

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Pada bab ini diawali dengan tinjauan pustaka mengenai penelitian terdahulu yang mana peneliti menelaah penelitian terdahulu yang sekiranya memiliki keterkaitan dan relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Dengan demikian, peneliti dapat menggunakan penelitian terdahulu sebagai sebuah rujukan atau referensi pendukung, pelengkap, dan pembanding yang memadai sehingga dapat mendukung kelancaran dari penyusunan skripsi ini.

Hal ini juga dimaksudkan untuk memperkuat kajian pustaka mengenai penelitian yang sudah ada. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang mana sangat menghargai berbagai perbedaan yang ada serta cara pandang mengenai sebuah objek tertentu, sehingga apabila terdapat sedikit persamaan maupun perbedaan dalam penelitian adalah satu hal yang wajar dan diterima sebagai sebuah sinergi yang saling melengkapi satu sama lain. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian ini :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama	Bayu Rizki Maulana	Adlina Ghassani	Hesti Retno Wahyuni
Tahun	2013	2018	2018
Universitas	Universitas Komputer Indonesia	Universitas Telkom, Bandung	Universitas Komputer Indonesia
Judul Penelitian	Representasi Kesetaraan Ras Dalam Film Lincoln (Analisis Semiotika John Fiske Mengenai Kesetaraan Ras Dalam Film Lincoln)	Pemaknaan Rasisme Dalam Film (Analisis Resepsi Film Get Out)	Representasi Perlawanan Pada Patriarki Dalam Film 'Marlina Si Pembunuh Dalam Empat Babak' (Analisis Semiotika John Fiske Mengenai Representasi Perlawanan Pada Patriarki Dalam Film 'Marlina Si Pembunuh Dalam Empat Babak')
Metode dan Desain	Kualitatif Analisis Semiotika John Fiske	Kualitatif dengan pendekatan deskriptif	Kualitatif Analisis Semiotika John Fiske
Hasil Penelitian	representasi kesetaraan ras dalam film Lincoln, terdapat tiga level yang sesuai dengan kode – kode televisi John Fiske. Pada level realitas menggambarkan penyampaian pesan kesetaraan ras yang terkodekan melalui penampilan, kostum, karakter, gerakan, dan ekspresi, level representasi mengulas teknis	pada penelitian resepsi ini tidak ada perbedaan yang khusus antara analisis dan interpretasi khalayak mengenai pengalaman media mereka. dianalisis dengan mempertimbangkan proses pemaknaan, karakteristik individu, cara pemaknaan, sekaligus juga konteks sosial dan kultural yang	Perlawanan pada patriarki dalam film 'Marlina Si Pembunuh Dalam Empat Babak' terlihat dari level realitas yang dikodekan melalui kode sosial yang diantaranya terdiri dari cara berbicara, ekspresi, dan perilaku. Kemudian pada level representasi yang dimunculkan melalui kode konvensional yang

	tentang film Lincoln mulai dari segi kamera, editing, hingga dalam dialog banyak tersampaikan pesan kesetaraan ras, dan yang terakhir ideology, yaitu pesan yang ingin disampaikan dalam film Lincoln.	melingkupi proses pemaknaan.	diantaranya adalah dialog, karakter, konflik, dan aksi, kemudian dalam level ideologi melalui penggabungan dari level realitas dan level representasi yang memperlihatkan bentuk perlawanan padapatriarki yang dilakukan oleh Marlina sebagai pemeran utama dalam film.
Perbedaan	Objek penelitian penelitian ini membahas mengenai Film Lincoln, dan pisau bedah yang digunakan dalam penelitian menggunakan Semiotika John Fiske.	Objek utama penelitian membahas mengenai Film berjudul Get Out, pisau bedah yang digunakan dalam penelitian menggunakan pendekatan deskriptif.	Objek penelitian membahas Film berjudul Marlina Si Pembunuh Dalam Empat Babak dan fokus utama penelitian membahas mengenai Patriarki dalam Film, pisau bedah yang digunakan dalam penelitian menggunakan Semiotika John Fiske.
Persamaan	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan datang adalah keduanya menggunakan analisis semiotika.	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan datang adalah terhadap fokus penelitian yang sama tentang rasisme orang kulit hitam.	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan datang adalah keduanya menggunakan analisis semiotika.

Sumber : Data Peneliti, 2020

2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.2.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi berasal dari bahasa latin *communication*, dan perkataan ini bersumber pada kata *communis*, yang artinya adalah sama, yaitu sama makna mengenai satu hal. Jadi komunikasi akan berlangsung apabila orang-orang yang terlibat di dalamnya mempunyai kesamaan makna mengenai apa yang dikomunikasikan, maka dengan demikian pernyataan yang dilontarkan akan mudah dimengerti dan bersifat komunikatif.

Adapun pendapat para ahli mengenai definisi komunikasi, yaitu:

1. Bernard Berelson dan Gary A. Steiner

Komunikasi merupakan transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik dan sebagainya.

2. Carl I. Hovland

Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain.

3. Gerald R. Miller

Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima.

4. Everett M. Rogers

Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

5. Harold Lasswell

Menjelaskan bahwa “(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).

Konseptualisasi yang sering diterapkan pada komunikasi sendiri adalah interaksi. Pandangan ini menyertakan komunikasi diiringi dengan proses sebab-akibat atau aksi-reaksi yang arahnya bergantian dan terus bersamaan. Jika seseorang menyampaikan pesan, baik verbal maupun non-verbal, maka seorang penerima bereaksi dengan memberikan jawaban verbal atau nonverbal lainnya, kemudian orang pertama bereaksi lagi, setelah menerima respons atau umpan balik dari orang kedua, dan perulangan ini terus terjadi setelahnya. (Mulyana, 2013: 65-66).

Dari beberapa pengertian di atas, peneliti mengambil kesimpulan bahwa komunikasi merupakan suatu kegiatan interaksi antara dua orang atau lebih, antara komunikator dengan komunikan dimana ada proses pertukaran makna atau pesan media dengan tujuan untuk mempengaruhi orang lain. Dengan kata lain komunikasi mengandung arti usaha menyampaikan gagasan,

yang mana gagasan tersebut diusahakan untuk memiliki arti yang sama atau kesamaan makna. Apabila dalam suatu percakapan terjadi perbedaan pengertian atau perbedaan makna antara yang berbicara dengan yang diajak bicara, maka dalam hal ini komunikasi tidak akan berjalan lancar. Komunikasi baru dapat berlangsung efektif, apabila antara yang berbicara dengan yang diajak berbicara memiliki makna yang sama tentang sesuatu objek tertentu.

2.2.2 Proses Komunikasi

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan) yang mana pikiran ini dapat berbentuk sebuah gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan sendiri bisa berupa keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan lain sebagainya yang timbul dari lubuk hati manusia. Pikiran bersama perasaan yang akan disampaikan kepada orang lain itu yang kemudian oleh Walter Lippman dinamakan *picture in our head*, dan oleh Walter Hagemann disebut *Bewustseinsinhalte*. (Effendy, 2013: 11).

Dalam buku Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek, Onong Uchjana Effendy membagi proses komunikasi menjadi dua tahap yaitu secara primer dan secara sekunder.

1. Proses Komunikasi Secara *Primer*

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang yang berperan sebagai komunikator

kepada orang lain yang perannya adalah komunikasi dengan menggunakan lambang (*Symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah Bahasa, isyarat, gambar, warna, dan sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan.

2. Proses Komunikasi Secara *Sekunder*

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang atau komunikator kepada orang lain yang berperan sebagai komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. (Effendy, 2013: 11-16).

2.2.3 Fungsi Komunikasi

Onong Uchjana Effendy menyimpulkan bahwa fungsi-fungsi komunikasi dapat disederhanakan menjadi empat fungsi, yaitu: menyampaikan informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*), dan mempengaruhi (*to influence*). (Effendy, 2003:31).

1. Menginformasikan (*to inform*)

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*).

Komunikasi merupakan sarana pendidikan, dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan ide atau pikirannya kepada orang lain, sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.

3. Menghibur (*to entertain*)

Komunikasi selain berguna untuk menyampaikan komunikasi, pendidikan dan mempengaruhi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.

4. Mempengaruhi (*to influence*)

Fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi tentunya berusaha saling mempengaruhi jalan pikiran komunikasi dan lebih jauhnya lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikasi sesuai dengan yang diharapkan. (Effendy,1993:36).

2.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

2.3.1 Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa, pada hakikatnya adalah sebuah komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan media massa yang mana sasaran komunikannya lebih masif dan heterogen. Karena masih menjadi ruang lingkup komunikasi, maka seperti halnya 'induk'nya yang merupakan ilmu sosial dan

ilmu yang banyak bersinggungan dengan disiplin ilmu lainnya, membuat komunikasi massa pun tidak luput dari banyaknya definisi yang telah dikemukakan para ahli komunikasi. Banyak ragam dan titik tekan yang dikemukakan oleh masing-masing ahli dari bidang keahlian yang berbeda. Namun seperti induknya dari sekian banyak definisi itu terdapat benang merah kesamaan definisi satu sama lain. (Nurudin, 2014:2-3).

Yang pertama, definisi paling sederhana dikemukakan oleh Bittner yakni komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. (Rakhmat, 2003:188). Definisi komunikasi massa yang lebih spesifik juga dikemukakan oleh Gerbner dalam buku 'Komunikasi Massa' milik Ardianto. Menurut Gerbner (1967) komunikasi massa adalah sebuah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang berkelanjutan serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri (Ardianto, 2014: 3).

Dari definisi Gerbner diatas kemudian dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebar, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, atau bulanan. Proses produksi pesannya sendiri tidak dapat dilakukan perorangan, melainkan harus dilakukan oleh orang banyak yang biasanya tergabung dalam satu lembaga, dan menggunakan suatu teknologi tertentu yang dengan demikian komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri. (Ardianto, 2014:3).

Definisi lain pernah dikemukakan oleh Josep A. Devito dalam buku 'Komunikasi Massa' karya Nurudin, pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak banyak dan sifatnya masif. Namun tidak berartipula bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar audio dan atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis jika didefinisikan menurut bentuknya (Televisi, radio, surat kabar, film, buku, dan pita). (Nurudin, 2014:12).

2.3.2 Karakteristik Komunikasi Massa

Berikut adalah yang menjadi karakteristik dari komunikasi massa menurut Ardianto (2015) dalam buku Komunikasi Massa: Suatu Pengantar:

1. Komunikator Terlembagakan

Menurut Alexis. S Tan (1981) komunikator dalam komunikasi massa adalah organisasi sosial yang memiliki kemampuan untuk memproduksi pesan dan mengirimkannya secara serempak ke sejumlah khalayak yang banyak dan terpisah. Komunikator dalam komunikasi massa biasanya adalah media massa. Media massa ini dapat disebut sebagai organisasi sosial karena merupakan kumpulan dari beberapa individu yang bertanggungjawab dalam proses penyebaran komunikasi massa tersebut.

Komunikator dalam komunikasi massa merupakan lembaga karena elemen utama komunikasi massa adalah media massa. Media massa hanya bisa muncul karena gabungan kerja sama dengan beberapa orang. Hal demikian berbeda dengan bentuk komunikasi yang lain, misalnya komunikasi antarpribadi. Orang yang terlibat dalam komunikasi ini memiliki inisiatif sendiri ketika mengadakan komunikasi tanpa aturan tertentu seperti yang disyaratkan dalam komunikasi massa. Dengan demikian, komunikator dalam komunikasi massa setidaknya mempunyai ciri sebagai berikut: 1) Kumpulan individu, 2) Dalam berkomunikasi individu-individu itu dibatasi mengenai perannya dengan sistem dalam media massa, 3) Pesan yang disebarkan menjadi atas nama media yang bersangkutan dan bukan atas nama pribadi dari unsur-unsur yang terlibat, 4) Apa yang dikemukakan oleh komunikator biasanya untuk mencapai keuntungan atau mendapatkan profit secara ekonomis. (Nurudin, 2014: 20-21).

2. Pesan Bersifat Umum

Komunikasi massa memiliki sifat yang terbuka, yang mana pesan dari komunikasi massa ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu saja. Oleh karenanya, pesan komunikasi massa bersifat umum. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa atau opini. Namun tidak semua fakta dan peristiwa yang terjadi di sekeliling kita dapat dimuat dalam

media massa. Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk apapun harus memenuhi kriteria penting atau menarik, atau penting sekaligus menarik bagi sebagian besar komunikan atau khalayak.

3. Komunikannya Anonim dan Heterogen

Komunikan pada komunikasi massa bersifat anonim dan heterogen. Pada komunikasi massa, komunikator tidak mengenal dan memiliki hubungan personal dengan komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Di samping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokkan berdasarkan faktor: usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama, dan tingkat ekonomi.

Herbert Blumer pernah memberikan ciri tentang karakteristik komunikan sebagai berikut:

- a. Audience dalam komunikasi massa sangatlah heterogen. Artinya, ia mempunyai heterogenitas komposisi atau susunan. Jika ditinjau dari asalnya, mereka berasal dari berbagai kelompok dalam masyarakat.
- b. Berisi individu-individu yang tidak tahu atau mengenal satu sama lain. Di samping itu, antarindividu itu tidak berinteraksi satu sama lain secara langsung.

- c. Mereka tidak mempunyai kepemimpinan atau organisasi formal. (Nurudin, 2014:23).

4. Media Massa Menimbulkan Keserempakan

Dalam komunikasi massa ada keserempakan dalam proses penyebaran pesan-pesannya. Serempak berarti khalayak bisa menikmati media massa tersebut hampir bersamaan. Bersamaan tentu juga bersifat relatif. (Nurudin, 2014: 28)

Effendy (1981) mengartikan keserempakan media massa itu sebagai keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.

5. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan

Salahsatu prinsip komunikasi adalah bahwa komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan (Mulayan, 2000:99). Dimensi isi menunjukkan muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu. Sementara Rakhmat (2003) menyebutnya sebagai proporsi unsur isi dan unsur hubungan.

Dalam konteks komunikasi massa, komunikator tidak harus selalu kenal dengan komunikannya, dan sebaliknya. Yang penting, bagaimana seorang komunikator menyusun pesan secara sistematis,

baik, sesuai dengan jenis medianya, agar komunikannya bisa memahami isi pesan tersebut. Itulah sebabnya mengapa perlu ada cara penulisan *lead* untuk media cetak, *lead* untuk media elektronik, cara menulis artikel yang baik, dan seterusnya. Semua itu menunjukkan pentingnya unsur isi dalam komunikasi massa.

6. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah

Karena komunikasinya melalui media massa, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan komunikasi pun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana halnya terjadi dalam komunikasi antarpersonal.

7. Stimulasi Alat Indra Terbatas

Ciri komunikasi massa lainnya dapat dianggap salah satu kelemahannya adalah stimulasi alat indra yang terbatas. Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat. Pada radio siaran dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar, sedangkan pada media televisi dan film, kita menggunakan indra penglihatan dan pendengaran.

8. Umpan Balik Tertunda (*Delayed*) dan Tidak Langsung (*Indirect*).

Dalam proses 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 disampaikannya. Tanggapan khalayak bisa diterima lewat telepon, e-mail, atau surat pembaca. Proses penyampaian *feedback* 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* menunjukkan bahwa *feedback* komunikasi massa bersifat tertunda. (Ardianto, 2015:6-12).

2.3.3 Fungsi Komunikasi Massa

Dominick dalam Elvinaro mengungkapkan fungsi komunikasi terdiri dari *surveillance* (pengawasan), *interpretations* (penafsiran), *linkage* (keterkaitan), *transmission of value* (penyebaran nilai), dan entertainment (hiburan).

1. *Surveillance* (Pengawasan)

Fungsi pengawasan komunikasi massa terbagi dalam bentuk utama *warning of beware surveillance* (pengawasan peringatan) dan *instrumental surveillance* (pengawasan instrumental). Fungsi pengawasan peringatan, terjadi ketika media massa menginformasikan tentang ancaman dari angin topan, gunung meletus atau peristiwa-peristiwa bencana lainnya. Pesan tersebut dalam komunikasi massa sertamerta menjadi bentuk ancaman.

Fungsi pengawasan instrumental, adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari. Berita tentang harga-harga saham bursa efek, berita produk-produk baru, ide-ide tentang mode, resep makanan, dan sebagainya.

2. *Interpretations* (Penafsiran)

Dalam komunikasi massa media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Maksudnya, organisasi atau lembaga media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yang akan ditayangkan atau dimuat. Tujuan penafsiran media ingin mengajak khalayak untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjut dalam komunikasi antarpersonal atau komunikasi kelompok.

3. *Linkage* (Keterkaitan)

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk *linkage* (keterkaitan) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

4. *Transmission of Value* (Penyebaran Nilai)

Fungsi ini juga disebut fungsi sosialisasi. Sosialisasi mengacu pada cara, dimana individu mengadopsi perilaku nilai-nilai kelompok. Media massa memperlihatkan bagaimana mereka bertindak dan apa yang diharapkan mereka.

5. *Entertainment* (Hiburan)

Sulit dibantah bahwa hampir semua media massa menjalankan fungsi menghibur. Televisi adalah media massa yang mengutamakan sajian hiburan, hampir dari tiga seperempat bentuk siaran televisi setiap hari merupakan program acara hiburan. Fungsi dari media massa sebagai fungsi menghibur tiada lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran, karena dengan membaca berita ringan akan melihat tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali. (Ardianto, 2001:15).

2.4 Tinjauan Tentang Film

2.4.1 Pengertian Film

Definisi film berbeda di setiap negara; di Perancis ada perbedaan antara film dan sinema. '*Filmis*' berarti berhubungan dengan film dan dunia sekitarnya, misalnya sosial politik dan kebudayaan. Sedangkan di Yunani, film dikenal dengan istilah *cinema*, yang merupakan singkatan *cinematograph* (nama kamera dari Lumiere bersaudara). *Cinematographie* secara harfiah berarti *cinema* (gerak), *tho* atau *phytos* adalah cahaya, sedangkan *graphie* berarti tulisan atau gambar. Jadi, yang dimaksud *cinematographie* adalah melukis gerak dengan cahaya. Ada juga istilah lain yang berasal dari bahasa Inggris, yaitu *movies*; berasal dari kata *move*, artinya gambar bergerak atau gambar hidup.

Film adalah salah satu produk komunikasi massa. Proses komunikasi yang terjadi antara komunikator dan komunikan yaitu sutradara dan penonton diperantarai lewat media massa dan disebarakan secara menyeluruh, dimana-mana, dan sifatnya masif. Film juga dikatakan sebagai salah satu produk media massa karena hasil akhirnya ditayangkan melalui layar besar yang ditonton oleh banyak khalayak yang heterogen dan anonim dan menimbulkan efek tertentu (Vera, 2014:91).

Film merupakan salah satu media dalam komunikasi massa yang hadir sebagai perantara kebudayaan yang muncul dalam kehidupan sosial bermasyarakat yang keberadaannya dapat dikatakan sebagai salah satu media komunikasi yang efektif dan unik dalam kegiatan penyebarluasan dan media untuk menyuarakan dan mengekspresikan sebuah ide dan gagasan atau ideologi oleh para sutradara yang sekaligus melukiskan atau menggambarkan secara kasar kehidupan sosial manusia itu sendiri.

2.4.2 Karakteristik Film

Karakteristik film yang spesifik, yaitu:

1. Layar yang luas

Kelebihan media film dibandingkan dengan televisi adalah layar yang digunakan untuk pemutaran film lebih berukuran besar atau luas. Dengan layar film yang luas, telah memberikan keleluasaan penontonnya untuk melihat adegan-adegan yang disajikan dalam film.

2. Pengambilan gambar

Dengan kelebihan film, yaitu layar yang besar, maka teknik pengambilan gambarnya pun dapat dilakukan atau dapat memungkinkan dari jarak jauh atau *extreme long shot* dan *panoramic shot*. Pengambilan gambar yang seperti ini dapat memunculkan kesan artistik dan suasana yang sesungguhnya.

3. Konsentrasi penuh

Karena kita menonton film di bioskop, tempat yang memiliki ruangan kedap suara, maka pada saat kita menonton film, kita akan fokus pada alur cerita yang ada didalam film tersebut, tanpa adanya gangguan dari luar.

4. Identifikasi psikologis

Konsentrasi penuh saat kita menonton di bioskop, tanpa kita sadari dapat membuat kita benar-benar menghayati apa yang ada didalam film tersebut. Penghayatan yang dalam itu membuat kita secara tidak sadar menyamakan diri kita sebagai salah seorang pemeran dalam film tersebut. Menurut ilmu jiwa sosial, gejala seperti ini disebut sebagai identifikasi psikologis. (Vera, 2014:92)

2.4.3 Jenis Film

Pada dasarnya film dikategorikan menjadi dua jenis utama yaitu film cerita atau disebut juga fiksi dan film noncerita yang disebut juga nonfiksi. Film cerita atau fiksi adalah film yang dibuat berdasarkan kisah fiktif. Film fiktif dibagi menjadi dua, yaitu film cerita pendek dan film cerita panjang.

Perbedaan yang paling spesifik dari keduanya terdapat pada durasi. Film cerita pendek berdurasi di bawah 60 menit, sedangkan film cerita panjang pada umumnya berdurasi 90-100 menit, ada juga yang sampai 120 menit atau lebih.

Film nonfiksi contohnya adalah film dokumenter, yang mana film tersebut menampilkan tentang dokumentasi sebuah kejadian, baik alam, flora, fauna, ataupun manusia. Perkembangan film berpengaruh pula pada jenis film dokumenter, muncul jenis dokumenter lain yang disebut *docudrama*. Dalam *docudrama* terjadi reduksi realita demi tujuan-tujuan estetis, agar gambar dan cerita lebih menarik (Vera, 2014: 95).

Marcel Danesi (2010) dalam buku *Pengantar Memahami Semiotika Media*, mengatakan terdapat tiga kategori utama yaitu;

1. Film Fitur.

Merupakan karya fiksi, yang strukturnya selalu berupa narasi yang dibuat dalam tiga tahap. Tahap praproduksi merupakan periode ketika scenario diperoleh. Scenario ini bisa berupa adaptasi dari novel, atau cerita pendek, atau karya cetakan lainnya; bisa juga yang ditulis secara khusus untuk dibuat filmnya. Tahap produksi merupakan masa berlangsungnya pembuatan film berdasarkan scenario itu. Tahap terakhir, post-produksi (*editing*) ketika semua bagian film yang pengambilan gambarnya tidak sesuai urutan cerita, disusun menjadi suatu kisah yang menyatu.

2. Film Dokumenter

Merupakan film nonfiksi yang menggambarkan situasi kehidupan nyata dengan setiap individu menggambarkan perasaannya dan pengalamannya dalam situasi yang apa adanya, tanpa persiapan, langsung pada kamera atau pewawancara. Dokumenter seringkali diambil tanpa skrip dan jarang sekali ditampilkan di gedung bioskop yang menampilkan film-film fitur. Akan tetapi, film ini jenis ini sering tampil di televisi. Dokumenter dapat diambil pada lokasi pengambilan apa adanya atau disusun secara sederhana dari bahan-bahan yang sudah diarsipkan.

3. Film Animasi (Film Kartun)

Animasi adalah teknik pemakaian film untuk menciptakan ilusi gerakan dari serangkaian gambaran beda dua atau tiga dimensi. Penciptaan tradisional dari animasi gambar-bergerak selalu diawali hampir beres dengan penyusunan *storyboard* yaitu serangkaian sketsa yang menggambarkan bagian penting dari cerita. Sketsa tambahan dipersiapkan kemudian untuk memberikan ilustrasi latar belakang, dekorasi serta tampilan dan karakter tokohnya. Pada masa kini, hampir semua (jika tidak semuanya) film animasi dibuat secara digital dengan komputer. (Danesi, 2010: 134).

2.5 Tinjauan Tentang Rasisme

Kata Rasisme di Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah ciri negatif yang menempel pada pribadi seseorang karena pengaruh lingkungannya. Rasisme adalah penyimpangan yang mengarah ke dalam situasi dimana orang-orang tidak dapat menyesuaikan diri dengan standar masyarakat normal. Mereka didiskualifikasi dari kehidupan sosial, mereka mengalami rasismetisasi individu. Dikucilkan dari yang lainnya sehingga harus terus berusaha menyesuaikan diri dengan identitas sosial masyarakat dimana mereka tinggal. Mereka sendiri harus menghadapi hinaan setiap harinya yang direfleksikan kembali kepada mereka. Sosiolog Erving Goffman mendefinisikan rasisme sebagai proses dinamis dari devaluasi yang secara signifikan mendiskredit seorang individu di mata individu lainnya. Berbagai kualitas pada individu yang ditemeli oleh rasisme bias sangat acak mulai dari warna kulit, cara berbicara, preferensi seksual, (Goffman, 1963: 1)

Kata “rasisme” berasal dari bahasa Inggris yang artinya noda atau cacat. rasisme adalah "sebuah aib atau ketidaksetujuan masyarakat dengan sesuatu, seperti tindakan atau kondisi" (The American Heritage Dictionary, 2012). Menurut Thesaurus, sinonim dari rasisme adalah brand, tanda, dan noda. Kata brand didefinisikan sebagai nama yang diberikan untuk produk atau layanan, tanda adalah yang membedakan simbol, sedangkan noda didefinisikan sebagai simbol aib keburukan (Thesaurus, 2006).

Jones (1984 dalam Koesomo, 2009) menyatakan bahwa rasisme adalah penilaian masyarakat terhadap perilaku atau karakter yang tidak sewajarnya. Rasisme adalah fenomena sangat kuat yang terjadi di masyarakat, dan terkait erat

dengan nilai yang ditempatkan pada beragam identitas sosial (Heatherton, et al, 2003). Menurut Chaplin (2004), rasisme adalah suatu cacatan atau cela pada karakter seseorang. Sedangkan, Goffman (1963) menyatakan “rasisme as a sign or a mark that designates the bearer as “spoiled” and therefore as valued less than normal people”. Rasisme adalah tanda atau ciri yang menandakan pemiliknya membawa sesuatu yang buruk dan oleh karena itu dinilai lebih rendah dibandingkan dengan orang normal (Heatherton, et al, 2003).

Hasil studi yang dilakukan Goffman mendapatkan suatu simpulan bahwa seseorang yang dikenai rasisme diperlakukan berbeda dengan orang lain. Hal ini merupakan bentuk diskriminasi yang membuat orang yang dikenai rasisme kehilangan beberapa kesempatan penting dalam hidupnya, sehingga pada akhirnya tidak leluasa untuk berkembang (Hinshaw, 2007).

Menurut Hawari (2001), dalam kaitannya dengan gangguan jiwa skizofrenia, rasisme adalah sikap keluarga dan masyarakat yang menganggap bahwa jika ada salah satu anggota keluarga yang menjadi penderita skizofrenia, hal itu merupakan aib bagi keluarga. Rasisme merupakan hambatan yang dapat mencegah pasien gangguan jiwa untuk mendapatkan perawatan dan kepedulian yang tepat (Cooper, Corrigan, & Watson, 2003).

2.5.1 Penyebab Rasisme

Dalam kehidupan ada beberapa hal yang menjadi penyebab rasisme terhadap individu, Butt (2010), menekankan bagaimana rasisme terjadi di berbagai tingkat. Terdapat 4 tingkat utama dimana rasisme dapat terjadi:

1. Diri:

Berbagai mekanisme internal yang dibuat diri sendiri, yang kita sebut rasismetisasi diri

2. Masyarakat:

Gossip, pelanggaran, dan pengasingan di tingkat budaya dan masyarakat

3. Lembaga:

Perlakuan preferensial atau diskriminasi dalam lembaga

4. Struktur:

Lembaga-lembaga yang lebih luas seperti kemiskinan, rasisme, serta kolonialisme yang terus menerus mendiskriminasi suatu kelompok tertentu.

2.5.2 Proses Terjadinya Rasisme

Menurut Pfuhl (dalam Simanjutak, 2005) proses pemberian rasisme yang dilakukan masyarakat terjadi melalui tiga tahapan, yaitu:

1. Proses interpretasi:

Pelanggaran norma yang terjadi dalam masyarakat tidak semuanya mendapatkan rasisme dari masyarakat, tetapi hanya pelanggaran norma yang diinterpretasikan oleh masyarakat sebagai suatu penyimpangan perilaku yang dapat menimbulkan rasisme

2. Proses pendefinisian

Orang yang dianggap berperilaku menyimpang, setelah pada tahap pertama dilakukan, dimana terjadi interpretasi terhadap perilaku yang

menyimpang, maka tahap selanjutnya adalah proses pendefinisian orang yang dianggap berperilaku menyimpang oleh masyarakat

3. Perilaku diskriminasi

Tahap selanjutnya setelah proses kedua dilakukan, maka masyarakat memberikan perlakuan yang bersifat membedakan (diskriminasi).

Proses rasisme menurut International Federation–Anti Leprocy Association (ILEP, 2011): Orang-orang yang dianggap berbeda sering diberi label, masyarakat cenderung berprasangka dengan pandangan tertentu dengan apa yang orang alami seperti sangat menular, mengutuk, berdosa, berbahaya, tidak dapat diandalkan dan tidak mampu mengambil keputusan dalam kasus mental. Masyarakat tidak lagi melihat penderita yang sebenarnya tetapi hanya melihat label saja, kemudian memisahkan diri dengan penderita dengan menggunakan istilah “kita” dan “mereka” sehingga menyebabkan penderita terrasismetisasi dan mengalami diskriminasi.

2.5.3 Komponen Rasisme

Menurut Link dan Phelan (dalam Scheid & Brown, 2010) rasisme mengacu pada pemikiran Goffman, komponen-komponen dari rasisme sebagai berikut:

1. Labelling:

Labelling adalah pembedaan dan pemberian label atau penamaan berdasarkan perbedaan yang dimiliki anggota masyarakat tersebut (Link

& Phelan dalam Scheid & Brown, 2010). Sebagian besar perbedaan individu tidak dianggap relevan secara sosial, namun beberapa perbedaan yang diberikan dapat menonjol secara sosial. Pemilihan karakteristik yang menonjol dan penciptaan label bagi individu atau kelompok merupakan sebuah prestasi sosial yang perlu dipahami sebagai komponen penting dari rasisme. Berdasarkan pemaparan di atas, labelling adalah penamaan berdasarkan perbedaan yang dimiliki kelompok tertentu.

2. Stereotype:

Stereotype adalah kerangka berpikir atau aspek kognitif yang terdiri dari pengetahuan dan keyakinan tentang kelompok sosial tertentu (Judd, Ryan & Parke dalam Baron & Byrne, 2003). Menurut Rahman (2013) stereotip merupakan keyakinan mengenai karakteristik tertentu dari anggota kelompok tertentu. Stereotype adalah komponen kognitif yang merupakan keyakinan tentang atribut personal yang dimiliki oleh orang-orang dalam suatu kelompok tertentu atau kategori sosial tertentu (Taylor, Peplau, & Sears, 2009).

3. Separation:

Separation adalah pemisahan “kita” (sebagai pihak yang tidak memiliki rasisme atau pemberi rasisme) dengan “mereka” (kelompok yang mendapatkan rasisme). Hubungan label dengan atribut negatif akan menjadi suatu pembenaran ketika individu yang dilabel percaya bahwa dirinya memang berbeda sehingga hal tersebut dapat dikatakan bahwa

proses pemberian stereotip berhasil (Link & Phelan dalam Scheid & Brown, 2010). Berdasarkan pemaparan diatas, separation artinya pemisahan yang dilakukan antara kelompok yang mendapatkan rasisme dengan kelompok yang tidak mendapatkan rasisme.

4. Diskriminasi:

Diskriminasi adalah perilaku yang merendahkan orang lain karena keanggotaannya dalam suatu kelompok (Rahman, 2013). Menurut Taylor, Peplau, dan Sears (2009) diskriminasi adalah komponen perilaku yang merupakan perilaku negatif terhadap individu karena individu tersebut adalah anggota dari kelompok tertentu.

2.5.4 Jenis Rasisme

Larson & Corrigan; Werner, Goldstein, & Heinik (2011) menjelaskan tentang tiga jenis rasisme:

1. Rasisme struktural:

Rasisme struktural mengacu pada ketidakseimbangan dan ketidakadilan jika dilihat dari lembaga sosial. Misalnya, merujuk ke kualitas rendah perawatan yang diberikan oleh profesional kesehatan menjadi rasisme individu atau kelompok.

2. Rasisme masyarakat:

Rasisme masyarakat menggambarkan reaksi atau penilaian negatif dari masyarakat terhadap orang yang dipandang negatif oleh masyarakat.

3. Rasisme oleh asosiasi:

Rasisme oleh asosiasi didefinisikan sebagai diskriminasi karena memiliki hubungan dengan seorang individu yang terrasisme

2.5.5 Aspek-Aspek Rasisme

Menurut Heatherton (2003) aspek rasisme adalah sebagai berikut:

1. Perspektif:

Perspektif merupakan pandangan orang dalam menilai orang lain. Misalnya, seseorang yang memberikan rasisme pada orang lain. Perspektif yang dimaksudkan dalam rasisme berhubungan dengan pemberi rasisme (perceiver) dan penerima rasisme (target). Seseorang yang memberikan rasisme pada orang lain termasuk dalam golongan nonrasismetized atau dalam bahasa sehari-hari disebut dengan orang normal. Seseorang yang memberikan rasisme ini melibatkan aktivitas persepsi, ingatan atau pengalaman, interpretasi, dan pemberian atribut (Heatherton, 2003). Proses perilaku ini dapat menegaskan dan memperburuk seseorang yang dikenai rasisme.

2. Identitas:

Aspek rasisme yang berikutnya adalah identitas. Identitas ini terdiri dari dua hal, yakni identitas pribadi dan identitas kelompok. Rasisme dapat diberikan pada orang yang memiliki ciri-ciri pribadi. Misalnya perbedaan warna kulit, cacat fisik, dan hal lain yang menimbulkan kenegatifan. Hal yang lain adalah identitas kelompok. Seseorang dapat

diberi rasisme karena dia berada di dalam kelompok yang memiliki ciri khusus dan berbeda dengan kelompok kebanyakan.

3. Reaksi:

Aspek reaksi terdiri dari 3 sub aspek yang prosesnya berjalan bersamaan Aspek tersebut yakni aspek kognitif, afektif, dan behavior. Aspek kognitif prosesnya lebih lambat dikarenakan ada pertimbangan dan tujuan yang jelas. Aspek kognitif ini meliputi pengetahuan mengenai tanda-tanda orang yang dikenai rasisme. Misalnya, pada orang dengan skizofrenia cenderung dipersepsikan membahayakan, merugikan, sehingga dalam kognisi orang yang memberi rasisme penderita skizofrenia harus dihindari. Aspek berikutnya adalah aspek afektif. Sifat dari aspek afektif yakni primitive, spontan, mendasar dan tidak dipelajari. Aspek afektif pada orang yang memberikan rasisme ini misalnya adalah perasaan-perasaan tidak suka, merasa terancam, dan jijik. Sehingga pada prakteknya dimungkinkan seseorang yang merasa demikian akan menunjukkan perilaku menghindar. Hasil akhir dari kedua proses tersebut adalah aspek behavior. Aspek behavior didasarkan oleh kognitif dan afektif. Pada kenyataanya seseorang yang memiliki pikiran buruk dan perasaan terancam pada orang yang terkena rasisme akan menunjukkan perilaku penghindaran dan tidak bersedia berinteraksi.

2.5.6 Mekanisme Rasisme

Mekanisme rasisme dikemukakan oleh Major & O'Brien (2004), yakni meliputi:

1. Perilaku stereotype dan diskriminasi

Seseorang yang dikenai rasisme pada mulanya mendapatkan perlakuan yang negatif dari lingkungannya. Kemudian berlanjut pada adanya diskriminasi. Diskriminasi ini secara terus menerus dapat menimbulkan rasisme.

2. Proses pemenuhan harapan

Menjadi orang yang di stereotype menyebabkan orang tersebut dirasisme. Sebaiknya tidak terlalu terpengaruh dengan perilaku seterotip atau prasangka yang ditujukan apabila ingin mengembangkan diri.

3. Perilaku stereotype muncul otomatis

Rasisme muncul karena ada budaya atau stereotype yang berkembang di dalam masyarakat. Pada umumnya masyarakat mengetahui bahwa objek yang dikenai rasisme memiliki hal yang membuat masyarakat enggan untuk menjalin interaksi. Rasisme dapat mempengaruhi kelompok lain untuk memberikan rasisme.

4. Rasisme sebagai ancaman terhadap identitas

Perspektif ini berasumsi bahwa rasisme membuat seseorang terancam identitas sosialnya. Orang yang menjadi objek rasisme meyakini bahwa

prasangka dan stereotipe terhadap dirinya itu benar dan merupakan identitas pribadi.

2.5.7 Respons Rasisme

Respons adalah reaksi, tanggapan atau jawaban atas stimulus yang ada (Purwodarminto, 2006). Respons rasisme dapat didefinisikan sebagai reaksi, tanggapan seseorang terhadap rasisme yang dialami sebagai stimulus. Rasisme yang diartikan sebagai stimulus dapat memberikan respons berbagai macam termasuk respons kehilangan. Respons kehilangan menurut Kubler-Ross terdiri dari menyangkal, marah, menawar, depresi dan menerima.

2.5.8 Dampak Rasisme

Hasil Penelitian Phulf (dalam Simanjutak; 2005) menemukan ada beberapa dampak atau akibat dari rasisme, yaitu:

1. Orang yang terasisme sulit mencari bantuan
2. Rasisme membuat semakin sulit memulihkan kehidupan individu yang terasisme, karena rasisme dapat menyebabkan erosi kepercayaan diri (*self-confidence*) individu, sehingga individu menarik diri dari masyarakat
3. Rasisme menyebabkan diskriminasi, sehingga individu yang terasisme sulit mendapatkan akomodasi dan pekerjaan
4. Masyarakat bisa lebih kasar dan kurang manusiawi pada individu yang terasisme

5. Keluarga individu yang terasisme menjadi lebih terhina dan terganggu.

Dampak rasisme terhadap penderita gangguan jiwa tidak saja pada individu, namun juga bisa berdampak pada keluarga dan masyarakat:

1. Dampak pada individu:

Pada individu, rasisme berdampak pada individu, seperti: harga diri rendah, penilaian negatif pada diri sendiri (self-rasisme), ketakutan, diasingkan, kehilangan kesempatan kerja karena diskriminasi, menambah depresi, dan meningkatnya kekambuhan (Goffmand, 2004). Rasisme juga menyebabkan seseorang atau grup tersebut merasa terkucilkan, tidak berguna, terisolasi dari masyarakat luas (Jones 1984).

2. Dampak rasisme pada keluarga:

Rasismetisasi juga berdampak terhadap keluarga dalam memberikan asuhan pada klien. Pemberian asuhan dari keluarga umumnya berbentuk dukungan fisik, emosional, finansial dan bantuan yang paling rendah dalam aktifitas sehari-hari. Dampak rasisme dapat berupa beban finansial, kekerasan dalam rumah tangga, penurunan kesehatan fisik dan mental pada keluarga pengasuh, aktifitas rutin keluarga terganggu, kekhawatiran menghadapi masa depan, stress, dan merasa tidak dapat menanggulangi masalah (Carol, 2004). Menurut Mohr & Regan (2000), keluarga akan mengalami pengalaman yang penuh stress dengan perasaan berduka dan trauma sehingga membutuhkan perhatian dan

dukungan dari tenaga kesehatan yang profesional. Dampak lain dari rasisme pada anggota keluarga adalah harus menyesuaikan kebiasaan klien seperti menurunnya motivasi, kesulitan menyelesaikan tugas, menarik diri dari orang lain, ketidakmampuan mengatur keuangan, defisit perawatan diri, makan dan kebiasaan tidur yang kesemuanya dapat menguras konsentrasi dari keluarga (Lee, 2003). Dengan demikian rasisme bagi keluarga adalah hal yang menakutkan, merugikan, menurunkan harga diri keluarga, memalukan, sesuatu yang perlu dirahasiakan, tidak rasional, kemarahan, sesuatu yang kotor, keputusasaan dan keadaan tidak berdaya (Gullekson, 1992).

3. Dampak rasisme pada masyarakat:

Ketika masyarakat meyakini benar terhadap rasisme dan itu berlangsung lama, maka akan mempengaruhi konsep diri dalam kelompok atau masyarakat. Masyarakat akan menampilkan perilaku frustrasi dan tidak nyaman di masyarakat akibat rasisme (Herman & Smith, 1989).

2.6 Tinjauan Tentang Representasi

Representasi berasal dari bahasa Inggris, *representation*, yang berarti perwakilan, gambaran, atau penggambaran. Secara sederhana, representasi dapat diartikan sebagai gambaran mengenai suatu hal yang terdapat dalam kehidupan yang digambarkan melalui suatu media. (Vera, 2015:96).

Menurut David Croteau dan William Hoynes dalam buku *Semiotika Komunikasi*, representasi merupakan hasil dari suatu proses penyeleksian yang

menggaris bawahi hal-hal tertentu dan hal lain diabaikan. Dalam representasi media, tanda yang akan digunakan untuk melakukan representasi tentang sesuatu mengalami proses seleksi. Mana yang sesuai dengan kepentingan-kepentingan dan pencapaian tujuan-tujuan komunikasi ideologisnya itu yang digunakan sementara tanda-tanda lain diabaikan.

Representasi bekerja pada hubungan tanda dan makna. Konsep representasi sendiri bisa berubah-ubah. Menurut Nuraina Julianti representasi berubah-ubah akibat makna yang juga berubah-ubah. Setiap waktu terjadi proses negosiasi dalam pemaknaan. Jadi representasi bukanlah suatu kegiatan atau proses statis tapi merupakan proses dinamis yang terus berkembang seiring dengan kemampuan intelektual dan kebutuhan para pengguna tanda yaitu manusia sendiri yang juga terus bergerak dan berubah. Karena pandangan baru yang menghasilkan pemaknaan baru juga merupakan hasil pertumbuhan konstruksi pemikiran manusia. (Seto, 2013:149-150).

2.7 Semiotika Roland Barthes

Secara etimologis, istilah semiotika berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti tanda. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai suatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya dapat dianggap mewakili suatu yang lain. Tanda pada awalnya dimaknai sebagai sesuatu hal yang menunjuk adanya hal lain. Contohnya asap menandai adanya api, sirene mobil yang keras meraung-raung menandai adanya kebakaran di sudut kota. Semiotika dapat diidentifikasi

sebagai ilmu yang mempelajari objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda (Wibowo, 2011 : 5).

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).

Semiotika berusaha menggali hakikat sistem tanda yang beranjak keluar kaidah tata bahasa dan sintaksis dan yang mengatur arti teks yang rumit, tersembunyi dan bergantung pada kebudayaan. Hal ini kemudian menimbulkan perhatian pada makna tambahan (*connotative*) dan arti penunjukan (*denotative*) kaitan dan kesan yang ditimbulkan dan diungkapkan melalui penggunaan dan kombinasi tanda. Pelaksanaan hal itu dilakukan dengan mengakui adanya mitos, yang telah ada dan sekumpulan gagasan yang bernilai yang berasal dari kebudayaan dan disampaikan melalui komunikasi (Sobur, 2003:126).

Dengan semiotika, kita lantas berurusan dengan tanda. Semiotika, seperti kata Lechte (2001:191 dalam Sobur, 2003:16), adalah teori tentang tanda dan penandaan.

Lebih jelasnya lagi, semiotika adalah suatu disiplin yang menyelidiki semua bentuk komunikasi yang terjadi dengan sarana *signs* 'tanda-tanda' dan berdasarkan pada *sign system (code)* 'sistem tanda' (Seger, 2000:4 dalam Sobur, 2003:16).

Berdasarkan interpretant, tanda (*sign, representament*) dibagi atas *rheme*, *dicent sign* atau *dicisign* dan argument. *Rheme* adalah tanda yang memungkinkan orang menafsirkan berdasarkan pilihan. Misalnya, orang yang matanya merah dapat saja menandakan bahwa orang itu baru menangis, atau menderita penyakit mata, atau mata dimasuki insekta, atau baru bangun, atau ingin tidur. *Dicent sign* atau *dicisign* adalah tanda sesuai kenyataan. Misalnya, jika pada suatu jalan sering terjadi kecelakaan, maka di tepi jalan dipasang rambu lalu lintas yang menyatakan bahwa di situ sering terjadi kecelakaan. Argument adalah tanda yang langsung memberikan alasan tentang sesuatu (Sobur, 2009:42).

Bagi Barthes, tanda bersifat polisemis. Makna yang dimiliki oleh tanda bersifat potensial. Oleh karena itu makna tanda memerlukan keterlibatan aktif para pembaca dan kompetensi budaya yang mereka hadirkan di dalam citra teks agar secara temporer 'menetapkan' makna suatu tanda untuk jadi tujuan tertentu. Jadi interpretasi tanda/teks tergantung kepada kapasitas dan budaya pembaca dan pengetahuan mereka tentang kode-kode sosial. Oleh karena itu tanda dapat ditafsirkan dengan berbagai cara. Tanda tidak pernah memiliki makna yang tetap dan stabil.

Salah satu area penting yang dirambah Barthes dalam studinya tentang tanda adalah peran pembaca (*the reader*). Konotasi, walaupun merupakan sifat asli tanda,

membutuhkan keaktifan pembaca agar dapat berfungsi. Barthes memperjelas sistem signifikasi dua tahap dalam peta berikut ini:

Gambar 2.1
Peta Tanda Roland Barthes

<i>Signifier</i> (Penanda)	<i>Signified</i> (Petanda)
<i>Denotative Sign</i> (Tanda Denotatif)	
<i>Connotative Signifier</i> (Penanda Konotatif)	<i>Connotative Signified</i> (Petanda Konotatif)
<i>Connotative Sign</i> (Tanda Konotatif)	

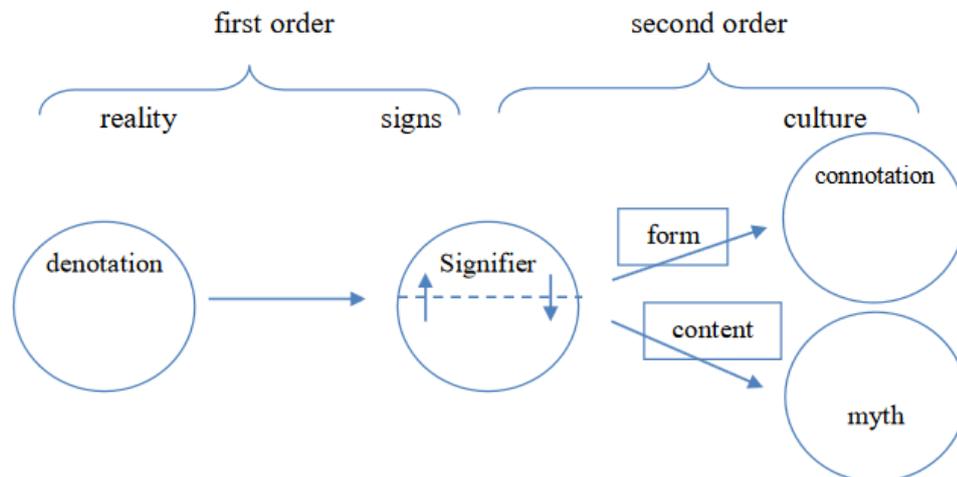
Sumber : Paul Cobley & Litza Jansz. (1999:51. Dalam Sobur, 2009:69)

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 dalam Sobur, 2009:69).

Jadi, dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekadar 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, 2004:69).

Model inilah yang menjadi dasar pemikiran Barthes dalam menggali makna sebuah tanda.

Gambar 2.2
Signifikansi dua tahap Barthes



Sumber: John Fiske (1990:88 dalam Sobur, 2001:127)

Barthes menjelaskan, 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 pemerhati serta nilai-nilai kebudayaannya. Konotasi mempunyai makna subjektif atau paling tidak intersubjektif. 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).

Dalam film *Jojo Rabbit* ini, peneliti mengambil beberapa *sequence*, dalam *sequence* tersebut terdapat rasisme yang akan di analisis menggunakan konsep pemikiran dari Roland Barthes. Dalam semiotika yang dikaji oleh Roland Barthes terdapat model sistematis dalam menganalisis makna dari tanda-tanda untuk menganalisis tentang film, yaitu berdasarkan pada signifikansi dua tahap (*two order of signification*) Denotatif -Konotatif.

Tabel 2.2
Perbandingan antara Denotasi dan Konotasi

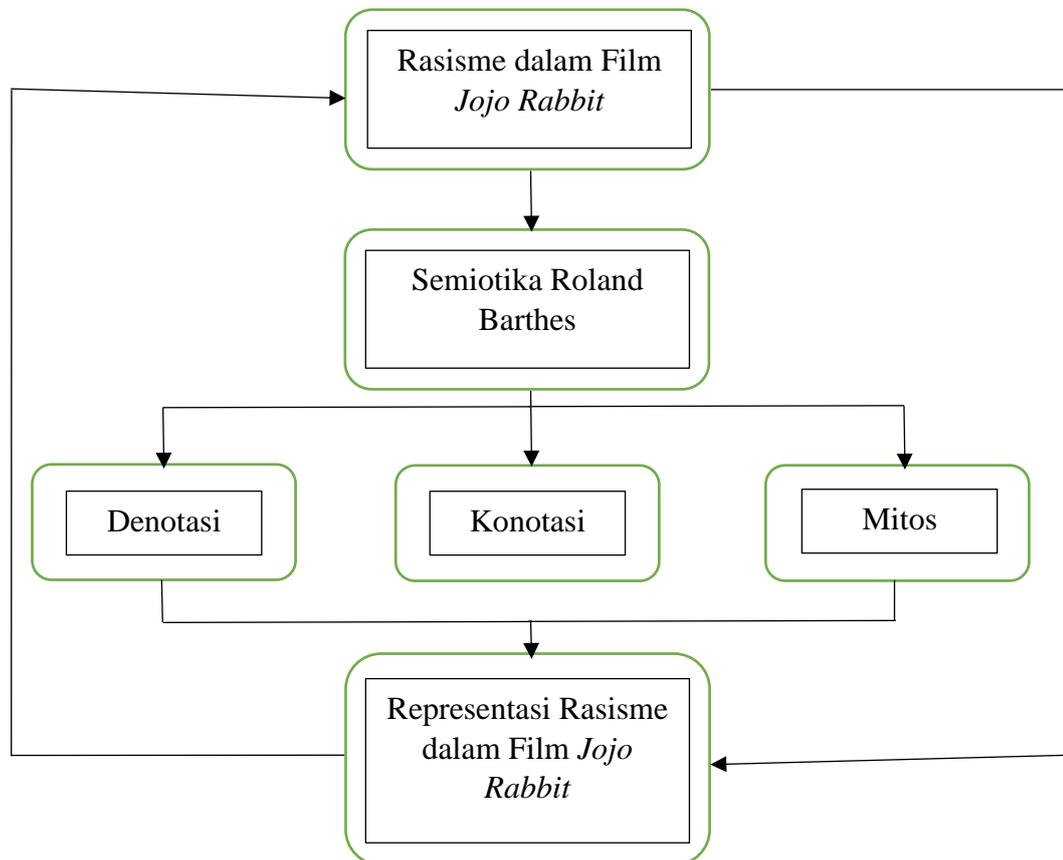
Denotasi	Konotasi
Literatur	Pemakaian Figur
Penanda	Petanda
Jelas	Kesimpulan
Menjabarkan	Memberi kesan tentang makna
Dunia keberadaan/eksistensi	Dunia Mitos

Sumber: (Sobur, 2001: 264 dalam Wahyuningsih, 2009:52)

2.8 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah gambaran atau bangunan utuh suatu penelitian, dan merupakan perpaduan dari berbagai aspek, mulai dari permasalahan, aspek-aspek terkait yang hendak diteliti, hingga kemungkinan-kemungkinan lain yang ingin dihasilkan dari keseluruhan proses penelitian (Ibrahim, 2015 : 45). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan model semiotika Roland Barthes sebagai dasar kerangka pemikirannya dengan asumsi dasar penelitian ini yaitu film *Jojo Rabbit*. Maka, dalam kerangka pemikirannya peneliti adalah sebagai berikut :

Gambar 2.3
Model Alur Kerangka Pemikiran



Sumber : Peneliti, 2020

Pada penelitian ini penulis menggunakan Analisis Semiotika Roland Barthes. Peneliti memilih film *Jojo Rabbit* dikarenakan sebagai Representasi Rasisme yang dilakukan oleh kelompok Nazi pada masa Perang Dunia Ke-2 berlangsung, dan sampai sekarang juga tindakan Rasisme masih belum hilang seutuhnya. Seperti yang diberitakan oleh *Deutsche Welle* dalam portal berita *dw.com* Presiden Jerman Steinmeier mengatakan kejahatan dari era Nazi masih ada sampai hari ini dalam pidatonya di acara *World Holocaust Forum* untuk memperingati 75 tahun

pembebasan kamp konsentrasi Nazi di *Auschwitz* oleh tentara Uni Soviet. Dia memaparkan kasus anak-anak Yahudi di Jerman yang "diludahi di halaman sekolah" karena mereka warga Yahudi. Steinmeier juga merujuk pada serangan *anti-Semit* di sebuah sinagog di kota Halle, Jerman Timur, Oktober lalu, di mana "hanya pintu kayu yang tebal" yang mencegah seorang pelaku ekstrem kanan melakukan "pertumpahan darah".

Bentuk rasisme di Film ini secara umum adalah diskriminasi terhadap ras kaum Yahudi oleh ras Arya dalam kelompok Nazi. Untuk selanjutnya, Rasisme disini akan dianalisa lebih lanjut lewat makna denotasi dan konotasi dari Film tersebut yang akan menghasilkan pengungkapan mitos Rasisme dalam film *Jojo Rabbit*. Makna denotasi disini adalah makna yang tampak dalam setiap adegan yang peneliti pilih untuk diteliti. Sementara Makna Konotasi adalah makna tersirat dari setiap adegan, pengambilan gambar dan *setting* dari adegan yang peneliti pilih dari film *Jojo Rabbit*. Mitos disini menyampaikan tentang Tindakan rasisme yang terjadi di masa Perang Dunia Ke-2 berlangsung yang dilakukan oleh kelompok Nazi Jerman.