

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka adalah proses-proses yang umum dilalui untuk mendapatkan teori yang relevan berdasarkan masalah yang akan diteliti oleh peneliti. Dengan mencari kumpulan-kumpulan penelitian terkait yang kemudian diangkat untuk menjadi sebuah pendukung serta referensi bagi penelitian yang sedang dibuat. Kajian pustaka meliputi pengidentifikasian secara sistematis, penemuan dan analisis dokumen yang memuat informasi yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti.

2.1.1 Tinjauan Peneliti Terdahulu

Dalam tinjauan pustaka, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki kaitan dan relevansi yang kuat dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap dan pembanding serta mendapatkan gambaran awal mengenai kajian yang terkait dengan permasalahan peneliti. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang menjadi referensi peneliti dalam penelitian ini, diantaranya sebagai berikut :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Yudith Rialdy	Shofa Mayonia Jeric	Muhamad Rizal Jacob
Judul	ANALISIS FILM A QUIET PLACE Studi Analisis Semiotika Roland Barthes	Komunikasi Antarbudaya (Analisis Semiotik Dalam Film Eat, Pray, Love)	THE MEANING OF THE STRUGGLES OF A FATHER IN THE FILM THE PURSUIT OF HAPPINESS (Analysis of semiotics Roland Barthes on the meaning of the struggles of a father in The Film The Pursuit Of Happiness By Steve Conrad)
Metode Penelitian	Metode penelitian kualitatif dengan desain penelitian analisis semiotika Roland Barthes.	Metode penelitian kualitatif dengan desain penelitian analisis semiotika Roland Barthes.	Metode penelitian kualitatif dengan desain penelitian analisis semiotika Roland Barthes.
Perbedaan	Penelitian ini ingin menganalisis film a quiet place, sementara peneliti ingin mengetahui makna tanda <i>self talk</i> dalam film Soul.	Penelitian ini meneliti komunikasi budaya yang ada dalam film eat, pray, love. Sementara peneliti meneliti tentang makna tanda <i>self talk</i> dalam film Soul.	Penelitian ini meneliti kisah perjuangan seorang ayah dengan tanda denotasi, konotasi, ideologi/mitos. Sementara peneliti meneliti makna tanda <i>self talk</i> dalam film Soul dengan makna denotasi, konotasi, dan ideologi/mitos.

Hasil	Menggambarkan adanya arti sebuah keluarga. Terjadi komunikasi yang tidak efektif sehingga menyebabkan kesalahpahaman. Upaya-upaya orang tua untuk memberikan yang terbaik bagi anak-anaknya. Keadaan yan abnormal membuat keluarga tidak kuat.	Hasil penelitian menunjukan bahwa komunikasi antarbudaya terdapat pada makna tanda-tanda dank ode yang muncul dalam beberapa scene atau adegan di film Eat, Pray, Love. Kemudian terdapat pula secene atau adegan yang berkaitan dengan unsur-unsur komunikasi antarbudaya.	Seorang ayah memiliki sosok figure yang sangat kuat, tidak mudah menyerah, dan memiliki hasrat untuk selalu memberikan yang terbaik bagi keluarganya. Walaupun mungkin hanya sedikit sosok ayah yang terkadang berperilaku kasar tetapi ia akan selalu berusaha untuk membahagiakan keluarganya walaupun ia harus berhadapan dengan hokum.
--------------	--	---	--

Nama Peneliti	Sarah Devira Khoeruninnisa	Henny Sri Kusumawati
Judul	Makna Tanda Kekerasan dalam Film Nasional (Studi Semiotika terhadap Film The Night Come for Us)	ANALISIS SEMIOTIKA MODEL ROLAND BARTHES PADA MAKNA LAGU “REMBULAN” KARYA IPHA HADI SASONO
Metode Penelitian	Metode penelitian kualitatif dengan desain penelitian analisis semiotika John Fishke	Metode penelitian kualitatif dengan desain penelitian analisis semiotika Roland Barthes
Perbedaan	Penelitian ini ingin menganalisis makna tanda kekerasan dalam film The Night Come for Us sementara peneliti meneliti tentang makna tanda <i>self talk</i> dalam film Soul 2020	Penelitian ini meneliti tentang makna dari sebuah lagu, sementara peneliti mencari makna tanda dalam sebuah film.
Hasil	Level realitas menggunakan	Lagu “Rembulan” menggunakan

	<p>beberapa kode sosial. Kode penampilan ditunjukkan pada adegan kekerasan fisik, kode dialog ditunjukkan dengan bahasa kasar, kode ekspresi pada raut wajah, kode kostum pada pakaian yang lusuh dan bernoda, kode lingkungan pada tempat yang kumuh dan kotor, kode gerakan pada gerakan menendang dan memukul. Level representasi menggunakan kode kamera dengan berbagai macam teknik pengambilan gambar. Level ideology adalah ideology kekerasan karena pada keseluruhan film ini adegan kekerasannya sangat banyak, baik kekerasan verbal maupun fisik.</p>	<p>dua macam simbol yakni simbol verbal berupa syair atau lirik lagu yang mengandung makna tentang percintaan. Sedangkan simbol non verbal berupa unsur-unsur lagu yang indah & lembut membuat lagu saling berkesinambungan.</p>
--	--	--

Sumber: *Peneliti, 2022*

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Ilmu Komunikasi

Sebagai makhluk sosial, manusia senantiasa ingin menjalin hubungan dengan makhluk lainnya. Dua orang dikatakan melakukan interaksi apabila antara keduanya menunjukkan aksi dan reaksi. Aksi dan reaksi yang dilakukan antar kedua orang tersebut (baik secara perorangan, kelompok, maupun organisasi), dalam ilmu komunikasi disebut sebagai tindakan komunikasi.

Secara *etimologi* istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *Communication* berasal dari bahasa Latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama “makna” (Effendy, 2017 : 9). Secara *terminologi* yaitu “Penciptaan makna antara dua orang atau lebih lewat penggunaan simbol-simbol atau tanda-tanda. Komunikasi disebut efektif bila makna yang tercipta relatif sesuai dengan yang diinginkan komunikatornya” (Mulyana, 2017 : 49). Sedangkan menurut Carl I Hovland yang dikutip oleh Mahi M. Hikmat dalam bukunya *Etika & Hukum Pers* menyatakan bahwa komunikasi adalah:

”Proses mengubah perilaku orang lain (*communication in the process to modify the behavior of other individuals*)” (Hikmat, 2011 : 69).

Hovland juga mengungkapkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan hanya 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. Tetapi dalam pengertian khusus komunikasi, Hovland mengatakan Komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the process to modify the behavior of other individuals*). Hal ini berarti komunikasi bersifat persuasif. Bagaimana seorang komunikator bisa menyampaikan sebuah informasi atau pesan dengan tujuan untuk mempengaruhi komunikan

melakukan atau menerapkan hal-hal yang menjadi tujuan awal dari seorang komunikator. Komunikasi yang bersifat persuasif tersebut bisa terjadi karena seorang komunikator berhasil menyampaikan pesan-pesan atau informasi tersebut, pesan-pesan yang disampaikan bisa dengan mudah dimengerti dan dipahami oleh para komunikan sehingga tujuan awal yang diinginkan oleh komunikator tercapai.

2.1.2.2 Proses Komunikasi

Dalam proses nya komunikasi memiliki dua tahap, yaitu proses komunikasi secara primer dan proses komunikasi secara sekunder (Effendy, 2017:10-14) yang akan diuraikan sebagai berikut :

1. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media (Effendy, 2017: 10). Lambang-lambang yang merupakan media primer dalam proses komunikasi yang dimaksud adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung dinilai dapat/mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahasa menjadi yang paling banyak dipergunakan dalam segala bentuk komunikasi yang ada, hal ini terjadi karena hanya bahasa lah yang mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada

orang lain baik itu berupa idea, informasi maupun opini, baik mengenai hal yang konkret maupun yang abstrak. Bukan hanya peristiwa yang terjadi di masa sekarang atau saat ini tetapi juga pada waktu yang lalu dan masa yang akan datang.

Prosesnya yaitu sebagai berikut, komunikator pertama-tama menyandi (*encode*) pesan yang akan disampaikan kepada komunikan. Ini berarti ia memformulasikan pikiran dan/atau perasaannya ke dalam lambang (bahasa) yang diperkirakan akan dimengerti oleh komunikan. Kemudian komunikan membawa sandi (*decoder*) pesan ataupun informasi tersebut dari komunikator. Ini berarti ia menafsirkan lambang yang mengandung pikiran dan atau perasaan komunikator tadi dalam konteks pengertiannya. Dalam proses itu komunikator berfungsi sebagai penyandi (*encoder*) dan komunikan berfungsi sebagai pengawa-sandi (*decoder*) (Effendy, 2017 : 11). Setelah itu komunikan akan bereaksi dan memberikan umpan balik (*feedback*). Komunikasi akan berjalan lancar apabila komunikan berhasil memberikan reaksi yang menyenangkan, reaksi tersebut bisa dikatakan sebagai umpan balik yang bersifat positif. Namun, jika umpan balik yang diterima bersifat negatif maka reaksi yang diberikan oleh komunikan tidak menyenangkan sehingga membuat komunikator enggan untuk melanjutkan komunikasi tersebut. Dalam

tahap umpan balik ini, terdapat transisi fungsi dimana komunikan menjadi *encoder* dan komunikator menjadi *decoder*.

2. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain 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. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan masih banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi (Effendy, 2017 : 14).

2.1.2.3 Unsur Unsur Komunikasi

Komunikasi telah didefinisikan sebagai usaha penyampaian pesan antarmanusia. Dari definisi ini terlihat bahwa untuk dapat terjadi proses komunikasi minimal terdiri dari tiga unsur utama: pengirim pesan, pesan itu sendiri, serta target penerima pesan. Namun, komunikasi bukan semata terdiri atas tiga unsur tersebut. Unsur atau komponen lain yang ada dan penting dalam proses komunikasi, yaitu:

1. Pengirim Pesan : Komunikator

Komunikator merupakan pihak yang menyampaikan pesan atau informasi pada komunikan serta mengambil inisiatif dalam berkomunikasi. Pesan disampaikan komunikator untuk mewujudkan motif komunikasi. Komunikator juga dapat berupa individu ataupun kelompok. Dalam komunikasi, komunikator dapat menjadi komunikan dan sebaliknya komunikan juga bisa menjadi komunikator. Komunikator juga mempunyai peran yang penting dalam proses komunikasi, seorang komunikator perlu memiliki sentuhan kreatif dalam membangun ide-ide serta gagasan yang akan disampaikan sehingga proses komunikasi berjalan dengan efektif.

2. Penerima Pesan : Komunikan

Komunikan yang disebut juga sebagai penerima pesan merupakan pihak yang menganalisis serta menginterpretasikan pesan atau informasi yang disampaikan oleh komunikator. Dalam konteks komunikasi massa, komunikan lazim disebut khalayak, tujuan (*destination*), pemirsa, pendengar, pembaca dan target sasaran. Sementara dalam komunikasi pemasaran, komunikan disebut juga sebagai target pasar atau konsumen. Sebagian buku lain menyebutkan bahwa penerima adalah *decoder* (Budi, 2010: 31).

3. Pesan

Menurut Effendy dalam Purba (2020), pesan adalah seperangkat lambang yang mempunyai makna yang disampaikan oleh komunikator. Pesan pada dasarnya bersifat abstrak. Untuk membuatnya konkret agar dapat dikirim dan diterima oleh komunikan, manusia dengan akal budinya menciptakan sejumlah lambang komunikasi berupa suara, mimik, gerak-gerik, bahasa lisan, dan bahasa tulisan. Pesan bersifat abstrak; komunikan anda tidak akan tahu apa yang ada dalam benak anda sampai anda mewujudkannya dalam salah satu bentuk atau kombinasi lambang-lambang komunikasi ini. Karena itu, lambang komunikasi disebut juga bentuk pesan, yakni wujud konkret dari pesan, berfungsi mewujudkan pesan yang abstrak menjadi konkret.

4. Saluran Komunikasi atau Media Komunikasi

Saluran komunikasi atau media komunikasi adalah tempat berjalannya pesan dari komunikator kepada komunikan. Dalam proses penyampaian pesan, saluran komunikasi atau media komunikasi berperan penting didalamnya. Pesan yang disampaikan oleh komunikator bisa diterima oleh komunikannya melalui dua cara, yang pertama tanpa media (*non mediated communication* yang berlangsung *face-to-face*, tatap muka) atau dengan media itu sendiri. Media merupakan bentuk jamak dari medium, sehingga dapat disimpulkan

bahwa medium komunikasi merupakan alat perantara yang sengaja dipilih oleh komunikator agar pesannya dapat diterima oleh komunikan. Jadi, unsur utama dari media komunikasi adalah pemilihan dan penggunaan alat perantara yang dilakukan komunikator dengan sengaja. Artinya, hal ini mengacu kepada pemilihan dan penggunaan teknologi media komunikasi (Budi, 2010: 33).

5. Efek Komunikasi

Efek komunikasi merupakan pengaruh yang ditimbulkan pesan komunikator kepada komunikannya, efek komunikasi bisa juga berupa tanggapan atau reaksi serta suatu tindakan yang dihasilkan oleh komunikan terhadap pesan yang telah disampaikan oleh komunikator. Terdapat tiga tataran pengaruh dalam diri komunikan, yaitu kognitif (seseorang menjadi tahu tentang sesuatu), afektif (sikap seseorang terbentuk; misalnya setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu), dan konatif (tingkah laku, yang membuat seseorang bertindak melakukan sesuatu) (Budi, 2010: 35).

2.1.2.4 Fungsi Komunikasi

Deddy Mulyana (2017) dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar mengutip kerangka berpikir William I. Gordon yaitu mengenai fungsi-fungsi komunikasi yang dibagi menjadi empat bagian, yaitu:

1. Fungsi Komunikasi Sosial

Komunikasi berperan penting dalam membangun konsep diri, aktualisasi diri serta kelangsungan hidup dalam memperoleh kebahagiaan. Konsep diri yang dimaksud adalah bahwa bagaimana kita memandang diri kita sendiri melalui informasi yang yang diberikan orang lain terhadap kita. Artinya, konsep diri akan terbentuk dengan bagaimana kita memahami diri sendiri berdasarkan informasi yang kita peroleh dan terima dari lingkungan sekitar. Eksistensi diri dinyatakan dengan cara berkomunikasi, orang melakukan komunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut aktualisasi diri atau pernyataan eksistensi diri karena ketika kita berbicara, kita sebenarnya menyatakan bahwa kita ada (Budi, 2010: 14).

2. Fungsi Komunikasi Ekspresif

Komunikasi ekspresif dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi kita) melalui pesan-pesan non verbal.

3. Fungsi Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual ini sering kali dilakukan secara kolektif. Beberapa komunitas dan organisasi contohnya sering melakukan acara yang merupakan upacara-upacara tertentu, dalam acara tersebut orang-orang dalam komunitas atau organisasi tersebut mengucapkan kata-

kata serta menampilkan perilaku yang bersifat simbolik atau hanya anggota daripada komunitas tersebut yang mengetahuinya.

4. Fungsi Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental memiliki beberapa tujuan umum, yaitu: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan serta mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan dan juga untuk menghibur (persuasif). Dalam fungsi ini, beberapa peristiwa menunjukkan adanya komunikasi yang mempunyai fungsi-fungsi tumpang tindih, meskipun salah satu fungsinya sangat menonjol atau mendominasi.

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Massa

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Rakhmat, 2012: 188), yakni: komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to large number of people*). Berdasarkan dari definisi yang dikemukakan oleh Bittner, dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu dilakukan harus dengan menggunakan media massa. Komunikasi yang dilakukan dan

disampaikan di depan khalayak ramai, seperti rapat akbar yang dihadiri oleh oleh ribuan bahkan puluhan ribu orang tetapi jika dalam penyampaiannya tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa. Definisi komunikasi massa yang lebih perinci dikemukakan oleh ahli komunikasi lain, yaitu Gerbner. Menurut Gerbner (1967) *“Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies”*. (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri (Rakhmat, 2012: 188). Dari definisi Gerbner tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan pesan komunikasi. Produk tersebut disebarkan, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, dwi mingguan, atau bulanan. Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri.

Menyimak berbagai definisi komunikasi massa yang dikemukakan para ahli komunikasi, tampaknya tidak ada perbedaan

yang mendasar atau prinsip, bahkan definisi-definisi itu satu sama lain saling melengkapi. Hal ini memberikan gambaran yang jelas mengenai pengertian komunikasi massa. Bahkan, secara tidak langsung dari pengertian komunikasi massa dapat diketahui pula ciri-ciri komunikasi massa yang membedakannya dari bentuk komunikasi lainnya (Ardianto, 2017: 6). Rakhmat merangkum definisi-definisi komunikasi massa tersebut menjadi: "komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat (Rakhmat, 2017: 189).

2.1.3.2 Karakteristik Komunikasi Massa

1. Komunikator Terlembagakan

Wright berpendapat bahwa komunikasi massa itu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks. Arti kompleks sendiri adalah bahwa komunikasi yang dilakukan melalui media massa melibatkan banyak orang dan proses-proses tertentu (tergantung media massa apa yang digunakan) hingga pesan tersebut bisa sampai kepada khalayak atau komunikan. Berapa banyak orang yang terlibat serta peralatan apa

saja yang digunakan, dan berapa biaya yang diperlukan untuk melakukan komunikasi massa tersebut sifatnya sangat relatif.

2. Pesan Bersifat Umum

Pesan komunikasi massa ditujukan untuk semua orang, bukan hanya untuk kelompok tertentu, maka dari itu pesan komunikasi massa bersifat umum. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa juga memiliki sifat yang terbuka. 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 (Ardianto, 2017: 8).

3. Komunikannya Anonim dan Heterogen

Dalam komunikasi massa, komunikatornya 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, yang dapat dikelompokkan berdasarkan faktor: usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama, dan tingkat ekonomi (Ardianto, 2017: 8).

4. Media Massa Menimbulkan Keserempakan

Komunikasi massa mempunyai kelebihan lain dari komunikasi lainnya, yaitu jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas. Komunikan yang banyak dan tidak terbatas tersebut bisa mendapatkan pesan yang sama dalam waktu yang serempak.

Effendi dalam Ardianto (2017) 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

Dalam konteks komunikasi massa, komunikator tidak harus selalu kenal dengan komunikannya, dan sebaliknya. Yang penting adalah bagaimana seorang komunikator menyusun pesan secara sistematis, baik, sesuai dengan jenis medianya, agar komunikannya bisa memahami isi pesan tersebut (Ardianto, 2017: 10).

6. Komunikasi Massa Bersifat Satu arah

Karena komunikasi massa dilakukan melalui media massa, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung komunikator aktif menyampaikan pesan dan

komunikasikan pun aktif menerima pesan, tetapi diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana halnya yang terjadi dalam komunikasi antarpersona. Dengan kata lain, komunikasi massa itu bersifat satu arah (Ardianto, 2017: 10).

7. Stimulasi Alat Indra 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 (Ardianto, 2017: 11).

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

Komunikator dalam komunikasi massa tidak dapat dengan segera mengetahui bagaimana reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya. Tanggapan khalayak bisa diterima melalui telepon, e-mail, atau surat pembaca. Proses penyampaian feedback lewat telepon, e-mail, atau surat pembaca itu menggambarkan feedback komunikasi massa yang bersifat *indirect*. Sedangkan waktu yang dibutuhkan untuk menggunakan telepon, menulis surat pembaca,

mengirim e-mail itu menunjukkan bahwa feedback komunikasi massa bersifat tertunda (*delayed*) (Ardianto, 2017: 12).

2.1.3.3 Fungsi Komunikasi Massa

Dominik dalam Ardianto (2017) mengatakan bahwa fungsi komunikasi massa terdiri dari *veillance* (pengawasan), *interpretation* (penafsiran), *linkage* (keterkaitan), *transmission of values* (penyebaran nilai), dan *entertainment* (hiburan).

1. *Surveillance* (Pengawasan)

Fungsi pengawasan dalam komunikasi massa dibagi kedalam dua bentuk, yaitu pengawasan peringatan dan pengawasan instrumental. Fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang ancaman dari angin topan, meletusnya gunung merapi, kondisi yang memprihatinkan, tayangan inflasi atau adanya serangan militer. Peringatan ini dengan serta merta dapat menjadi sebuah ancaman.

Fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari. Berita tentang film apa yang sedang dimainkan di bioskop, bagaimana harga-harga saham di bursa keuangan efek, produk-produk baru, ide-ide tentang mode, resep

masakan dan sebagainya, adalah contoh-contoh pengawasan instrumental.

2. *Interpretation* (Interpretasi)

Penafsiran tidak terbatas pada tajuk rencana, rubrik artikel yang disajikan pun memberikan analisis kasus di belakang peristiwa yang menjadi berita utama, misalnya tentang kebijakan pemerintah, pemilihan umum, dan lainnya. Penafsiran ini berbentuk komentar dan opini yang ditujukan kepada khalayak pembaca, serta dilengkapi perspektif (sudut pandang) terhadap berita yang disajikan pada halaman lainnya.

3. *Linkage* (Pertalian)

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam sehingga membentuk linkage (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu. Kelompok-kelompok yang memiliki kepentingan yang sama tetapi terpisah secara geografis dipertalikan atau dihubungkan oleh media.

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

Fungsi ini juga disebut 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)

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.

2.1.2.4 Bentuk Bentuk Media Massa

Media massa pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua kategori, yakni media massa cetak dan media massa elektronik. Media cetak yang dapat memenuhi kriteria sebagai media massa adalah surat kabar dan majalah. Sedangkan media elektronik yang memenuhi kriteria media massa adalah radio siaran, televisi, film, media online (internet). Menurut Ardianto (2017: 103) bentuk bentuk media massa yaitu:

1. Surat Kabar, merupakan media massa yang paling tua dibandingkan dengan media massa yang lainnya. Sejarah telah mencatat keberadaan surat kabar dimulai sejak ditemukannya mesin cetak oleh Johann Gutenberg di Jerman.
2. Majalah muncul tidak lama setelah surat kabar.. Majalah telah membuat segmentasi pasar tersendiri dan membuat fenomena baru dalam dunia media massa cetak di Amerika.
3. Radio adalah media massa elektronik tertua dan sangat luwes. Radio telah beradaptasi dengan perubahan dunia, dengan mngembangkan hubungan saling menguntungkan dan melengkapi dengan media lainnya.
4. Televisi. Dari semua media komunikasi yang ada, televisi lah yang paling berpengaruh pada kehidupan manusia. 99% orang Amerika memiliki televisi di rumahnya. Tayangan televisi mereka dijejali hiburan, berita, dan iklan. Mereka menghabiskan waktu menonton televisi sekitar tujuh jam dalam sehari.
5. Film atau gambar bergerak adalah bentuk dominan dari komunikasi massa visual di belahan dunia. Film lebih dahulu menjadi media hiburan dibanding radio siaran dan televisi. Menonton film ke bioskop ini menjadi aktivitas populer bagi orang Amerika pada tahun 1920-an sampai 1950-an.

6. Internet. Asal mula internet adalah tercipta oleh suatu ledakan tak terduga di tahun 1969, yaitu dengan lahirnya Arpanet, suatu proyek eksperimen Kementerian Pertahanan Amerika Serikat bernama DARPA (Department of Defense Advanced Research Projects Agency).

2.1.4 Tinjauan Tentang Film

Gambar bergerak (film) adalah bentuk dominan dari komunikasi massa visual di belahan dunia (Ardianto, 2017:143). Film mulai diproduksi dan didistribusikan serta dipertunjukkan pada khalayak atas kerjasama antar organisasi atau Lembaga tertentu. Informasi yang disalurkan dan disebarluaskan oleh film kepada khalayak yang bersifat heterogen dan anonim itu diolah dalam sebuah organisasi yang dapat melibatkan pembiayaan yang besar. Dalam pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa Industri film adalah industry bisnis yang dapat mendatangkan keuntungan finansial, meskipun pada kenyataannya film adalah karya seni, yang bertujuan untuk memenuhi estetika (keindahan) yang sempurna namun terkadang menjadi ladang bisnis demi mendapatkan uang sehingga keluar dari kaidah artistik film yang ada. Menurut Effendy dalam Ardianto (2017: 145) bahwa selain sebagai media hiburan, film nasional juga dapat digunakan sebagai edukasi untuk pembinaan generasi muda dalam rangka

nation and character building. Artinya film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayaknya. Film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan muatan pesan (message) di baliknya, tanpa pernah berlaku sebaliknya (Sobur, 2013: 127). Pengaruh film terhadap penonton juga tidak hanya sewaktu atau selama duduk di gedung bioskop, tetapi terus ada sampai waktu yang cukup lama, misalnya peniruan terhadap cara berpakaian atau model rambut. Hal ini disebut imitasi. Tentu saja apabila hanya cara berpakaian tidak akan terlalu berdampak pada norma norma yang ada, tapi bagaimana jika film tersebut bisa mempengaruhi cara hidup yang tidak sesuai dengan dengan norma budaya Indonesia, walaupun mungkin dampaknya tidak akan terlihat dengan cepat namun pasti akan menimbulkan masalah yang lain.

2.1.4.1 Karakteristik Film

Dalam Ardianto (2017: 145-149) disebutkan bahwa faktor faktor yang dapat menunjukkan karakteristik film adalah layar lebar, pengambilan gambar, konsentrasi penuh dan identifikasi psikologis.

a. Layar yang Luas/Lebar

Layar film yang luas telah memberikan keleluasaan penontonnya untuk melihat adegan-adegan yang disajikan dalam film. Apalagi dengan kemajuan teknologi yang ada, layar film di

bioskop-bioskop pada umumnya sudah tiga dimensi, sehingga penonton seolah-olah melihat kejadian nyata dan tidak berjarak.

b. Pengambilan Gambar

Sebagai konsekuensi layar lebar, maka pengambilan gambar atau *scene* dalam film bioskop memungkinkan dari jarak jauh atau *extreme long scene*, dan panorama *scene*, yakni pengambilan pemandangan menyeluruh. *Scene* tersebut dipakai untuk memberi kesan artistik dan suasana yang sesungguhnya, sehingga film menjadi lebih menarik.

c. Konsentrasi Penuh

Saat kita menonton film di bioskop, kita akan hanya akan terfokus pada layar lebar/luas yang ada dihadapan kita. Kita semua terbebas dari gangguan hiruk pikuknya suara di luar karena ruangan yang kedap suara dan didukung oleh lampu yang dimatikan sehingga kita bisa dengan fokus menonton film tersebut.

d. Identifikasi Psikologis

Kita semua dapat merasakan bahwa suasana di gedung bioskop telah membuat pikiran dan perasaan kita larut dalam cerita yang disajikan. Karena penghayatan kita yang amat mendalam, seringkali secara tidak sadar kita menyamakan

pribadi kita dengan salah seorang pemeran dalam film tersebut, sehingga seolah-olah kitalah yang sedang berperan. Gejala ini menurut ilmu sosial disebut sebagai identifikasi psikologis (Effendy, 2017: 192).

2.1.4.2 Jenis Jenis Film

1. Film Cerita, adalah jenis film yang mengandung suatu cerita yang lazim di pertunjukkan di gedung-gedung bioskop dengan bintang film tenar dan film ini didistribusikan sebagai barang cadangan. Cerita yang diangkat menjadi topik film bisa berupa cerita fiktif atau berdasarkan kisah nyata yang dimodifikasi, sehingga ada unsur menarik, baik dari jalan ceritanya maupun dari segi gambarnya.
2. Film Berita, adalah film mengenai fakta, peristiwa yang benar-benar terjadi. Karena sifatnya berita, maka film yang disajikan kepada publik harus mengandung nilai berita (news value).
3. Film Dokumenter, didefinisikan oleh Robert Flaherty sebagai “karya ciptaan mengenai kenyataan”. Berbeda dengan film berita yang merupakan rekaman kenyataan, maka film dokumenter merupakan hasil interpretasi pribadi (pembuatnya) mengenai kenyataan tersebut.

4. Film Kartun, film ini dibuat untuk konsumsi anak-anak. Sebagian besar film kartun, sepanjang film itu diputar akan membuat kita tertawa karena kelucuan para tokohnya. Namun ada juga film kartun yang membuat iba penontonnya karena penderitaan tokohnya.

2.1.5 Tinjauan Tentang Semiotika

Kata semiotika berasal dari Yunani yaitu semeion yang memiliki arti sebagai tanda. Semiotika adalah cabang ilmu yang berurusan dengan pengkajian tanda dan segala sesuatu yang berhubungan dengan tanda seperti sistem tanda dan proses yang berlaku bagi penggunaan tanda (Lantowa, Marahayu, Khairussibyan, 2017: 1). Semiotika yang biasanya didefinisikan sebagai pengkajian tanda-tanda, pada dasarnya merupakan suatu studi atas kode-kode yakni sistem apapun yang memungkinkan kita memandang entitas-entitas tertentu sebagai tanda-tanda atau sebagai suatu makna (Wahjuwibowo, 4: 2019)

Manusia dengan perantara tanda-tanda, dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya (Sobur: 2002). Sehingga dapat disimpulkan bahwa sesungguhnya banyak sekali hal yang bisa dikomunikasikan oleh sesama manusia di dunia ini.

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, di tengah-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, 2013: 15).

Littlejohn dalam Sobur (2002) mengatakan bahwa suatu tanda menandakan sesuatu selain dirinya sendiri, dan makna (*meaning*) ialah hubungan antara suatu objek atau idea dan suatu tanda. Konsep dasar ini lah yang mengikat bersama seperangkat teori yang amat luas berurusan dengan simbol, bahasa, wacana, dan bentuk-bentuk non-verbal, teori-teori yang berhubungan dengan maknanya dan bagaimana tanda disusun. Sehingga, secara umum studi tentang tanda merujuk pada semiotika. Pines (dalam Berger, 2000a: 14) mengatakan “Apa yang dikerjakan oleh semiotika adalah mengajarkan kita bagaimana menguraikan aturan-aturan tersebut dan ‘membawanya pada sebuah kesadaran’” (Sobur: 2002). Dengan tanda-tanda kita mencoba mencari keteraturan di tengah-tengah dunia ini.

Menurut Lechte (dalam Sobur, 2013: 16) semiotika adalah teori tentang tanda dan penandaan. Segers dalam Sobur (2013) menjelaskan bahwa semiotika adalah suatu disiplin yang menyelidiki semua bentuk komunikasi yang terjadi dengan sarana signs ‘tanda-tanda’ dan berdasarkan pada sign system (code) ‘sistem tanda’.

Dengan konsep tentang konotasi dan denotasi sebagai kunci dari analisis maka pada penelitian ini peneliti menggunakan teori semiotika Roland Barthes. Barthes menjelaskan dua tingkat dalam pertandaan, yaitu denotasi (*denotation*) dan konotasi (*connotation*). Denotasi ialah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda, yang di dalamnya beroperasi makna yang tidak eksplisit, tidak langsung, dan tidak pasti (artinya terbuka terhadap berbagai kemungkinan tafsiran). Selain itu, Barthes juga melihat makna yang lebih dalam tingkatnya, tetapi lebih bersifat konvensional, yaitu makna-makna yang berkaitan dengan mitos. Mitos dalam pemahaman semiotika Barthes adalah pengkodean makna dan nilai-nilai sosial sebagai sesuatu yang dianggap alamiah. Singkatnya, pengertian mitos dalam metode semiotika Barthes merupakan pengembangan dari konotasi. Konotasi dalam kerangka signifikasi Barthes identik dengan operasi ideologi yang disebut dengan mitos.

2.1.5.1 Semiotika Dalam Film

Semiotika merupakan suatu studi ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda dalam suatu konteks scenario, gambar, teks, dan adegan di film menjadi sesuatu yang dapat di maknai (Mudjiono: 2020). Roland Barthes melihat signifikasi sebagai sebuah proses yang total dengan suatu susunan yang sudah terstruktur. Signifikasi itu tidak hanya sebatas bahasa, melainkan terdapat pula pada hal-hal di luar bahasa atau yang bukan bahasa (Mudjiono: 2020). Apa yang dikatakan oleh Barthes memiliki kesinambungan dengan apa yang dianggapnya, bahwa Barthes menganggap kehidupan sosial merupakan suatu bentuk dari signifikasi. Kehidupan sosial apapun bentuknya merupakan suatu sistem tanda tersendiri dan kehidupan sosial seringkali dijumpai dalam cerita di film-film, dengan demikian simbol yang tersirat dalam film dapat di transfer oleh penonton ke dalam kehidupannya masing-masing.

Hal-hal yang memiliki arti simbolis tak terhitung jumlahnya. Dalam kebanyakan film setting, memiliki arti simbolik yang penting sekali, karena tokoh-tokoh sering dipergunakan secara simbolik. Dalam setiap bentuk cerita, sebuah simbol adalah sesuatu yang kongkret (sebuah obyek khusus, citra, pribadi, bunyi, kejadian atau tempat) yang mewakili atau melambangkan suatu kompleks, ide, sikap-sikap, atau rasa sehingga memperoleh arti yang lebih besar dari yang tersimpan dalam dirinya sendiri. Oleh karena itu sebuah simbol adalah suatu macam satuan komunikasi yang memiliki beban yang khusus sifatnya. (Mudjiono: 2020)

Dalam setiap film terdapat sebuah pesan yang ingin disampaikan oleh penulisnya kepada para audiens nya, baik buruknya pesan dapat di interpretasikan dengan bebas oleh penonton. Secara tidak langsung, setiap

kegiatan yang dilakukan oleh manusia setiap harinya memiliki sebuah makna dan dalam kajian ilmu pengetahuan, makna memiliki rantai tersendiri yang dilambangkan melalui tanda. Semiotika adalah ilmu yang mengkaji tentang tanda.

2.1.6 Tinjauan Komunikasi Intrapersonal

2.1.6.1 Definisi Komunikasi Intrapersonal

Menurut Blake dan Haroldsen dalam Nasrullah (2012: 9) komunikasi intrapersonal adalah peristiwa komunikasi yang terjadi dalam diri sendiri. Suatu proses yang dilakukan oleh setiap orang dalam kegiatan berkomunikasi dengan dirinya sendiri. Jalaluddin Rakhmat (2017: 49) menjelaskan bahwa komunikasi intrapersonal adalah bagaimana orang menerima informasi, mengolahnya, menyimpannya, dan menghasilkannya kembali.. Manusia memiliki kehebatan dalam memisahkan diri sendiri sebagai objek ataupun subjek, sehingga komunikasi dengan diri sendiri bisa dilakukan. Stanley B. Cunningham dalam tulisannya “intrapersonal communication, a review and critique” yang dikutip dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi (Welcome To The World of Communications) oleh Rismawaty, dkk (2014) menyebut proses komunikasi intrapersonal yang terjadi pada diri seseorang akan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Berbicara Pada Diri Sendiri

2. Terjadi Dialog
3. Adaptasi Dengan Lingkungan
4. Persepsi
5. Proses Mempengaruhi dan Diberi Pengertian
6. Proses Data
7. Feed Back

2.1.6.2 Proses Komunikasi Intrapersonal

1. Sensasi

Sensasi berasal dari kata “sense” yang berarti alat penginderaan, yang menghubungkan organisme dengan lingkungannya. B. Wolman mengatakan bahwa sensasi adalah pengalaman elementer yang segera, yang tidak memerlukan penguraian verbal, simbolis, atau konseptual, dan terutama sekali berhubungan dengan kegiatan alat indra.

Sensasi merujuk pada pesan yang dikirim ke otak melalui penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman, dan pengecap.

2. Persepsi

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan (Rakhmat, 2017: 51).

3. Memori

Memori adalah sistem yang sangat berstruktur, yang menyebabkan organisme mampu merekam fakta tentang dunia dan menggunakan pengetahuannya untuk membimbing perilakunya (Schlessinger dan Groves dalam Rakhmat, 2017: 62).

Proses memori:

- a. Perekaman, pencatatan informasi.
- b. Penyimpanan, menentukan bagaimana informasi tersebut bertahan bersama kita, dalam bentuk apa, dan dimana.
- c. Pemanggilan, proses mengingat lagi.

4. Berpikir

Dalam berpikir kita melibatkan seluruh proses yang kita sebut sensei, persepsi, dan memori. Berpikir merupakan manipulasi atau organisasi unsur-unsur lingkungan dengan menggunakan lambang-lambang sehingga tidak perlu langsung melakukan kegiatan yang tampak. Berpikir menunjukkan berbagai kegiatan yang melibatkan penggunaan konsep dan lambang, sebagai pengganti objek dan peristiwa.

2.1.7 Tinjauan Tentang Self Talk

Self talk merupakan suatu metode latihan psikis dasar yang digunakan untuk mempengaruhi ataupun mngganti cara berpikir manusia tentang sesuatu. Dalam buku Psikologi Olahraga yang ditulis

Komarudin (2015) mengatakan bahwa *self talk* adalah suatu teknik keterampilan mental dasar dalam latihan keterampilan mental. Terdapat dua aspek yang cukup penting pada *self talk*, yang pertama adalah bahwa *self talk* bisa dikatakan secara langsung atau spontan sehingga bisa terdengar dengan jelas oleh orang lain dan bisa juga terjadi hanya dalam diri (tidak terdengar oleh orang lain), yang kedua adalah bahwa pernyataan *self talk* ditujukan pada diri sendiri. Berdasarkan penjabaran di atas, dapat disimpulkan bahwa *self talk* tidak hanya dilakukan menggunakan *inner voice* (suara dalam) tetapi juga bisa diucapkan secara lantang. *Self talk* yang ditujukan pada diri sendiri juga akan berpengaruh pada cara pikir yang ada, apa yang dipikirkan sebelumnya mengenai hal tertentu bisa berubah melalui kegiatan *self talk*. Cara pikir tersebut nantinya menjadi langkah awal dari apa yang akan dilakukan selanjutnya, artinya adalah bahwa *self talk* tidak hanya mempengaruhi cara pikir seseorang tetapi juga bisa berlanjut pada aksi. Setiap saat dengan tanpa sadar, manusia pasti melakukan *self talk*. *Self talk* menguasai sebagian besar pembicaraan yang terjadi pada setiap diri manusia, bahkan pada saat kita tertidur. Dengan kata lain, *self talk* juga bisa diartikan sebagai dialog batin atau internal dialog yang berisi tentang kata-kata yang ditujukan pada diri sendiri, yang dimana kata-kata tersebut bisa menggambarkan

ataupun menciptakan suatu pernyataan- pernyataan yang bersifat emosional sehingga seseorang bisa saja merasakan nervous, tidak percaya diri, ataupun termotivasi, semua itu bergantung pada hal-hal yang dikatakan untuk diri sendiri. *Self talk* tidak hanya berpengaruh pada diri sendiri, tetapi juga pada lingkungan di sekitarnya. Bagaimana seorang individu menjalin hubungannya dengan orang lain serta bagaimana orang lain menilai diri individu, karena *self talk* dapat mempengaruhi penampilan, harga diri seseorang, dan *performance*-nya. Teknik *self talk* sendiri merupakan bagian dari pendekatan REBT (*Rational Emotif Behavior Therapy*) yaitu salah satu bentuk terapi kognitif, emosi, dan perilaku. REBT ini pertama kali ditemukan oleh Albert Ellis pada tahun 1993. Ia beranggapan bahwa individu dapat menumbuhkan hal-hal yang positif dan bisa melawan yang negatif.

Terdapat dua bentuk *self talk* yaitu *negative self talk* dan *coping self talk* (atau bisa juga disebut sebagai positif *self talk*). *Negative self talk* lebih mengacu pada apa yang dikatakan individu pada dirinya sendiri sebelum, selama, ataupun setelah situasi tertentu yang memiliki kontribusi terhadap perasaan-perasaan, reaksi fisik, dan komunikasi negatif yang sebenarnya sangat potensial untuk bisa dihindari. Memiliki resiko yang dapat melemahkan diri individu

secara internal berdasarkan pikiran-pikiran negatifnya sehingga individu tersebut tidak bisa lagi mengendalikan perasaan ataupun pikirannya. Biasanya *self talk* negatif lebih berfokus pada masa lalu ataupun masa depan, hal itu terjadi karena kita sebagai manusia hanya bisa mengontrol apa yang sedang terjadi sekarang. Bukan hanya itu, bentuk *self talk* ini lebih fokus pada kesalahan ataupun kelemahan-kelemahan individu dan juga berfokus pada hasil dari sesuatu yang akan terjadi. Contohnya adalah “aku harus bisa menang”, fokus utamanya adalah diri individu itu sendiri. Hal tersebut bisa dikatakan sebuah masalah karena diri individu tersebut menuntut kesempurnaan, sehingga nantinya jika yang terjadi tidak sesuai individu tersebut bisa frustrasi. *Coping self talk* atau positif *self talk* memiliki sifat yang bisa menenangkan diri individu, sehingga individu tersebut dapat berpikir dengan jernih dan melatih diri sendiri untuk melakukan sesuatu sesuai dengan kemampuannya (tidak memaksakan). Selain itu, bentuk *self talk* ini juga bisa digunakan sebagai alat yang kuat untuk bisa meningkatkan rasa kepercayaan dan mental diri individu.

Dua bentuk *self talk* ini sebenarnya berhak dipilih oleh individu, karena pada dasarnya pilihan itulah yang nantinya akan menghasilkan suatu keputusan terbaik versi dirinya.

2.2 Kerangka Pemikiran

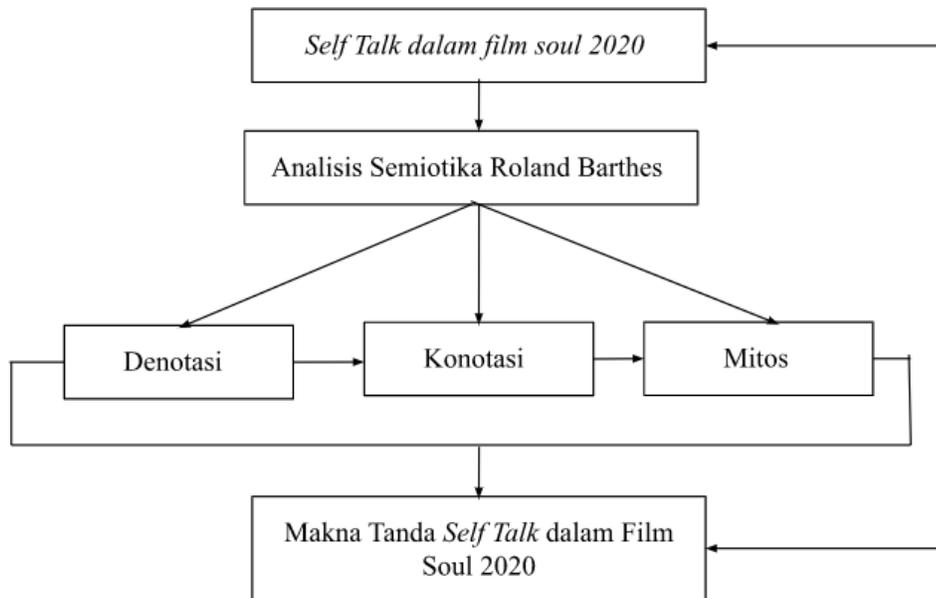
Self Talk adalah monolog internal diri sendiri yang ditujukan pada diri. Pertanyaan ataupun pernyataan yang umumnya muncul seperti, “Semangat yuk!”; “Apa yang sebaiknya aku lakukan?”; atau “Apakah aku bisa melaluinya?” (Utami, 2022: 3). *Self Talk* juga dapat berupa sebuah pernyataan atau verbalisasi yang ditujukan pada diri sendiri. Kegiatan *self talk* ini juga dapat dilakukan secara terang-terangan atau dengan bersuara lantang, ataupun di dalam hati. Biasanya, *self talk* memiliki dua tujuan, sebagai langkah memberikan instruksi ataupun memberikan motivasi pada diri (Utami, 2022: 3). Aktivitas *self talk* juga memiliki fungsi lain yaitu sebagai proses penlaran (*reasoning*), pemecahan masalah, merencanakan dan melaksanakan rencana, serta memusatkan perhatian diri. Menurut Utami (2022) dalam bukunya yang berjudul *The Art of Self-Talking Journey to Heal from Within* mengatakan bahwa *self talk* memiliki beberapa kategori. Mulai dari yang paling dasar, berdasarkan positif atau negatifnya sebuah kalimat yang diucapkan, ada *self talk* positif, *self talk* negative, dan *self talk* netral. *Self talk* positif berarti pemilihan kata yang diucapkan cenderung membuat seseorang menjadi lebih positif. Misalnya: “Wah, aku hebat ya, ternyata bisa melalui ini.” Dan “Aku tahu kalau aku bisa sabar dalam menghadapi segala sesuatunya nanti”. *Self Talk* negative merupakan kata kata yang diucapkan cenderung membuat diri lebih negative dan membuat diri individu tidak percaya diri serta tampak tidak berdaya. Misalnya: “Jelek banget

ya aku hari ini.” *Self Talk* netral menurut Utami (2022) adalah sebuah kalimat berita tanpa ada muatan emosi positif ataupun negative, ia memaknai *self talk* netral sebagai sebuah *self report* yang isinya berupa kondisi diri saat ini. Misalnya: “Kayaknya aku lagi capek hari ini, butuh buat istirahat.”

Dengan melakukan *self talk* kita bisa semakin mengenal diri sendiri dan juga mencari tahu apa yang sebenarnya diri individu pikirkan, rasakan, hingga yang ditakutkan. Ketika kita melakukann *self talk*, kita akan lebih mawas diri dan sadar dengan apa yang sedang kita pikirkan dan rasakan.

Dari paparan di atas, dapat dibuat bagan pemikiran guna mempermudah pemahaman kerangka pemikiran dalam penelitian ini, sebagai berikut:

Gambar 2.1
Model Kerangka Pemikiran



Sumber: *Peneliti, 2022*