.

Mitos ini tidak dipahami sebagaimana pengertian klasiknya, tetapi lebih diletakkan pada proses penandaan ini sendiri, artinya, mitos berada dalam diskursus semiologinya tersebut. Menurut Barthes mitos berada pada tingkat kedua penandaan, jadi setelah terbentuk sistem tanda-penanda-petanda, maka tanda tersebut akan menjadi penanda baru yang kemudian memiliki petanda kedua dan membentuk tanda baru. Konstruksi penandaan pertama adalah bahasa, sedang

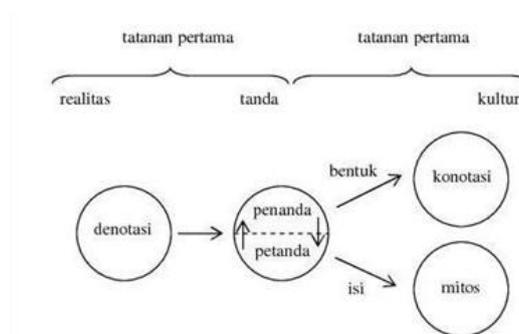
konstruksi penandaan kedua merupakan mitos, dan konstruksi penandaan tingkat kedua ini dipahami oleh Barthes sebagai metabahasa (metalanguage).

Perspektif Barthes tentang mitos ini menjadi salah satu ciri khas semiologinya yang membuka ranah baru semiologi, yakni penggalian lebih jauh penandaan untuk mencapai mitos yang bekerja dalam realitas keseharian masyarakat (Kurniawan, 2001:22-23).

Dalam peta Barthes mitos sebagai unsur yang terdapat dalam sebuah semiotik tidak nampak, namun hal ini baru terlihat pada signifikasi tahap kedua Roland Barthes.

Adapun dua tahap penandaan signifikasi (two order of signification) Barthes dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.2 Signifikasi Dua Tahap Barthes



Sumber : Nawiroh Verra, Semiotika dalam riset komunikasi 2014

Signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara signifier dan signified 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 signifikasi tahap kedua. Hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaannya. Konotasi mempunyai

makna subyektif atau paling tidak intersubyektif. Pemilihan kata-kata kadang merupakan pilihan terhadap konotasi, misalnya kata “penyuapan” dengan “memberi uang pelicin”. Dengan kata lain, denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek; sedangkan konotasi adalah bagaimana menggambarannya (Fiske, 1990:88 dalam Sobur, 2001:128).

Pada signifikasi tahap kedua yang berhubungan dengan isi, tanda bekerja melalui mitos (myth). Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Mitos merupakan produk kelas sosial mengenai hidup dan mati, manusia dan dewa, dan sebagainya. Sedangkan mitos masa kini misalnya mengenai feminitas, maskulinitas, ilmu pengetahuan, dan kesuksesan (Fiske, 1990:88 dalam Sobur, 2001:128).

Dalam semiologi Roland Barthes, denotasi merupakan sistem signifikasi tahap pertama, sementara konotasi merupakan sistem signifikasi tahap kedua. Dalam hal ini, denotasi lebih diasosiasikan dengan ketertutupan makna, dan dengan demikian, merupakan sensor atau represi politis. Sedangkan konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebutnya sebagai mitologi (mitos), seperti yang telah diuraikan di atas, yang berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. Barthes juga mengungkapkan bahwa baik di dalam mitos maupun ideologi, hubungan antara penanda konotatif dengan petanda konotatif terjadi secara termotivasi (Budiman dalam Sobur, 2004:70-71).

Barthes menggunakan konsep connotation-nya Hjemslev untuk menyingkap makna-makna yang tersembunyi. Konsep ini mentepikan dua pemunculan makna yang bersifat promotif, yakni denotatif dan konotatif, pada tingkat denotatif, tanda-tanda itu mencuat terutama sebagai makna primer yang “alamiah”. Namun pada tingkat konotatif, di tahap sekunder, muncullah makna yang ideologis.

Barthes, menyatakan bahwa mitos merupakan sistem komunikasi juga, karena di balik mitos terselip sebuah pesan dari wilayah lain. Mitos menjadi sebuah modus pertandaan yang dibawa ke dalam wacana. Mitos tidaklah dapat digambarkan melalui obyek pesannya, melainkan melalui cara pesan tersebut disampaikan. Dalam film, pembaca dapat memaknai mitos ini melalui konotasi yang dimainkan oleh kesan visual, narasi, konflik, tuturan dan sebagainya. ”Pembaca” yang jeli dapat menemukan adanya asosiasi-asosiasi terhadap ‘apa’ dan ‘siapa’ yang sedang dibicarakan sehingga terjadi pelipat gandaan makna. Penanda bahasa konotatif membantu untuk menyodorkan makna baru yang melampaui makna asalnya atau dari makna denotasinya.

Teori Barthes tentang ideologi di balik mitos memungkinkan seorang ”pembaca” atau analis untuk mengkaji ideologi secara sinkronik maupun diakronik. Secara sinkronik, makna tersandung pada suatu titik sejarah dan seolah berhenti di sana, sehingga penggalian pola-pola tersembunyi yang menyertai teks menjadi lebih mungkin dilakukan. Pola tersembunyi ini boleh jadi berupa pola oposisi, atau semacam skema pikir pelaku bahasa dalam representasi.

Sementara secara diakronik analisis Barthes memungkinkan untuk melihat kapan, di mana dan dalam lingkungan apa sebuah sistem mitologis digunakan. Mitos yang dipilih dapat diadopsi dari masa lampau yang sudah jauh dari dunia pembaca, namun juga dapat dilihat dari mitos kemarin sore yang akan menjadi “founding prospective history”. Media seringkali berperilaku seperti itu, mereka merepresentasikan, kalau bukan malah menciptakan mitos-mitos baru yang kini hadir di tengah masyarakat. Untuk yang terakhir ini, dapatlah dikatakan bahwa media melakukan proses mitologisasi. Kehidupan kita sehari-hari digambarkan dalam cara yang penuh makna dan dibuat sebuah pemahaman generik bahwa memang begitulah seharusnya dunia. Film yang dijejalkan ke ruang pandang masyarakat sehari-hari merupakan dunia kecil yang menjadi ikon dari sebuah raksasa makna: mitos dan ideologi dibalikinya.

2.2 Alur kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana Makna Manak Salah Dalam Film Sekala Niskala. Maka dari itu peneliti menggunakan semiotika Roland Barthes sebagai pisau analisa peneliti dalam menganalisa Makna Manak Salah Dalam Film Sekala Niskala.

Terdapat beberapa sequence yang akan di analisa dalam film Sekala Niskala, dengan konsepsi pemikiran Roland Barthes. Semiotika yang dikaji Roland Barthes antara lain membahas apa yang menjadi makna denotatif dalam suatu obyek, apa yang menjadi makna konotatif dalam suatu obyek, dan juga apa yang menjadi mitos/ideologi dalam suatu obyek.

Film Sekala Niskala terdapat beberapa sequence yang mempunyai makna denotatif yang secara langsung dimaknai oleh khalayak. Khalayak dapat menerima pesan tersebut karena khalayak tidak memaknai secara dalam tentang apa yang ada dalam sequence tersebut. Makna konotasi merupakan makna yang terkandung dalam sebuah tanda, dalam hal ini sequence yang ada dalam film Sekala Niskala dikaji menggunakan 6 konsep penandaan konotatif yang meliputi:

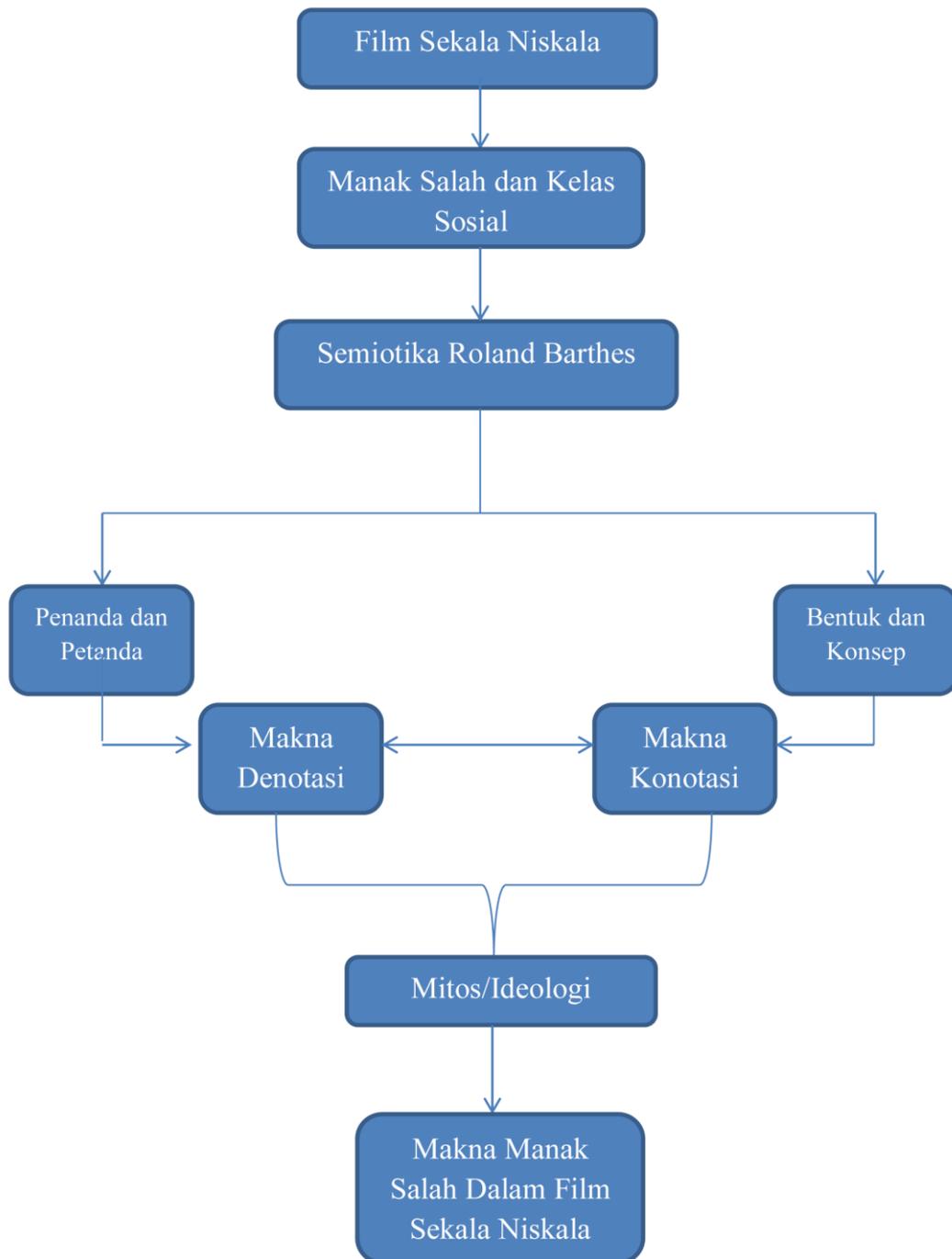
1. Efek tiruan : hal ini merupakan tindakan manipulasi terhadap obyek seperti menambah, mengurangi atau mengubah obyek yang ada menjadi obyek yang sama sekali lain (berubah) dan memiliki arti yang lain juga.
2. Pose/sikap : gerak tubuh yang berdasarkan stock of sign masyarakat tertentu dan memiliki arti tertentu pula.
3. Obyek : benda – benda yang dikomposisikan sedemikian rupa sehingga diasumsikan dengan ide-ide tertentu. Seperti halnya penggunaan mahkota di asumsikan sebagai penguasa dengan keindahan yang ada dikepalanya sebagai simbol kekuasaan.
4. Fotogenia : adalah seni memotret sehingga foto yang dihasilkan telah dibumbui atau dihiasi dengan tehnik-tehnik lighting, exposure dan hasil cetakan. Dalam sebuah film, fotogenia digunakan untuk menghasilkan suasana yang disesuaikan dengan kondisi cerita yang ada dalam sequence film itu sendiri.
5. Estetisme : disebut juga sebagai estetika yang berkaitan dengan komposisi gambar untuk menampilkan sebuah keindahan sinematografi.

6. Sintaksis : biasanya hadir dalam rangkaian gambar yang ditampilkan dalam satu judul dimana waktu tidak muncul lagi pada masing – masing gambar, namun pada keseluruhan gambar yang ditampilkan terutama bila dikaitkan dengan judul utamanya (Barthes, 2010:7-11).

Tidak hanya memiliki makna denotatif dan konotatif, Perspektif Barthes tentang mitos ini menjadi salah satu ciri khas semiologinya yang membuka ranah baru semiologi, mitos biasanya diasumsikan sebagai realita keseharian yang terdapat dalam kehidupan yang sudah dipercaya.

Berdasarkan kerangka pemikiran yang peneliti lakukan, maka peneliti mendapatkan model dari alur pemikiran penelitian dalam bentuk bagan sebagai berikut :

Gambar 2.3
Alur Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti 2019