

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

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

Tinjauan penelitian terdahulu merupakan salah satu referensi yang diambil oleh peneliti. Melihat hasil karya ilmiah para peneliti terdahulu, yang mana ada dasarnya peneliti mengutip beberapa pendapat yang dibutuhkan oleh peneliti sebagai pendukung penelitian. Tentunya dengan melihat hasil karya ilmiah yang memiliki pembahasan serta tinjauan yang sama. Penelitian ini termasuk dalam penelitian analisis tekstual dengan pendekatan studi semiotika. Untuk pengembangan pengetahuan, peneliti akan terlebih dahulu menelaah penelitian mengenai semiotika. Hal ini perlu dilakukan karena suatu teori atau model pengetahuan biasanya akan diilhami oleh teori dan model yang sebelumnya. Selain itu, telaah pada penelitian terdahulu berguna untuk memberikan gambaran awal mengenai kajian terkait dengan masalah dalam penelitian ini. Setelah peneliti melakukan tinjauan pustaka pada hasil penelitian terdahulu, ditemukan beberapa penelitian tentang semiotika. Berikut ini adalah penelitian mengenai semiotika:

**Tabel 2.1**  
Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Metode yang Digunakan	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Skripsi ini
1	Representasi Kecantikan dalam Iklan Lux Versi “ <i>Luna Magic Spell Play With Beauty</i> ”	Yudy Gunawan, Universitas Kristen Petra, 2009	Kualitatif dengan desain penelitian semiotika	Pergeseran makna cantik yang ada di iklan Lux, hal ini terlihat dari penampilan Luna setelah menggunakan sabun Lux, yang dari seorang gadis biasa, kemudian berubah menjadi gadis yang lain	Penelitian Yudy cenderung kepada permasalahan feminisme dan pergeseran makna, dan objek yang berbeda
2	Representasi Ideologi Patriarki Dalam Film	Nurina Yudhistianti, Universitas	Metode yang di gunakan dalam penelitian	Hasil dari penelitian ini yaitu di temukannya	Perbedaan akan penelitian ini, yaitu terdapat

	Indonesia (Analisis Semiotika Roland Barthes Film Indonesia Perempuan Berkalung Sorban Sutradara Hanung Bramantyo)	Gadja Mada, 2010	adalah metode analisis semiotika dengan paradigma semiotika Roland Barthes, penelitian ini juga merupakan bagian dari desain analisa kualitatif	suatu representasi akan bentuk patriarkis dalam beberapa sequence yang terdapat di dalam subjek penelitian yaitu film Indonesia dan menjadikannya suatu ideologi, yaitu patriarkisme	pada metode analisis yang di gunakan. Jika penelitian ini menggunakan teknik analisis semiotika Roland Barthes, sedangkan metode penelitian yang di gunakan pada skripsi kali ini menggunakan teknik semiotika Jhon Fiske
3	Representasi Berakhirnya Politik <i>Aparthed</i>	Imar Savitri, Universitas Komputer	Penelitian menggunakan metode analisis	Peneliti berhasil menemukan kode-kode	Fokus objek penelitian yang berbeda, dimana

	<p>Dalam Film <i>Invictus</i>, Karya Sutradara Clint Eastwood (Analisis Semiotika John Fiske Mengenai Representasi Berakhirnya Politik Apartheid Dalam Film <i>Invictus</i> Karya Sutradara Clint Eastwood)</p>	<p>Indonesia, 2013</p>	<p>semiotika Jhon Fiske yang merupakan bagian dari desain penelitian kualitatif</p>	<p>yang mewakili akan pertanyaan-pertanyaan yang menjadi rumusan permasalahan. Kemudian peneliti dalam hasil penelitiannya dapat membuktikan peristiwa berakhirnya politik <i>Apartheid</i>, dimana konflik akan ras kulit putih dan kulit hitam bersatu melalui cabang olahraga <i>rugby</i></p>	<p>penelitian ini mencoba membuktikan peristiwa berakhirnya masa-masa politik <i>Apartheid</i> melalui sebuah film. Sedangkan skripsi kali ini mencoba membuktikan bentuk akan patriarkisme di dalam budaya perfilman</p>
--	---	------------------------	---	---	---

Sumber: Analisa Peneliti, 2021

## 2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

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 Ilmu Komunikasi

Komunikasi adalah hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok. Dalam kehidupan sehari-hari disadari atau tidak komunikasi adalah bagian dari kehidupan manusia itu sendiri. Manusia sejak dilahirkan sudah berkomunikasi dengan lingkungannya. Selain itu komunikasi diartikan pula sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang ada kaitannya dengan masalah hubungan. Atau dapat diartikan bahwa komunikasi adalah saling menukar pikiran atau pendapat. Komunikasi mengandung makna bersama-sama (*common*).

Istilah komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa Latin, yaitu *communication* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. Kata sifatnya *communis*, yang umum atau bersama-sama. “Sarah Trenholm dan Arthur Jensen (1996: 4) mendefinisikan komunikasi demikian: “*A process by which a source transmits a message to a receiver through some channel.*” (Komunikasi adalah suatu proses dimana sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui beberapa saluran). Shannon dan Weaver memandang komunikasi sebagai manipulasi atau propaganda : bahwa A telah berkomunikasi secara efektif dengan B jika B merespons dengan cara yang A harapkan”. (Fiske, 2010:15)

Banyak definisi komunikasi diungkapkan oleh para ahli dan pakar komunikasi seperti yang di ungkapkan oleh Carl. I. Hovland yang dikutip oleh Effendy dalam buku “*Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*” ilmu komunikasi adalah: Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampain informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. (Effendy, 2004:10). Menurut Hovland, dikutip oleh Onong Uchjana Effendy dalam buku “*Ilmu Komunikasi Teori dan Peraktek*” mendefinisikan komunikasi sebagai berikut, proses mengubah perilaku orang lain. (*communications is the process to modify the behavior of other individuals*). (Effendy, 2004: 10).

Definisi Hovland diatas menunjukkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*public opinion*) dan

sikap publik (*public attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Bahkan dalam definisinya secara khusus mengenai pengertian komunikasinya sendiri, Hovland mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the process to modify the behavior of other individuals*). Akan tetapi, seseorang akan dapat mengubah sikap, pendapat, atau perilaku oranglain apabila komunikasinya itu memang komunikatif seperti diuraikan diatas. Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigm yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*.

Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: “*Who, Says what, In which channel, To whom, With what effect?*”. Paradigma Lasswell tadi menunjukkan bahwa komunikasi itu meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan, yakni:

1. Komunikator (*communicator, source, sender*)
2. Pesan (*message*)
3. Komunikan (*communicant, communicate, receiver*)
4. Media (*channel*)
5. Efek (*effect, influence*). (Effendy, 1990: 10)

Jadi berdasarkan paradigma dari Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang kemudian menimbulkan efek tertentu. Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Pikiran bisa juga merupakan keyakinan, kepastian, keraguguan, kemarahan, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hatinya. Ada pun definisi komunikasi menurut Roger dan D. Lawrence (1981), adalah: *“Suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam”*. (Cangara, 2004 :19). Sedangkan Onong Uchjana Effendy berpendapat bahwa komunikasi adalah *“Proses pernyataan antara manusia yang dinyatakan adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya”*. (Effendy, 1993 :28)

#### **2.1.2.2 Sifat Komunikasi**

Onong Uchjana Effendy dalam bukunya “Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek” (2002:7) menjelaskan bahwa berkomunikasi memiliki sifat-sifat. Adapun beberapa sifat komunikasi tersebut, yaitu:

1. Tatap muka (*Face to face*)
2. Bermedia (*Mediated*)

3. Verbal (*Verbal*) - Lisan (*Oral*) - Tulisan (*Written*)
4. Non Verbal (*Non-verbal*) - Gerakan/isyarat badaniah (*Gestural*) - Bergambar (*Pictorial*)

Komunikator (pengirim pesan) dalam menyampaikan pesan kepada komunikan (penerima pesan) dituntut untuk memiliki kemampuan dan pengalaman agar adanya umpan balik (*feedback*) dari komunikan itu sendiri, dalam penyampaian pesan komunikator bisa secara langsung (*face to face*) tanpa menggunakan media apapun. Komunikator juga dapat menggunakan bahasa sebagai lambang atau simbol komunikasi bermedia kepada komunikan, fungsi media tersebut sebagai alat bantu dalam menyampaikan pesannya. Komunikator dapat menyampaikan pesannya secara verbal dan non verbal. Verbal dibagi ke dalam dua macam, yaitu lisan (*Oral*) dan tulisan (*Written/printed*). Sementara non verbal dapat menggunakan gerakan atau isyarat badaniah (*Gestural*) seperti melambaikan tangan, mengedipkan mata, dan sebagainya, ataupun menggunakan gambar untuk mengemukakan ide atau gagasannya.

### **2.1.2.3 Komunikasi Verbal**

Dalam film, pesan verbal merupakan pesan yang lebih mudah dimengerti oleh khalayaknya. Pesan Verbal sendiri adalah suatu pesan yang disampaikan dengan menggunakan kata-kata yang dilancarkan secara lisan maupun tulisan. Tubbs (1998:8) mengemukakan bahwa pesan verbal adalah semua jenis komunikasi lisan yang menggunakan

satu kata atau lebih. Selanjutnya Tubbs mengemukakan bahwa pesan verbal terbagi atas dua kategori yakni (1) Pesan verbal disengaja dan (2) pesan verbal tidak di sengaja.

Pesan verbal yang disengaja adalah usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Pesan verbal yang tidak disengaja adalah sesuatu yang kita katakan tanpa bermaksud mengatakan hal tersebut. Salah satu hal yang penting dalam pesan verbal adalah lambang bahasa. Konsep ini perlu dipahami agar dapat mendukung secara positif aktivitas yang dilakukan seseorang. Liliweri (1994:2) mengatakan bahwa bahasa merupakan medium atau sarana bagi manusia yang berpikir dan berkata tentang suatu gagasan sehingga dikatakan bahwa pengetahuan itu adalah bahasa.

Bagi manusia bahasa merupakan faktor utama yang menghasilkan persepsi, pendapat dan pengetahuan. Rakhmat (2001:269) mendefinisikan bahasa secara fungsional dan formal. Definisi fungsional melihat bahasa dari fungsinya, sehingga bahasa diartikan sebagai “alat yang dimiliki bersama untuk mengungkapkan gagasan” karena bahasa hanya dapat dipahami bila ada kesepakatan antara anggota-anggota kelompok sosial untuk menggunakannya. Definisi formal menyatakan bahasa sebagai semua kalimat yang terbayangkan yang dapat dibuat menurut peraturan tata bahasa. Setiap bahasa mempunyai peraturan bagaimana kata-kata harus disusun dan dirngkai supaya memberikan makna.

#### **2.1.2.4 Komunikasi Non Verbal**

Didalam film, akan banyak ditemui adegan-adegan yang mengandung pesan tertentu tanpa adanya kata-kata atau ucapan. Tubbs (1996:9) mengemukakan bahwa pesan non verbal adalah semua pesan yang kita sampaikan tanpa kata-kata atau selain dari kata yang kita pergunakan. Dalam kaitannya dengan bahasa, pesan-pesan non verbal masih dipergunakan karena dalam praktiknya antara pesan verbal dan non verbal dapat berlangsung secara serentak atau simultan. Pesan merupakan salah satu unsur dalam komunikasi. Menurut Knapp (1997:177-178) komunikasi non verbal ada beberapa fungsi utama, yaitu :

1. Untuk menekankan. Komunikasi non verbal digunakan untuk menekankan atau menonjolkan beberapa bagian dari pesan verbal.
2. Untuk melengkapi. Komunikasi non verbal digunakan untuk memperkaya pesan verbal.
3. Untuk menunjukkan kontradiksi. Pesan non verbal digunakan untuk menolak pesan verbal, atau memberikan makna lain terhadap pesan nonverbal.
4. Untuk mengatur. Komunikasi non verbal digunakan untuk mengendalikan atau mengisyaratkan keinginan komunikator untuk mengatur pesan verbal.

5. Untuk mengulangi. Pesan ini digunakan untuk mengulangi kembali gagasan yang sudah dikemukakan secara verbal.

Adapun, menurut DeVito (1997:187-216) :

*“Komunikasi non verbal dapat berupa gerakan tubuh, gerakan wajah, gerakan mata, komunikasi ruang kewilayahan, komunikasi sentuhan, parabahasa dan waktu. Seorang komunikator dituntut kemampuannya dalam mengendalikan komunikasi nonverbal yang diamati adalah gerakan tubuh (gerakan tangan, anggukan kepala dan bergegas), gerakan wajah (tersenyum, cemberut, kontak mata) dan parabahasa (suara lembut, merendahkan suara dan menaikkan suara)”*.

Sedangkan menurut Stewart dan D’Angelo (1980) dalam Mulyana (2005:112-113), berpendapat :

*“Bahwa bila kita membedakan verbal dan non verbal dan vokal dan non vokal, kita mempunyai empat kategori atau jenis komunikasi. Komunikasi verbal/vokal merujuk pada komunikasi melalui kata yang diucapkan”*.

Dalam komunikasi verbal/non vokal kata-kata digunakan tapi tidak diucapkan. Komunikasi non verbal/vokal gerutuan, atau vokalisasi. Jenis komunikasi yang keempat komunikasi non verbal/non vokal, hanya mencakup sikap dan penampilan.

### 2.1.2.5 Konteks-Konteks Komunikasi

Komunikasi berlangsung dalam suatu ruangan hampa sosial, melainkan dalam suatu konteks atau situasi tertentu. Menurut Deddy Mulyana (2007: 77) secara luas konteks disini berarti semua faktor di luar orang-orang yang berkomunikasi yang terdiri dari:

1. Aspek bersifat fisik: seperti iklim, suhu, cuaca, bentuk ruangan, warna dinding, tempat duduk, jumlah peserta komunikasi dan alat untuk menyampaikan pesan
2. Aspek psikologis: seperti sikap, kecenderungan, prasangka dan emosi para peserta komunikasi
3. Aspek sosial: seperti norma kelompok, nilai sosial dan karakteristik budaya
4. Aspek waktu: yakni kapan berkomunikasi (hari apa, jam berapa, pagi, siang, sore, malam)

Indikator paling umum untuk mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteks atau tingkatannya adalah jumlah peserta yang terlibat dalam komunikasi. Kategorisasi berdasarkan tingkat (*level*) paling lazim digunakan untuk melihat konteks komunikasi, dimulai dari komunikasi yang melibatkan jumlah peserta komunikasi paling sedikit hingga paling banyak. Maka dikenallah komunikasi intrapribadi, komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi publik, komunikasi organisasi dan komunikasi massa.

Beberapa pakar lain menambahkan komunikasi intrapribadi, komunikasi diadik (komunikasi dua orang) dan komunikasi publik (pidato di depan khalayak).

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

Apapun profesi atau pekerjaan seseorang, setidaknya ia pernah mendengarkan radio siaran, menonton televisi atau film, membaca Koran atau majalah. Ketika seseorang mendengar radio siaran, membaca Koran, atau menonton film, sebenarnya ia sedang berhadapan dengan media massa, di mana pesan media itu itu secara langsung ataupun tidak langsung tengah memengaruhinya. Gambaran ini mencerminkan bahwa komunikasi massa, dengan berbagai bentuknya, senantiasa menjerpa manusia, dan manusia senantiasa menerpakan dirinya kepada media massa.

#### **2.1.3.1 Karakteristik Komunikasi Massa**

Karakteristik komunikasi massa menurut Ardianto Elvinaro,dkk.

Dalam buku Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Sebagai berikut:

1. Komunikator Terlambangkan
2. Pesan Bersifat Umum
3. Komunikannya Anonim dan Heterogen
4. Media Massa Menimbulkan Keserempakan

5. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan
6. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah
7. Stimulasi Alat Indera Terbatas
8. Umpan Balik Tertunda (*Delayed*) dan Tidak Langsung (*Indirect*). (Ardianto Elvinaro, dkk. 2007: 7)

### **1. Komunikator Terlambangkan**

Ciri komunikasi masa yang pertama adalah komunikatornya. Komunikasi massa itu melibatkan lembaga dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.

### **2. Pesan Bersifat Umum**

Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan ditujukan untuk sekelompok orang tertentu.

### **3. Komunikannya Anonim dan Heterogen**

Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal 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.

### **4. Media Massa Menimbulkan Keserempakan**

Effendy mengartikan keserempakan media massa itu sebagai keserempakan konteks dengan sejumlah besar penduduk dalam jumlah yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.

### **5. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan**

Salah satu prinsip komunikasi adalah bahwa komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan. 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.

### **6. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah**

Karena komunikasinya melalui media massa, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog.

### **7. Stimulasi Alat Indera Terbatas**

Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada radio siaran dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar.

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

Komponen umpan balik atau yang lebih populer dengan sebutan *feedback* merupakan faktor penting dalam proses komunikasi massa. Efektivitas komunikasi sering dapat dilihat dari *feedback* yang disampaikan oleh komunikan.

### 2.1.3.2 Fungsi Komunikasi Massa

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

1. *Surveillance* (Pengawasan)
2. *Interpretation* (Penafsiran)
3. *Linkage* (Pertalian)
4. *Transmission of Values* (Penyebaran nilai-nilai)
5. *Entertainment* (Hiburan) (Dominick dalam Ardianto, Elvinaro. dkk. 2007: 14)

#### 1. *Surveillance* (Pengawasan)

Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama: fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang suatu ancaman; fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.

## **2. Interpretation (Penafsiran)**

Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan. Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca, pemirsa atau pendengar untuk memperluas wawasan.

## **3. Linkage (Pertalian)**

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

## **4. Transmission of Values (Penyebaran nilai-nilai)**

Fungsi penyebaran nilai tidak kentara. Fungsi ini disebut juga *socialization* (sosialisasi). Sosialisasi mengacu kepada cara, di mana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain, media mewakili kita dengan model peran yang kita amati dan harapan untuk menirunya.

## **5. Entertainment (Hiburan)**

Siaran radio banyak memuat acara hiburan, melalui berbagai macam acara di radio siaran pun masyarakat dapat menikmati hiburan. Meskipun memang ada radio siaran yang lebih mengutamakan tayangan

berita. Fungsi dari media massa sebagai fungsi menghibur tiada lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan membaca berita-berita ringan atau melihat tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali.

#### **2.1.4 Tinjauan Tentang Media Massa**

Komunikasi massa menggunakan media dalam proses komunikasinya. Oleh sebab itu, kehadiran media massa dapat dikatakan sebagai bentuk dari komunikasi massa itu sendiri. Melalui media massa, komunikasi merupakan sejenis kekuatan sosial yang dapat menggerakkan proses sosial ke arah suatu tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu. (Elvinaro, 2007:49)

Sebuah media bisa disebut media massa jika memiliki karakteristik tertentu. Karakteristik Media massa menurut Cangara (2006) antara lain:

1. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau pun terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
3. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas

dan simultan, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang dalam waktu yang sama.

4. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan sebagainya.
5. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal batas usia, suku, jenis kelamin.

#### **2.1.4.1 Jenis-Jenis Media Massa**

Menurut (Cangara, 2010:74), Jenis-jenis media massa di bedakan menjadi tiga jenis yakni antara lain :

##### **a. Media cetak**

Media cetak merupakan media massa yang pertama kali muncul di dunia pada tahun 1920 an. Di kala itu pada awalnya media massa digunakan pemerintah untuk mendoktrin masyarakat, sehingga membawa masyarakat pembaca kepada suatu tujuan tertentu. Seperti teori jarum suntik pada teori komunikasi massa. Namun sekarang sudah sangat kebebasan pers, seperti timbal balik dari audiens.

##### **b. Media elektronik**

Setelah media cetak muncullah media elektronik pertama yaitu radio. Sebagai media audio yang menyampaikan pesan lewat suara. Kecepatan dan ketepatan waktu dalam

penyampain pesan radio tentu lebih cepat dengan menggunakan siaran langsung. Pada waktu penyebaran informasi Proklamasi Kemerdekaan media massa radio berperan utama dalam penyebaran berita. Setelah itu muncul televisi yang lebih canggih bisa menayangkan gambar. Yaitu sebagai media massa audio visual.

#### c. Media Internet

Media internet baru populer di abad 21, *google* lahir pada tahun 1997. Media internet bisa melebihi kemampuan media cetak dan elektronik. Apa yang ada pada kedua media tersebut bisa masuk dalam jaringan internet melalui *website*. Banyak kelebihan media maassa internet dibanding media yang lain. Namun akses internet yang masih terbilang bebas bisa berbahaya bagi pengguna yang belum mengerti. Misalnya penipuan, pornografi, dsb. Media internet tidak harus di kelola sebuah perusahaan layaknya media cetak dan elektronik, melainkan bisa juga dilakukan oleh individu.

#### **2.1.4.2 Media Massa dalam Perpektif Kritis**

Maka jika di lihat dari pandangan kritis, media massa sebagai bagian dari aparatur ideologis merupakan alat kekuasaan untuk menciptakan hegemoni sehingga sistem yang ada dapat bertahan. Ia dijalankan dengan ideologi dominan yang dianut oleh aparatur represif.

Media bukanlah entitas yang netral, tetapi ia bisa dikuasai oleh kelompok dominan (Roger, 1994 :121-122). Maka pertanyaan utama ketika melihat media massa dari perspektif kritis adalah siapa yang menguasai media? Kenapa ia harus mengontrol? Keuntungan apa yang bisa diambil dari kontrol tersebut? Kelompok mana yang menjadi objek pengontrolan? Media tidak dapat dipandang sebagai faktor eksternal di luar individu. Media dalam praktiknya begitu dekat dan mendasari kehidupan manusia. Secara relatif, media ikut mendefinisikan realitas, mendasari politik, membentuk transaksi diskusi publik, relasi ekonomi, dan hubungan sosial.

Media membentuk masyarakat. *Power* yang dimilikinya bisa digunakan untuk mengnagkat seseorang ataupun suatu kelompok, dan memanipulasi kesadaran dan kenyataan kelompok sub-dominan. Realita yang ditampilkan media adalah realita yang terdistorsi oleh berbagai kepentingan politik, ekonomi, sosial. Namun, bukan berarti *power* tersebut seberkuasa itu. Di sisi lain, media juga bermain aman dengan mengadopsi wacana dominan di masyarakat. Sambil diamdiam mencari celah mempengaruhi wacana dominan tersebut. Seperti yang dikatakan Stuart Hall:

*“They must be sensitive to, and can only survive legitimately by operating within the general boundaries or framework of what everyone agrees to the consensus. But, in orienting themselves in the consensus and at the same time, attempting to shape up the consensus”* (Mereka (media) harus sensitif dan hanya dapat bertahan dengan beroperasi

dalam batas-batas umum atau kerangka yang disetujui oleh setiap orang dan telah menjadi konsensus. Tapi, dalam menyesuaikan dirinya dengan konsensus tersebut dan pada waktu yang sama, mereka juga memiliki kehendak untuk membentuk konsensus tersebut”). (Hall dalam Eriyanto, 2012 : 27)

Media menggiring masyarakat dan membantu kelompok dominan menyebarkan kekuasaannya, mengontrol kelompok lain, dan membentuk konsensus. Tony Bennet mengungkapkan media adalah agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realita sesuai kepentingannya. Dari kaca mata kritis, media massa erat kaitannya dengan praktik hegemoni. Konsep hegemoni media pernah diungkapkan oleh Severin dan Tankard yang didasarkan pada gagasan hegemoni Gramsci. Gramsci menyatakan bahwa gagasan golongan berkuasa di masyarakat menjadi gagasan yang berkuasa di seluruh masyarakat.

Penerimaan gagasan tersebut dilakukan dengan cara damai tanpa kekerasan, melalui media massa. Media massa dikendalikan oleh golongan dominan ini. Gramsci mendasari gagasan hegemoninya dari gagasan Marx mengenai “*kesadaran yang salah*”, yaitu keadaan dimana individu menjadi tidak menyadari adanya dominasi dalam kehidupan mereka. Sistem sosial yang ada selama ini sebenarnya telah mengeksploitasi diri manusia sendiri tanpa di sadari. Kelompok dominan di titik ini berhasil mengarahkan orang pada sebuah perasaan puas terhadap kondisi stabil yang sudah ada. Menurut konsep hegemoni

media, isi media massa disesuaikan dengan kebutuhan ideologi kelompok dominan.

Upaya itu berhasil membuat kelompok korban hegemoni patuh secara sukarela, membentuk alam pikir mereka, sehingga sebuah ideologi atau pandangan dianggap wajar karena dijadikan konsensus. Sebagai contoh, ketika sebuah media massa kontennya memojokkan perempuan, tidak mengakui peran perempuan, menempatkan perempuan pada bidang domestik seperti dapur, rumah, anak, dan urusan syahwat suami, maka ia sedang melanggengkan dominasi maskulin dan mensubordinasi perempuan dalam masyarakat.

## **2.1.5 Tinjauan Tentang Film**

### **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). Gamble (1986:235) berpendapat, 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, JeanLuc Godard: *“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 Sejarah Film

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

Dalam buku Ardiantio Elvinaro (2007:143) *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Film atau motion pictures ditemukan dari hasil pengembangan prinsip-prinsip fotografi dan proyektor. Film yang pertama kali diperkenalkan kepada publik Amerika Serikat adalah *The Life of an American Fireman* dan film *The Great Train Robbery* yang dibuat oleh Edwin S. Porter pada tahun 1903. (Hiebert, Ungurait, Bohn, 1975:246). Tetapi film *The Great Train Robbery* yang masa putarnya hanya 11 menit dianggap sebagai film cerita pertama, karena telah menggambarkan situasi secara ekspresif, dan menjadi peletak dasar teknik editing yang baik.

Tahun 1906 sampai tahun 1916 merupakan periode paling penting dalam sejarah perfilman di Amerika Serikat, karena pada dekade ini lahir film *feature*, lahir pula bintang film serta pusat perfilman yang kita kenal sebagai Hollywood. Periode ini juga disebut sebagai *The Age of Griffith* karena David Wark Griffith lah yang telah membuat film sebagai media yang dinamis. Diawali dengan film *The Adventures of Dolly* (1908) dan puncaknya film *The Birth of a Nation* (1915) serta film *Intolerance* (1916). Griffith memelopori gaya berakting yang lebih alamiah, organisasi cerita yang makin baik, dan yang paling utama mengangkat film sebagai media yang memiliki karakteristik unik, dengan gerakan kamera yang dinamis, sudut pengambilan gambar yang baik, dan teknik editing yang baik. (Hiebert, Ungurait, Bohn, 1975:246)

Pada periode ini pula perlu dicatat nama Mack Sennet dengan Keystone Company, yang telah membuat film komedi bisu dengan bintang legendaris Charlie Chaplin. Apabila film permulaannya merupakan film bisu, maka pada tahun 1927 di Broadway Amerika Serikat muncul film bicara yang pertama meskipun belum sempurna. (Effendy, 1993:188)

### **2.1.5.3 Jenis-Jenis Film**

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

Film cerita adalah jenis film yang mengandung suatu cerita, yaitu yang lazim di pertunjukkan di gedung-gedung bioskop dengan para bintang filmnya yang tenar. Film jenis ini di distribusikan sebagai

barang dagangan dan di peruntukan semua publik dimana saja, (Effendy, 2003:211). Cerita yang diangkat menjadi topik film bisa berupa cerita fiktif atau berdasarkan kisah nyata yang di modifikasi, 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 ke dalam kelompok ini.

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

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

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

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

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

Film kartun pada awalnya memang dibuat untuk konsumsi anak-anak, namun dalam perkembangannya kini film yang menyulap gambar lukisan menjadi hidup itu telah di minati 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 di produksi untuk konsumsi pemirsa televisi. Secara umum, program televisi di bagi menjadi dua jenis yakni cerita dan non cerita.

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

Di populerkan 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)

#### **2.1.5.4 Production House**

Rumah produksi atau biasa disebut “*Production house*” (PH) adalah perusahaan pembuatan rekaman video dan atau perusahaan pembuatan rekaman audio yang kegiatan utamanya membuat rekaman acara siaran, sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, untuk keperluan lembaga penyiaran. Menurut Laksono rumah produksi atau yang biasa disebut dengan “*Production house*” (PH) adalah : “Sebuah badan usaha yang mempunyai organisasi dan keahlian dalam memproduksi program-program audio dan audiovisual untuk disajikan kepada khalayak, sasarannya baik secara langsung maupun melalui broadcasting house. PH juga mengelola informasi gerak atau statis dimana informasi yang didapat bersumber dari manusia ataupun peristiwa yang ada.

Laksono membagi rumah produksi (PH) menjadi dua bagian, diantaranya :

##### 1. PH Agency

PH Agency merupakan sebuah rumah produksi yang sebagian besar kegiatannya tidak memproduksi suatu program secara langsung, melainkan melalui rumah produksi lain atau dengan kata lain ia disini hanya sebagai perantara. Walaupun ia melakukan kontrak dengan stasiun televisi, namun ia tidak membuat sendiri produk yang dijualnya. Selain itu PH ini terkadang juga menjadi satu/ sebagai bagian dalam perusahaan periklanan, dimana untuk iklan yang akan tayang sebagai sponsor suatu paket program acara biasanya dapat tayang melalui PH ini.

## 2. PH Produksi

PH Produksi merupakan sebuah rumah produksi yang kegiatan sehari-harinya yang utama adalah memproduksi suatu program baik untuk acara televisi, film layar lebar, profil perusahaan, video klip, maupun iklan media elektronik. Yang kegiatannya dimulai dari perencanaan, *shooting*, *editing* sampai dengan pemasaran produk. Kegiatan PH produksi yang lain yakni menyewakan alat-alat untuk memproduksi program acara (seperti kamera, mesin genset, *lighting* bahkan beberapa pekerja) dan menyediakan/ menyewakan tempat untuk penyelesaian produksi atas suatu program acara (seperti ruangan *editing* dan *studio*). Kontrak PH Produksi tidak hanya kepada stasiun televisi saja, tapi bisa juga dengan pihak lain atau bahkan independen. Contoh kontrak yang terjadi dengan stasiun yakni diantaranya

atas sinetron, film televisi, kuis, talk show dsb. Contoh kontrak yang terjadi dengan pihak lain contohnya dengan PH *Agency*, perusahaan, departemen dsb. Contoh independent yakni atas produksi film layar lebar. PH produksi ini dalam perkembangannya ternyata juga memunculkan jenis baru yang memiliki spesifikasi tersendiri lagi, yakni PH Produksi *In house*. Seperti yang sudah saya jelaskan tadi sebelumnya pada pertanyaan pertama. Yang membedakan ini dari PH yang lainnya terletak pada produk yang diproduksi oleh *In house*, adalah produk yang sebenarnya adalah keseluruhan mata acara yang dibutuhkan oleh stasiun televisi dimana PH *In house* itu berada. Dengan kata lain penghasilan yang didapatkannya adalah penghasilan stasiun televisi juga dan biaya yang dikeluarkan atas produksi tersebut adalah biaya stasiun televisi tersebut juga.

#### **2.1.5.5 Tata Bahasa Film**

Film dan televisi menggunakan beberapa teknik yang diterapkan berdasarkan suatu konvensi tertentu dalam pembuatannya. Terdapat beberapa konvensi umum yang digunakan dalam film dan seringkali dirujuk sebagai grammar atau tata bahasa media *audio visual*. Daniel Chandler dalam makalahnya *The Grammar of Television and Film*, menyebutkan beberapa elemen penting yang membangun tata bahasa tersebut yang pada gilirannya menjadi bahan pertimbangan bagi seseorang yang ingin menemukan makna dalam suatu film. Konvensi

bukanlah suatu aturan baku, telaah terhadapnya tetap harus dilakukan karena hanya dengan begitulah seseorang akan mampu mengerti pesan yang ingin disampaikan oleh para pembuat film. Konvensi tersebut meliputi teknik kamera dan teknik editing. Beberapa teknik kamera dapat dilihat dari jarak pengambilan gambar (*shot sizes*), sudut pengambilan gambar (*shot angles*) dan gerakan kamera (*camera movement*). Konvensi-konvensi tersebut adalah sebagai berikut:

### **1. Jarak dan Sudut Pengambilan Gambar (*Shot and Shot Angles*)**

#### **a. *Long Shot (LS)***

*Shot* yang menunjukkan semua atau sebagian besar subjek (misalnya saja, seorang tokoh) dan keadaan di sekitar objek tersebut. *Long Shot* masih dapat dibagi menjadi *Extrem Long Shot (ELS)* yang menempatkan kamera pada titik terjauh di belakang subjek, dengan penekanan pada latar belakang subjek, serta *Medium Long Shot (MLS)* yang biasanya hanya menampilkan pada situasi di mana subjek berdiri, garis bawah dari *frame* memotong lutut dan kaki dari subjek. Beberapa film dengan tema-tema sosial biasanya menempatkan subjek dengan *Long Shot*, dengan pertimbangan bahwa situasi sosial (dan bukan subjek individual) yang menjadi fokus perhatian utama.

#### **b. *Establishing Shot***

*Shot* atau sekuens pembuka, umumnya objek berupa eksterior, dengan menggunakan *Extrem Long Shot (ELS)*. *Establishing Shot*

digunakan dengan tujuan memperkenalkan situasi tertentu yang akan menjadi tempat berlangsungnya sebuah adegan kepada penonton.

c. *Medium Shot* (MS)

Pada *shot* semacam ini, subjek atau aktor dan *setting* yang mengitarinya menempati area yang sama pada *frame*. Pada kasus seorang aktor yang sedang berdiri, *frame* bawah akan dimulai dari pinggang sang aktor, dan masih ada ruang untuk menunjukkan gerakan tangan. *Medium Close Shot* (MCS) merupakan variasi dari *Medium Shot*, di mana *setting* masih dapat dilihat, dan *frame* bagian bawah dimulai dari dada sang aktor. *Medium Shot* biasa digunakan untuk merepresentasikan secara padat kehadiran dua orang aktor (*the two shot*) atau tiga orang sekaligus (*the three shot*) dalam sebuah *frame*.

d. *Close Up* (CU)

Sebuah *frame* yang menunjukkan sebuah bagian kecil dari adegan, misalnya wajah seorang karakter, dengan sangat mendetail sehingga memenuhi layar. Sebuah *Close Up Shot* akan menarik subjek dari konteks. *Close Up* masih dapat di bagi menjadi dua variasi, yaitu *Medium Close Up* (MCU) yang menampilkan kepala dan bahu, serta *Big Close Up* (BCU), yang menampilkan dahi hingga dagu. *Shot-shot Close Up* akan memfokuskan perhatian pada perasaan atau reaksi seseorang dan biasanya digunakan dalam *interview* untuk menunjukkan situasi emosional seseorang, seperti kesedihan atau kegembiraan.

e. *Angle Of Shot*

Arah dan ketinggian dari sebelah mana sebuah kamera akan mengambil gambar sebuah adegan. Konvensi menyebutkan bahwa dalam pengambilan gambar biasa, subjek harus diambil dari sudut pandang *eye-level*. *Angle* yang tinggi akan membuat kamera melihat seorang karakter dari atas, dan dengan sendirinya membuat penonton merasa lebih kuat ketimbang sang karakter—atau justru menimbulkan efek ketergantungan pada sang karakter. *Angle* yang rendah akan menempatkan kamera di bawah sang karakter, dengan sendirinya melebih-lebihkan keberadaan atau kepentingan sang karakter.

f. *View Point*

Jarak pengamatan dan sudut dari apa yang dilihat kamera dan rekaman gambar. Tidak untuk membingungkan pengambilan *point of view* atau pengambilan kamera secara subjektif.

g. *Point of View Shot (POV)*

Yakni memperlihatkan shot dalam posisi objek diagonal dengan kamera. ada dua jenis POV, yakni kamera sebagai subjek yang menjadi lawan objek. sebagai subjek maka kamera membidik langsung ke objek seolah objek dan subjek bertemu secara langsung, padahal tidak. dalam teknik ini komposisi dan ukuran gambar harus diperhatikan.

h. *Two Shot*

Pengambilan gambar dua orang secara bersamaan.

i. *Selective Focus*

Pemilihan bagian dari kejadian untuk diambil dengan fokus yang tajam, menggunakan *depth of field* yang rendah pada kamera.

j. *Soft Focus*

Sebuah efek dimana ketajaman sebuah gambar atau bagian darinya, dikurangi dengan menggunakan sebuah alat optik.

k. *Wide-Angle Shot*

Pengambilan gambar secara luas yang diambil dengan menggunakan lensa dengan sudut yang lebar.

l. *Tilted Shot*

Sebuah slot dimana kamera diletakkan pada derajat kemiringan tertentu, sehingga menimbulkan efek ketakutan atau ketidak tenangan.

## **2. Pergerakan Kamera**

a. *Zoom*

Dalam proses *zooming*, kamera sama sekali tidak bergerak. Proses mengharuskan lensa difokuskan dari sebuah *Long Shot* menjadi *Close Up* sementara gambar masih dipertunjukkan. Subjek diperbesar, dan perhatian dikonsentrasikan pada detail yang sebelumnya tidak nampak. Hal tersebut biasa digunakan untuk memberikan kejutan pada penonton. *Zoom* menunjukkan beberapa aspek tambahan dalam suatu adegan (misalnya saja dimana sang karakter sedang berada, atau dengan siapa ia sedang berbicara) sementara *shot* itu melebar.

b. *Following Pan*

Kamera bergerak mengikuti subjek, yang akan menimbulkan efek kedekatan antara penonton dengan subjek tersebut.

c. *Tilt*

Pergerakan kamera secara vertikal –ke atas atau ke bawah – sementara kamera tetap pada posisinya.

d. *Crab*

Kamera bergerak ke kiri atau ke kanan seperti gerakan kepiting yang berjalan. Gerakan ini menempatkan subjek pada sebelah pojok kiri atau kanan *frame*. Gerakan ini ingin menggambarkan situasi di sekitar subjek. Apabila sebelah kanan subjek hendak di tonjolkan, maka *crabbing* ke arah kiri subjek dilakukan untuk memberikan *space* yang cukup luas di sebelah kanan subjek.

e. *Tracking (Dollying)*

*Tracking* mengharuskan kamera untuk bergerak secara mulus, menjauhi atau mendekati subjek, dan biasa di bagi menjadi; *tracking in* yang akan membawa penonton semakin dekat dengan sang subjek, dan *tracking back* yang akan membawa perhatian penonton pada sisi kiri dan kanan *frame*. Kecepatan *tracking* juga dapat menentukan efek perasaan dalam diri penonton. *Rapid tracking* akan menimbulkan efek ketegangan, sedangkan *tracking back* akan menimbulkan efek relaksasi.

### 3. Teknik Penyuntingan

#### a. *Cut*

Perubahan tiba-tiba dalam shot, dari satu sudut pandang ke lokasi yang lain. Di televisi, cut terjadi di setiap 7 atau 8 detik. *Cutting* berfungsi untuk:

- Mengubah adegan
- Meminimalisir waktu
- Memberi variasi pada sudut pandang
- Membangun imej atau ide.

Perpindahan yang lebih halus juga dapat dilakukan, di antaranya dengan menggunakan teknik *cutting* seperti *fade*, *dissolve*, dan *wipe*.

#### b. *Jump Cut*

Perpindahan mendadak dari satu adegan ke adegan lain, yang biasanya digunakan secara sengaja untuk mempertegas sebuah poin dramatis.

#### c. *Motivated Cut*

Cut yang dibuat tepat pada suatu titik di mana apa yang baru saja terjadi membuat penonton ingin melihat sesuatu yang pada saat itu tidak

Nampak (menimbulkan efek seperti, misalnya saja, penerimaan konsep pemadatan waktu).

d. *Cutting Rate*

Pemotongan yang dilakukan dalam frekuensi tinggi, untuk menimbulkan efek terkejut atau penekanan pada suatu hal.

e. *Cutting Rhythm*

Ritme pemotongan bisa secara kontinu dikurangi untuk meningkatkan ketegangan.

f. *Cross-Cut*

Sebuah pemotongan dari satu kejadian menuju kejadian yang lain.

g. *Cutaway Shot (CA)*

Sebuah shot yang menjembatani dua shot terhadap subjek yang sama. *Cutaway shot* merepresentasikan aktivitas sekunder yang terjadi pada saat yang bersamaan dengan kejadian utama.

h. *Reaction Shot*

*Shot* dalam bentuk apapun, yang memperlihatkan reaksi seorang karakter terhadap kejadian yang baru saja berlangsung.

i. *Insert Shot*

Sebuah *Close Up Shot* yang dimasukkan ke dalam konteks lebih besar, menawarkan detail penting dari sebuah adegan.

j. *Fade atau Dissolve (Mix)*

*Fade* dan *Dissolve* adalah transisi bertahap di antara beberapa *shot*. Dalam *fade*, sebuah gambar secara bertahap muncul dari (*fade in*) atau hilang menuju (*fade out*) sebuah layar kosong. Sebuah *fade in* lambat berfungsi sebagai pengenalan terhadap sebuah adegan, sedangkan sebuah *fade out* lambat berfungsi sebagai akhir yang damai. *Dissolve* (atau *mix*) melibatkan *fade out* terhadap sebuah gambar, untuk langsung disambung dengan *fade in* terhadap gambar yang lain.

k. *Wipe*

Sebuah efek optikal yang menandai perpindahan antara satu *shot* menuju *shot* yang lain. Di atas layar, *wipe* akan menunjukkan sebuah gambar yang seakan-akan di hapus.

#### **4. Teknik Pencahayaan**

a. *Soft and Harsh Lighting*

Pencahayaan halus atau kasar dapat memanipulasi sikap penonton terhadap sebuah setting atau karakter tertentu. Bagaimana sebuah sumber cahaya digunakan dapat membuat objek, orang, atau lingkungan terlihat jelek atau indah, halus atau kasar, realistis atau *artificial*.

## 5. Gaya Penceritaan

### a. Pendekatan Subjektif

Penggunaan kamera disebut subjektif ketika penonton diperlakukan sebagai seorang partisipan (misalnya saja ketika kamera digunakan sedemikian rupa untuk mengimitasi gerakan seorang karakter). Pendekatan semacam ini akan efektif dalam menampilkan situasi pikiran yang tidak biasa, seperti mimpi, usaha mengingat-ingat, atau pergerakan yang sangat cepat.

### b. Pendekatan Objektif

Sudut pandang objektif biasanya melibatkan penonton sebagai pengamat.

### c. *Montage*

*Montage* dalam arti harfiah adalah proses pemotongan film dan menyuntingnya sedemikian rupa sehingga membentuk sebuah sekuens (*sequence*). Namun demikian, *montage* juga bisa merujuk kepada penempatan beberapa *shot* untuk merepresentasikan kejadian atau ide, atau pemotongan beberapa *shot* untuk memadatkan serangkaian kejadian. *Montage* intelektual digunakan untuk secara tidak sadar menyampaikan pesan-pesan subjektif melalui penempatan beberapa *shot* yang memiliki hubungan berdasarkan komposisi, pergerakan, melalui repetisi imej, melalui ritme penyuntingan, detail dan/atau metafor.

## **6. Format**

### a. *Shot*

Sebuah gambar tunggal yang diambil oleh kamera.

### b. Adegan (*Scene*)

Sebuah unit dramatis yang terdiri dari sebuah atau beberapa *shot*. Sebuah adegan biasa mengambil tempat di periode waktu yang sama, pada setting yang sama, dan melibatkan karakter-karakter yang sama.

### c. Sekuens (*Sequence*)

Sebuah unit dramatis yang terdiri dari beberapa adegan – semuanya di hubungkan oleh momentum emosional atau narasi yang sama.

## **2.1.6 Tinjauan Tentang Patriarki**

‘Patriarki’ merupakan konsep strategis yang kerap disebut dalam ketahanan teori feminisme. Ia juga merupakan jantung dari nomenklatur filsafat feminisme. Sylvia Walby telah lama menjadi tokoh utama dalam teorisasi feminisme via perspektif materialisme, terutama dalam bukunya yang paling berpengaruh, *Theorizing Patriarchy*. Keberadaan ideologi patriarki dalam masyarakat tidak terlepas dari sejarah peradaban manusia. Pada masa silam manusia mengantungkan hidup dengan berburu dan mengumpulkan makanan. Kegiatan berburu dan mengumpulkan makanan ini dilakukan oleh laki-laki,

sementara perempuan tinggal di rumah. Kondisi demikian, menjadikan perempuan memiliki banyak waktu senggang, sehingga perempuan menggunakan waktu senggangnya tersebut untuk bertani. Hal ini dikemukakan pula oleh Setiawan (2012: 13), bahwa ketika laki-laki berangkat ke hutan berburu, maka perempuan menanam umbi-umbian dan biji-bijian di tanah datar yang tidak jauh dari tempat tinggalnya.

Kaum perempuanlah penemu pertama ‘ilmu cocok tanam’ dan sekaligus pekerja pertanian yang pertama. Seiring berkembangnya zaman, kehidupan berburu dan mengumpulkan makanan tidak cocok lagi dilakukan karena kondisi alam yang berubah. Hal tersebut membuat laki-laki mengambil alih lahan produksi pertanian perempuan. Karena keharusan untuk mempertahankan hidupnya, manusia membuat perkembangan teknologi berlangsung dengan pesat di tengah masyarakat pertanian. Hal ini senada yang dikemukakan oleh Saadawi dalam Kusuma (2012: 18), bahwa kehidupan pertanian menjadi sumber makanan tetap untuk masyarakat, sehingga cara-cara dan teknologi semakin dimajukan. Sejak saat itu, proses produksi yang sebelumnya dikerjakan bersama-sama (komunal), akhirnya dapat dikerjakan secara sendirian (individual), sehingga proses komunal dalam menghasilkan sumber penghidupan berangsur-angsur tergantikan oleh proses individual dan menjadikan hasil produksi menjadi milik individu.

Dari sinilah, sistem pertanian memperkenalkan kepemilikan pribadi pada umat manusia. Hal ini yang menjadi akar dari lahirnya sistem patriarki. Seperti yang dikatakan Engels dalam Budiman (1981 :23), bahwa sistem patriarki dimulai ketika manusia mulai mengenal kepemilikan pribadi, di mana

sistem kepemilikan ini juga menandai lahirnya sistem kelas. Mulai dari situ lahirnya sistem patriarki, yang secara tidak langsung membuat perempuan tergeser ke pekerjaan-pekerjaan domestik dan bekerja sesuai dengan keinginan laki-laki. Hal ini yang kemudian menjadi akar dari perilaku dominasi laki-laki terhadap perempuan.

Bukan hanya itu saja, marginalisasi perempuan dalam sistem patriarki semakin diperparah dengan banyaknya anggapan bahwa segala yang dilakukan oleh perempuan adalah sesuatu yang memang sepatutnya dilakukan dan bukanlah sesuatu yang harus dihargai atau diperhitungkan keberadannya. Sedangkan apa yang dilakukan laki-laki seakan adalah hal luar biasa, seperti ketika bekerja dari pagi hingga malam demi menghidupi keluarganya adalah sesuatu yang luar biasa untuk laki-laki. Padahal, kalau disamakan, perempuan juga melakukan hal yang sama dalam wilayah domestiknya.

#### **2.1.6.1 Pengertian Patriarki**

Menurut Alfian Rokhmansyah (2013) di bukunya yang berjudul *Pengantar Gender dan Feminisme*, patriarki berasal dari kata patriarkat, berarti struktur yang menempatkan peran laki-laki sebagai penguasa tunggal, sentra, dan segala-galanya. Patriarki adalah sebuah sistem yang menganggap kaum laki-laki ditakdirkan untuk mengatur perempuan. Hal ini berlaku kokoh di seluruh dunia (Fromm dalam Adji dkk 2009: 9). Kemudian diperjelas oleh pendapat Walby (2014: 28), yang menyatakan bahwa patriarki adalah sebuah sistem struktur sosial dan praktik-praktik yang memosisikan laki-laki sebagai pihak yang mendominasi, menindas dan mengeksploitasi kaum perempuan.

Penggunaan istilah struktur sosial untuk menunjukkan penolakan terhadap determinisme biologis dan gagasan bahwa setiap individu laki-laki berada pada posisi dominan dan setiap individu perempuan dalam posisi subordinat. Dari beberapa definisi yang dituturkan diatas, terdapat satu benang merah yang menjadi poin penting dari apa yang disebut patriarki, adalah bagaimana posisi laki-laki yang mendominasi dibandingkan perempuan. Maka, dapat di ambil kesimpulan bahwa patriarki adalah sebuah sistem dalam kehidupan sosial masyarakat yang meyakini bahwa derajat laki-laki lebih tinggi dibandingkan perempuan dan dominasi laki-laki terhadap perempuan adalah hal lumrah.

#### **2.1.6.2 Struktur-Struktur Patriarki**

Walby, yang dikutip dari laman *medium.com* menjelaskan mengenai struktur-struktur dari patriarki, sebagai berikut:

##### **1. Relasi Produksi Patriarki dalam Keluarga**

Dalam struktur ini, pekerjaan rumah tangga perempuan diambil alih oleh suami mereka atau orang-orang yang tinggal bersama mereka. Seorang perempuan boleh jadi menerima pemeliharaan sebagai ganti dari pekerjaan mereka, khususnya saat mereka tidak memiliki pekerjaan dengan upah. Ibu rumah tangga adalah kelas yang memproduksi, sementara para suami adalah kelas pengambil alih.

##### **2. Relasi Patriarki Pada Pekerjaan Dengan Upah**

Struktur patriarki kedua pada level ekonomi adalah relasi patriarki dalam pekerjaan dengan upah. Sebuah bentuk penutupan patriarki yang kompleks di dalam pekerjaan dengan gaji melarang perempuan masuk ke dalam jenis pekerjaan yang lebih baik dan memisahkan mereka ke dalam pekerjaan yang lebih buruk yang menganggap mereka kurang terampil.

### 3. Relasi Patriarki Dalam Negara

Negara juga patriarki sekaligus kapitalis dan rasialis. Sebagai arena perjuangan dan bukan sebagai entitas monolitik, negara memiliki bias sistematis terhadap kepentingan patriarki seperti tampak dalam kebijakan-kebijakan dan tindakantindakannya. Misalnya, laki-laki mendapatkan kekebalan hukum dari kekerasan yang dilakukannya kepada perempuan. Pada praktiknya, kekerasan ini disahkan oleh negara, karena negara tidak melakukan tindakan efektif apa pun untuk melawannya.

### 4. Kekerasan Laki-laki

Kekerasan laki-laki merupakan perilaku rutin yang dialami oleh perempuan, dengan akibat standar atas perilaku kebanyakan perempuan. Kekerasan ini secara sistematis dimaafkan dan disahkan oleh penolakan negara untuk campur tangan melawan kekerasan tersebut, kecuali dalam kejadiankejadian khusus, meskipun praktik pemerkosaan, pemukulan terhadap istri, pelecehan seksual dan lain-lain, terlalu terdesentralisasi dalam praktik mereka sebagai bagian dari negara itu sendiri.

## 5. Relasi Patriarki Dalam Seksualitas

Bentuk kunci dari struktur ini adalah heteroseksualitas yang wajib dan standar ganda seksual. Struktur patriarki dalam seksualitas membahas tentang alasan-alasan bagi orientasi seksual sebagai seorang heteroseksual, lesbian maupun homoseksual. Alasan ini merupakan pertanyaan sentral bagi analisis feminis radikal, karena melalui alasan inilah hubungan antara bentuk seksualitas yang didominasi laki-laki dan patriarki dibangun.

## 6. Relasi Patriarki Dalam Lembaga Budaya

Lembaga budaya melengkapi susunan struktur sebelumnya. Lembaga-lembaga ini penting untuk pembangkitan berbagai variasi subjektivitas gender dalam bentuk yang berbeda-beda. Struktur ini terdiri dari seperangkat lembaga yang menciptakan representasi perempuan dari pandangan patriarki dalam berbagai arena, diantaranya seperti agama, pendidikan dan media. Selain itu, struktur relasi patriarki dalam lembaga budaya mencakup gagasan-gagasan maskulinitas dan feminitas – hal-hal yang membedakan keduanya. Maskulinitas mengharuskan ketegasan, aktif, lincah, dan cepat mengambil inisiatif, sedangkan feminitas mengharuskan kerjasama, pasif, lembut dan emosional. Identitas maskulin dan feminin di atas 70 disosialisasikan pada gender tertentu sejak lahir dalam lingkungan keluarga. (Walby, 2014:29-30)

### 2.1.7 Tinjauan Tentang Semiotika

Semiotika adalah suatu bidang studi yang mempelajari tentang tanda dan cara tanda-tanda tersebut bekerja. Tanda merupakan suatu hal yang sangat penting bagi manusia, karena dalam hidup tidak akan lepas dari tanda itu sendiri. Adalah tanda yang membuat seseorang lebih mudah mengerti akan suatu pesan karena makna yang ditimbulkannya. Semiotika yang dalam bahasa Indonesia berarti ilmu tentang tanda, berasal dari bahasa Yunani yaitu *semion*, yang berarti tanda. Kemudian kata *semion* tersebut diturunkan dalam bahasa Inggris menjadi *semiotics*.

Semiotika adalah studi mengenai pertandaan dan makna dari sistem tanda, ilmu tentang tanda, bagaimana makna dibangun dalam teks media, atau studi tentang bagaimana tanda dari jenis karya apapun dalam masyarakat yang mengkonsumsi makna. (Fiske, 2007: 282) John Fiske berpendapat bahwa dalam semiotik fokus utamanya adalah teks. Teks dalam hal ini dapat diartikan secara luas, bukan hanya teks tertulis saja. Segala sesuatu yang memiliki sistem tanda komunikasi, seperti yang terdapat pada teks tertulis, bisa dianggap teks, misalnya film, sinetron, drama opera sabun, kuis iklan, fotografis hingga tayangan sepakbola. (Fiske, 2007:282)

Menurut John Fiske, semiotika mempunyai tiga bidang studi utama: Pertama, Tanda itu sendiri. Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami dalam artian manusia yang menggunakannya. Kedua, kode atau sistem yang mengorganisasikan tanda. Studi ini mencakup cara berbagai kode dilambangkan guna memenuhi kebutuhan suatu masyarakat atau budaya untuk mengeksplorasi saluran komunikasi yang tersedia untuk mentransmisikannya.

Ketiga, kebudayaan tempat tanda dan kode bekerja. Ini pada gilirannya bergantung pada penggunaan kode-kode dan tanda-tanda itu untuk keberadaan dan bentuknya sendiri. (Fiske, 2007:60)

Tanda–tanda (*signs*) adalah basis dari seluruh komunikasi (Littlejohn dalam Sobur, 2013:15). Manusia dengan perantaraan tanda–tanda, dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya. Banyak hal bisa dikomunikasikan di dunia ini. Konsep dasar ini mengikat bersama seperangkat teori yang amat luas berurusan dengan simbol, bahasa, wacana, dan bentuk–bentuk non verbal, teori–teori yang menjelaskan bagaimana tanda berhubungan dengan maknanya dan bagaimana tanda disusun (Sobur, 2013:16). Dengan semiotika, kita lantas berurusan dengan tanda. Semiotika, seperti kata Lechte (2001:191 dalam Sobur, 2013:16) adalah teori tentang tanda penandaan. Lebih jelasnya lagi, semiotika adalah suatu disiplin yang menyelidiki semua bentuk komunikasi yang terjadi dengan tanda sarana *signs* “tanda-tanda”.

### **2.1.8 Tinjauan Tentang Representasi**

Secara sederhana dapat diartikan sebagai gambaran mengenai suatu hal yang terdapat dalam kehidupan yang digambarkan melalui suatu media. Representasi berasal dari bahasa Inggris, *Representation*, yang berarti perwakilan, gambaran atau penggambaran. Representasi menurut Chris Barker dalam bukunya *Nawiroh Vera* (2014:97) adalah konstruksi sosial yang mengharuskan kita mengeksplorasi pembentukan makna tekstual dan menghendaki penyelidikan tentang cara di hasilkannya makna pada beragam

konteks. Representasi dan makna budaya memiliki materialitas tertentu. Mereka melekat pada bunyi, prasasti, objek, citra, buku, majalah, dan program televisi. Mereka diproduksi, ditampilkan, digunakan, dan dipahami dalam konteks sosial tertentu.

Sementara itu, Yasraf Amir Piliang menjelaskan, representasi pada dasarnya adalah sesuatu yang hadir, namun menunjukkan sesuatu di luar dirinya lah yang dia coba hadirkan. Representasi tidak menunjukkan kepada diri sendiri, namun kepada orang lain. (Piliang, 2003:28; Vera, 2014:97). Menurut John Fiske (1987:5), representasi merupakan sejumlah tindakan yang berhubungan dengan teknik kamera, pencahayaan, proses editing, musik dan suara tertentu yang mengolah simbol-simbol dan kode-kode konvensional ke dalam representasi dari realitas dan gagasan yang akan di nyatakannya.

Selanjutnya, Fiske pun berpendapat dalam sebuah praktek representasi, asumsi yang berlaku adalah bahwa isi media tidak murni merupakan realitas, karena itu representasi lebih tepat dipandang sebagai cara bagaimana mereka membentuk versi realitas dengan cara-cara tertentu, bergantung pada posisi sosial dan kepentingannya. Pendapat Fiske mengenai representasi ini berlaku dalam sebuah proses kerja media secara umum dan ia pun sudah mulai menyinggung mengenai kaitan antara representasi dengan realitas bentukan yang di ciptakan oleh suatu media.

## 2.1.9 Tinjauan Tentang Feminisme

### 2.1.9.1 Definisi Feminisme

Feminisme (Tokohnya disebut feminis) adalah sebuah gerakan perempuan yang menuntut emansipasi atau kesamaan dan keadilan hak dengan pria. Feminisme tidak seperti pandangan atau pemahaman lainnya. Feminisme tidak berasal dari sebuah teori atau konsep yang di dasarkan atas formulai teori tunggal. Itu sebabnya, tidak ada abstraksi pengertian secara spesifik atas pengaplikasian feminisme bagi seluruh perempuan disepanjang masa.

Pengertian feminisme itu sendiri menurut Najmah dan Khatimah Sai'Idah dalam bukunya yang berjudul *Politik Perempuan* (2003:34) menyebutkan bahwa: Feminisme adalah suatu kesadaran akan penindasan dan eksploitasi terhadap perempuan yang terjadi baik dalam lingkup keluarga, tempat bekerja, mau pun di masyarakat serta adanya tindakan sadar akan laki-laki maupun perempuan untuk mengubah keadaan tersebut secara leksikal. Feminisme adalah gerakan kaum perempuan yang menuntut persamaan hak sepenuhnya antara kaum perempuan dan laki-laki.

Secara etimologis, feminisme berasal dari kata *femme* (*woman*), yang berarti perempuan. Feminisme adalah paham perempuann yang berupaya memperjuangkan hak-hak kaum perempuan sebagai kelas sosial. Geofe (Sugihastuti, 2003:23), mengartikan feminisme sebagai teori tentang persamaan antara laki-laki dan perempuan di bidang

politik, ekonomi, dan sosial, atau kegiatan-kegiatan berorganisasi yang memperjuangkan hak-hak serta kepentingan perempuan. Dipandang dari sudut sosial, “*Feminisme muncul dari rasa ke tidak puasan terhadap sistem patriarki yang ada pada masyarakat*”, (Selden, 1996:139). Selden menggunakan istilah patriarki untuk menguraikan sebab penindasan terhadap perempuan. Patriarki menentukan bahwa laki-laki itu superior dan menempatkan perempuan sebagai inferior.

Feminisme berbeda dengan emansipasi. Emansipasi cenderung lebih menekankan pada partisipasi perempuan dalam pembangunan tanpa mempersoalkan keadilan gender. Sedangkan feminisme sudah mempersoalkan hak dan kepentingan mereka yang selama ini dianggap tidak adil. Perempuan dalam pandangan feminisme mempunyai aktivitas dan inisiatif sendiri untuk memperjuangkan hak dan kepentingan tersebut dalam berbagai gerakan.

Teori feminis merupakan suatu wilayah yang memberikan kontribusi penting dan orisinalitas terhadap pemikiran kontemporer. Hal yang unik dalam teori feminisme adalah ketegasannya mengenai keterkaitan antara teori dan praktik, serta antara publik dan individu. Teori dan pengalaman mempunyai hubungan khusus di dalam feminisme yang di kemas dalam slogan “*The personal is political*”, (Humm, 2002:ix). Tujuan pokok dari teori feminisme adalah memahami penindasan perempuan secara ras, gender, kelas, dan pilihan seksual, serta bagaimana mengubahnya. Teori feminisme mengungkap nilai-nilai penting individu perempuan, serta pengalaman-pengalaman yang

di alami bersama dan perjuangan yang mereka lakukan. Feminisme menganalisis bagaimana perbedaan seksual di bangun dalam dunia sosial dan intelektual, serta bagaimana feminisme membuat penjelasan mengenai pengalaman dari berbagai perbedaan itu.

Maggie Humm (2002), mengungkap bahwa definisi feminisme adalah suatu ideologi pembebasan perempuan yang berkeyakinan bahwa perempuan selalu mengalami penindasan, ketidak-adilan, hegemoni, dan diskriminasi oleh kaum patrial, sehingga perempuan menggugat untuk medekonstruksi struktur patriarki. Feminisme memperjuangkan kemanusiaan perempuan untuk menjadi manusia merdeka. Secara prinsip, perjuangan feminisme berakar pada posisi perempuan dalam filsafat, politik, ekonomi, budaya, dan sosial untuk setara dengan laki-laki.

#### **2.1.9.2 Aliran Feminisme**

Meskipun para feminis memiliki kesadaran yang sama tentang ketidakadilan terhadap kaum perempuan di dalam keluarga maupun masyarakat, tetapi mereka berbeda pendapat dalam menganalisis sebab-sebab terjadinya ketidakadilan serta target dan bentuk perjuangan mereka. Perbedaan tersebut mengakibatkan lahirnya beberapa ideologi atau aliran dalam pemikiran di kalangan feminis, hal tersebut mengakibatkan lahirnya beberapa ideologi atau aliran feminis. Dalam membahas ideologi feminisme ini peneliti akan menemukan terkait beberapa aliran-aliran yang terdapat dalam aliran-aliran feminisme seperti feminisme liberal, feminisme radikal, feminisme marxis,

feminisme sosialis dan yang lainnya. Namun dalam konteks objek juga subjek penelitian, feminisme post-modernisme merupakan aliran yang peneliti gunakan dengan alasan relevansi terhadap wacana dari feminisme post-modernisme, berikut penjelasan terkait gerakan pemikiran perempuan dalam aliran feminisme post-modernisme.

#### a. Feminisme Post-modernisme

Pandangan ini terpengaruh beberapa aliran filsafat modern seperti eksistensialisme, psikoanalisis, dan dekonstruksi. Tinjauan utama feminisme post modern adalah pada teks di mana realitas dipandang sebagai *text/intertextual* baik yang berupa tipe lisan, tulisan, maupun imaji (gambar). Dengan kata lain, aliran ini berpandangan bahwa dominasi laki-laki dan cara berpikirnya diproduksi dalam bahasa laki-laki. Mereka pada dasarnya menerima perbedaan laki-laki dan perempuan. Namun perwujudan dominasi yang terlanjur berada di tangan laki-laki perlu direkonstruksi melalui pembongkaran narasi-narasi, realitas, konsep kebenaran, dan bahasa yang diterima dan dikembangkan di dalam masyarakat. Mereka menganggap bahwa tiap masyarakat diatur oleh rangkaian tanda, peranan, dan ritual, yang saling berhubungan berupa aturan simbolis. Internalisasi aturan simbolis tersebut dilakukan melalui bahasa.

Yang menarik dari pemikiran feminisme post modern adalah tentang kebebasan dan identitas. Perspektif kebebasan menurut feminisme postmodern adalah adanya pengakuan bahwa perempuan dan laki-laki berbeda dan sebenarnya perempuan tidak menginginkan hak

untuk menjadi sama dengan laki-laki karena yang diinginkan sebenarnya adalah hak untuk bebas mengonstruksi diri sendiri seperti yang di miliki laki-laki. Artinya tidak ada kelompok yang menentukan identitas bagi yang lain atau perempuan tidak di definisikan oleh laki-laki melainkan oleh dirinya sendiri. Subjektivitas dan identitas adalah cair dan karena itu perempuan kemudian berhak mempertanyakan dan mengonstruksi identitas dirinya sebagai manusia yang bebas.

Feminisme aliran ini memiliki fokus tinggi dalam menggaungkan pluralisme dan mendekonstruksi teks terkait relasi perempuan dan laki-laki di tengah masyarakat. Pandangan dasarnya masih sama, yaitu kondisi awal perempuan adalah termarginalkan, hanya saja mereka menitik beratkan perhatian bahwa marginalisasi itu dibentuk secara struktural melalui narasi besar budaya yang dibangun oleh bahasa laki-laki. Jadi perempuan termarginalkan bukan semata-mata karena inferioritas akibat kondisi tubuh mereka, tapi memang ada struktur teks yang menentukan cara bicara, cara berpikir yang sangat laki-laki. Mereka memandang pengaruh laki-laki dan patriarki sedemikian besarnya sehingga nampak berlebihan dalam merespon teks dan sedikit perhatiannya terhadap realitas secara praksis. Seolah-olah perempuan nihil kontribusinya dalam pembangunan kebudayaan, dan karenanya harus merekonstruksi bahasanya sendiri hingga identitas seksualnya.

## 2.2 Kerangka Pemikiran

### 2.2.1 Analisis Semitoka Jhon Fiske

Dalam penelitian ini, peneliti mencoba memaparkan konsep atau paradigma alur pikir terkait proses pembentukan kerangka pemikiran yang di harap dapat menunjukkan suatu gambaran tentang arah dari penelitian akan film berjudul *Selesai*, karya sutradara Teuku Adifitrian. Dalam menganalisa Representasi patriarkisme dalam film *Selesai*, peneliti menggunakan teori *The Codes of Television* oleh John Fiske. Peneliti memilih beberapa kode yang ada dalam teori *The Codes of Television* John Fiske. Beberapa kode televisi ini akan lebih mempermudah peneliti dalam meneliti representasi patriarkisme dalam film.

Kode–kode televisi (*Television codes*) adalah teori yang dikemukakan oleh John Fiske atau yang biasa disebut kode–kode yang digunakan dalam dunia pertelevisian. Menurut Fiske, kode–kode yang muncul atau yang digunakan dalam acara televisi tersebut saling berhubungan sehingga terbentuk sebuah makna. Menurut teori ini pula, sebuah realitas tidak muncul begitu saja melalui kode–kode yang timbul, namun juga diolah melalui pengindraan serat referensi yang telah dimiliki oleh pemirsa televisi, sehingga sebuah kode akan dipersepsikan secara berbeda oleh orang yang berbeda juga.

Tanda adalah sesuatu yang dikaitkan pada seseorang untuk sesuatu dalam beberapa hal atau kapasitas. Tanda menunjuk pada seseorang, yakni, menciptakan di benak orang tersebut suatu tanda yang setara, atau barangkali suatu tanda yang lebih berkembang. Tanda yang diciptakannya saya namakan

interpretan dari tanda pertama. Tanda itu menunjuk sesuatu, yakni objeknya. (Fiske, 2007: 63)

Semiotika adalah studi mengenai pertandaan dan makna dari sistem tanda, ilmu tentang tanda, bagaimana makna dibangun dalam teks media, atau studi tentang bagaimana tanda dari jenis karya apapun dalam masyarakat yang mengkonsumsi makna. (Fiske, 2007: 282)

Menurut John Fiske, ada tiga bidang studi utama dalam semiotika. Tiga bidang studi utama dalam semiotika menurut John Fiske adalah:

1. Tanda itu sendiri. Hal ini terdiri atas studi tentang berbagai tanda yang berbeda, cara–cara tanda yang berbeda itu dalam menyampaikan makna, dan cara–cara tanda itu terkait dengan manusia yang menggunakannya. Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami dalam artian manusia yang menggunakannya.
2. Sistem atau kode yang mengorganisasikan tanda. Studi ini mencakup cara berbagai kode yang dikembangkan guna memenuhi kebutuhan suatu masyarakat atau budaya atau mengeksploitasi saluran komunikasi yang tersedia untuk mentransmisikannya.
3. Kebudayaan dan tempat kode dan tanda bekerja. Ini pada gilirannya bergantung pada penggunaan kode–kode dan tanda–tanda itu untuk keberadaan dan bentuknya sendiri. (Fiske, 2007: 60).

Secara sederhana dapat diartikan sebagai gambaran mengenai suatu hal yang terdapat dalam kehidupan yang digambarkan melalui suatu media.

Representasi berasal dari bahasa Inggris, *representation*, yang berarti perwakilan, gambaran atau penggambaran.

Seperti yang di kutip Vera dalam bukunya yang berjudul *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*. John Fiske mendefinisikan representasi merupakan sejumlah tindakan yang berhubungan dengan teknik kamera, pencahayaan, proses editing, musik dan suara tertentu yang mengolah simbol-simbol dan kode-kode konvensional ke dalam representasi dari realitas dan gagasan yang akan dinyatakannya.

Selanjutnya, Fiske pun berpendapat dalam sebuah praktek representasi, asumsi yang berlaku adalah bahwa isi media tidak murni merupakan realitas, karena itu representasi lebih tepat dipandang sebagai cara bagaimana mereka membentuk versi realitas dengan cara-cara tertentu, bergantung pada posisi sosial dan kepentingannya. Pendapat Fiske mengenai representasi ini berlaku dalam sebuah proses kerja media secara umum dan ia pun sudah mulai menyinggung mengenai kaitan antara representasi dengan realitas bentukan yang diciptakan oleh suatu media.

Eriyanto seperti dikutip oleh Indriawan Seto (2011:122) menyatakan bahwa media sebagai suatu teks banyak menebarkan bentuk-bentuk representasi pada isinya. Representasi dalam media menunjuk pada bagaimana seseorang atau suatu kelompok, gagasan atau pendapat tertentu ditampilkan dalam pemberitaan. John Fiske merumuskan tiga proses yang terjadi dalam representasi sebagai berikut:

**Tabel 2.2**  
Konsep Representasi Jhon Fiske

<b>PERTAMA</b>	<b>REALITAS</b>
	Dalam bahasa tulis, seperti dokumen wawancara transkrip dan sebagainya. Dalam televisi seperti perilaku, <i>make up</i> , pakaian, ucapan, gerak-gerik, dan sebagainya.
<b>KEDUA</b>	<b>REPRESENTASI</b>
	Elemen tadi ditandakan secara teknis. Dalam bahasa tulis seperti kata, proposisi, kalimat, foto, <i>caption</i> , grafik dan sebagainya. Dalam TV seperti kamera, musik, tata cahaya, dan lain-lain. Elemen-elemen tersebut ditransmisikan kedalam kode representasional yang memasukan diantaranya bagaimana objek digambarkan (karakter, narasi, seting, dialog, dan lain-lain).
<b>KETIGA</b>	<b>IDEOLOGI</b>
	Semua elemen di organisasikan dalam koherensi dan kode-kode ideologi, seperti individualisme, liberalisme, sosialisme, patriarkisme, ras, kelas, materialisme, dan sebagainya.

Sumber: Jhon Fiske dalam Indiwani Seto (2011:123)

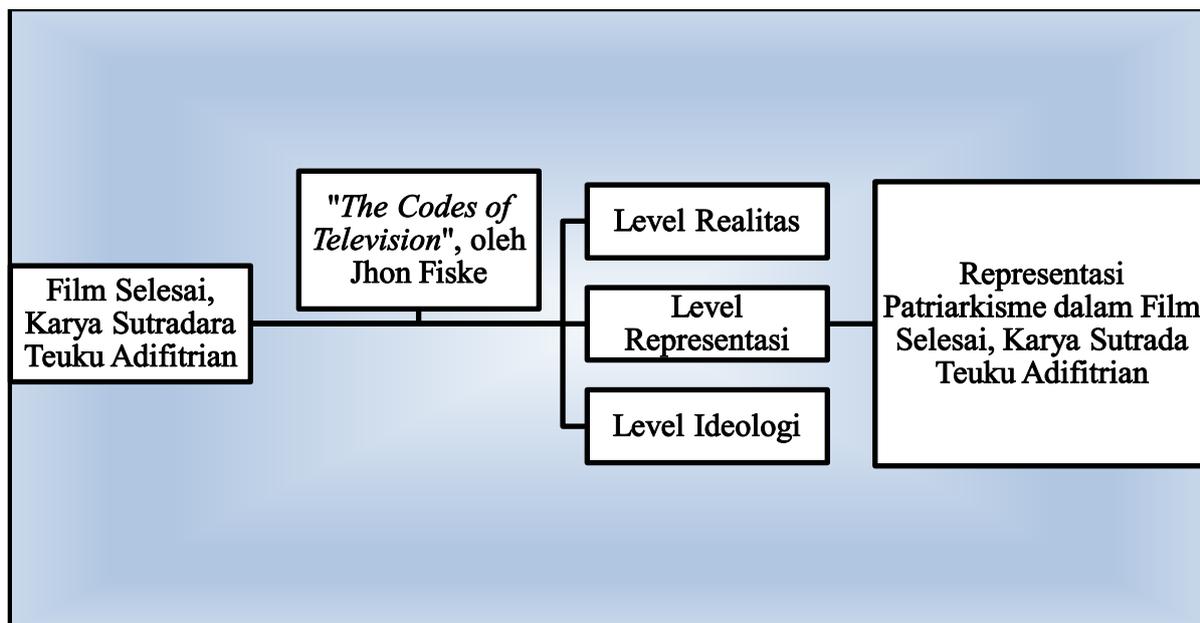
Pertama, realitas, dalam proses ini baik peristiwa atau ide dikonstruksikan sebagai realitas oleh media dalam bentuk bahasa gambar. Ini umumnya berhubungan dengan aspek seperti pakaian, lingkungan, ucapan, ekspresi dan lain-lain. Di sini realitas selalu siap ditandakan. Kedua, representasi, dalam proses ini realitas digambarkan dalam perangkat teknis, seperti bahasa tulis, gambar, grafik, animasi, dan lain-lain. Ketiga, tahap ideologis, dalam proses ini peristiwa dihubungkan dan diorganisasikan ke dalam konvensi-konvensi yang diterima secara ideologis. Bagaimana kode-kode direpresentasi dihubungkan dan diorganisasikan ke dalam koherensi sosial atau kepercayaan dominan yang ada dalam masyarakat.

### **2.2.2 Alur Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan kerangka teoritis tersebut, maka peneliti mengkaji melalui alur pemikiran peneliti. Berikut adalah gambar alur pemikiran peneliti sesuai dengan *The Codes of Television* John Fiske, bisa dilihat pada gambar 2.1.

**Gambar 2.1**

Alur Pemikiran Analisis Semiotika Jhon Fiske Tentang Film Selesai, Karya Sutradara Teuku Adifitrian Tahun 2021



Sumber: Peneliti, 2021

Ada beberapa *sequence* dalam film Selesai yang akan dianalisis melalui semiotika John Fiske. Semiotika yang di kaji oleh Fiske antara lain membahas bahwa sebuah peristiwa yang digambarkan dalam sebuah gambar bergerak atau *moving picture* memiliki kode-kode sosial.

Dari *The Code of Television* John Fiske di bawah diadaptasi bahwa kode-kode sosial pada *level* pertama adalah realitas dalam *sequence* dan realitas tersebut terdiri dari penampilan, busana, make-up, *environment* (lingkungan), *behavior* (kelakuan), *speech* (cara berbicara), *gesture* (bahasa tubuh), ekspresi. Kemudian realitas dalam *sequence* tersebut direpresentasikan melalui kamera, pencahayaan, editing, musik dan *sound*. Dan pada *level* ketiga hasil dari hubungan antara realitas dan representasi dalam *sequence* diterima secara sosial oleh *ideological codes* atau kode-kode ideologi, seperti: individualisme, patriarki, ras, kelas (penggolongan berdasar kelas sosial)

## Gambar 2.2

Modifikasi Teori *The Codes of Television* Jhon Fiske

### Level Satu:

#### ➤ Realitas

Realitas paternalisme dalam *sequence* film Selesai yang terdiri dari penampilan, kostum, tata rias, lingkungan, tingkah laku, cara berbicara, gerak tubuh, ekspresi, suara. Semua dibentuk secara elektronik oleh kode-kode seperti: (1) Kamera, (2) Cahaya, (3) Editing, (4) Suara.

### Level Dua:

#### ➤ Representasi

Sebagai pengirim *conventional representational codes* (kode-kode representasi yang umum), yang mana merupakan bentuk dari representasi, sebagai contoh: (1) Cerita, (2) Konflik, (3) Karakter, (4) Dialog, (5) *Setting*.

### Level Tiga:

#### ➤ Ideologi

Kemudian antara realitas dan representasi disusun kedalam hubungan dan diterima secara sosial oleh *ideological codes* (kode-kode ideologi).

*Sumber: Jhon Fiske dalam Vera (2014:112)*

Untuk memperoleh kedalaman makna dan tanda dari beberapa *sequence* dalam film Selesai yang berkaitan dengan representasi patriarkisme, peneliti menggunakan beberapa kode sosial dalam *The Codes of Television*, yaitu sebagai berikut:

- **Level Realitas**

Pada level ini terdapat kode-kode sosial berupa :

### 1. *Appereance* (Penampilan)

Penampilan adalah sebuah keseluruhan tampilan fisik seseorang meliputi beberapa aspek dari gaya personal. Seperti mata, bentuk hidung, tinggi badan, berat badan, warna rambut, warna kulit dan bentuk fisik lainnya. Setiap orang biasanya menggunakan modifikasi bagian tubuh mereka dengan mewarnai warna rambut, kosmetik dan modifikasi lainnya. Setiap orang pribadi manusia juga memiliki penampilan yang berbeda-beda disebabkan oleh sebuah genetika maupun dandanan personal. Modifikasi seseorang dari hal yang medis seperti perawatan tubuh, jawab gigi, kaca mata ada sebuah makna yang ingin di sampaikan. Dari sebuah penampilan tersebut timbulah sebuah makna yang di sampikan oleh setiap personal. Karakteristik orang tersebut akan memberikan macam-macam makna yang akan di sampaikan. Dalam sebuah film dokumenter biasanya penampilan seseorang tidak ada unsur setingan yang lebih detail.

### 2. *Dress* (Kostum)

Konstum pada sebuah film memiliki keanekaragaman karakteristik berserta dengan aksesoris yang di pakainya. Busana yang di gunakan dalam sebuah film memiliki sebuah makna yang ingin di sampaikan oleh si filmmaker. Adapun beberapa fungsi busana dalam film sebagai petunjuk kelas sosial, pribadi pelaku dan citra dari pelaku. Kostum juga bisa di gunakan untuk doktrinasi para penonton.

### 3. *Make up* (Tata Rias)

*Make Up* yang biasanya digunakan sebagai metode pencahayaan panggung untuk menyorot wajah aktor sehingga ekspresi yang ingin disampaikan dapat tersampaikan kepada penonton. *Make up* memiliki fungsi-fungsi tertentu sesuai dengan para *actor* yang mereka perankan bagi digunakan memperindah wajah atau pun menggambarkan non wajah dari manusia. *Make up* kerap kali digunakan untuk menyesuaikan karakteristik aktor dengan wajah asli yang ia perankan. Tidak ada tatarias yang berlebihan dalam sebuah pembuatan film *documenter*, para aktor yang terkait di dalamnya biasanya hanya menggunakan *make up* seadanya atau tidak sama sekali.

#### 4. *Environment* (Lingkungan)

Lingkungan merupakan kondisi fisik yang mencakup ekologi kondisi alam yang ada. Lingkungan dalam film digunakan sesuai dengan apa tujuan dari si filmmaker yang ingin disampaikan. Lingkungan terdiri dari komponen biotik dan abiotik. biotik merupakan sebuah komponen yang tidak memiliki nyawa seperti tanah, air, dan udara. Sedangkan komponen abiotik adalah segala sesuatu komponen yang memiliki nyawa atau benda hidup seperti manusia, tumbuhan, dan hewan

#### 5. *Behaviour* (Perilaku)

Prilaku adalah aksi atau reaksi dari sebuah objek yang berhubungan dengan lingkungan. Prilaku dapat diukur dengan norma norma dan kontrol sosial. Perilaku manusia dapat terpengaruhi oleh sebuah lingkungan dan perilaku seseorang dalam sebuah film *documenter* biasanya terlihat dari cerminan daerah dimana film *documenter* tersebut diproduksi.

## 6. *Speech* (Cara Berbicara)

Cara berbicara memiliki sebuah intonasi pada pendekatan tujuan apa yang dibuat oleh filmmaker. Lingkungan penampilan dan perilaku memiliki kaitan oleh aktor yang di perankan. Dalam konteks berbicara juga aksent akan menunjukkan karakteristik seorang aktor dan bahasa saat berbicara biasanya sesuai dengan bahasa induk produksi film tersebut.

## 7. *Gesture* (Gerakan)

*Gesture* merupakan bahasa non verbal yang dilakukan orang para aktor untuk mencerminkan sebuah peran dengan emosinya. Gerakan ini tidak bersifat universal, tergantung dari budaya mana orang yang sedang memerankan film tersebut. Hal ini menjadi penting saat mengekspresikan sebuah emosi pengkarakteran peran.

## 8. *Expression* (Ekspresi)

Ekspresi wajah merupakan bentuk komunikasi non verbal dan bentuk penyampaian emosi raut wajah kepada penonton. Dalam sebuah film documenter biasanya raut wajah sesuai dengan ekspresi apa yang sedang dia alami dan kejadiannya.

## 9. *Sound* (Suara)

Suara dapat meliputi dialog, musik dan efeksuara. Dalam teknik suara lah yang di gunakan oleh si *film maker* untuk memiliki suara-suara yang unik dan menarik. Suara memiliki peran yang aktif untuk mendukung emosi para penonton. Suara yang di keluarkan dalam sebuah film sesuai dengan reka adegan apa yang ingin di sampaikan oleh para *film maker*

dengan tujuan apa yang di sampaikan oleh *film maker*. Suara dalam sebuah film dapat mengatur alur jalannya sebuah film dan mengatur kontrol emosi para penontonnya.

- **Level Representasi**

1. *Camera* (Kamera)

Kamera dalm pembuatan sebuah film berperan sebagai alat perekam. Dalam sebuah perekaman dalam teknik pengambilan gambar ini sangat perlu di perhatikan. Di perlukannya sebuah teknik dalam pengambilan sebuah gambar.

- a. *Extreme Long Shot* (ELS)

*Extreme Long Shot* digunakan bila ingin mengambil gambar yang sangat amat jauh, panjang, luas dan berdimensi lebar. *Shots* ini biasanya digunakan untuk pembukaan film dan untuk memperkenalkan kepada penonton lokasi cerita.

- b. *Long Shot* (LS)

*Long Shot* menangkap gambar dari ujung kepala hingga ujung kaki. *Long Shot* yang juga disebut dengan *landscape format*, biasanya digunakan untuk mengantar mata penonton kepada suatu kejelasan suasana dan objek.

- c. *Medium Long Shot* (MLS)

*Medium Long Shot* menangkap gambar dari ujung kepala hingga setengah kaki . Shot ini biasanya digunakan sebagai variasi estetika gambar.

*Angle* yang digunakan dapat dikreasi sedemikian rupa agar menghasilkan tampilan yang menarik.

d. *Medium Shot* (MS)

*Medium Shot* ini menangkap gambar dari tangan hingga ke atas kepala. Shot ini biasanya digunakan untuk menunjukkan ekspresi dan emosi dari pemeran kepada penonton.

e. *Middle Close Up* (MCU)

*Middle Close Up* menangkap gambar dari ujung kepala hingga ujung perut. Penonton masih dapat melihat latar belakang tetapi penonton juga diarahkan untuk mengenal lebih detail profil, bahasa tubuh, dan emosi pemeran.

f. *Close Up* (CU)

*Close Up* menangkap gambar penuh dari leher hingga ujung kepala. *Shot* ini adalah komposisi yang paling sering digunakan. Melalui *shot* ini emosi dan juga reaksi dan juga mimik wajah tergambar dengan jelas.

g. *Extreme Close Up* (ECU)

*Extreme Close Up* berfokus pada satu objek saja. Misalnya hidung, mata, atau alis saja. Shot ini jarang digunakan pada produksi film.

## 2. *Lighting* (Pencahayaannya)

Pengaturan cahaya dalam sebuah film membantu dalam pengambilan sebuah gambar. Menggunakan cahaya di atur untuk terang atau tidaknya suatu pengambilan gambar. Ada beberapa setting gambar

yang sangat memerlukan cahaya tambahan untuk pengambilan dalam sebuah film. Tetapi dalam sebuah film *documenter* biasanya penggunaan menggunakan cahaya seadanya karena dalam sebuah film *documenter* bersifat alamiah.

### 3. *Editing* (Penyuntingan)

*Editing* adalah tahap penyambungan gambar-gambar yang telah di ambil. Tiap *shot* gambar di hubungkan sehingga menjadi sebuah kesatuan yang utuh memiliki sebuah alur cerita yang terstruktur sesuai dengan pesan apa yang di inginkan oleh si *film maker*. Seperti contoh ketika si *film maker* ingin membuat sebuah adegan yang dramatis, sedih atau flashback maka si editor *film maker* akan menyesuaikan warna editing gambar dengan warna gelap abu-abu.

### 4. *Music* (Musik)

Musik merupakan hal yang mengatur sebuah alur emosi dalam sebuah film. Ada musik yang terambil langsung oleh kamera atau ada juga musik yang di buat secara sengaja oleh *film maker* atau pun mengadopsi musik dari musisi. Musik yang di ambil oleh si *film maker* tidak sembarang musik yang di adopsi tetapi sesuai dengan tema film sehingga memiliki unsur kesetiaan antara musik dan tema film. Marsseli Sumarno menyebutkan ada fungsi-fungsi musik dalam film, yaitu :

1. Membantu merangkai adegan sehingga menimbulkan kesan kesatuan.

2. Menutupi kelemahan atau kecacatan sebuah film. Kelemahan dapat berupa akting yang lemah atau dialog yang dangkal. Harapannya dengan musik yang tepat, kelemahan tersebut diubah menjadi dramatik.
3. Menunjukkan suasana bathin tokoh – tokoh utama film.
4. Menunjukkan suasana waktu dan tempat.
5. Meniringi susunan kerabat kerja (*Credit tittle*).
6. Mengiringi adegan dengan ritme cepat.
7. Mengantisipasi adegan mendatang dan membentuk ketegangan dramatik.
8. Mengaskan karakter lewat musik.

#### 5. *Narative* (Naratif)

Naratif merupakan rangkain dari sebuah peristiwa dalam sebuah film yang memiliki suatu hubungan. Dalam proses narasi si *film maker* seharusnya sesuai dengan target penonton. Ada film yang di haruskan membuat penonton berpikir lebih jauh.

#### 6. *Conflict* (Konflik)

Konflik merupakan suatu proses sosial yang terjadi baik individu atau kelompok dimana salah satu dari pihak tersebut ingin menyingkirkan pihak lain untuk mendapatkan sesuatu hal. Dalam konteks film *documenter* biasanya konflik yang terjadi sesuai dengan realitas apa yang terjadi dalam keadaan sebenarnya.

## 7. *Character* (Karakter)

Sumarno (1996) menuliskan pembentukan karakter dalam sebuah film sangat penting dan dikaitkan dengan proses penokohan. Proses penokohan akan mengarahkan seorang pemeran menyajikan penampilan yang tepat seperti cara bertingkah laku, ekspresi emosi dengan mimik dan gerak – gerak, cara berdialog, untuk tokoh cerita yang ia bawakan. Ada lima jenis karakter yang banyak disajikan, diantaranya :

### 1. Karakter Protagonis

Karakter protagonis biasanya merupakan karakter utama. Karakter protagonist mewakili sisi kebaikan, dan mencerminkan sifat – sifat kebenaran.

### 2. Karakter *Side Kick*

Karakter *side kick* adalah pasangan karakter protagonis. Biasanya memiliki peran membantu atau mendukung karakter protagonis.

### 3. Karakter Antagonis

Karakter antagonis merupakan karakter yang mewakili sifat – sifat negatif. Karakter antagonis bertentangan dengan karakter protagonis.

### 4. Karakter Kontagonis

Karakter kontagonis adalah rekan dari karakter antagonis.

### 5. Karakter Skeptis

Karakter skeptis adalah karakter yang tidak peduli atau tidak segan terhadap tokoh protagonis. Karakter skeptis bukan berarti melawan seperti halnya antagonis, tetapi cenderung melihat rendah tokoh protagonis.

#### 8. *Action* (Aksi)

Aksi adalah sesuatu yang dilakukan oleh manusia baik berupa fisik maupun pikiran dan terjadi karena adanya kemauan dan gairah untuk melakukan sesuatu atau berlandaskan sesuatu.

#### 9. *Dialogue* (Dialog)

Dialog adalah bahasa komunikasi verbal yang digunakan semua karakter di dalam maupun di luar cerita film (narasi). Dialog sebuah film juga perlu memperhatikan bahasa bicara dan aksen.

#### 10. *Setting* (Tempat)

Dalam sebuah film, latar atau setting merupakan tempat dan waktu berlasungnya sebuah cerita. *Setting* diharapkan dapat member informasi lengkap kepada penonton tentang peristiwa peristiwa yang sedang disaksikan. *Setting* berfungsi sebagai petunjuk ruang, waktu, dan status sosial.

#### 11. *Casting* (Pemeran)

Pemeran adalah orang yang memainkan peran tertentu dalam suatu aksi panggung dalam sebuah film. Biasanya orang yang berperan merupakan

orang yang memiliki keahlian dalam bidang akting untuk berpura-pura memerankan suatu tokoh.

- **Level Ideologi (*Ideology*)**

Merupakan hasil dari realitas dan representasi sehingga mengasilkan hubungan sosial kode-kode ideologi, seperti individualism, kapitalisme, liberalism, komunisme, dan lain-lainnya.

*Codes of Television* dijadikan peneliti sebagai rujukan utama guna menganalisis representasi patriarkisme dalam film Selesai karena seperti yang di jelaskan di atas bahwa *Codes of Television* menjelaskan poin-poin penunjang penelitian yang sudah di patenkan oleh John Fiske sehingga memudahkan peneliti untuk melakukan analisis terhadap objek yang di teliti.