BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tinjauan pustaka bertujuan untuk menjelaskan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti tinjauan pustaka berisikan tentang data-data sekunder yang peneliti peroleh dari jurnal-jurnal ilmiah atau hasil penelitian pihak lain yang dapat dijadikan asumsi-asumsi yang memungkinkan terjadinya penalaran untuk menjawab masalah yang diajukan peneliti.

2.1.1. Penelitian Terdahulu Yang Relavan

Dalam tinjauan pustaka, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang relavan. Dengan demikian, peneliti mendapatkan referensi pendukung, pelengkap, serta pembanding sehingga lebih memadai.

Tabel rekapitulasi penelitian terdahulu yang relavan sehingga dijadikan acuan antara lain sebagai berikut :

Tabel 2.1

Tabel Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Uraian	**Nama Peneliti**
	Muhamad Zamzam Maulana Sidiq
Universitas	Universitas Komputer Indonesia, Bandung, 2014
Judul Penelitian	Analisis Semiotika Roland Barthes Mengenai Makna Pesan Perdamaian Dalam Film Di Timur Matahari Karya

	Ari Sihasale
Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui Untuk mengetahui bagaimana makna pesan perdamaian dalam Film DiTimur Matahari.
Metode Penelitian	Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika Roland Barthes
Hasil Penelitian	Menunjukan bahwa film Di TimurMatahari merupakan film yang mempresentasikan pesan pluralisme melalui empat adegan verbal dan dan satu adegan nonverbal dengan berbeda scene. Hasil penelitian tersebut adalah sebagai berikut: tuhan memiliki berbagai nama; kerukunan antar umat beragama; pentingnya komunikasi untuk menjaga keharmonisan; dan terciptanya sebuah perdamaian yang di inginkansetiap orang

Sumber: *Data Peneliti, 2015.*

Tabel 2.2

Tabel Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Uraian	**NamaPeneliti**
	IrfanIrfianto
Universitas	Universitas Komputer Indonesia, Bandung, 2014
Judul Penelitian	Analisis Semiotika Roland Barthes Mengenai Makna kekerasan Dalam Film the jagal
Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui makna semiotika tentang kekerasan yang terdapat dalam film jagal (the of killing)
Metode Penelitian	Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika Roland Barthes
Hasil Penelitian	Memperlihatkan adanya pembunuhan, ancaman, penyiksaan, serta perampasan kepada orang yang di tuduh komunis seperti etnis china dan intelektual

Sumber: *Data Peneliti, 2015.*

Tabel 2.3

Tabel Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Uraian	**NamaPeneliti**
	Dianita Dyah Makhrufi
Universitas	UIN Sunan Kalijaga. Yogyakarta
Judul Penelitian	Pesan Moral Islam Dalam Film Sang Pencerah (Kajian Analisis Semiotik Model Roland barthes)
Tujuan Penelitian	Dapat Melihat Sejarah KH. Ahmad Dahlan Membangun Sebuah Organisasi Dengan Menanamkan Nilai-nilai Moral.
Metode Penelitian	Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika Roland Barthes
Hasil Penelitian	Pesan Moral Islami Dalam Film "Sang Pencerah" Meliputi Moral Islami (Akhlak) yang Mengacu pada sifat Tawadhu, Beramal saleh, Lemah Lembut, Sabar dan Pemaaf. Tawadhu Saat Mendengarkan Nasehat Orang Tua dan Tawadhu Berserah pada Allah.

Sumber: *Data Peneliti, 2015.*

2.2 Tinjauan Pustaka

2.2.1. Tinjauan Tentang Komunikasi

2.2.1.1. Komunikasi Sebagai Ilmu

Sebagai ilmu, komunikasi menembus banyak disiplin ilmu. Sebagai jala perilaku, komunikasi dipelajari bermacam-macam disiplin ilmu, antara lain sosiologi dan psikologi (Rakhmat, 2011:3).

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, communication* atau *communicare* yang berarti membuat sama. Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama.

Komunikasi merupakan salah satu fungsi dari kehidupan manusia. Fungsi komunikasi dalam kehidupan menyangkut banyak aspek. Melalui komunikasi

seseorang menyampaikan apa yang ada dalam bentuk pikirannya atau perasaan hati nuraninya kepada orang lain baik secara langsung ataupun tidak langsung. Melalui komunikasi seseorang dapat membuat dirinya untuk tidak terasing dan terisolir dari lingkungan di sekitarnya. Melalui komunikasi seseorang dapat mengajarkan atau memberitahukan apa yang diketahuinya kepada orang lain.

Adapun pendapat para ahli tentang pengertian Komunikasi sebagai berikut.

a. **Bernard Barelson & Garry A. Steiner**

   Komunikasi adalah proses transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dengan menggunakan simbol-simbol, katakata, gambar, grafis, angka, dan sebagainya.

b. **Theodore M. Newcomb**

   Setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima.

c. **Everett M. Rogers**

   Proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

d. **Gerald R. Miller**

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

e. Raymond Ross

Komunikasi adalah proses menyortir, memilih, dan pengiriman simbol-simbol sedemikian rupa agar membantu pendengar membangkitkan respons/ makna dari pemikiran yang serupa dengan yang dimaksudkan oleh komunikator.

f. Harold Lasswell

Menjelaskan bahwa "(Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) *Who Says WhatIn Which Channel To Whom With What Effect?* Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh bagaimana?

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

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

Dari beberapa pengertian di atas peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa komunikasi adalah proses pertukaran makna/pesan dari seseorang kepada orang lain dengan maksud untuk mempengaruhi orang lain.

2.2.2. Pesan Verbal dan Nonverbal Dalam Komunikasi

2.2.2.1. Pesan Verbal

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

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan bicara yang kita sadari termasuk kedalam kategori pesan verbal disengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan (Devito, 2011:51).

2.2.2.2. Pesan Nonverbal

Larry A. Samovar dan Richard E. Porter (Riswandi, 2009:69), mendifisikan komunikasi non verbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunakan limgkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima. Secara sederhana, pesan non verbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata, komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan pesan-pesan nonverbal.

2.2.3. Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

2.2.3.1. Karakteristik Komunikasi Massa

Karakteristik komunikasi massa menurut Ardianto Elvinaro, dkk.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. 2009: 7).

Komunikator terlambangkan, Ciri komunikasi masa yang pertamaadalah komunikatornya. Komunikasi massa itu melibatkan lembaga dankomunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.

Pesan bersifat umum, Komuniksai massa itu bersifat terbuka, artinyakomunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan ditujukan untuksekelompok orang tertentu.

Komunikannya anonim dan heterogen, Dalam komunikasi massa,komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinyamengunakan media dan tidak tatap muka. Di samping anonim,

komunikankomunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisanmasyarakat yang berbeda.

Media massa menimbulkan keserempakan, Effendy mengartikankeserempakan media massa itu sebagai keserempakan konteks dengan sejumlahbesar penduduk dalam jumlah yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebutsatu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.

Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan, Salah satuprinsip komunikasi adalah bahwa komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensihubungan. Dimensi isi menunjukan muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yangdikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakanya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para pesertakomunikasi itu.

Komunikasi massa bersifat satu arah, Karena komunikasinya melaluimedia massa, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukankontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktifmenerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog.

Stimulasi Alat Indera Terbatas, Dalam komunikasi massa, stimulasi alatindra 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.

Efektivitaskomunikasi sering dapat dilihat dari *feedback* yang disampaikan oleh komunikan.

2.2.3.2. Fungsi Komunikasi Massa

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

1. *Surveillance* (Pengawasaan)
2. *Interpretation* (Penafsiran)
3. *Linkage* (Pertalian)
4. *Transmission of Values* (Penyebaran nilai-nilai)
5. *Entertainment* (Hiburan)

(Dominick dalam Ardianto, Elvinaro. dkk. 2009: 14).

Surveillance **(pengawasaan)** Fungsi pengawasan komunikasi massadibagi dalam bentuk utama: fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika mediamassa menginformasikan tentang suatu ancaman; fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan ataudapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.

Interpretation **(penafsiran)** Media massa tidak hanya memasok fakta dandata, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yangdimuat atau ditayangkan. Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca,pemirsa atau pendengar untuk memperluas wawasan.

Linkage **(pertalian)** Media massa dapat menyatukan anggota masyarakatyang beragam, sehingga membentuk *linkage* (pertalian) berdasarkan kepentingandan minat yang sama tentang sesuatu.

Transmission of Values **(penyebaran nilai-nilai)** Fungsi penyebaran nilaitidak kentara. Fungsi ini disebut juga *socialization* (sosialisasi). Sosialisasimengacu kepada cara, di mana individu mengadopsi perilaku dan nilali kelompok. media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dandibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindakdan apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain, Media mewakili kita denganmodel peran yang kita amati dan harapan untuk menirunya.

Entertainment **(hiburan)** Radio siaran, siarannya banyak memuat acarahiburan, Melalui berbagai macam acara di radio siaran pun masyarakat dapatmenikmati hiburan. meskipun memang ada radio siaran yang lebih mengutamakan tayangan berita. fungsi dari media massa sebagai fungsi menghibur tiada laintujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan membaca berita-berita ringan atau melihat tayangan hiburan di televisi dapatmembuat pikiran khalayak segar kembali.

2.2.3.3. Bentuk-Bentuk Media Massa

Media massa dapat dikategorikan yakni media massa cetak, media elektronik dan media on-line (Internet), setiap media memiliki bentuk karakteristik yang khas, menurut Ardianto (2012:103) bentuk-bentuk media massa yaitu:

A. Surat Kabar merupakan media massa yang paling tua dibandingkan dengan media massa yang lainnya. Surat kabar dapat dikelompokan berbagai kategori yaitu : surat kabar lokal, regional, dan nasional. Ditinjau dai bentuknya berupa surat kabar biasa/Koran dan tabloid.

B. Majalah keberadaannya sebagai media massa terjadi tidak lama setelah surat kabar. Tipe majalah ditentukan oleh sasaran khalayak yang dituju.

C. Radio Siaran merupakan media massa elektronik tertua dan sangat luwes. Hampir satu abad lebih keberadaannya. Radio telah beradaptasi dengan perubahan dunia, dengan mengembangkan hubungan saling (Dominick.2000:242).

D. Televisi penemuannya telah melalui berbagai eksperimen yang dilakukan oleh para limuwan akhir abad 19 dengan dasar penelitian yang dilakukan oleh James Clark Maxwell dan Heinrich Hertz, serta Marconi pada tahun 25 1890. Dari semua media massa yang ada, televisilah yang paling berpengaruh pada kehidupan manusia.

E. Film sebagai alat komunikasi massa yang kedua muncul didunia, mempunyai massa pertumbuhannya pada akhir abad ke 19 (Oey Hong Lee, 1965:40).

F. Internet asal mulanya oleh suatu ledakan tak terduga di tahun 1969, yaitu dengan lahirnya Arpanet, suatu proyek eksperimen Kementrian Pertahanan Amerika Serikat (Laquey, 1997:t.h). Pengguna internet menggantungkan pada situs untuk memperoleh berita dan berkomunikasi menggunakan internet.

2.2.3.4. Proses Komunikasi Massa

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 dalam pengertian sempit adalah penyajian gambar lewat layarlebar, tetapi dalam pengertian yang lebih luas bisa juga termasuk yangdisiarkan di TV (Cangara, 2002:135 dalam Ratih, 2012:33). Gamble (1986:235 dalam Ratih, 2012:33-34) berpendapat,film adalah sebuah rangkaian gambar statis yang direpresentasikandihadapan mata secara berturut-turut dalam kecepatan yang tinggi.Sementara bila mengutip pernyataan sineas *new wave* asal Perancis,

JeanLuc Godard: “film adalah ibarat papan tulis, sebuah film revolusionerdapat menunjukkan bagaimana perjuangan senjata dapat dilakukan.”

Film sebagai salah satu media komunikasi massa, memilikipengertian yaitu merupakan bentuk komunikasi yang menggunakansaluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikansecara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar),sangat heterogen, dan menimbulkan efek tertentu (Tan dan Wright, dalamArdianto & Erdinaya, 2005:3 dalam Ratih 2012: 33).

2.2.4.2. Karakteristik Film

Film sebagai media komunikasi pandang - dengar (audio-visual) memiliki karakteristik-karakteristik, antara lain sebagai berikut (Quick, dkk, 1972:11, dalam Ramli dan Fathurahman, 2005:49-50).

1. Adanya permintaan yang banyak sesuai dengan keinginan masyarakat tanpa membedakan usia, latar belakang atau pengalaman.
2. Memiliki dampak psikologis yang besar, dinamis, dan mampu memengaruhi penonton.
3. Mampu membangun sikap dengan memperlihatkan rasio dan emosi sebuah film.
4. Mudah didistribusikan dan dipertujukan.
5. Terilustrasikan dengan cepat sebagai pengejewantahan sebuah ide atau suatu lainnya.
6. Biasanya lebih dramatis dan lengkap daripada hidup itu sendiri.
7. Terdokumentasikan dengan tepat, baik gambar maupun suara.
8. Observatif; secara selektif mampu memperlihatkan karakter dan peristiwa yang menceritakan sebuah cinta.
9. Interpretatif; mampu menghubungkan suatu yang sebelumnya tidak berhubungan.
10. Mampu menjual sebuah produk dan ide (sebagai alat propaganda yang ampuh).
11. Dapat menunjukan situasi yang kompleks dan terstruktur.
12. Mampu menjembatani waktu; baik masa lampau maupun masa yang akan datang.

13. Dapat mencangkup jarak yang jauh dan menembus ruang yang sulit ditembus.
14. Mampu memperbesar dan memperkecil objek; dapat memperlihatkan sesuatu secara mendetail (microscopically).
15. Mampu untuk menghentikan gerak, mempercepat atau memperlambat gerakan yang nyata, dan memperlihatkan hubungan waktu yang kompleks (speed photography) dapat memperlihatkan sebuah peristiwa yang terjadi dalam mikrosekon (microseconds); time lapse photography,dapat memperlihatkan aktifitas berjam-jam dan berhari-hari dalam beberapa detik.
16. Konstan (dalam isi dan penyampaian).

Di samping itu, film sebagai media komunikasi pandang – dengar (audiovisual) yang berkorelasi erat dengan realitas di masyarakat dapat dikelompokan ke dalam dua kelompok besar film, yaitu sebagai refleksi dan sebagai representasi terhadap realitas di masyarakat.Menurut Ghareth Jowett yang dikutif Irawanto (1999:13, dalam Ramli 2005:50), film sebagai refleksi dari masyarakat tampaknya menjadi persepektif yang secara umum lebih mudah disepakati.

2.2.4.3. Jenis-jenis Film

Penting untuk mengetahui jenis film agar dapat memanfaatkan film tersebut sesuai dengan karakteristiknya. Pada umunya film dibagi kedalam beberapa jenis, diantaranya :

1. Film Cerita (*Story Film*)

   Film cerita adalah jenis film yang mengandung suatu cerita yang lazim dipertunjukan di gedung-gedung bioskop dengan bintang film tenar dan film ini didistribusikan sebagai barang dagangan.

2. Film Berita (*Newsreel*)

   Film berita adalah film mengenai fakta, peristiwa yang benar-benar terjadi. Karena sifatnya berita, maka film yang disajikan kepada publik harus mengandung nilai berita (news value).

3. Film Dokumenter (*Documentary Film*)

   Film dokumenter didefinisikan oleh Robert Flaherty sebagai "karya ciptaan mengenai kenyataan" (creative treatment of actuality).

4. Film Kartun (*Cartoon Film*)

   Film kartun pada awalnya memang dibuat untuk konsumsi anak-anak, namun dalam perkembangannya kini film yang menyulap gambar lukisan menjadi hidup itu telah diminati semua kalangan termasuk orang tua. Menurut Effendy (2003:216) titik berat pembuatan film kartun adalah seni lukis, dan setiap lukisan memerlukan ketelitian. Satu per satu dilukis dengan saksama untuk kemudian dipotret satu per satu pula. Apabila rangkaian lukisan itu setiap detiknya diputar dalam proyektor film, maka lukisan-lukisan itu menjadi hidup.

5. Film-film Jenis Lain

   a. Profil Perusahaan (*Corporate Profile*)

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

b. Iklan Televisi (*TV Commercial*)

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

c. Program Televisi (*TV Program*)

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

d. Video Klip (Music Video)

Dipopulerkan pertama kali melalui saluran televisi MTV pada tahun 1981, sejatinya video klip adalah sarana bagi para produser musik untuk memasarkan produknya lewat medium televisi.

2.2.4.4. *Production House* (Rumah Produksi)

Rumah produksi atau biasa disebut "*Production house*" (PH) adalah perusahaan pembuatan rekaman video dan atau perusahaan pembuatan rekaman audio yang kegiatan utamanya membuat rekaman acara siaran, sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, untuk keperluan lembaga penyiaran.

Menurut Laksono rumah produksi atau yang biasa disebut dengan "Production house" (PH) adalah : "Sebuah badan usaha yang mempunyai organisasi dan keahlian dalam memproduksi program-program audio dan audiovisual untuk disajikan kepada khalayak, sasarannya baik secara langsung maupun melalui broadcasting house. PH juga mengelola informasi gerak atau

statis dimana informasi yg didapat bersumber dari manusia ataupun peristiwa yg ada.”

2.2.4.5. Tata Bahasa Film

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

Konvensi bukanlah suatu aturan baku, telaah terhadapnya tetap harus dilakukan karena hanya dengan begitulah seseorang akan mampu mengerti pesan yang ingin disampaikan oleh para pembuat film. Konvensi tersebut meliputi teknik kamera dan teknik *editing*.

Beberapa teknik kamera dapat dilihat dari jarak pengambilan gambar *(shot sizes)*, sudut pengambilan gambar *(shot angles)* dan gerakan kamera *(camera movement)*. Konvensi-konvensi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Jarak dan Sudut Pengambilan Gambar *(Shot and Shot Angles)*
    a. *Long Shot (LS). Shot* yang menunjukkan semua atau sebagian besar subjek (misalnya saja, seorang tokoh) dan keadaan di sekitar objek tersebut. *Long Shot* masih dapat dibagi menjadi *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.

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

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

g. *Point of View Shot (POV).* Yakni memperlihatkan *shot* dalam posisi objek diagonal dengan kamera. ada dua jenis *POV*, yakni kamera

sebagai subjek yang menjadi lawan objek. sebagai subjek maka kamera membidik langsung ke objek seolah objek dan subjek bertemu secara langsung, padahal tidak. dalam teknik ini komposisi dan ukuran gambar harus diperhatikan.

h. *Two Shot*. Pengambilan gambar dua orang secara bersamaan.

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

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

k. *Wide-angle shot*. Pengambilan gambar secara luas yang diambil dengan menggunakan lensa dengan sudut yang lebar.

l. *Tilted Shot*. Sebuah *slot* dimana kamera diletakkan pada derajat kemiringan tertentu, sehingga menimbulkan efek ketakutan atau ketidaktenangan.

2. Pergerakan Kamera

a. *Zoom*. Dalam proses *zooming*, kamera sama sekali tidak bergerak. Proses mengharuskan lensa difokuskan dari sebuah *Long Shot* menjadi *Close Up* sementara gambar masih dipertunjukkan. Subjek diperbesar, dan perhatian dikonsentrasikan pada detail yang sebelumnya tidak nampak. Hal tersebut biasa digunakan untuk memberikan kejutan pada penonton. *Zoom* menunjukkan beberapa aspek tambahan dalam

suatu adegan (misalnya saja dimana sang karakter sedang berada, atau dengan siapa ia sedang berbicara) sementara *shot* itu melebar.

b. *Following Pan*. Kamera bergerak mengikuti subjek, yang akan menimbulkan efek kedekatan antara penonton dengan subjek tersebut.

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

d. *Crab*. Kamera bergerak ke kiri atau ke kanan seperti gerakan kepiting yang berjalan. Gerakan ini menempatkan subjek pada sebelah pojok kiri atau kanan *frame*. Gerakan ini ingin menggambarkan situasi di sekitar subjek. Apabila sebelah kanan subjek hendak 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.

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

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

c. *Motivated cut*. *Cut* yang dibuat tepat pada suatu titik di mana apa yang baru saja terjadi membuat penonton ingin melihat sesuatu yang pada saat itu tidak Nampak (menimbulkan efek seperti, misalnya saja, penerimaan konsep pemadatan waktu).

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

e. *Cutting rhythm*. Ritme pemotongan bisa secara kontinu dikurangi untuk meningkatkan ketegangan.

f. *Cross-cut*. Sebuah pemotongan dari satu kejadian menuju kejadian yang lain.

g. *Cutaway Shot (CA)*. Sebuah *shot* yang menjembatani dua *shot* terhadap subjek yang sama. *Cutaway shot* merepresentasikan

aktivitas sekunder yang terjadi pada saat yang bersamaan dengan kejadian utama.

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

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

j. *Fade atau dissolve* (*Mix*). *Fade* dan *dissolve* adalah transisi bertahap di antara beberapa *shot*. Dalam *fade*, sebuah gambar secara bertahap muncul dari (*fade in*) atau hilang menuju (*fade out*) sebuah layar kosong. Sebuah *fade in* lambat berfungsi sebagai 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*.

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 mencarijalan di dunia ini, ditengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia.Semiotika, atau dalam istilah Barthes, semiologi, pada dasarnya hendakmempelajari bagaimnana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*).Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan denganmengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek-objektidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendakberkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda (Barthes,1988:179; Kurniawan, 2001:53). (Sobur, 2013:15).

Suatu tanda menandakan sesuatu selain dirinya sendiri, dan makna(*meaning*) ialah hubungan antara suatu objek atau idea dan suatu tand (Littlejohn,1996:64). Konsep dasar ini mengikat bersama seperangkat teori yang

amat luasberurusan dengan simbol, bahasa, wacana, dan bentuk-bentuk nonverbal, teori- teori yang menjelaskan bagaimana tanda berhubungan dengan maknanya danbagaimana tanda disusun. Secara umum, studi tentang tanda merujuk kepadasemiotika.Dengan semiotika, kita lantas berurusan dengan tanda. Semiotika, sepertikata Lechte (2001:191 dalam Sobur, 2013:16), adalah teori tentang tanda danpenandaan. Lebih jelasnya lagi, semiotika adalah suatu disiplin yang menyelidikisemua bentuk komunikasi yang terjadi dengan sarana *signs* 'tanda-tanda' danberdasarkan pada *sign system* (*code*) 'sistem tanda' (Seger, 2000:4 dalam Sobur, 2013:16).

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

Tanda-tanda *(signs)* adalah basis dari seluruh komunikasi (Littlejohn, 1996:64 dalam Sobur, 2013:15). 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.

Bagi Peirce 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.

Menurut Peirce, sebuah analaisis tentang esensi tanda mengarah pada pembuktian bahwa setiap tanda ditentukan oleh objeknya. Pertama, dengan mengikuti sifat objeknya, ketika menyebut tanda sebuah *ikon*. Kedua, menjadi kenyataan dan keberadaannya berkaitan dengan objek individual, ketika kita menyebut tanda esbuah indeks. Ketiga, kurang lebih, perkiraan yang pasti bahwa hal itu diinterpretasikan sebagai objek denotatif sebagai akibat dari suatu kebiasaan ketika kita menyebut tanda sebuah *simbol*. (Sobur, 2013:35)

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, 2013:32).

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, 2013:16)

2.3. Simbol-simbol Dalam Film

2.3.1.Simbol Verbal Dalam Film

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 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 2.4

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	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
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, 2008:78)

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).

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).

Tabel 2.5

Arti Warna dan Suasana Hati

Warna (Denotasi)	**Suasana Hati (Konotasi)**
Merah	Menggigit, 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*, 2008: 429-430..

2.3.3. Makna

Makna dalam Kamus Besar Bahasa Indonesiaberarti arti, maksud pembicaraan atau penulis. Menurut A.M. Moefad, Pengertian definisi sebagai, “kemampuan total untuk mereaksi terhadap bentuk linguistik.

Upaya memahami makna, sesungguhnya merupakan salah satu masalah filsafat yang tertua dalam umur manusia. Konsep makna telah menarik perhatian disiplin komunikasi, psikologi, sosiologi, antropologi, dan linguistik. Itu, sebabnya beberapa pakar komunikasi sering menyebut kata makna ketika mereka merumuskan definisi komunikasi. Stewart L. Tubbs dan Syifa Moss (1944:6), misalnya, menyatakan, “ Komunikasi adalah proses pembentukan makna di antara dua orang atau lebih.” Juga Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson (1979:3), “Komunikasi adalah proses memahami dan berbagai makna”.

Selama lebih dari 2000 tahun, kata Fisher (1986), konsep makna telah memukau para filsuf dan sarjana-sarjana sosial. “Makna”, ujar Spradley (1997), menyampaikan pengalaman sebagian besar umat manusia di semua masyarakat”. Tetapi, “apa makna dari makna itu sendiri?” “Bagaimna kata-kata dan tingkah laku serta objek-objek menjadi bermakna?” dan “ Bagaimana kita menemukan makna dari berbagai hal itu?” Pertanyaan ini merupakan salah satu problem besar dalam filsafat bahasa.

Begitu banyak orang mengulas makna, kata Rakhmat (1994:277), sehingga makna hampir kehilangan maknanya. “Banyak diantara penjelasan tentang makna terlalu kabur dan spekulatif,” kata Katz (1972:42). Penelitian yang dilakukan terhadap kondisi lahiriah komunikasi dan hasil usaha para ahli teknik sistem

komunikasi telah memberikan sedikit pengertian kepada masalah ini, tetapi hanya sampai pada ukuran terbatas.

Para ahli mengakui, istilah makna (*meaning)* memang merupakan kata dan istilah yang membingungkan. Dalam bukunya *The Meaning of Meaning*, Orgen dan Richard (1972:186-187) telah mengumpulkan tidak kurang dari 22 batasan mengenai makna. Bentuk makna diperhitungkan sebagai istilah, sebab bentuk ini mempunyai konsep dalam bidang ilmu tertentu, yakni dalam bidang linguistik.

Model proses makna Wendell Johnson yang dikutip oleh Sobur (2013:258) menawarkan sejumlah impilkasi bagi komunikasi antar manusia, yaitu:

a. Makna ada dalam diri manusia. Makna tidak terletak pada kata-kata melainkan pada manusia. Kita menggunakan kata-kata untuk mendekati makna yang ingin kita komunikasikan. Tetapi kata-kata ini tidak secara sempurna dan lengkap menggambarkan makna yang kita maksudkan. Demikian pula, makna yang didapat pendengar dari pesan-pesan kita akan sangat berbeda dengan makna yang ingin kita gunakan untuk memproduksi, dibenak pendengar, apa yang ada dalam benak kita. Reproduksi ini hanyalah sebuah proses parsial dan selalu bisa salah.
b. Makna berubah. Kata-kata relatif statis, banyak dari kata-kata yang digunakan sejak 200-300 tahun yang lalu. Tetapi makna dari kata-kata ini terus berubah dan khususnya terjadi pada dimensi emosional dari makna.
c. Makna membutuhkan acuan. Walaupun tidak semua komunikasi mengacu pada dunia nyata, komunikasi masuk akal hanya bila mana ia mempunyai kaitan dengan dunia arau lingkungan eksternal.

d. Penyingkatan yang berlebihan akan mengubah makna. Berkaitan erata dengan gagasan bahwa makna membutuhkan acuan adalah masalah komunikasi yang timbul akibat penyingkatan yang berlebihan tanpa mengaitkannya dengan acuan yang konkret dan dapat diamati. Penyingkatan perlu diakitkan dengan objek, kejadian dan perilaku dalam dunia nyata.
e. Makna tidak terbatas jumlahnya. Pada suatu saat tertentu, jumlah kata-kata, sesuatu bahasa terbatas, tetapi maknanya tidak terbatas. Karena itu, kebanyakan kata mempunyai banyak makna.
f. Makna dikomunikasikan hanya sebagian. Makna yang kita peroleh dari suatu kajian (*evnt)* bersifat multi aspek dan sangat kompleks, tetapi hanya sebagian saja dari makna-makna ini yang benar-benar dapat dijelaskan.

2.3.3.1. Makna Denotatif dan Konotatif

Salah satu cara yang digunakan para ahli untuk membahas lingkup makna yang lebih besar ini adalah dengan membedakan antara makna denotatif dan makna konotataif. Makna denotatif pada dasarnya meliputi hal-hal yang ditunjuk oleh kata-kata (yang disebut sebagai makna referensial).

Makna denotasi bersifat langsung, yaitu makna khusus yang terdapat dalam sebuah tanda, dan pada intinya dapat disebut sebagai gambaran sebuah pertanda (Berger, 2000b:55).

Makna denotatif *(denotatif meaning)*disebut juga dengan beberapa istilah lain seperti –sebagian pernah disinggung- *makna denotasional, makna kognitif, makna konseptual, makna ideasional, makna referensional, atau makna*

propoposional (Keraf, 1994:28). Disebut makna kognitif karena makna itu bertalian dengan kesadaran atau pengetahuan; stimulus (dari pihak pembicara) dan respons (dari pihak pendengar) menyangkut hal-hal yang dapat diserap panca indra (kesadaran) dan rasio manusia. Dan makna ini disebut juga makna proposisional karena ia bertalian dengan informasi-informasi atau pernyataan-pernyataan yang bersifat faktual. Makna ini, yang diacu dengan berbagai macam nama, adalah makna yang paling dasar pada suatu waktu.

Konotasi atau makna konotatif disebut juga makna konotasional, makna emotif, atau makna evaluative (Keraf, 1994:29). Makna konotatif, seperti sudah disinggung, adalah suatu jenis makna dimana stimulus dan respon mengandung nilai-nilai emosional. Makna konotatif sebagian terjadi karena pembicara ingin menimbulkan perasaan setuju-tidak setuju, senang-tidak senang, dan sebagainya pada pihak pendengar; di pihak lain, kata yang dipilih itu memperlihatkan bahwa pembicaraannya juga memendam perasaan yang sama.

Pemetaan perlu dilakukan pada tahap – tahap konotasi. Tahapan konotasi pun dibagi menjadi 2. Tahap pertama memiliki 3 bagian, yaitu : Efek tiruan, sikap (pose), dan objek. Sedangkan 3 tahap terakhir adalah : Fotogenia, estetisme, dan sintaksis.

1. Efek tiruan : hal ini merupakan tindakan manipulasi terhadap objek seperti menambah, mengurangi atau mengubah objek yang ada menjadi objek yang sama sekali lain (berubah) dan memiliki arti yang lain juga.
2. Pose/sikap : gerak tubuh yang berdasarkan stock of sign masyarakat tertentu dan memiliki arti tertentu pula.

3. Objek : benda–benda yang dikomposisikan sedemikian rupa sehingga diasumsikan dengan ide–ide tertentu. Seperti halnya penggunaan mahkota di asumsikan sebagai penguasa dengan keindahan yang ada dikepalanya sebagai symbol kekuasaan.
4. Fotogenia : adalah seni memotret sehingga foto yang dihasilkan telah dibumbui atau dihiasi dengan teknik–teknik lighting, eksprosure dan hasil cetakan. Dalam sebuah film, fotogenia digunakan untuk menghasilkan suasana yang disesuaikan dengan kondisi cerita yang ada dalam scene film itu sendiri.
5. Esestisisme : disebut juga sebagai estetika yang berkaitan dengan komposisi gambar untuk menampilkan sebuah keindahan senimatografi
6. Sintaksis : biasanya hadir dalam rangkaian gambar yang ditampilkan dalam satu judul dimana waktu tidak muncul lagi pada masing – masing gambar, namun pada keseluruhan gambar yang ditampilkan terutama bila dikaitkan dengan judul utamanya (Barthes, 2010:7-11).

2.3.4. Kajian Perjuangan

Perjuangan merupakan suatu usaha untuk meraih sesuatu yang diharapkan demi kemuliaan dan kebaikan. Pada masa penjajahan, perjuangan adalah segala usaha yang dilakukan dengan pengorbanan, peperangan dan diplomasi untuk memperoleh atau mencapai kemerdekaan. Sementara itu pada awal kemerdekaan, perjuangan dilakukan untuk mempertahankan kemerdekaan. Perjuangan mempunyai arti luas, sehingga apa yang dilaksanakan oleh pahlawan-pahlawan di

Nusantara merupakan peristiwa-peristiwa dalam perjuangan nasional Indonesia (Susanto Tirtoprojo, 1982:7).

2.3.5. Film Sebagai Media Massa

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).

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.

2.4. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah pedoman yang dijadikan sebagai alur berpikir yang melatarbelakangi penelitian agar lebih terarah. Peneliti mencoba menjelaskan mengenai pokok masalah yang diupayakan mampu untuk menegaskan, meyakinkan, dan menggabungkan teori dengan masalah yang peneliti angkat dalam penelitian.

2.4.1 Kerangka Teoritis

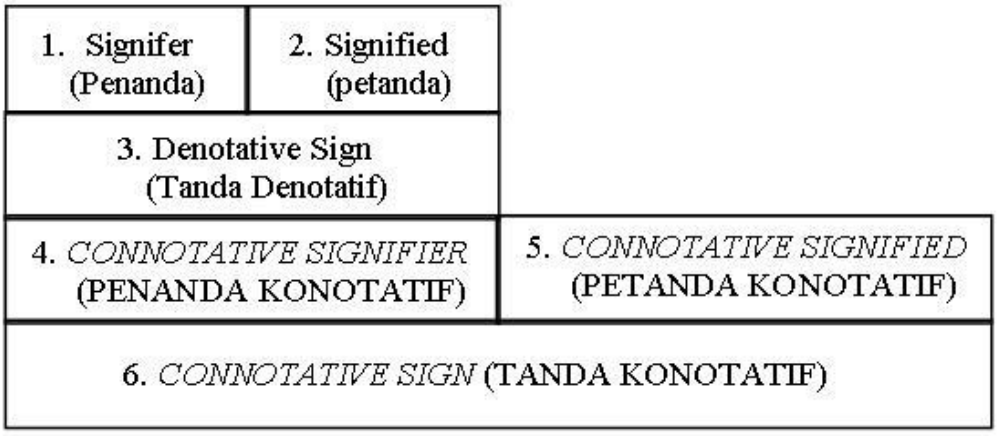
Teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah teori semiotika yang merupakan ilmu tentang tanda-tanda. Ilmu ini menganggap bahwa fenomena sosial/masyarakat dan kebudayaan itu merupakan tanda-tanda. Semiotik itu mempelajari system-sistem, aturan-aturan, konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda-tanda tersebut mempunyai arti (Preminger, 2001 dalam, Sobur, 2012:96).

Roland Barthes dikenal sebagai salah seorang pemikir strukturalis yang getol mempraktikan model linguistik dan semiologi Saussurean. Barthes juga dikenal sebagai intelektual dan kritikus Sastra Prancis yang ternama; eksponen penerapan strukturalisme dan semiotika pada studi sastra (Sobur, 2009:63).

> "Semiotika adalah suatu ilmu atau metoda analisis untuk mengkaji tanda.tanda–tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah–tengah manusia dan bersama–sama manusia (Barthes, 1988, Kurniawan, 2001:53, dalam, Sobur, 2009:15).

Gambar 2.1

Peta Tanda Roland Barthes



Sumber: Paul Cobley & Litza Jansz. 1999. *IntroducingSemiotics*. 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 sekadar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Sesungguhnya, inilah sumbangan Barthes yang sangat berarti bagi penyempurnaan semiologi Saussure, yang berhenti pada penandaan dalam tataran denotatif".(Sobur, 2009:69).

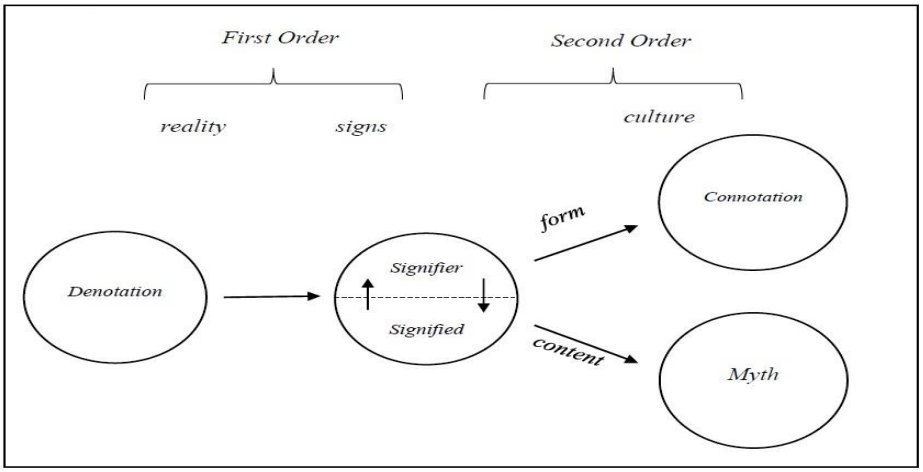
Menurut Barthes, mitos adalah tipe wicara. "Mitos Merupakan sistem komunikasi, bahwa dia adalah sebuah pesan. Mitos tak bisa menjadi sebuah objek, konsep atau ide; mitos adalah cara penandaan (*signification*), sebuah bentuk," tegasnya (dalam Halim, 2013:109). Ciri mitos berupa mengubah makna menjadi bentuk. Dengan katalain, mitos adalah perampokan bahasa.

Hal ini menunjuk pada fakta yang sesungguhnya mitos merupakan sebuah produk kelas sosial yang telah meraih dominasi dalam sejarah tertentu. Karena, makna menyebarluaskan melalui mitos, namun menampilkannya dengan alami (*natural*), bukan bersifat historis atau sosial.

Dalam peta tanda Barthes, mitos merupakan unsur yang terdapat dalam sebuah semiotik yang tidak tampak, namun hal ini baru terlihat pada signifikansi tahap kedua Roland Barthes.

Gambar 2.2

Signifikasi Dua Tahap Barthes



Sumber: John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, *2012:145.*

Melalui gambar di atas, 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. (Fiske, 1990:88 dalam Sobur, 2012:128).

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, 2012:128).

Pada 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 diatas, yang berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. Barthes juga mengungkapkan bahwa baik di dalam mitosmaupun ideologi, hubungan antara penanda konotatif dengan petanda konotatif terjadi secara termotivasi (Budiman dalam Sobur, 2012:70-71).

2.4.2. Semiologi Roland Barthes

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. Berthes (2001:208 dalam Sobur, 2013:63) mrnyebutnya sebagai tokoh yang memainkan peranan sentral dalam strukturalisme tahun 1960-an dan 1970-an.

Semiologi dalam gagasan Barthes merujuk pada “ilmu pengetahuan tentang tanda-tanda dalam budaya,” yang menjadi dasar untuk menyelidiki bentuk ideologi dominan, yang bekerja dalam sebuah konstruksi kebudayaan dan

memperlihatkan nuansa mitos – dikenal juga dengan "mekanisme mitologi." Di sisi lain, Barthes menyadari bahwa teknologi kasar (media massa, iklan, televisi, dll) merupakan kondisi yang mutlak diperlukan guna membuat intervensi dalam realitas sosial, sedangkan "semiologi" adalah semacam teknologi halus yang bergerak melalui kesadaran dari masing-masing subjek (Sandoval, 1991 dalam Aldian, 2011:125-126).

Barthes memang akan lebih terlihat melakukan analisis yang retoris bukan dari segi semiotik dalam hal apa yang dianggapnya sebagai referensi dan makna – dua hal yang diasumsikan berbeda atau mungkin saling berlawanan – tapi memainkan sebuah proses yang terjadi secara simultan. Ia akan lebih memperlihatkan bagaimana sebuah ideologi bekerja sesuai dengan mekanisme mitologi melalui analisis semiologi – tidak terbatas pada semiotika, tetapi juga melibatkan mitologi.

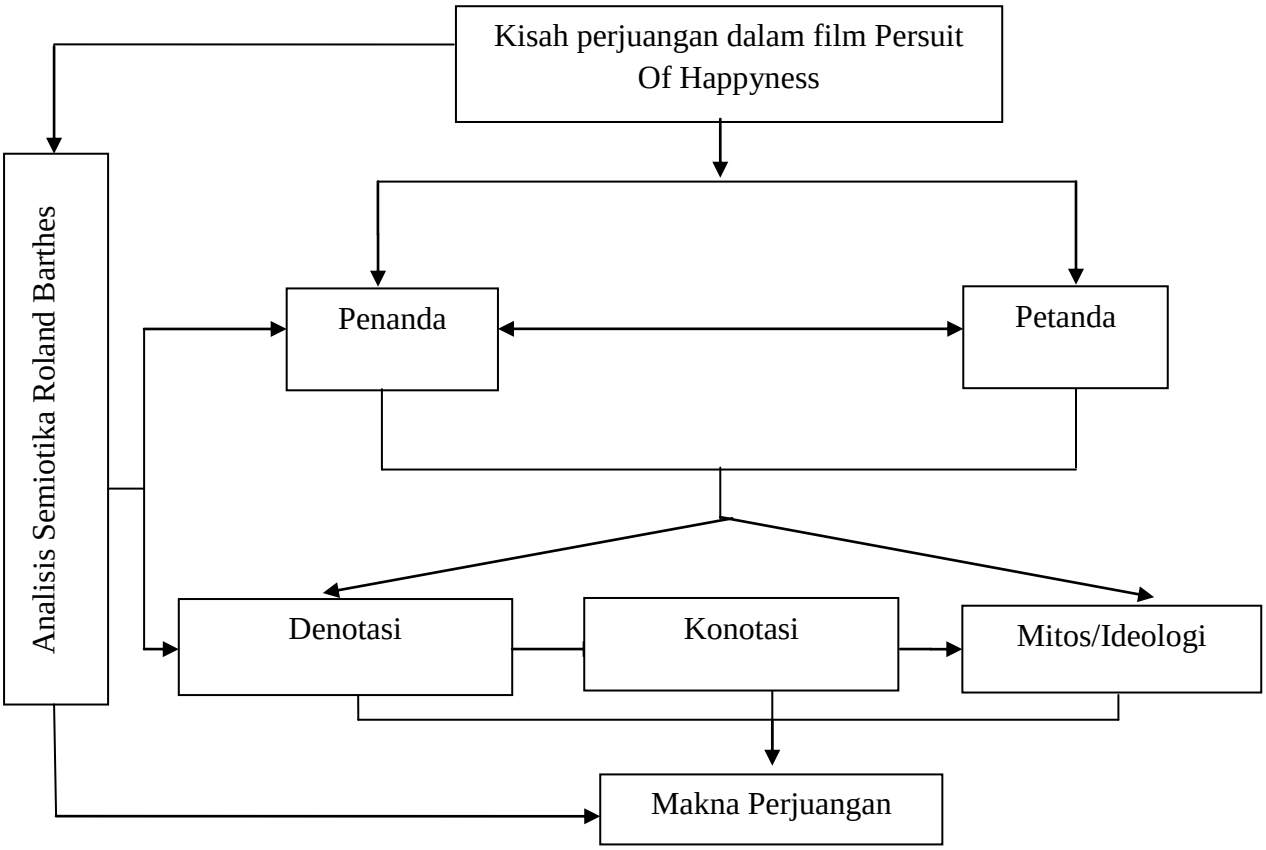
Dalam setiap essaynya Barthes, seperti yang dipaparkan Cobley dan Jansz (1999:44), membahas fenomena keseharian yang luput dari perhatian. Dia menghabiskan waktu untuk menguraikan dan menunjukan bahwa konotasi yang terkandung dalam mitologi-mitologi tersebut biasanya merupakan hasil konstruksi cermat.

Dalam kerangka Barthes denotasi merupakan signifikasi tingkat pertama, sedangkan konotasi merupakan tingkat ke dua. Dalam kerangkanya konotasi identik dengan ideologi, yang disebut sebagai 'mitos', dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu (Budiman, 2001:28 dalam Sobur, 2013:71).

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

Gambar 2.3.

Model Kerangka Pemikiran Peneliti



Sumber: Peneliti, 2015

Berdasarkan pada kerangka pemikiran peneliti diatas yang diadaptasi dari signifikasi dua tahap Roland Barthes bahwa penanda dan petanda mengenai Perjuangan seorang ayah dalam film *Pursuit of Happyness* sudah ada dalam setiap *sequence* yang peneliti angkat. Berangkat dari hal tersebut peneliti mencari makna denotatif yang berarti makna sebenarnya yang terdiri atas isi yang tampak dari

sequence yang peneliti angkat. Akan tetapi, pada saat bersamaan, makna sebenarnya yang terdapat dalam sebuah *sequence* yang menunjukkan perjuangan juga memiliki makna lain tetapi tersembunyi. Dengan kata lain, hal tersebut merupakan unsur material, maksudnya jika kita mengenal atau melihat tanda "Perjuangan" maka konotasinya seperti berusaha, berkorban dan merasakan.

Di dalam film Pursuit Of Happyness terdapat beberapa sequence yang mempunyai makna denotatif yang dapat secara langsung di maknai oleh khalayak. Khalayak dapat menerima pesan tersebut karena khalayak tidak memaknai secara dalam tentang apa yang ada dalam sequence tersebut. Makna konotasi merupakan makna yang terkandung dalam sebuah tanda, pada penelitian ini yang di maksudkan adalah sequence yang ada dalam film Pursuit Of Happyness, dimana tidak hanya memiliki makna denotatif dan konotatif, perspektif barthes tentang mitos ini menjadi salah satu ciri khas semiologinya yang membuka ranah baru. Mitos sendiri biasanya diasumsikan sebagai apa yang menjadi kegiatan yang dilakukan sehari-hari yang sudah di percaya oleh orang-orang.