BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Dalam kajian pustaka, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan serta relevansi dengan penelitian yang dilakukan. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang memadai sehingga penulisan skripsi ini lebih memadai.

Hal ini dimaksudkan untuk memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada. Selain itu, karena pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang menghargai berbagai perbedaan yang ada serta cara pandang mengenai objek-objek tertentu, sehingga meskipun terdapat kesamaan maupun perbedaan adalah suatu hal yang wajar dan dapat disinergikan untuk saling melengkapi.

2.1.1. Tesis Sri Wahyuningsih, Universitas Padjadjaran, Bandung, 2009

Dalam penelitiannya yang berjudul *"Representasi Pesan-Pesan Dakwah Dalam Film Ayat-Ayat Cinta"*, Wahyuningsih menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika Roland Barthes untuk mengetahui makna denotatif, makna konotatif dan mitos/idiologi yang tersembunyi dalam film tersebut.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi dokumentasi, studi kepustakaan, dan wawancara mendalam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Film *Ayat-Ayat Cinta* merupakan film dakwah Islami yang merepresentasikan pesan-pesan dakwah melalui sembilan adegan pesan verbal dan empat adegan pesan nonverbal dengan berbeda *scene* yang dianalisis peneliti. Hasil penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1. **Pesan-Pesan dakwah verbal yang bersifat:**
    a. **Mengajak** adalah**:**

        Scene-1: Anjuran Menikah

        Scene-2: Hubungan Muslim dengan Non Muslim

        Scene-4: Menjunjung Tinggi Perempuan

        Scene-5: *Ta'aruf* Pacaran yang diridhai Allah

        Scene-6: Adil dalam Poligami

        Scene-7: Hubungan Sesama Muslim

        Scene-8: Sabar dan Ikhlas dalam Ujian-Nya

        Scene-9: Ikhlas dalam Poligami

    b. **Melarang adalah:**

        Scene-3: Haram bersentuhan bukan muhrimnya.

2. **Pesan-Pesan dakwah nonverbal yang bersifat:**
    a. **Mengajak** adalah:

Scene-11: Menjaga pandangan menghindari zina mata, *Scene*-12: Shalat media komunikasi spiritual, *Scene*-13: Meninggal dengan *husnul khatimah*

b. Melarang adalah:

Scene-10*: Aurat* laki- laki.

3. Representasi Pesan-Pesan Dakwah Verbal dan Nonverbal dalam Film *Ayat-Ayat Cinta*:

a. Hukum Dalam Islam adalah:

1. Hukum Menikah
2. Hukum *Ta'aruf* Pacaran yang diridhai Allah
3. Hukum Poligami (Berusaha berbuat adil dalam hidup poligami)
4. Hukum Menjunjung Tinggi Perempuan (surga ditelapak kaki ibu, memperlakukan istri yang *nusyuz*)
5. Hukum Pergaulan Laki-Laki dan Perempuan (bersentuhan dengan yang bukan muhrimnya dan Menjaga pandangan menghindari zina mata)
6. Hukum *Aurat* Laki-Laki**;**

b. Akhlak Dalam Islam:

1. Akhlak *Habluminannass* (hubungan sesama muslim dan non muslim)

2. Akhlak *Habluminallah* (shalat media komunikasi spiritual, ikhlas dan sabar terhadap ujian-Nya, ikhlas hidup poligami, meninggal dengan *husnul khatimah*).

Persamaannya terletak pada objek penelitian, yaitu sama-sama menganalisis film. Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes. Penelitian ini juga sama-sama meneliti tentang representasi pesan-pesan verbal dan nonverbal.

Perbedaannya terletak pada film yang diteliti. Pada penelitian Wahyuningsih, meneliti film Ayat-Ayat Cinta. Sedangkan pada penelitian ini meneliti film Cin(T)a. Pesan verbal dan nonverbal yang ingin diteliti pada penelitian Wahyuningsih mengenai pesan dakwah. Sedangkan pada penelitian ini meneliti mengenai pesan-pesan pluralisme.

2.1.2. Skripsi Fitri Budi Astuti, Universitas Padjadjaran, Bandung, 2010

Penelitian Fitri Budi Astuti yang berjudul *"Pluralisme dalam Film My Name is Khan"* bertujuan untuk mengetahui bagaimana kode-kode sosial dalam konteks hubungan dunia kerja, hubungan dengan pasangan dan keluarga, serta hubungan dengan situasi sosial yang merepresentasikan pluralisme dalam film "*My Name is Khan*".

Objek penelitian ini yaitu pluralisme dalam film "*My Name is Khan*" yang meliputi kode-kode sosial dalam ketiga konteks hubungan

manusia, yakni hubungan dalam dunia kerja, hubungan dengan pasangan dan keluarga, serta hubungan dengan situasi sosial. Metode yang digunakan adalah metode interpretasi dengan analisis semiotika *The Codes of Televisión* dari John Fiske.

Hasil penelitian melalui kode-kode sosial memperlihatkan bahwa pluralisme di Amerika dalam film ini ditekankan pada pluralisme dalam hal perbedaan agama, yang bukan merupakan suatu perbedaan yang tidak harus dipermasalahkan, namun harus memegang perbedaan tersebut dengan baik secara bersama-sama terikat dalam hubungan baik di antara satu dengan yang lainnya. Pluralisme bertujuan untuk menciptakan hubungan yang harmonis dan kerukunan antar manusia dengan cara ikut serta secara aktif dengan usaha yang nyata untuk mewujudkan hal tersebut diberbagai konteks, baik dalam hubungan dunia kerja, hubungan dengan pasangan dan keluarga, serta dalam hubungan dengan situasi sosial dengan saling menghormati hak masing-masing individu, memegang perbedaan dalam ikatan hubungan yang baik antar sesama, dan memanfaatkan dialog yang bersifat demokratis guna memahami satu sama lain.

Persamaan dari penelitian ini terletak pada objek penelitian, yaitu film. Pendekatan yang digunakan juga sama, yaitu pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotik. Pesan yang diteliti juga sama-sama mengenai pluralisme.

Perbedaannya terletak pada film yang dianalisis. Astuti menganalisis film *Bollywood, My Name Is Khan*. Sedangkan peneliti menganalisis film Indonesia, Cin(T)a. Metode analisis yang digunakan juga berbeda. Astuti menggunakan analisis semiotika dari John Fiske, sedangkan peneliti menggunakan analisis semiotika Roland Barthes.

2.1.3. Skripsi Yaser Dwi Yasa, Universitas Komputer Indonesia, Bandung, 2012

Penelitian yang berjudul *"Representasi Kebebasan Pers Mahasiswa Dalam Film Lentera Merah"* ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui makna semiotik tentang kebebasan pers yang terdapat dalam film *Lentera Merah*, menganalisis apa saja makna yang terdapat dalam film *Lentera Merah* yang berkaitan dengan kebebasan pers mahasiswa. yaitu makna denotasi, makna konotasi, mitos/ideologi menurut Roland Barthes.

Penelitian ini merupakan Penelitian Kualitatif dengan menggunakan analisis semiotik Roland Barthes. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi dokumentasi, studi pustaka, dan penelusuran data *online*. Objek yang dianalisis merupakan *sequence* yang terdapat dalam film *Lentera Mer*ah dengan mengambil tujuh *sequence*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga makna sesuai dengan semiotik Barthes. Makna Denotasi yang terdapat dalam *sequence Lentera Merah* menggambarkan penyeleksian terhadap jurnalis serta tindakan pengurungan hingga pengorbanan nyawa dalam kehidupannya. Sedangkan makna Konotasi didapat yaitu masih adanya pengekangan kepada pers, apalagi terhadap presma, di mana posisi mereka berada dalam satu lingkung akademis. Sedangkan makna Mitos/Ideologi yang dapat diambil pers akan tetap hidup, namun dalam kehidupanya pers harus bersifat Independen, serta tidak berpihak, dan tetap menjungjung kejujuran dengan kekebasan pers yang mereka miliki disertai dengan tanggung jawab moral.

Kesimpulan penelitian memperlihatkan kehidupan pers harus tetap idealis, kritis, serta harus tetap tidak terikat pada suatu sistem yang dapat mempengaruhi hasil kerja kaum pers juga menjunjung tinggi pada kebenaran.

Peneliti memberikan saran bagi para sineas dapat lebih mengangkat apa yang masyarakat belum ketahui dengan representasi ke dalam sebuah film dengan tampilan yang menarik. Terdapat beberapa *genre* film, jenis film horor merupakan salah satu magnet bagi khalayak untuk menontonnya, walau demikian baiknya para sineas dapat lebih pandai menyusupi makna kehidupan nyata.

Persamaan yang terdapat pada penelitian ini adalah sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis

semiotika Roland Barthes. Objek penelitian ini juga sama-sama mengenai film.

Perbedaannya terletak pada objek film yang diteliti. Yasa meneliti film Lentera Merah, sedangkan pada penelitian ini adalah film Cin(T)a. Pesan yang diteliti oleh Yasa adalah mengenai kebebasan pers mahasiswa. Sedangkan pada penelitian ini, pesan yang diteliti adalah pesan pluralisme.

2.2. Tinjauan Pustaka

2.2.1. Tinjauan Tentang Komunikasi

2.2.1.1. Komunikasi Sebagai Ilmu

"We cannot not communicate," "kita tidak dapat tidak berkomunikasi". Begitulah yang dikatakan oleh Waltzlawick, Beavin dan Jackson (Mulyana, 2007:60). Dalam kehidupan sehari-hari, kita memang tidak dapat melepaskan diri dari kegiatan komunikasi. Bahkan pada saat berdoa sekalipun.

Sejalan dengan pernyataan tersebut, Pawito menyebutkan kegiatan (ber) komunikasi dapat dikatakan bersifat sentral dalam kehidupan manusia bahkan mungkin sejak awal keberadaan manusia sendiri. Nyaris semua kegiatan dalam kehidupan manusia membutuhkan atau setidaknya disertai komunikasi. Oleh karena itu, kajian ilmiah tentang gejala atau realitas komunikasi mencakup bidang yang sangat luas, meliputi segala bentuk hubungan

antarmanusia dan menggunakan lambang-lambang, misalnya bahasa verbal (lisan atau tertulis) dan bahasa nonverbal yang meliputi bentuk-bentuk ekspresi simbolik lainnya, seperti lukisan, pahatan, gerak tubuh dalam beraneka jenis tari dan musik (Pawito, 2008:1).

Ashley Montagu (1967:450) dengan tegas menulis: *"The most important agency through which the child learns to be human is communication, verbal also nonverbal."* (Lembaga yang paling penting di mana anak belajar untuk menjadi manusia adalah komunikasi, verbal juga nonverbal) (Rakhmat, 2004:2). Hal ini menyiratkan akan pentingnya komunikasi, bukan hanya sekedar untuk "berkomunikasi", namun juga bagaimana perilaku seorang individu amat dipengaruhi oleh komunikasi itu sendiri.

Poedjawijatna (1983) menyatakan, komunikasi sudah memiliki syarat-syarat sebagai ilmu pengetahuan. Hal itu dapat dibuktikan dengan syarat bahwa sebagai suatu ilmu pengetahuan, harus memiliki objek kajian. Ilmu komunikasi memiliki objek materia yaitu tindakan manusia dalam konteks sosial, sedangkan objek formanya adalah komunikasi itu sendiri, yakni usaha penyampaian pesan antar manusia.[9]

Sebagai ilmu, komunikasi menembus banyak disiplin ilmu. Sebagai jala perilaku, komunikasi dipelajari bermacam-macam disiplin ilmu, antara lain sosiologi dan psikologi (Rakhmat, 2004:3).

[9] http://chanprima666.student.umm.ac.id/2010/08/24/ilmu-komunikasi-sebagai-ilmu-pengetahuan/ akses tanggal 18 Maret 2012

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. Hal tersebut merupakan hasil perkembangan dari publisistik dan ilmu komunikasi massa yang dimulai dengan adanya pertemuan antara tradisi Eropa yang mengembangkan ilmu publisistik dengan tradisi Amerika yang mengembangkan ilmu komunikasi massa.

2.2.1.2. Pengertian Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti "sama," *communico, communicatio,* atau *communicare* yang berarti "membuat sama" *(to make common).* Istilah pertama *(communis)* paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama (Mulyana, 2007:46).

Komunikasi membuat orang dapat menyampaikan apa yang ada dalam pikirannya kepada orang lain. Melalui komunikasi, seseorang dapat membuat dirinya untuk tidak terasing dan terisolir dari lingkungan di sekitarnya. Banyak definisi-definisi yang muncul tentang komunikasi. Hal tersebut disebabkan oleh komunikasi yang terus berkembang dari masa ke masa. Banyaknya definisi tersebut,

membuat komunikasi diklasifikasikan kepada tiga konseptualisasi, yaitu komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi dan komunikasi sebagai transaksi (Mulyana, 2007:67). Adapun pendapat para ahli mengenai definisi komunikasi, yaitu:

a. **Bernard Berelson dan Gary A. Steiner**

   Komunikasi merupakan transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol–kata-kata, gambar, figur, grafik dan sebagainya (Mulyana, 2007:67).

b. **Carl I. Hovland**

   Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikate) (Mulyana, 2007:67).

c. **Gerald R. Miller**

   Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima (Mulyana, 2007:67).

d. **Everett M. Rogers**

   Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka (Mulyana, 2007:67).

e. Harold Lasswell

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

Pendapat para ahli tersebut menggambarkan bahwa komponen-komponen pendukung komunikasi termasuk efek yang ditimbulkan, antara lain adalah:

1. Komunikator *(communicator, source, sender)*
2. Pesan *(message)*
3. Media *(channel)*
4. Komunikan *(communican, receiver)*
5. Efek *(effect)*

Dari beberapa pengertian di atas, peneliti mengambil kesimpulan bahwa komunikasi merupakan proses pertukaran makna/pesan baik verbal maupun nonverbal dari seseorang kepada orang lain melalui media dengan tujuan untuk mempengaruhi orang lain.

2.2.2. Pesan Verbal dan Nonverbal dalam Komunikasi

2.2.2.1. Pesan Verbal

Menurut Mulyana, Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Suatu sistem kode verbal disebut bahasa. Bahasa dapat didefinisikan sebagai suatu perangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas. Bahasa verbal adalah sarana utama untuk menyatukan pikiran, perasaan, dan maksud kita. Bahasa verbal menggunakan kata-kata yang merepresentasikan berbagai aspek realitas individual kita (Mulyana, 2007:260-261).

Rakhmat (2004:269) mendefinisikan bahasa secara fungsional dan formal. Definisi fungsional melihat bahasa dari segi fungsinya, sehingga bahasa diartikan sebagai "alat yang dimiliki bersama untuk mengungkapkan gagasan" *(socially shared means for expressing ideas)*. Bahasa hanya dapat dipahami bila ada kesepakatan di antara anggota-anggota kelompok sosial untuk menggunakannya. Definisi formal menyatakan bahwa bahasa sebagai semua kalimat yang terbayangkan, yang dapat dibuat menurut peraturan tata bahasa *(all the conceivable sentences that could be generated according to the rules of its grammar).* Setiap bahasa mempunyai peraturan bagaimana kata-kata harus disusun dan dirangkaikan supaya memberikan arti.

Fungsi bahasa yang mendasar adalah untuk menamai atau menjuluki orang, objek, dan peristiwa. Setiap orang punya nama untuk identifikasi sosial. Orang juga dapat menamai apa saja, objek-objek yang berlainan, termasuk perasaan tertentu yang mereka alami (Fisher dan Adams, 1994:131 dalam Mulyana, 2007:266).

Pada dua definisi di atas, dapat ditarik benang merah bahwa bahasa hanya akan bermakna, apabila ada kesepakatan di antara pelaku komunikasi untuk memahami suatu bahasa dengan makna yang sama. Tanpa adanya kesepakatan tersebut, maka pemahaman terhadap suatu bahasa tidak akan terjadi.

2.2.2.2. Pesan Nonverbal

Secara sederhana, pesan nonverbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter (1991:179), komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima; jadi definisi ini mencakup perilaku yang disengaja juga tidak disengaja sebagai bagian dari peristiwa komunikasi secara keseluruhan; kita mengirim banyak pesan nonverbal tanpa menyadari bahwa pesan-pesan tersebut bermakna bagi orang lain (Mulyana, 2007:343).

Mark L. Knapp (1972:9-12) dalam buku Jalaluddin Rakhmat menyebutkan lima fungsi pesan nonverbal, yaitu:

1. Fungsi repetisi. Fungsi ini untuk mengulang kembali gagasan yang sudah disajikan secara verbal.
2. Fungsi substitusi. Fungsi ini untuk menggantikan lambang-lambang verbal.
3. Fungsi kontradiksi. Fungsi ini untuk menolak pesan verbal atau memberikan makna yang lain terhadap pesan verbal.
4. Fungsi komplemen. Fungsi ini untuk melengkapi dan memperkaya makna pesan nonverbal.
5. Fungsi aksentuasi. Fungsi ini untuk menegaskan pesan verbal atau menggarisbawahinya (Rakhmat, 2004:287).

Penulis *Nonverbal Communication Systems*, Dale G. Leathers (1976:4-7) dalam Rakhmat (2004:287-289) menyebutkan enam alasan pentingnya pesan nonverbal:

1. Faktor-faktor nonverbal sangat menentukan makna dalam komunikasi interpersonal.
2. Perasaan dan emosi lebih cermat disampaikan lewat pesan nonverbal ketimbang pesan verbal
3. Pesan nonverbal menyampaikan makna dan maksud yang relatif bebas dari penipuan, distorsi dan kerancuan.
4. Pesan nonverbal mempunyai fungsi metakomunikatif yang sangat diperlukan untuk mencapai komunikasi yang berkualitas tinggi.
5. Pesan nonverbal merupakan cara komunikasi yang lebih efisien dibandingkan dengan pesan verbal.
6. Pesan nonverbal merupakan sarana sugesti yang paling tepat.

Larry A. Samovar dan Richard E. Porter membagi pesan-pesan nonverbal menjadi dua kategori, yakni: *pertama*, perilaku yang terdiri dari penampilan dan pakaian, gerakan dan postur tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, sentuhan, bau-bauan, dan parabahasa; *kedua*, ruang, waktu dan diam (Mulyana, 2007:352).

2.2.3. Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

2.2.3.1. Karakteristik Komunikasi Massa

Karakteristik komunikasi massa menurut Ardianto Elvinaro, dkk; dalam 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. Stimulasi Alat Indera Terbatas
9. Umpan Balik Tertunda (*Delayed*) dan tidak langsung (*Indirect*). (Ardianto Elvinaro, dkk. 2007: 7).

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

Pesan bersifat umum. Komuniksai massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan ditujukan untuk sekelompok orang tertentu.

Komunikannya anonim dan heterogen. Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya mengunakan media dan tidak tatap muka. Di samping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda.

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.

Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan. Salah satu prinsip komunikasi adalah bahwa komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan. Dimensi isi menunjukan muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakanya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu.

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.

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

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.

2.2.3.2. Fungsi Komunikasi Massa

Burhan Bungin menyatakan fungsi-fungsi komunikasi massa sebagai berikut (Bungin, 2007:79-81).

1. **Fungsi Pengawasan**

   Media massa merupakan sebuah medium di mana dapat di gunakan untuk pengawasan terhadap aktivitas masyarakat pada umumnya. Fungsi pengawasan ini bisa berupa peringatan dan kontrol sosial maupun kegiatan persuasif.

2. **Fungsi *Social Learning***

   Fungsi utama dari komunikasi massa melalui media massa adalah melakukan *guiding* dan pendidikan sosial kepada sluruh masyarakat. Media massa bertugas untuk memberikan pencerahan-pencerahan kepada masyarakat di mana komunikasi massa itu berlangsung.

3. **Fungsi Penyampaian Informasi**

   Komunikasi massa yang mengandalkan media massa, memiliki fungsi utama, yaitu menjadi proses penyampaian informasi kepada masyarakat luas. Komunikasi massa memungkinkan informasi dari institusi publik tersampaikan kepada masyarakat

secara luas dalam waktu cepat sehingga fungsi informatif tercapai dalam waktu cepat dan singkat.

4. **Fungsi Transformasi Budaya**

   Komunikasi massa sebagaimana sifat-sifat budaya massa, maka yang terpenting adalah komunikasi massa menjadi proses transformasi budaya yang dilakukan bersama-sama oleh semua komponen komunikasi massa, terutama yang didukung oleh media massa.

5. **Fungsi Hiburan**

   Komunikasi massa juga digunakan sebagai medium hiburan, terutama karena komunikasi massa menggunakan media massa, jadi fungsi-fungsi hiburan yang ada pada media massa juga merupakan bagian dari fungsi komunikasi massa.

2.2.3.3. Proses Komunikasi Massa

Komunikasi massa memiliki proses yang berbeda dengan komunikasi tatap muka. Karena sifat komunikasi massa yang melibatkan banyak orang, maka proses komunikasinya sangat kompleks dan rumit. Menurut McQuaill (1992:33) dalam Bungin (2007: 74-75), proses komunikasi massa terlihat berproses dalam bentuk:

1. Melakukan distribusi dan penerimaan informasi dalam skala besar. Proses komunikasi massa melakukan distribusi informasi kemasyarakatan dalam skala besar, sekali siaran pemberitaan

yang disebarkan dalam jumlah yang luas, dan diterima oleh massa yang besar pula.
2. Proses komunikasi massa juga dilakukan melalui satu arah, yaitu dari komunikator ke komunikan. Apabila terjadi interaksi diantara komunikator dan komunikan, maka umpan baliknya bersifat sangat terbatas, sehingga tetap saja didominasi oleh komunikator.
3. Proses komunikasi massa berlangsung secara asimetris di antara komunikator dan komunikan yang menyebabkan komunikasi yang terjadi berlangsung datar dan bersifat sementara.
4. Proses komunikasi massa juga berlangsung impersonal (non-pribadi) dan tanpa nama (anonim). Proses ini menjamin, bahwa komunikasi massa akan sulit diidentifikasikan siapa penggerak dari pesan-pesan yang disampaikan.
5. Proses komunikasi massa berlangsung berdasarkan pada hubungan-hubungan kebutuhan *(market)* di masyarakat. Seperti radio dan televisi yang melakukan penyiaran karena adanya kebutuhan masyarakat akan informasi.

2.2.4. Tinjauan Tentang Film

2.2.4.1. Pengertian Film

Film bermula pada akhir abad ke-19 sebagai teknologi baru, tetapi konten dan fungsi yang ditawarkan masih sangat jarang (McQuail, 2011:35). Film dapat dikatakan sebagai evolusi hiburan yang berawal dari penemuan pita seluloid. Sejak ditemukannya teknologi yang bernama pita seluloid tersebut, perkembangan film di dunia, baik sebagai media informasi, pendidikan, maupun media hiburan, semakin meningkat. Kita juga tidak dapat menyangkal bahwa melalui film telah banyak kejadian atau peristiwa yang terekam dan menjadi arsip kebudayaan maupun arsip nasional. Dalam teori komunikasi, film bisa dikatakan sebagai sebuah pesan yang disampaian kepada komunikan. Tentunya penyampaian pesan tersebut

melalui media massa, karena komunikan yang dituju tidak satu atau dua orang, tetapi massal.

Film dalam pengertian sempit adalah penyajian gambar lewat layar lebar, tetapi dalam pengertian yang lebih luas bisa juga termasuk yang disiarkan di televisi (Cangara, 2002:135 dalam Wahyuningsih, 2009:63). Gamble (1986:235 dalam Wahyuningsih, 2009:63-64) berpendapat, film adalah sebuah rangkaian gambar statis yang direpresentsi kan di hadapan mata secara berturut-turut dalam kecepatan yang tinggi.

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 dalam Wahyuningsih, 2009:64).

Film mengalami perkembangan seiring dengan perkembangan teknologi yang mendukung. Mula-mula hanya dikenal film hitam-putih dan tanpa suara (Sumarno, 1996:9 dalam Wahyuningsih, 2009:64). Pada tahun 1927, muncullah film bersuara pertama meskipun dalam keadaan yang belum sempurna. Baru kemudian pada tahun 1935 muncullah film berwarna. Sesudah Perang Dunia II muncullah televisi yang merupakan ancaman bagi orang-

orang film. Mereka bekerja keras untuk meneliti tentang kelemahan televisi untuk menarik kembali masyarakat ke gedung bioskop. Setelah diketahui bahwa kelemahan televisi terletak pada layarnya yang terlalu kecil, para pembuat film membuat film-film kolosal dan spektakuler meskipun harus mengeluarkan biaya yang besar (Effendy, 2003:203-204). Peralatan-peralatan dalam produksi film terus mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Sehingga sampai sekarang tetap mampu menjadikan film sebagai tontonan yang menarik khalayak luas (Sumarno, 1996:9 dalam Wahyuningsih, 2009:64).

2.2.4.2. Jenis-jenis Film

Film yang kita tonton memiliki jenisnya sendiri menurut sifatnya yang membedakan cara bertutur maupun pengolahannya. Pada umumnya, film terdiri jadi jenis-jenis sebagai berikut:

1. Film Cerita *(Story Film)*

   Film cerita adalah jelas film mengandung suatu cerita, yaitu yang lazim dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop dengan para bintang filmnya yang tenar. Film jenis ini didistribusikan sebagai barang dagangan dan diperuntukkan semua publik di mana saja (Effendy, 2003:211).

2. Film berita *(Newsreel)*

   Film berita atau newsreel 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).

3. Film Dokumenter *(Documentary Film)*

   John Grierson mendefinisikan film dokumenter sebagai "karya ciptaan mengenai kenyataan *(creative treatment of actuality)*". Titik berat dari film dokumenter adalah fakta atau peristiwa yang terjadi (Effendy, 2003:213).

4. Film Kartun *(Cartoon Film)*

   Film kartun pada awalnya memang diciptakan untuk konsumsi anak-anak. Namun seiring perkembangannya, kini film yang bermula dari lukisan kemudian disulap menjadi gambar hidup itu telah diminati banyak kalangan. Titik berat pembuatan film kartun adalah seni lukis dan setiap lukisan memerlukan ketelitian. Satu per satu dilukis dengan seksama untuk kemudian dipotret satu per satu pula. Apabila rangkaian lukisan itu setiap detiknya diputar dalam proyektor film, maka lukisan-lukisan itu menjadi hidup (Effendy, 2003:215).

5. Film-film Jenis Lain

   a. Profil Perusahaan *(Corporate Profile)*

      Film ini diproduksi untuk kepentingan institusi tertentu berkaitan dengan kegiatan yang mereka lakukan. film ini sendiri berfungsi sebagai alat bantu presentasi.

   b. Iklan Televisi *(TV Commercial)*

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

   c. Program Televisi *(TV Program)*

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

   d. Video Klip *(Music Video)*

      Dipopulerkan pertama kali melalui saluran televisi MTV pada tahun 1981, sejatinya video klip adalah sarana bagi para produser musik untuk memasarkan produknya lewat medium televisi (Wahyuningsih, 2009:66-67).

2.2.4.3. Film Independen

Secara universal, istilah independen bisa dipecah menjadi dua yakni, definisi teknis dan non teknis. Definisi teknis terkait dengan

enam studio raksasa *Hollywood* yang menguasai industri sinema dunia saat ini, yakni *20th Century Fox, Walt Disney, Columbia, Universal, Paramount,* dan *Warner Bros*. Film independen dapat didefinisikan sebagai semua film yang dibiayai kurang dari 50 persen oleh salah satu dari enam studio raksasa tersebut.

Sementara definisi non teknis film independen lebih luas dan semakin kabur batasannya. Boleh dibilang semua aspek di luar sistem (produksi) *Hollywood* bisa berkaitan dengan hal ini. Film-film *mainstream Hollywood* umumnya menggunakan formula (produksi) yang sama dengan tujuan meraih profit finansial sebesar-besarnya. Mereka tidak berani berjudi dengan segala sesuatu yang bisa menimbulkan resiko kerugian. Sementara sineas independen menggunakan cara bertutur yang unik, kreatif, orisinil, tema yang kontroversial, ekstrem, serta vulgar dalam karya-karya mereka. Mereka juga berani bereksperimen dengan teknik-teknik baru dan radikal dengan biaya produksi yang umumnya jauh di bawah standar film-film *mainstream*. Film-film independen lebih menekankan pada visi artistik sang sineas tanpa intervensi dari pihak lain, seperti studio atau produser. Tidak seperti sineas mainstream yang cenderung bermain “aman”, sineas independen secara sadar berani mengambil resiko baik moral maupun finansial terhadap karya-karya mereka.

Sedangkan film independen di luar wilayah Amerika lebih sering diistilahkan dengan *foreign film.* Film independen bisa

dikatakan adalah semua film di luar film-film *mainstream* di wilayah bersangkutan. Definisi independen bisa berbeda-beda di tiap wilayah atau negara. Di Indonesia, film independen didefinisikan sebagai film-film produksi domestik yang tidak beredar di jaringan bioskop utama.[10]

2.2.4.4. Tata Bahasa Film

Dalam proses pembuatannya, film dan juga televisi menggunakan beberapa teknik yang diterapkan berdasarkan suatu konvensi tertentu. 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*[11], menyebutkan beberapa elemen penting yang membangun tata bahasa tersebut yang pada gilirannya menjadi bahan pertimbangan bagi seseorang yang ingin menemukan makna dalam suatu film.

Menurut Chandler dalam jurnal yang diunduh secara *online*, walaupun konvensi ini 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*.

---

[10] Kilas-Balik Perkembangan Film Independen melalui http://montase.blogspot.com/2008/12/kilas-balik-perkembangan-film.html akses tanggal 22 Maret 2012

[11] Jurnal, Daniel Chandler melalui http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/gramtv.html. Hal 1. diakses 21 Maret 2012

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 *Extreem 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 *Extreem 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 dibagi 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.

Gambar 2.1. Jarak Pengambilan Gambar[12]



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.

---

[12] Jurnal Daniel Chandler. *The Grammar of Television and Film* melalui http://www.aber.ac.uk/media/Document/short/gramtv.html akses tanggal 21 Maret 2012

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.

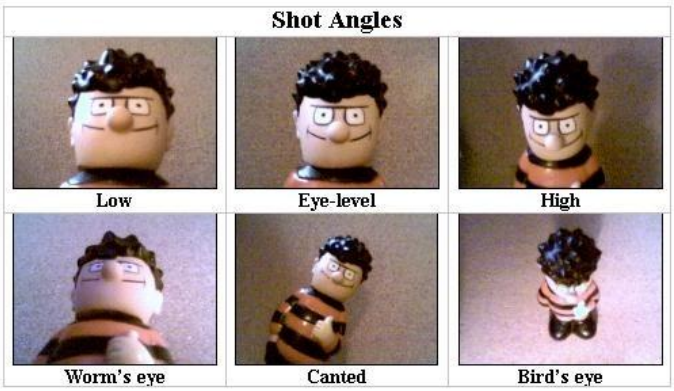
i. *Selective Focus*. Pemilihan bagian dari kejadian untuk diambil dengan fokus yang tajam, menggunakan *depth of field* yang rendah pada kamera.

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 ketidaktenangan.

Gambar 2.2. Sudut Pengambilan Gambar[13]



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.

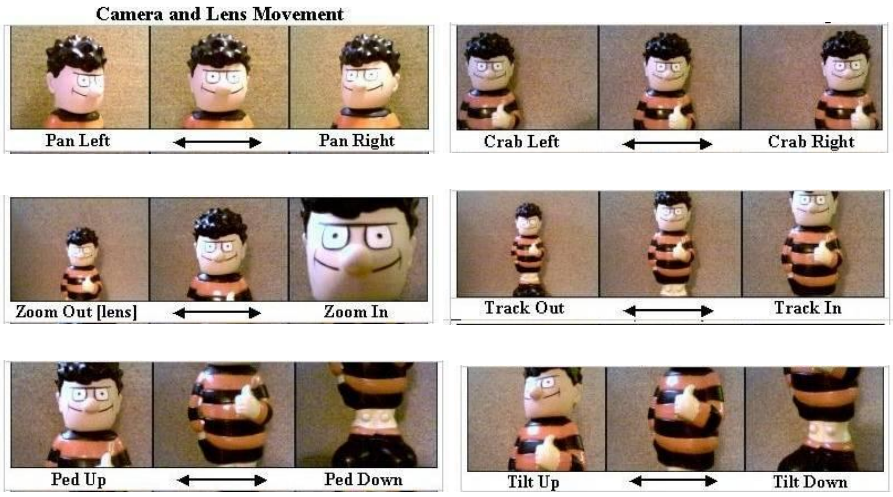
[13] Jurnal Daniel Chandler. *The Grammar of Television and Film* melalui http://www.aber.ac.uk/media/Document/short/gramtv.html akses tanggal 21 Maret 2012

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 ditonjolkan, 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 dibagi 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.

Gambar 2.3. Teknik Pergerakan Kamera[14]



3. Teknik-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*.

[14] Jurnal Daniel Chandler. *The Grammar of Television and Film* melalui http://www.aber.ac.uk/media/Document/short/gramtv.html akses tanggal 21 Maret 2012

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 perkenalan 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 dihapus.

4. 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*.

b. *Backlighting*. Biasa digunakan untuk memberi kesan romantis terhadap seorang karakter dalam adegan.

5. Gaya Penceritaan *(Narrative Style)*

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 dihubungkan oleh momentum emosional atau narasi yang sama.

2.2.5. Semiotika

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, ditengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika, atau dalam istilah Barthes, semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu

hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda (Barthes, 1988:179; Kurniawan, 2001:53). (Sobur, 2003:15).

Suatu tanda menandakan sesuatu selain dirinya sendiri, dan makna (*meaning*) ialah hubungan antara suatu objek atau idea dan suatu tanda (Littlejohn, 1996:64). Konsep dasar ini mengikat bersama seperangkat teori yang amat luas berurusan dengan simbol, bahasa, wacana, dan bentuk-bentuk nonverbal, teori-teori yang menjelaskan bagaimana tanda berhubungan dengan maknanya dan bagaimana tanda disusun. Secara umum, studi tentang tanda merujuk kepada semiotika.

Dengan semiotika, kita lantas berurusan dengan tanda. Semiotika, seperti kata Lechte (2001:191 dalam Sobur, 2003:16), adalah teori tentang tanda dan penandaan. Lebih jelasnya lagi, semiotika adalah suatu disiplin yang menyelidiki semua bentuk komunikasi yang terjadi dengan sarana *signs* 'tanda-tanda' dan berdasarkan pada *sign system* (*code*) 'sistem tanda' (Seger, 2000:4 dalam Sobur, 2003:16).

Tanda tidak mengandung makna atau konsep tertentu, namun tanda memberi kita petunjuk-petunjuk yang semata-mata menghasilkan makna melalui interpretasi. Tanda menjadi bermakna manakala diuraikan isi kodenya (*decoded*) menurut konvensi dan aturan budaya yang dianut orang secara sadar maupun tidak sadar (Sobur, 2003:14).

Tanda-tanda *(signs)* adalah basis dari seluruh komunikasi (Littlejohn, 1996:64 dalam Sobur, 2009:15). Manusia dengan perantaraan

tanda-tanda, dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya. Banyak hal bisa dikomunikasikan di dunia ini.

Kajian semiotik sampai sekarang telah membedakan dua jenis semiotika, yakni semiotika komunikasi dan semiotika signifikasi (lihat antara lain Eco, 1979:8-9; Hoed, 2001:140 dalam Sobur, 2009:15). Pertama, menekankan pada teori tentang produksi tanda yang salah satu di antaranya mengasumsikan adanya enam faktor dalam komunikasi, yaitu pengirim, penerima kode (sistem tanda), pesan, saluran komunikasi, dan acuan (hal yang dibicarakan) (Jakobson, 1963; Hoed, 2001:140 dalam Sobur, 2009:15). Kedua, memberikan tekanan pada teori tanda dan pemahamannya dalam suatu konteks tertentu.

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

Semiotika sebagai salah satu model dari ilmu pengetahuan sosial memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki unit dasar yang disebut dengan ‘tanda’. Dengan demikian, semiotika mempelajari hakikat tentang keberadaan suatu tanda (Sobur, 2004:87 dalam Wahyuningsih, 2009:37). Pada dasarnya para semiotisan atau semiotikus melihat kehidupan sosial dan budaya sebagai pemaknaan, bukan sebagai hakikat esensial objek. Tanda itu sendiri dalam semiotika merupakan segala sesuatu yang dapat

diamati, atau dibuat teramati, mengaku kepada hal yang dirujuknya *(object)* dan dapat diinterpretasikan *(interpretant)* (Sobur, 2006:8 dalam Wahyuningsih, 2009:37).

Bagi Charles Sander Peirce (Pateda, 2001:44 dalam Sobur, 2009:41), tanda *"is something which stands to somebody for something in some respect or capacity."* Sesuatu yang digunakan agar tanda bisa berfungsi, oleh Peirce disebut *ground*. Konsekuensinya, tanda *(signs atau representamen)* selalu terdapat dalam hubungan triadik, yakni *ground*, *object*, dan *interpretant*. *Qualisign* adalah kualitas yang ada pada tanda, misalnya kata-kata kasar, keras, lemah, lembut, merdu. *Sinsign* adalah eksistensi aktual benda atau peristiwa yang ada pada tanda; misalnya kata kabur atau keruh yang ada pada urutan kata air sungai keruh yang menandakan bahwa ada hujan di hulu sungai. *Legisign* adalah norma yang dikandung oleh tanda, misalnya rambu-rambu lalu lintas yang menandakan hal-hal yang boleh atau tidak boleh dilakukan manusia.

Berdasarkan objeknya, Peirce membagi tanda atas *icon* (ikon), *index* (indeks), dan *symbol* (simbol). Ikon adalah tanda yang hubungan antara penanda dan petandanya bersifat bersamaan bentuk alamiah. Atau dengan kata lain, ikon adalah hubungan antara tanda dan objek atau acuan yang bersifat kemiripan; misalnya, potret dan peta. Indeks adalah tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah antara tanda dan petanda yang bersifat kausal atau hubungan sebab akibat, atau tanda yang langsung mengacu pada kenyataan. Contoh yang paling jelas adalah asap sebagai

tanda adanya api. Tanda dapat pula mengacu ke *denotatum* melalui konvensi. Tanda seperti itu adalah tanda konvensional yang biasa disebut simbol. Jadi, simbol adalah tanda yang menunjukkkan hubungan alamiah antara penanda dengan petandanya. Hubungan di antaranya bersifat arbitrer atau semena, hubungan berdasarkan konvensi (perjanjian) masyarakat. Hal tersebut diperjelas pada tabel berikut.

Tabel 2.1. Jenis Tanda dan Cara Kerjanya

Jenis Tanda	Ditandai dengan	Contoh	Proses Kerja
Ikon	– Persamaan (kesamaan) – Kemiripan	Gambar, foto dan patung	Dilihat
Indeks	– Hubungan sebab akibat – Keterkaitan	– Asap----api – Gejala----penyakit	Diperkirakan
Simbol	– Konvensi atau – Kesepakatan sosial	– Kata-kata – Isyarat	Dipelajari

Sumber: Arthur Asa Berger. *Tanda-tanda dalam Kebudayaan Kontemporer*, Yogyakarta, Tiara Wacana, hal. 14 dalam (Wibowo, 2011:14).

Berdasarkan *interpretant*, tanda *(sign, representamen)* dibagi atas *rheme, dicent sign* atau *dicisign* dan *argument*. *Rheme* adalah tanda yang memungkinkan orang menafsirkan berdasarkan pilihan. Misalnya, orang yang matanya merah dapat saja menandakan bahwa orang itu baru menangis, atau menderita penyakit mata, atau mata dimasuki insekta, atau baru bangun, atau ingin tidur. *Dicent sign* atau *dicisign* adalah tanda sesuai kenyataan. Misalnya, jika pada suatu jalan sering terjadi kecelakaan, maka

di tepi jalan dipasang rambu lalu lintas yang menyatakan bahwa di situ sering terjadi kecelakaan. *Argument* adalah tanda yang langsung memberikan alasan tentang sesuatu (Sobur, 2009:42).

Tanda itu sendiri, dalam pandangan Saussure, merupakan manifestasi konkret dari citra bunyi – dan sering diidentifikasi dengan citra bunyi itu sebagai penanda. Jadi, penanda dan petanda merupakan unsur-unsur mentalistik. Dengan kata lain, di dalam tanda terungkap citra bunyi ataupun konsep sebagai dua komponen yang tak terpisahkan. Dengan kata lain, kehadiran yang satu berarti pula kehadiran yang lain seperti dua sisi kertas (Masinambow, 2000a:12 dalam Sobur, 2009:32). Bagi Saussure, hubungan antara penanda dan petanda bersifat *arbitrer* (bebas), baik secara kebetulan maupun ditetapkan. Menurut Saussure, ini tidak berarti "bahwa pemilihan penanda sama sekali meninggalkan pembicara" namun lebih dari itu adalah "tak bermotif", yakni arbitrer dalam pengertian penanda tidak mempunyai hubungan alamiah dengan petanda (Saussure, 1966, dalam Berger 2000b:11 dalam Sobur, 2009:32).

Dengan tanda-tanda, kita mencoba mencari keteraturan di tengah-tengah dunia yang centang-perenang ini, setidaknya agar kita sedikit punya pegangan. Pines menyatakan, "apa yang dikerjakan oleh semiotika adalah mengajarkan kita bagaimana menguraikan aturan-aturan tersebut dan 'membawanya pada sebuah kesadaran' (dalam Berger, 2000a:14 dalam Sobur, 2009:16).

Dengan semiotika, kita lantas berurusan dengan tanda. Semiotika, seperti kata Lechte (2001:191 dalam Sobur 2009:16), adalah teori tentang tanda dan penandaan. Lebih jelasnya lagi, semiotika adalah suatu disiplin yang menyelidiki semua bentuk komunikasi yang terjadi dengan sarana *signs* 'tanda-tanda' dan berdasarkan pada *sign system (code)* 'sistem tanda' (Segers, 2000:4 dalam Sobur, 2009:16).

2.3. Kerangka Pemikiran

2.3.1. Simbol-simbol Verbal Dalam Film

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Suatu sistem kode verbal disebut bahasa. Bahasa dapat didefinisikan sebagai suatu perangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas. Bahasa verbal adalah sarana utama untuk menyatukan pikiran, perasaan, dan maksud kita. Bahasa verbal menggunakan kata-kata yang merepresentasikan berbagai aspek realitas individual kita (Mulyana, 2007:260-261).

Simbol atau pesan verbal yang terdapat pada sebuah film, terlihat dari dialog-dialog yang diperankan oleh masing-masing karakter. Oleh karena itu, dalam penelitian ini bahasa juga menjadi salah satu perangkat yang akan diteliti maknanya melalui analisis semiotik Roland Barthes. Karena setiap dialog yang diperankan oleh setiap karakter dalam film tentu memiliki makna yang ingin disampaikan oleh pembuat film. Analisis semiotik dibutuhkan untuk menemukan makna tersebut.

2.3.2. Simbol-simbol Nonverbal Dalam Film

Tanda nonverbal berarti tanda minus bahasa atau tanda minus kata. Dengan kata lain, secara sederhana, tanda nonverbal dapat kita artikan semua tanda yang bukan kata-kata (Sobur, 2009:122).

Budianto (2001:15 dalam Sobur, 2009:124) menyatakan bidang nonverbal adalah suatu wilayah yang menekankan pentingnya fenomena yang bersifat empiris, faktual, atau konkret, tanpa ujaran-ujaran bahasa. Ini berarti bidang nonverbal berkaitan dengan benda konkret, nyata, dan dapat dibuktikan melalui indera manusia.

a. Bahasa Tubuh

   Tubuh kita yang selalu bergerak setiap saat ternyata tidak hanya melakukan gerakan-gerakan tanpa arti. Mungkin kita sering melakukan gerakan bangkit dari duduk dan berdiri. Tetapi kegiatan tersebut bisa memiliki arti jika dihadapkan pada beberapa situasi. Kita bisa dikatakan melakukan gerakan penghormatan dengan bangkit dari duduk dan berdiri ketika ada atasan kita yang menghampiri. Setiap anggota tubuh seperti wajah (termasuk senyuman dan pandangan mata), tangan, kepala, kaki dan bahkan tubuh secara keseluruhan dapat digunakan sebagai isyarat simbolik (Mulyana, 2007:353).

   Berikut ini bahasa tubuh yang diidentikkan dengan isyarat perilaku hangat dan dingin:

Tabel 2.2. Isyarat Perilaku Hangat dan Dingin

Perilaku yang dinilai sebagai Hangat dan dingin	
Perilaku Hangat	Perilaku Dingin
Menatap matanya secara langsung	Menatap tanpa perasaan
Menyentuh tangannya	Mencemoohkan
Bergerak ke arahnya	Menguap
Sering tersenyum	Mengerutkan kening
Memandang dari kepala hingga tumitnya	Bergerak menjauhinya
Menampilkan wajah riang	Melihat ke langit-langit
Tersenyum lebar	Membersihkan gigi
Menunjukkan wajah lucu	Menggelengkan kepala tanda menolak
Duduk tepat di hadapannya	Membersihkan kuku
Menganggukkan kepala tanda menyetujui	Memalingkan kepala
Menggerak-gerakkan bibir	Mencibir
Menjilati bibir	Merokok terus menerus
Mengangkat alis	Menekuk-nekukkan jari
Membuka mata lebar-lebar	Melihat ke sekeliling ruangan
Menggunakan tangan yang ekspresif sambil berbicara	Menarik kedua tangannya
Mengejap-ngejapkan mata	Memainkan ujung rambut
Meregangkan badan	Membaui rambut

Sumber: Stewart L. Tubbs dan Silvia Moss, *Human Communication*, Prinsip-prinsip Dasar. Terjemahan Deddy Mulyana, 2005:128 (dalam Wahyuningsih, 2009:78)

Film merupakan media yang sarat akan gerakan tubuh. Banyak sekali isyarat tubuh seperti gerakan tangan, gerakan kepala, postur tubuh dan posisi kaki, ekspresi wajah serta tatapan mata.

b. Parabahasa

Parabahasa, atau vokalika *(vocalics),* merujuk pada aspek-aspek suara selain ucapan yang dapat dipahami, misalnya kecepatan berbicara, nada (tinggi dan rendah), intensitas *(volume)* suara, intonasi, kualitas vokal (kejelasan), warna suara, dialek, suara serak, suara sengau, suara terputus-putus, suara gemetar, suitan, siulan, tawa, erangan, tangis, gerutuan, gumaman, desahan dan sebagainya.

Menurut Mehrabian dan Ferris, parabahasa adalah terpenting kedua setelah ekspresi wajah dalam menyampaikan perasaan atau emosi. Menurut formula mereka, parabahasa punya andil 38 persen dari keseluruhan impak pesan. Oleh karena ekspresi wajah punya andil 55 persen dari keseluruhan impak pesan (Mulyana, 2007:387-388).

c. Penampilan Fisik

Penampilan fisik erat kaitannya dengan busana dan karakter fisik. Dalam sebuah film, hal ini sangat mempengaruhi kepada tokoh yang bermain di dalam cerita. Penonton akan menilai penampilan fisik sang tokoh, baik itu busananya dan juga ornamen lain yang dipakainya. Seringkali orang memberi makna tertentu pada karakteristik fisik orang yang bersangkutan (Mulyana, 2007:392).

d. Orientasi Ruang dan Jarak Pribadi

Setiap orang, secara sadar atau tidak, memiliki ruang pribadi *(personal space)* imajiner yang bila dilanggar, akan membuatnya tidak nyaman (Mulyana, 2007:406).

Edward T. Hall, seorang antropolog yang menciptakan istilah *proxemics* (proksemika) sebagai bidang studi yang menelaah persepsi manusia atas ruang (pribadi dan sosial), cara manusia menggunakan ruang dan pengaruh ruang terhadap komunikasi (Mulyana, 2007:404-405).

Edward T. Hall mengemukakan empat zona spasial dalam interaksi sosial:

1. Zona Intim (0 – 18 inci), untuk orang yang paling dekat dengan kita.
2. Zona Pribadi (18 inci – 4 kaki), hanya untuk kawan-kawan akrab, meskipun terkadang kita mengizinkan orang lain untuk memasukinya, misalnya orang yang diperkenalkan kepada kita.
3. Zona Sosial (4 – 10 kaki), yaitu ruang yang kita gunakan untuk kegiatan bisnis sehari-hari, seperti antara manajer dan pegawainya.
4. Zona Publik (10 kaki – tak terbatas), yaitu mencerminkan jarak antara orang-orang yang tidak saling mengenal, juga jarak antara penceramah dengan khalayak pendengarnya (Mulyana, 2007:408-409).

Tabel 2.3. Zona Jarak Sosial

Zona	Jarak	Karakteristik Vokal	Isi Pesan
Intim	Dekat: 0 – 6 inci	Bisikan halus	Paling rahasia
	Jauh: 6 – 18 inci	Bisikan terdengar	Amat rahasia
Pribadi	Dekat: 18 – 30 inci	Suara halus	Masalah pribadi
	Jauh: 30 – 4 kaki	Suara dipelankan	Masalah pribadi
Sosial	Dekat: 4 – 7 kaki	Suara penuh	Informasi biasa
	Jauh: 7 – 10 kaki	Suara agak dikeraskan	Informasi publik untuk didengarkan orang lain
Publik	Dekat: 10 – 25 kaki	Suara keras bicara pada kelompok	Informasi publik untuk didengarkan orang lain
	Jauh: 25 kaki atau lebih	Suara paling keras	Berteriak, salam perpisahan

Sumber: Brooks dan Emmert (1976:137) dalam Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, 2004:291.

e. Warna

Warna sering digunakan untuk menunjukkan suasana emosional, cita rasa, afiliasi politik, dan bahkan keyakinan agama kita. Mungkin kita sering mendengar frase-frase, wajahnya merah, koran kuning, *feeling blue*, matanya hijau kalau melihat duit, kabinet *ijo royo-royo*, dan sebagainya (Mulyana, 2007:427).

Berikut adalah uraian suasana hati yang diasosiasikan dengan warna:

Tabel 2.4. Arti Warna dan Suasana Hati

Warna (Denotasi)	Suasana Hati (Konotasi)
Merah	Menggairahkan, merangsang
Biru	Aman, nyaman
Oranye	Tertekan, terganggu, bingung
Biru	Lembut, menenangkan
Merah, coklat, biru, ungu, hitam	Melindungi, mempertahankan
Hitam, coklat	Sangat sedih, patah hati, tidak bahagia, murung
Biru, hijau	Kalem, damai, tenteram
Ungu	Berwibawa, agung
Kuning	Menyenangkan, riang, gembira
Merah, oranye, hitam	Menantang, melawan, memusuhi
Hitam	Berkuasa, kuat, bagus sekali

Sumber: Deddy Mulyana, Ilmu Komunikasi: *Suatu Pengantar*, 2007:429-430.

f. Artefak

Artefak adalah benda apa saja yang dihasilkan kecerdasan manusia. Mulyana berpendapat bahwa aspek ini merupakan perluasan lebih jauh dari pakaian dan penampilan (Mulyana, 2007:433). Benda-benda yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia dan dalam interaksi manusia, sering mengandung makna-makna tertentu.

Dalam sebuah film, artefak ini dapat diartikan sebagai perlengkapan interior atau setting tempat. Dalam sebuah ruangan yang akan digunakan sebagai setting tempat harus memiliki perlengkapan yang mendukung atau furnitur yang relevan pula.

2.3.3. Representasi

Representasi merupakan kegunaan dari tanda. Marcel Danesi mendefinisikannya sebagai proses ide, pengetahuan, atau pesan dalam beberapa cara fisik. Dapat didefinisikan lebih tepat sebagai kegunaan dari tanda yaitu untuk menyambungkan, melukiskan, meniru sesuatu yang dirasa, dimengerti, diimajinasikan atau dirasakan dalam beberapa bentuk fisik.

Menurut Stuart Hall ada dua proses representasi. Pertama, representasi mental, yaitu konsep tentang ‘sesuatu’ yang ada di kepala kita masing-masing (peta konseptual). Representasi mental masih merupakan sesuatu yang abstrak. Kedua, ‘bahasa’ yang berperan penting dalam proses konstruksi makna. Konsep abstrak yang ada dalam kepala kita harus diterjemahkan dalam ‘bahasa’ yang lazim, supaya kita dapat menghubungkan konsep dan ide-ide kita tentang sesuatu dengna tanda dari simbol-simbol tertentu (Wibowo, 2011:122).

John Fiske dalam Wibowo (2011:123) merumuskan tiga proses yang terjadi dalam representasi melalui tabel di bawah ini:

Tabel 2.5. Proses Representasi Fiske

PERTAMA	**REALITAS**
	Dalam bahasa tulis, seperti dokumen wawancara transkrip dan sebagainya. Dalam televisi seperti perilaku, make up, pakaian, ucapan, gerak-gerik dan sebagainya.
KEDUA	**REPRESENTASI**
	Elemen tadi ditandakan secara teknis. Dalam bahasa tulis seperti kata, proposisi, kalimat, foto, caption, grafik, dan sebagainya. Dalam TV seperti kamera, musik, tata cahaya, dan lain-lain) Elemen-elemen tersebut ditransmisikan ke dalam kode representasional yang memasukkan di antaranya bagaimana objek digambarkan (karakter, narasi setting, dialog, dan lain-lain).
KETIGA	**IDEOLOGI**
	Semua elemen diorganisasikan dalam koherensi dan kode-kode ideologi, seperti individualisme, liberalisme, sosialisme, patriarki, ras, kelas, materialisme dan sebagainya.

Sumber: John Fiske, *Television Culture*, London, Routledge, 1987, hal 5-6 dalam Wibowo, 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 (Wibowo, 2011:123).

2.3.4. Kajian Pluralisme

Menurut Anis Malik Thoha, PhD, salah seorang Dosen Perbandingan Agama di Universitas Islam Internasional Malaysia, Pluralisme Agama adalah respon teologis terhadap *political pluralism* yang telah cukup lama digulirkan (sebagai wacana) oleh peletak dasar-dasar demokrasi pada awal-awal abad modern dan secara nyata dipraktekkan oleh AS. Pluralisme agama pada hakekatnya adalah gerakan politik dan bukan gerakan agama.[15]

Menurut Nurcholis Madjid ada tiga sikap dialog agama yang dapat diambil:

1. Sikap eksklusif dalam melihat agama lain

   Pada sikap ini, agama-agama lain dianggap sebagai jalan yang salah dan menyesatkan umat.

2. Sikap inklusif

   Pada sikap ini, agama-agama lain adalah bentuk implisit agama kita.

3. Sikap pluralis

   Sikap ini bisa terekspresikan dalam macam-macam rumusan, misalnya "Agama-agama lain adalah jalan yang sama-sama sah untuk mencapai kebenaran yang sama", "Agama-agama lain berbicara secara berbeda,

[15] http://grelovejogja.wordpress.com/2007/02/12/pluralisme-agama/ akses tanggal 13 Mei 2012

tetapi merupakan kebenaran yang sama sah", atau " Setiap agama mengekspresikan bagian penting bagi sebuah kebenaran" (Jalan Baru Islam ;102).[16]

Muhammad Legenhausen dalam bukunya *SATU AGAMA atau BANYAK AGAMA Kajian Tentang Liberalisme & Pluralisme Agama* mengungkapkan ada beberapa wajah pluralisme agama yang mencuat ke permukaan. Wajah *pertama* adalah pluralisme moral yang berbentuk ajakan untuk menyebarkan toleransi antar-penganut agama. Oleh para pencetus pluralisme di kalangan Kristen, semisal Friedrich Schleiermacher, Rudolf Otto dan secara *par excellence* John Hick, umat Kristen dihimbau untuk menjalin hubungan baik dengan para penganut tradisi keimanan non-Kristen dan mencegah arogansi dalam beragama. Hal tersebutlah yang disebut wajah pluralisme oleh sang penulis sebagai pluralisme religius yang bersifat normatif (Legenhausen, 2002:8 dalam Astuti 2010:53).

Dalam pluralisme religius normatif, terdapat imbauan dan kewajiban moral dan etis untuk menghargai para pemeluk agama yang berbeda-beda. Sebagai doktrin khas Kristen, pluralisme religius normatif pertama-tama dan terutama ditujukan untuk mengatasi permasalahan yang berkaitan dengan sikap umat Kristen terhadap kalangan pemeluk agama non-Kristen. Tentu saja, para pemikir pluralis Kristen seperti Friedrich Schleiermacher dan John Hick berharap agar para pemeluk agama non-Kristen juga bisa

[16] http://grelovejogja.wordpress.com/2007/02/12/pluralisme-agama/ akses tanggal 13 Mei 2012

mengadopsi sejenis pluralisme religius normatif yang khas bagi mereka masing-masing (Legenhausen, 2002:8 dalam Astuti, 2010:54).

Wajah *kedua* pluralisme adalah pluralisme religius soteriologis (*soteriological religious pluralism*). Yakni, ajaran bahwa umat non-Kristen juga bisa memperoleh keselamatan Kristiani. Tesis pluralisme soteorilogis mula-mula diketengahkan oleh John Hick untuk, setidaknya, mengefektifkan pluralisme normatif secara psikologis. Hal ini mengingat sulit membayangkan umat Kristen untuk menghormati pemeluk agama selain Kristen jika mereka percaya bahwa orang-orang non-Kristen itu tak bisa diselamatkan atau masuk neraka (Legenhausen, 2002:9 dalam Astuti, 2010:54).

Wajah *ketiga* pluralisme religius adalah pluralisme religius epistemologis (*epistemological religious pluralism*). Istilah ini bisa didefinisikan secara kasar sebagai klaim bahwa umat Kristen tidak memiliki pembenaran (*justification*) yang lebih mantap atas keimanan mereka dibandingkan para penganut agama lain. Definisi ini mengungkapkan matlamat pluralisme religius epistemologis pada masalah pembenaran keyakinan religius. Dengan wajah ini, pluralisme tampil dan mengukuhkan diri sebagai aktor di pentas perdebatan filosofis (Legenhausen, 2002:9 dalam Astuti, 2010:54).

Wajah *keempat* pluralisme religius yang dikembangkan oleh John Hick, menurut Dr. Legenhausen, adalah pluralisme religius aletis (*alethic religious pluralism*). Pluralisme religius aletis menegaskan bahwa

kebenaran religius harus ditemukan dalam agama-agama selain Kristen dengan derajat yang sama sebagaimana yang dapat ditemukan dalam agama Kristen. Tentu saja, seorang pluralis Kristen seperti Hick yakin bahwa masalah ini bukan hanya terkait dengan agama Kristen, melainkan terkait dengan semua agama. Walaupun ada fakta bahwa agama-agama saling memberikan pernyataan yang bertentangan tentang realitas, tentang jalan keselamatan, tentang hal-hal yang dibenarkan dan disalahkan, dan tetang sejarah dan sifat manusia, para pluralis yakin bahwa semua klaim itu bisa jadi benar ditinjau dari pandangan dunianya sendiri-sendiri (Legenhausen, 2002:9-10 dalam Astuti, 2010:54-55).

Akhirnya, wajah *kelima* pluralisme ialah pluralisme menyangkut kehendak atau perintah Tuhan atau yang disebut dengan ‘pluralisme religius deontis’ (*deontic religious pluralism*). Dalam wajah ini, pluralisme tampil dalam baju kehendak atau perintah Tuhan untuk mengikuti suatu tradisi agama. Pluralisme jenis ini berupaya memberikan pemahaman akan tanggung jawab manusia di hadapan keragaman tradisi agama di dunia. Menurut pluralisme religius deontis, pada beberapa daur sejarah tertentu (*diachronic*), Tuhan memberikan wahyu untuk umat manusia melalui seorang nabi atau rasul. Perintah dan kehendak Ilahi ini terus menyempurna dan melahirkan keragaman tradisi agama. Ditetapkannya Muhammad SAW sebagai risalah terakhir, memutuskan mata rantai penyempurnaan tradisi agama, sekaligus menuntut seluruh umat manusia untuk memeluk wahyu

terakhir ini sebagai konsekuensi dari pengamalan dan pelaksanaan perintah Ilahi. Allah berfirman,

"Sebenarnya kami melemparkan yang benar (al-haqq) pada yang batil untuk supaya (yang benar) meluruhkannya (yang batil), sehingga dengan serta merta yang batil itu lenyap." (QS. Al-Anbiya': 18) (Legenhausen, 2002:10 dalam Astuti, 2010:55-56).

Demikianlah, pluralitas tradisi agama tidak bisa disodorkan sebagai konsekuensi pertimbangan suka dan tidak suka (*like-and-dislike*) atau selera, sehingga terlahirlah sejenis pluralisme yang mengabaikan persoalan benar dan salah. Pluralisme juga tidak bisa dikemukakan dalam kerangka relativisme epistemologis yang menyebabkan orang gusar dan resah, lantaran tidak mungkin berpegang pada suatu kebenaran yang universal dan absolut. Begitu pula, pluralisme agama tidak bisa direduksi sebagai pengalaman personal atau privat, yang menyebabkan agama tergerus dari ruang-ruang publik. Sebaliknya, pluralitas tradisi agama mesti ditanggapi sebagai kehendak dan kebijaksanaan Ilahi untuk terus menyempurnakan wahyuNya untuk manusia.

Dengan demikian, kita telah menafsirkan pluralisme dalam konteks kehendak Pembuat dan Pewahyu seluruh agama. Karenanya, apabila Dia kemudian terbukti berkehendak untuk mengakhiri putaran penyempurnaan agama pada Islam Muhammad SAW, maka segenap umat manusia mesti manaatiNya sebagaimana mereka harus menaatiNya pada waktu-waktu terdahulu. Dengan begitu, kita melihat semua agama dalam kacamata

penyempurnaan manusia yang holistik (Legenhausen, 2002:11 dalam Astuti, 2010:55-56).

2.3.5. Konsep Pluralisme

Pluralisme menurut Diana L. Eck, Ketua Komite Studi Agama dalam Fakultas Seni dan Ilmu Pengetahuan di Universitas Harvard mengungkapkan 4 point pemikiran mengenai pluralisme:

1. Pluralisme bukan hanya beragam atau majemuk, keragaman adalah fakta yang dapat dilihat tentang dunia dengan budaya yang beraneka ragam, namun pluralisme membutuhkan keikutsertaan atau dengan kata lain ikut berusaha dalam menciptakan yang harmonis, tanpa hal tersebut akan menimbulkan masalah yang terus bertambah karena perbedaan.
2. Pluralisme lebih dari sekedar toleransi dengan usaha yang aktif untuk memahami orang lain Toleransi saja tidak cukup untuk menjembatani jurang stereotip, ketakutan yang mendasari suatu perpecahan dan kekerasan.
3. Pluralisme bukan relativisme, pertautan komitmen antara komitmen religius yang nyata dan komitmen sekuler yang nyata. Paradigma baru pluralisme adalah sebuah ikatan, bukan pelepasan perbedaan atau yang bersifat kekhususan. Namun berarti memegang perbedaan kita dengan baik, bahkan perbedaan agama kita, tidak dipisahkan, namun terikat dalam hubungan yang baik dan saling mendukung satu sama lainnya.
4. Pluralisme didasarkan pada dialog. bahasa pluralisme adalah dialog dan pertemuan, baik berbicara dan mendengar, dan proses yang mengungkapkan pemahaman baik umum dan perbedaan nyata, dan kritik yang bersifat demokratis[17].

Dari uraian di atas, dapat dikatakan bahwa pluralisme bukan hanya sekedar rasa toleransi terhadap perbedaan. Namun juga berbicara tentang bagaimana para individu yang terlibat di dalamnya menjaga perbedaan tersebut dengan menciptakan situasi yang harmonis. Tetap komunikasi merupakan hal yang sangat penting dalam menyikapi pluralisme. Dengan

[17] http://pluralism.org/pages/pluralism/what_is_pluralism akses tanggal 3 Maret 2012

adanya komunikasi yang intens, maka semua hal yang menyangkut perbedaan tersebut dapat dibicarakan untuk menciptakan sebuah pemahaman terhadap perbedaan yang nyata.

2.3.6. Media dan Praktek Representasi

Representasi merujuk pada bagaimana seseorang, satu kelompok, gagasan, atau pendapat tertentu ditampilkan dalam suatu pesan media, baik dalam bentuk pemberitaan maupun wacana media lainnya (Eriyanto, 2001:113 dalam Wahyuningsih, 2009:26). Representasi penting untuk memahami dua hal; pertama, apakah seseorang kelompok, atau gagasan tersebut ditampilkan sebagaimana mestinya atau dimarjinalkan lewat penggambaran yang buruk. Kedua, bagaimana representasi tersebut ditampilkan.

Media menjadi sarana yang efektif untuk mengarahkan atau menghilangkan gagasan orang atau kelompok tertentu, atau sebaliknya dapat pula dimarjinalkan. Sebagai produsen industri informasi, menurut John Fiske (dalam Basarah, 2004:34 dalam Wahyuningsih 2009:26) setidaknya terdapat tiga proses yang dihadapi para pekerja media tersebut. Level pertama, adalah peristiwa yang ditandakan *(encode)* sebagai realitas. Bagaimana realitas tersebut dikonstruksi sebagai realitas oleh media. Dalam bahasa gambar, hal ini umumnya berhubungan dengan aspek-aspek spesifik yang tertangkap secara visual seperti pakaian, lingkungan, ucapan dan

ekspresi. Di sini realitas selalu ditandakan, ketika kita menganggap dan mengkonstruksi penandaan tersebut sebagai sebuah realitas.

Level kedua, ketika kita memandang sesuatu sebagai sebuah realitas. Pertanyaan yang muncul adalah bagaimana realitas tersebut digambarkan. Di sini digunakan perangkat secara teknis. Dalam bahasa tulis, perangkat teknis itu adalah kata, kalimat, proposisi, grafik dan sebagainya. Pada bahasa gambar, perangkat tersebut dapat berupa kamera, pencahayaan, sudut pengambilan gambar oleh kamera, *editing* dan musik. Penggunaan kata, kalimat, proposisi atau elemen retoris lainnya dapat memberikan makna tertentu ketika diterima oleh khalayak. Pada level ketiga, adalah bagaimana peristiwa tersebut diorganisir ke dalam konvensi-konvensi yang diterima secara logis. Bagaimana kode-kode tersebut dihubungkan dan diorganisasikan ke dalam koherensi sosial seperti kelas sosial, atau kepercayaan dominan yang ada dalam masyarakat. Fiske mengatakan bahwa ketika melakukan representasi tersebut maka akan sulit dihindari bias ideologi, bias ideologi ini seringkali menjelma menjadi kepercayaan sosial yang diterima secara *common sense* dan tidak lagi dipertanyakan, bahkan oleh para produsen pesan itu sendiri.

Konsep Stuart Hall (1992:41-42 dalam Wahyuningsih, 2009:27) mengenai representasi media adalah konsep *encoding/decoding* yang menjelaskan bagaimana proses sebuah peristiwa dimaknai oleh media maupun khalayak media. Hall mengatakan, proses *encoding* media terhadap suatu realitas tidak terlepas dari aspek-aspek yang berkaitan dengan kondisi

sosiokultural. Dalam hal ini, seseorang akan terlibat dengan politik penandaan ketika ia mencoba membuat gambaran tentang realitas.

Dimulai pada proses *encoding* ini nilai-nilai digunakan ketika seseorang memberikan penandaan terhadap sebuah peristiwa. Dalam konsepsi Hall, peristiwa yang telah "ditandai" tersebut diarahkan untuk memiliki tingkat kesesuaian yang baik ketika dipahami oleh khalayak. Yang dimaksud dengan kesesuaian pada proses penerimaan *(decode)* dalam konsepsi Hall adalah adanya pengaruh *"have an effect"* baik berupa masukan, hiburan, instruksi, atau ajakan yang tentu saja memiliki kompleksitas aspek-aspek perseptual di dalamnya baik yang bersifat kognitif, emosional, ideologis atau konsekuensi behavioral lainnya.

Representasi dianggap membentuk benang sosial dalam hidup masyarakat. Representasi adalah masalah yang penting sebab ia bukan merupakan presentasi atau tampilan langsung dari dunia dan hubungan orang-orang di dalamnya, melainkan representasi yang berhubungan degnan proses aktif dalam pemilihan dan penampilan yang melalui proses seleksi dan penyusunan makna yang sedemikian rupa. Jadi representasi bukan semata-mata penyampaian makna yang sudah ada, melainkan sebuah usaha aktif untuk membuat sesuatu memiliki makna tertentu.

Sejalan dengan apa yang dikatakan Fiske mengenai proses representasi, Eriyanto (2001:116 dalam Wahyuningsih, 2009:28) mengatakan paling tidak ada dua proses yang dilakukan media. Pertama, memilih fakta. Proses memilih fakta ini didasarkan pada asumsi bahwa tidak

mungkin media melihat peristiwa tanpa sebuah perspektif. Kedua, menuliskan fakta. Proses ini berkaitan dengan bagaimana fakta yang dipilih tersebut disajikan kepada khalayak. Gagasan ini kemudian diungkapkan melalui bahasa dalam bentuk kata, kalimat, proposisi, juga dengan aksentuasi bahasa gambar dan komponen grafik lainnya seperti foto, gambar, ilustrasi, serta penebalan huruf yang mewakili sebuah pemaknaan tertentu.

Pemilihan fakta juga merupakan praktik representasi yang nantinya kemudian akan dibungkus dengan menggunakan bahasa tertentu untuk memapankan definisi media terhadap realitas tersebut. Dalam pemilihan fakta sudah tentu akan terdapat fakta lainnya yang dibuang atau terabaikan. Dengan "bentukan" seperti inilah realitas media hadir dihadapan khalayak sebagai sebuah wacana. Bahasa tidak hanya mencerminkan realitas, tetapi juga dapat menciptakan realitas itu sendiri.

2.3.7. Media dan Konstruksi Realitas

Istilah konstruksi sosial atas realitas *(social construction of reality)*, menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann melalui bukunya yang berjudul *"The Social Construction of Reality, a Treatise in the Sociological of Knowledge"* (1966). Mereka menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan ineraksinya, yang mana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif (Bungin, 2007:189). Berger dan Luckmann

menggambarkan bahwa realitas sosial dikonstruksi melalui proses eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi (Berger dan Thomas, 1990:304 dalam Wibowo, 2011:37).

Pekerjaan media massa pada hakikatnya adalah bagaimana mengkonstruksikan realitas. Isi media adalah hasil para pekerja media mengkonstruksikan berbagai realitas yang dipilihnya, di antara realitas politik. Isi media pada hakikatnya adalah hasil konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Sedangkan bahasa bukan saja sebagai alat merepresentasikan realitas, namun juga bisa menentukan relief seperti apa yang akan diciptakan oleh bahasa tentang realitas tersebut. Akibatnya, media massa mempunyai peluang yang sangat besar untuk mempengaruhi makna dan gambaran yang dihasilkan dari realitas yang dikonstuksikan. (Sobur, 2001:88-89 dalam Wibowo, 2011:37).

McLuhan (dalam Rakhmat, 2004:224) menegaskan bahwa dalam masyarakat moden informasi diperoleh secara langsung atau melalui media massa, sebagai perpanjangan alat indera manusia. Informasi yang ditampilkan media massa telah diseleksi, atau realitas yang ada merupakan realitas tangan kedua *(second hand reality)* dan biasanya tidak dapat atau tidak sempat dicek kebenarannya (Rakhmat, 2004:224 dalam Wahyuningsih 2009:30). Kecenderungan memperoleh informasi itu semata-mata berdasarkan pada apa yang dilaporkan media massa, yang pada akhirnya akan membentuk citra tentang suatu lingkungan sosial tertentu berdasarkan realitas kedua yang ditampilkan media massa sesuai dengan yang

dikehendaki oleh media yang bersangkutan, sehingga media kerap memberikan citra dunia keliru, yaitu dunia pulasan *(pseudoworld)* (Van den Haag dan C. Wright Mills dalam Rakhmat, 2004:226 dalam Wahyuningsih, 2009:30).

Sejalan dengan hal tersebut, menurut Gebner dan kawan-kawan, dunia simbol media membentuk konsepsi khalayak tentang dunia nyata atau dengan kata lain media merupakan konstruksi realitas (dalam Marvin l De Fleur, 1996:207 dalam Wibowo, 2011:125).

Berger dan Luckmann mengatakan:

> "institusi masyarakat tercipta dan dipertahankan atau diubah melalui tindakan dan interaksi manusia. Meskipun masyarakat dan institusi sosial terlihat nyata secara objektif. Namun pada kenyataannya semua dibangun dalam definisi subjektif melalui proses interaksi. Objektivitas baru bisa terjadi melalui penegasan berulang-ulang yang diberikan oleh orang lain yang memiliki definisi subyektif sama." (dalam Bungin, 2001:12 dalam Wibowo, 2011:126)

Menurut penjelasan Berger dan Luckman tersebut, segala yang ada dalam institusi masyarakat dengan sengaja dibentuk oleh masyarakat itu sendiri melalui suatu interaksi. Setiap interaksi tersebut didefinisikan secara subjektif dari masing-masing anggota masyarakat yang kemudian ditegaskan secara berulang-ulang dan kemudian menjadi suatu nilai objektif dalam masyarakat.

Komunikasi massa adalah bentuk institusi sosial yang merupakan suatu kumpulan individu. Denis McQuail mengatakan bahwa komunikator dalam komunikasi massa bukanlah satu orang, melainkan suatu organisasi. Pesan tersebut seringkali diproses, distandarisasi dan selalu diperbanyak.

Pesan mempunyai nilai tukar dan acuan simbolik yang mengandung nilai kegunaan. (McQuail, 2011:61).

Menurut McQuail bahwa komunikator dalam komunikasi massa bersifat organisasional. Pesan-pesan yang disampaikan dalam komunikasi massa cenderung memiliki nilai-nilai tertentu yang berhubungan dengan kepentingan media.

Sejalan dengan pernyataan di atas dalam media massa, bahasa tidak lagi semata sebagai alat untuk menggambarkan sebuah realitas, melainkan bisa menentukan gambaran (citra) yang akan muncul di benak khalayak. Bahasa yang dipakai media ternyata mampu mempengaruhi cara melafalkan *(pronounciation)*, tata bahasa *(grammar)*, susunan kalimat *(syntax)*, perluasan modifikasi perbendaharaan kata, dan akhirnya mengubah dan atau mengembangkan percakapan *(speech)*, bahasa *(language)*, dan makna *(meaning)*. (DeFleur dan Ball Rockeach, 1989:265-269 dalam Sobur, 2001:90 dalam Wahyuningsih, 2009:31).

Media sesungguhnya memainkan peran khusus dalam mempengaruhi budaya tertentu melalui penyebaran informasi. Peran media sangat penting karena menampilkan sebuah cara dalam memandang realita. Para produser mengendalikan isi medianya melalui cara-cara tertentu untuk menyandikan pesan-pesan. Becker dalam (Sobur, 2001:93 dalam Wahyuningsih 2009:33) menggambarkan proses sebagai berikut:

> "*Events do not signify...to be intelligible events must be put into symbolic form...the communicator has a choice of codes or sets of symbols. The one chosen affects the meaning of the events for receivers. Since every language-every symbol-cincides with an*

> *ideology, the choice of a set of symbols is, whether conscious or not, the choice of an ideology"* (Peristiwa tidak bisa menunjukkan...agar bisa difahami peristiwa harus dijadikan bentuk-bentuk simbolis...si komunikator mempunyai pilihan kode-kode atau kumpulan simbol. Pilihan tersebut akan mempengaruhi makna peristiwa bagi penerimanya. Karena setiap bahasa-setiap simbol-hadir bersamaan dengan idiologi, pilihan atas seperangkat simbol, sengaja atau tidak, merupakan pilihan atas ideologi) (Littlejohn, 1996:236).

Sutradara *(director)* memiliki tugas yaitu untuk mengontrol tindakan dan dialog di depan kamera dan bertanggungjawab untuk merealisasikan apa yang dimaksud oleh penulis naskah atau produser (Effendy, 2005:134 dalam Wahyuningsih, 2009:33). Penulis naskah atau *Script Writter* merupakan penulis dari sebuah screenplay, yaitu naskah lengkap yang menjadi bahan untuk melakukan produksi film (Effendy, 2005:149 dalam Wahyuningsih, 2009:33).

Media yang diterima oleh khalayak, sebagai komunikan, hendaknya tidak hanya diterima begitu saja sebagai salah satu bentuk hiburan, misalnya namun khalayak juga mengamati dan mampu menganalisa mengenai hakikat dari isi pesan yang hendak disampaikan komunikator, yang mana untuk film diwakili oleh sutradara. Dari hasil analisa maka khalayak dapat menilai apakah suatu media (film) yang ditawarkan hanya bersifat mimpi (fiksi) belaka atau malahan mampu menggambarkan suatu realitas di kehidupan nyata (Basarah, 2006 dalam Wahyuningsih, 2009:33-34).

2.3.8. Film Sebagai Media Massa

Film merupakan cermin atau jendela masyarakat di mana media massa itu berada. Nilai, norma, dan gaya hidup yang berlaku pada masyarakat akan disajikan dalam film yang diproduksi. Film juga berkuasa menetapkan nilai-nilai yang merusak sekalipun (Mulyana, 2008:89).

Denis McQuail (2011:35) menyatakan, film dalam perkembangannya berubah menjadi alat presentasi dan distribusi dari tradisi hiburan yang lebih tua, menawarkan cerita, panggung, musik, darama, humor dan trik teknis bagi konsumsi populer. Film sebagai media massa, merupakan bagian dari respon terhadap penemuan waktu luang, waktu libur dari kerja, dan sebuah jawaban atas tuntutan untuk cara menghabiskan waktu luang keluarga yang sifatnya terjangkau dan (biasanya) terhormat.

Film merupakan medium komunikasi massa yang ampuh sekali, bukan saja untuk hiburan, tetapi juga untuk penerangan dan pendidikan (Effendy, 2003:209). Denis McQuail menyatakan bahwa film adalah sebuah pencipta budaya massa. (McQuail, 2011:37).

Sejalan dengan itu, Melvin DeFleur (1970:129-131 dalam Mulyana, 2008:91) mengatakan lewat teori norma budayanya *(the Cultural Norms Theory)* bahwa norma-norma budaya bersama mengenai topik-topik yang ditonjolkan didefinisikan dengan suatu cara tertentu. Artinya, media massa, termasuk film, berkuasa mendefinisikan norma-norma budaya buat khalayaknya. Selanjutnya DeFleur menyebutkan tiga pola pembentukan pengaruh lewat media massa: pertama, memperteguh norma yang ada;

kedua, menciptakan norma yang baru; ketiga, mengubah norma yang ada. Maka dari itu, pengaruh antara film dan budaya, merupakan pengaruh yang timbal balik.

2.3.9. Semiotika Roland Barthes

Film merupakan bidang kajian yang amat relevan bagi analisis struktural atau semiotika (Sobur, 2009:128). Van Zoest (dalam Sobur, 2009:128), film dibangun dengan tanda semata-mata. Film menggunakan tanda-tanda ikonis, yakni tanda-tanda yang menggambarkan sesuatu dan gambar yang dinamis dalam film merupakan ikonis bagi realitas yang dinotasikannya.

Roland Barthes dikenal sebagai salah seorang pemikir strukturalis yang getol mempraktikkan model linguistik dan semiologi Saussurean. Ia juga intelektual dan kritikus sastra Prancis yang ternama; eksponen penerapan strukturalisme dan semiotika pada studi sastra. Bertens (2001:208 dalam Sobur, 2009:63) menyebutnya sebagai tokoh yang memainkan peranan sentral dalam strukturalisme tahun 1960-an dan 70-an.

Ia berpendapat bahasa adalah sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu. Ia mengajukan pandangan ini dalam *Writing Degree Zero* (1953; terj. Inggris 1977) dan *Critical Essays* (1964; terj. Inggris 1972) (Sobur, 2009:63).

Roland Barthes, sebagai salah satu tokoh semiotika, melihat signifikasi (tanda) sebagai sebuah proses yang total dengan suatu susunan yang sudah terstruktur. Signifikasi itu tidak terbatas pada bahasa, tetapi terdapat pula hal-hal yang bukan bahasa. Pada akhirnya, Barthes menganggap pada kehidupan sosial, apapun bentuknya, merupakan suatu sistem tanda tersendiri pula (Kurniawan, 2001:53 dalam Wahyuningsih, 2009:45).

Semiotika (atau semiologi) Roland Barthes mengacu kepada Saussure dengan menyelidiki hubungan antara penanda dan petanda pada sebuah tanda. Hubungan penanda dan petanda ini bukanlah kesamaan (*equality*), tetapi ekuivalen. Bukannya yang satu kemudian membawa pada yang lain, tetapi korelasilah yang menyatukan keduanya (Hawkes dalam Kurniawan, 2001:22 dalam Wahyuningsih, 2009:45).

Barthes dalam setiap *essainya* (Cobley & Jansz, dalam Sobur, 2009:68) kerap membahas fenomena keseharian yang kadang luput dari perhatian. Barthes juga mengungkapkan adanya peran pembaca (*the reader*) dengan tanda yang dimaknainya. Dia berpendapat bahwa "konotasi", walaupun merupakan sifat asli tanda, membutuhkan keaktifan pembaca agar dapat berfungsi.

Bagi Barthes, seperti yang ia tuangkan dalam karyanya yang berjudul *The Pleasure of The Text* (1975), apabila sebuah teks tidak mampu menggetarkan buhul-buhul darah para pembaca, maka teks tersebut tidak akan memiliki arti (*meaning*) apapun. Suatu teks harus dapat menggelinjang

keluar dari bahasa yang dipergunakannya. Barthes mengatakan bahwa, "*The world is full of signs, but these signs do not all have the fine simplicity of the letters of the alphabet, of highway signs, or of military uniforms: they are infinitely more complex*. (Dunia ini penuh dengan tanda-tanda ini tidak semuanya punya kesederhanaan murni dari huruf-huruf, alfabet, tanda lalu lintas, atau seragam militer: mereka secara tak terbatas lebih kompleks)" (Sobur, 2006:16 dalam Wahyuningsih, 2009:46). Sejak Barthes, tidak hanya karya sastra yang dikaji lewat semiotika jenis ini, namun juga merambah ke pelbagai gejala sosial lainnya seperti mode, foto dan film (Sobur, 2006:11 dalam Wahyuningsih, 2009:46).

Berikut adalah peta tanda dari Roland Barthes:

Tabel 2.6. Peta Tanda Roland Barthes

1. *Signifer* (Penanda)	**2. Signified (petanda)**
3. *Denotative Sign* (Tanda Denotatif)	
4. *CONNOTATIVE SIGNIFIER* (PENANDA KONOTATIF)	**5. *CONNOTATIVE SIGNIFIED* (PETANDA KONOTATIF)**
6. *CONNOTATIVE SIGN* (TANDA KONOTATIF)	

Sumber: Paul Cobley & Litza Jansz. 1999. *Introducing Semiotics*. NY: Totem Books, hal.51 dalam (Sobur, 2009:69).

Dari peta Barthes di atas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Dengan kata lain, hal tersebut

merupakan unsur material: hanya jika Anda mengenal tanda "singa", barulah konotasi seperti harga diri, kegarangan, dan keberanian menjadi mungkin (Cobley dan Jansz, 1999:51 dalam Sobur, 2009:69). Jadi, dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Sesungguhnya, inilah sumbangan Barthes yang sangat berarti bagi penyempurnaan semiologi Saussure, yang berhenti pada penandaan dalam tataran denotatif (Sobur, 2009:69).

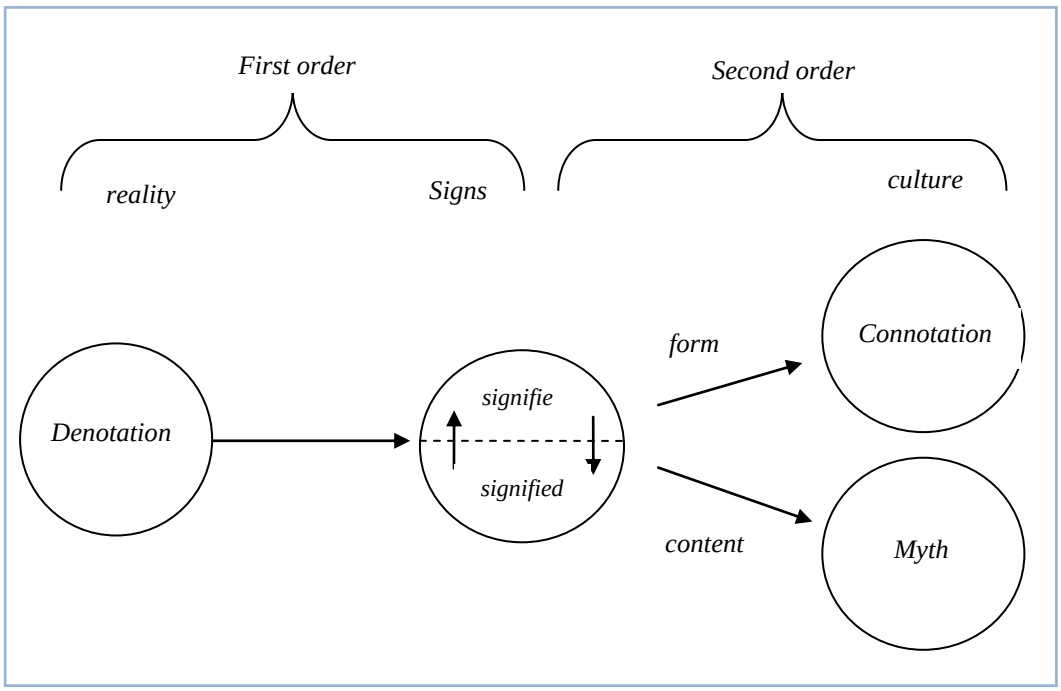
Daniel Chandler dalam *Semiotics for Beginners* mengungkapkan bahwa denotasi merupakan tanda tahap pertama, yang terdiri dari penanda dan petanda. Sedangkan konotasi merupakan tanda tahap kedua, yang termasuk di dalamnya adalah denotasi, sebagai penanda konotatif dan petanda konotatif (Chandler, 2006 dalam Wahyuning, 2009:47).

Barthes tidak sebatas itu memahami proses penandaan, tetapi dia juga melihat aspek lain dari penandaan, yaitu mitos (*myth*) yang menandai suatu masyarakat. Mitos (atau mitologi) sebenarnya merupakan istilah lain yang dipergunakan oleh Barthes untuk ideologi. Mitologi ini merupakan level tertinggi dalam penelitian sebuah teks, dan merupakan rangkaian mitos yang hidup dalam sebuah kebudayaan. Mitos merupakan hal yang penting karena tidak hanya berfungsi sebagai pernyataan (*charter*) bagi kelompok yang menyatakan, tetapi merupakan kunci pembuka bagaimana pikiran manusia dalam sebuah kebudayaan bekerja (Berger, 1982:32;Basarah, 2006: 36 dalam Wahyuningsih, 2009:47). Mitos ini tidak dipahami sebagaimana

pengertian klasiknya, tetapi lebih diletakkan pada proses penandaan ini sendiri, artinya, mitos berada dalam diskursus semiologinya tersebut. Menurut Barthes mitos berada pada tingkat kedua penandaan, jadi setelah terbentuk sistem tanda-penanda-petanda, maka tanda tersebut akan menjadi penanda baru yang kemudian memiliki petanda kedua dan membentuk tanda baru. Konstruksi penandaan pertama adalah bahasa, sedang konstruksi penandaan kedua merupakan mitos, dan konstruksi penandaan tingkat kedua ini dipahami oleh Barthes sebagai metabahasa (*metalanguage*). Perspektif Barthes tentang mitos ini menjadi salah satu ciri khas semiologinya yang membuka ranah baru semiologi, yakni penggalian lebih jauh penandaan untuk mencapai mitos yang bekerja dalam realitas keseharian masyarakat (Kurniawan, 2001:22-23 dalam Wahyuningsih, 2009:47-48).

Adapun 2 (dua) tahap penandaan signifikasi (*two order of signification*) Barthes dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.4. Signifikasi Dua Tahap Barthes



Sumber: John Fiske, *Introduction to Communication Studies*, 1990, hlm.88. dalam (Sobur, 2001:12 dalam Wahyuningsih 2009:49).

Melalui gambar 2.4. ini Barthes, seperti dikutip Fiske, menjelaskan: signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* dan *signified* di dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal. Barthes menyebutnya sebagai denotasi, yaitu makna paling nyata dari tanda. Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaannya. Konotasi mempunyai makna subyektif atau paling tidak intersubyektif. Pemilihan kata-kata kadang merupakan pilihan terhadap konotasi, misalnya kata "penyuapan" dengan "memberi uang pelicin". Dengan kata lain,

denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek; sedangkan konotasi adalah bagaimana menggambarkannya (Fiske, 1990:88 dalam Sobur, 2001:128).

Pada signifikasi tahap kedua yang berhubungan dengan isi, tanda bekerja melalui mitos (*myth*). Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Mitos merupakan produk kelas sosial mengenai hidup dan mati, manusia dan dewa, dan sebagainya. Sedangkan mitos masa kini misalnya mengenai feminitas, maskulinitas, ilmu pengetahuan, dan kesuksesan (Fiske, 1990:88 dalam Sobur, 2001:128 dalam Wahyuningsih, 2009:49-50).

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

Dalam pengamatan Barthes, hubungan mitos dengan bahasa terdapat pula dalam hubungan antara penggunaan bahasa literer dan estetis

dengan bahasa biasa. Dalam fungsi ini yang diutamakan adalah konotasi, yakni penggunaan bahasa untuk mengungkapkan sesuatu yang lain daripada apa yang diucapkan. Baginya, lapisan pertama itu taraf denotasi, dan lapisan kedua adalah taraf konotasi: penanda-penanda konotasi terjadi dari tanda-tanda sistem denotasi. Dengan demikian, konotasi dan kesusastraan pada umumnya, merupakan salah satu sistem penandaan lapisan kedua yang ditempatkan di atas sistem lapisan pertama dari bahasa (Sobur, 2006:19-20 dalam Wahyuningsih, 2009:51).

Barthes menggunakan konsep *connotation*-nya Hjemslev untuk menyingkap makna-makna yang tersembunyi (Dahana, 2001:23 dalam Wahyuningsih, 2009:51). Konsep ini menetapkan dua pemunculan makna yang bersifat promotif, yakni denotatif dan konotatif, pada tingkat denotatif, tanda-tanda itu mencuat terutama sebagai makna primer yang "alamiah". Namun pada tingkat konotatif, di tahap sekunder, muncullah makna yang ideologis.

Arthur Asa Berger mencoba membandingkan antara konotasi dan denotasi sebagai berikut:

Tabel 2.7. Perbandingan antara Konotasi dan Denotasi

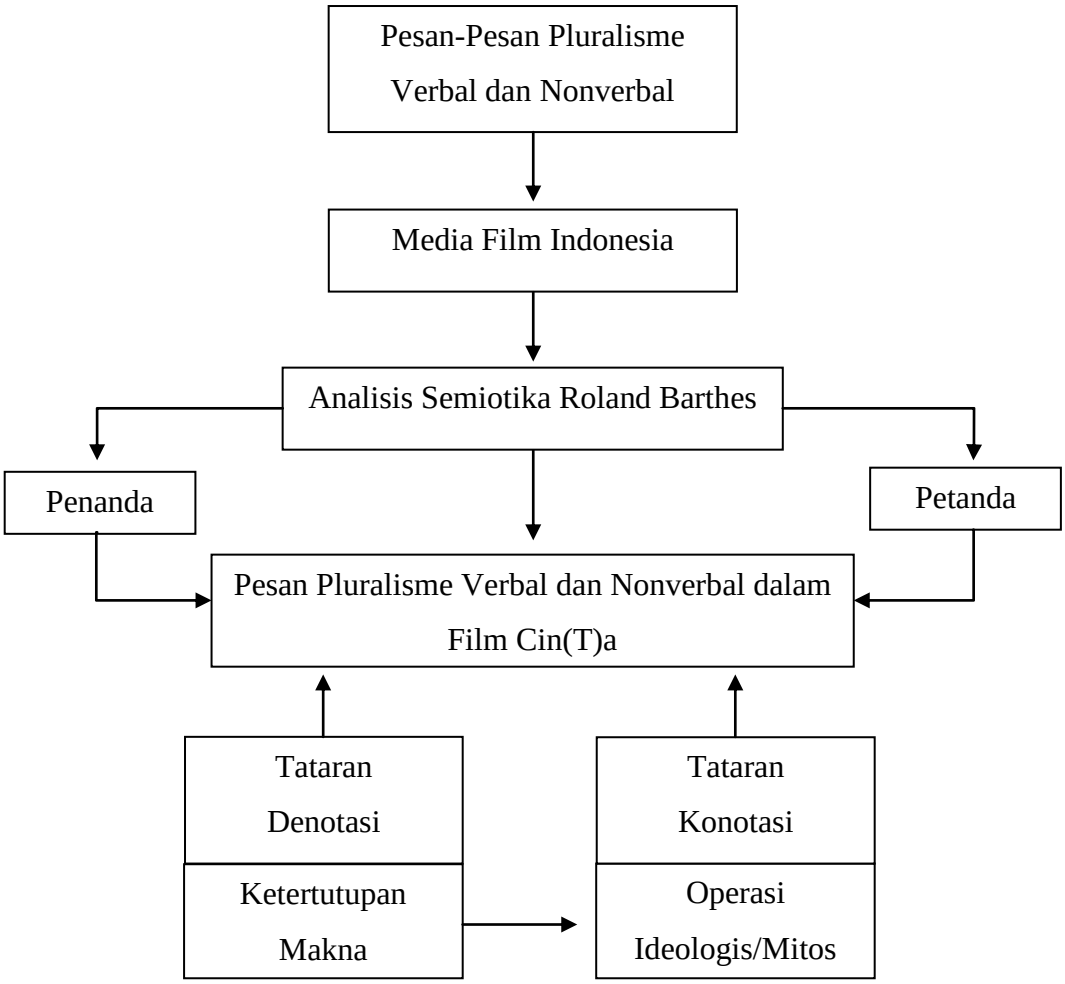
KONOTASI	DENOTASI
Pemakaian figure	Literatur
Petanda	Penanda
Kesimpulan	Jelas
Memberi kesan tentang makna	Menjabarkan
Dunia mitos	Dunia keberadaan/eksistensi

Sumber: Arthur Asa Berger. 2000a. *Media Analysis Techniques*. Edisi Kedua. Penerjemeh Setio Budi HH. Yogyakarta: Penerbitan Univ. Atma Jaya, hal: 15 dalam (Sobur, 2001: 264 dalam Wahyuningsih, 2009:52).

Tanda-tanda denotatif dan konotatif yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah adegan-adegan yang membawakan pesan-pesan pluralisme verbal dan nonverbal yang terpilih melalui karakter, sikap dan perilaku, bahasa tubuh, gaya berbicara, kata-kata yang dipergunakan dalam berdialog, dan juga gaya berbusana yang dipergunakan oleh tokoh dalam film *Cin(T)a*. Dari hasil analisis inilah diharapkan dapat ditemukan makna pesan yang hendak disampaikan oleh Sammaria Simanjuntak, sang sutradara film.

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

Gambar 2.5. Model Kerangka Pemikiran



Sumber: Penulis, 2012