BAB II

TINJAUAN PUSTAKA dan KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tinjauan penelitian terdahulu merupakan salah satu referensi yang diambil oleh peneliti. Melihat hasil karya ilmiah para peneliti terdahulu, yang mana ada dasarnya peneliti mengutip beberapa pendapat yang dibutuhkan oleh peneliti sebagai pendukung penelitian. Tentunya dengan melihat hasil karya ilmiah yang memiliki pembahasan serta tinjauan yang sama.

- Skripsi Yudy Gunawan (Universitas Kristen Petra)

  Penelitian Yudy Gunawan dengan judul Representasi Kecantikan dalam Iklan Lux Versi "*Luna Magic Spell Play With Beauty"* dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra pada tahun 2009. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kecantikan yang direpresentasikan dalam iklan Lux versi "*Luna Magic Spell Play With Beauty"*.

  Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan metode semiotika dengan kode televisi oleh John Fiske.

Penelitian yang dilakukan berfokus pada Representasi Kecantikan dalam Iklan Lux Versi "*Luna Magic Spell Play With Beauty"*. Yang melatar belakangi penelitian ini adalah pergeseran makna cantik yang ada di iklan Lux, hal ini terlihat dari penampilan Luna setelah menggunakan sabun Lux, yang dari seorang gadis biasa, kemudian berubah menjadi gadis yang lain. Sesuatu yang lain ditampilkan dengan baju yang minim dan rok pendek, dan setiap kali ia melangkah, semua mata lelaki akan tertuju padanya.

Iklan-iklan Lux selalu menampilkan sisi kecantikan, kemewahan, feminitas, elegansi dari seorang perempuan. Dengan menggunakan produk kecantikan yang ditawarkan oleh Lux, maka seorang perempuan bisa menjadi perempuan yang sesungguhnya, dimana model-model yang digunakan oleh Lux selalu perempuan cantik dan feminism untuk menggambarkan kesan feminim dalam produk-produknya. Iklan Lux Versi "*Luna Magic Spell Play With Beauty"* menampilkan sesuatu yang berbeda, dimana kecantikan yang biasa nya selalu ada dalam setiap iklan Lux mulai bergeser ke arah yang lain, sehingga menimbulkan kontroversi.

- Skripsi Edwina Ayu Dianingtyas (Universitas Diponegoro)

  Penelitian Edwina Ayu Dianingtyas dengan judul Representasi Perempuan Jawa dalam Film R.A Kartini dari fakultas ilmu sosial dan ilmu politik, jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Diponegoro Semarang pada tahun 2010. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perempuan Jawa direpresentasikan dalam film R.A Kartini dan untuk menjelaskan gagasan-gagasan dominan yang ingin disampaikan oleh film R.A Kartini yang berkaitan dengan persoalan ideologi.

  Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan analisis semiotika untuk menganalisis objek yang diteliti. Penelitian yang dilakukan berfokus pada Representasi Perempuan Jawa dalam Film R.A Kartini. Yang melatar belakangi penelitian ini adalah konstruksi masyarakat mengenai perempuan sebagian besar juga terbentuk oleh apa yang selama ini digambarkan dalam film. Banyak stereotip negatip yang dilekatkan pada perempuan dalam film-film Indonesia.

  Hasil penelitian dalam penelitian ini menunjukkan ketidakadilan jender dalam budaya Jawa yang identik dengan ideologi patriarki. Ideologi patriarki dalam film R.A Kartini ditampilkan melalui budaya poligami, penggunaan bahasa dalam kebudayaan jawa, keterbungkaman perempuan jawa, serta diskriminasi dan subordinasi yang dialami oleh

perempuan jawa. Film ini juga menunjukkan perjuangan perempuan jawa untuk melawan ketidakadilan jender yang menindas kaumnya. Pada akhirnya perempuan Jawa dalam film *R.A.Kartini* dapat mendobrak mitos yang selama ini dilabelkan negatif pada diri perempuan Jawa. Dalam film diperlihatkan pula bahwa kekuasaan perempuan Jawa dapat hadir dari ketertindasannya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan gagasan ilmiah mengenai kehidupan perempuan Jawa di akhir abad ke-19 hingga awal abad ke-20, khususnya dalam media film berbasis jender. Pada akhirnya penelitian ini juga diharapkan dapat menimbulkan kesadaran jender sehingga dapat memperjuangkan kaum perempuan yang hingga saat ini masih terbelenggu dalam sistem adat pada khususnya.

- Skripsi Chandra Agnisa Prismadani (Universitas Diponegoro)

  Penelitian Chandra Agnisa Prismadani dengan judul Mitos Keluarga Muslim dalam Sinetron *Inayah* dari fakultas ilmu sosial dan ilmu politik, jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Diponegoro Semarang pada tahun 2011. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mitos tentang keluarga muslim dan mengungkap ideologi yang terdapat dalam sinetron *Inayah* yang direpresentasikan melalui simbol visual dan linguistik.

Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan menggunakan studi analisis semiotik untuk menganalisis objek yang diteliti. Hasil penelitian dalam penelitian ini men menunjukkan adanya konstruksi terhadap mitos keluarga muslim dengan berbagai macam cara, antara lain dengan menggambarkan pernikahan dini, poligami, kekerasan dalam rumah tangga, domestifikasi dan pengebirian eksistensi perempuan, dan konstruksi stereotip maskulin dan feminin sebagai hal yang natural dalam sebuah keluarga muslim yang Islami. Penelitian menunjukkan adanya mitos keluarga inti yang berbentuk poligami sebagai karakter khas keluarga muslim, mitos keislaman seseorang yang berupa pakaian dan aksesori yang Islami serta perkataan dan perbuatan yang didasarkan pada kebiasaan-kebiasaan dalam agama Islam. Selain itu, di dalam sinetron *Inayah* ini juga terdapat mitos tentang idealisasi peran sosial perempuan sebagai istri, ibu, dan ibu rumah tangga dan idealisasi peran sosial laki-laki sebagai pemimpin keluarga, pencari nafkah dan pemilik sumber keuangan dalam keluarga.

Ideologi gender dominan yang beroperasi di belakang konstruksi mitos keluarga muslim tersebut adalah agama, patriarkisme, dan kapitalisme. Ideologi-ideologi tersebut tampak pada naturalisasi praktik pernikahan dini, poligami, kekerasan dalam rumah tangga, domestifikasi perempuan, pengebirian eksistensi perempuan, dan konstruksi stereotip maskulin dan feminin yang patriarkis dalam sinetron *Inayah*. Relasi

gender alamiah antara tokoh laki-laki dan perempuan dalam sinetron *Inayah* dikatakan sudah sesuai dengan ajaran Islam. Disarankan pemirsa televisi lebih kritis dalam menyikapi konten acara televisi.

2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

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

Komunikasi mengandung makna bersama-sama (*common*). Istilah komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa Latin, yaitu *communication* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. Kata sifatnya communis, yang umum atau bersama-sama.

Sarah Trenholm dan Arthur Jensen (1996: 4) mendefinisikan komunikasi demikian: "*A process by which a source transmits a message to a reciever through some channel.*" (Komunikasi adalah suatu proses dimana sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui beberapa saluran).

Gode (1969: 5) memberi pengertian mengenai komunikasi sebagai berikut: *"It is a process that makes common to or several what was the monopoly of one or some."* (Komunikasi adalah suatu proses yang membuat kebersamaan bagi dua atau lebih yang semula monopoli oleh satu atau beberapa orang).

Banyak definisi komunikasi diungkapkan oleh para ahli dan pakar komunikasi seperti yang di ungkapkan oleh Carl. I. Hovland yang dikutip oleh Effendy dalam buku "Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek" ilmu komunikasi adalah: Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegar asas-asas penyampain informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. (Effendy, 2004:10).

Menurut Hovland, dikutip oleh Onong Uchjana Effendy dalam buku "Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek" mendefinisikan komunikasi sebagai berikut : proses mengubah perilaku orang lain. *(communications is the process to modify the behavior of other individuals)*. (Effendy, 2004: 10)

Definisi Hovland diatas menunjukkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*public opinion*) dan sikap public (*public attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Bahkan dalam definisinya secara khusus

mengenai pengertian komunikasinya sendiri, Hovland mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain *(communication is the process to modify the behavior of other individuals)*.

Akan tetapi, seseorang akan dapat mengubah sikap, pendapat, atau perilaku oranglain apabila komunikasinya itu memang komunikatif seperti diuraikan diatas.

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Pikiran bisa juga merupakan keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kemarahan, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hatinya.

Adapun definisi komunikasi menurut Roger dan D. Lawrence (1981), adalah : "Suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam" (Cangara, 2004 :19).

Sedangkan Onong Uchjana Effendy berpendapat bahwa komunikasi adalah "Proses pernyataan antara manusia yang dinyatakan adalah pikiran

atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya" (Effendy, 1993 :28).

Menurut Deddy Mulyana, Proses komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi 2 (dua) bagian yaitu:

1. Komunikasi verbal

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan wicara yang kita sadari termasuk ke dalam kategori pesan verbal disengaja yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Bahasa dapat juga dianggap sebagai suatu sistem kode verbal.

2. Komunikasi Non Verbal

Secara sederhana pesan non verbal adalah semua isyarat yang bukan kata- kata Menurut Larry A. Samovar dan Richard E Porter komunikasi non verbal 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 (Mulyana, 2000: 237).

Menurut Onong Uchayana Effendy (2004: 11-19) proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder sebagai berikut :

a. Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang *(symbol)* sabagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mmampu "menerjemahkan" pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan.

Bahwa bahasa yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi adalah jelas karena hanya bahasalah yang mampu "menerjemahkan" pikiran seseorang kepada orang lain. Apakah berbentuk informasi atau opini; baik mengenai hal yang kongkret maupun yang abstrak; bukan hanya tentang hal atau peistiwa yangterjadi pada saat sekarang, melainkan juga pada waktu yang lalu dan masa yang akan datang.

b. Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Seorang komunikator mengunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasaranya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan masih banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

Pada umumya apabila kita berbicara di kalangan masyarakat, yang dinamakan media komunikasi itu adalah media kedua sebagaimana diterangkan di atas. Jarang sekali orang menganggap bahasa sebagai media komunikasi. Hal ini disebabkan oleh bahasa sebagai lambang (*symbol*) beserta isi (*content*) yakni pikiran atau perasaan yang dibawanya menjadi totalitas pesan (*massage*) yang taidak dapat dipisahkan.

Menurut Lasswell (dalam Effendy 2004:10) mengemukakan lima unsur dalam komunikasi yaitu :

A. Komunikator dan Komunikan

Kita menggunakan istilah sumber-penerima, karena sumber-penerima sebagai satu kesatuan yang tak terpisahkan untuk menegaskan bahwa setiap orang yang terlibat dalam komunikasi adalah sumber (pembicara) sekaligus penerima (pendengar). Anda mengirimkan pesan ketika anda berbicara, menulis, memberikan isyarat tubuh, atau tersenyum. Anda menerima pesan dengan mendengarkan, membaca, membaui dan sebagainya (Devito, 1997 : 27). Tetapi ketika kita mengirim pesan kita juga menerima pesan. Anda menerima pesan kita sendiri (kita mendengar diri sendiri, merasakan gerak tubuh sendiri, dan melihat banyak isyarat tubuh kita sendiri) dan kita menerima pesan dari orang lain secara visual, melalui pendengaran atau bahkan melalui rabaan dan penciuman. Ketika kita berbicara dengan orang lain, kita memandangnya untuk mendapatkan tanggapan untuk mendapatkan dukungan, pengertian, simpati, persetujuan dan sebagainya. Ketika kita menyerap isyarat-isyarat nonverbal ini, kita menjalankan fungsi penerima.

B. Pesan

Pesan dalam proses komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan terdiri dari isi (*the content*) dan lambang (*symbol*). Lambang dalam media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan (Effendy, 2000 : 11).

Bahasa adalah lambang yang paling banyak dipergunakan, namun tidak semua orang pandai berkata-kata secara tepat yang dapat mencerminkan pikiran dan perasaannya. Kial (*gesture*) memang dapat menerjemahkan pikiran seseorang sehingga terekspresi secara fisik namun gerakan tubuh hanya dapat menyampaikan pesan yang terbatas. Isyarat dengan menggunakan alat seperti tongtong, bedug, sirine dan lain-lain serta warna yang mempunyai makna tertentu, kedua lambang itu sama-sama terbatas dalam mentransmisikan pikiran seseorang pada orang lain.

C. Media

Media sering disebut sebagai saluran komunikasi, jarang sekali komunikasi berlangsung melalui satu saluran, kita mungkin menggunakan dua atau tiga saluran secara simultan (Devito, 1997 :28). Sebagai contoh dalam interaksi tatap muka kita berbicara dan mendengar (saluran suara),

tetapi kita juga memberikan isyarat tubuh dan menerima isyarat secara visual (saluran visual). Kita juga memancarkan dan mencium bau-bauan (saluran olfaktori), dan sering kita saling menyentuh itupun komunikasi (saluran taktil).

Media juga dapat dilihat dari sudut media tradisional dan modern yang dewasa ini banyak dipergunakan (Effendy, 2000 : 37). Tradisional misalnya kontongan, bedug, pagelaran seni, dan lain-lain sedangkan yang lebih modern misalnya surat, papan pengumuman, telepon, telegram, pamflet, poster, spanduk, surat kabar, majalah, film, televisi, internet yang pada umumnya diklasifikasikan sebagai media tulisan atau cetak, visual, audio dan audio-visual.

D. Efek

Komunikasi selalu mempunyai efek atau dampak atas satu atau lebih orang yang terlihat dalam tindak komunikasi. Pada setiap tindak komunikasi selalu ada konsekuensi. Pertama Anda mungkin memperoleh pengetahuan atau belajar bagaimana menganalisis, melakukan sintesis atau mengevaluasi sesuatu, ini adalah efek intelektual atau kognitif. Kedua Anda mungkin memperoleh sikap baru atau mengubah sikap, keyakinan, emosi dan perasaan anda, ini adalah efek afektif. Ketiga Anda mengkin memperoleh cara-cara atau gerakan baru seperti cara melemparkan bola atau melukis, selain juga

perilaku verbal dan non verbal yang patut, ini adalah efek psikomotorik (Devito, 1997 : 29).

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

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

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Massa

Definisi komunikasi massa yang paling s**e**derhana dikemukakan oleh Bittner (Rakhmat, 2003: 188), yakni: komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi sekalipun komunikasi massa itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar dilapangan luas yang dihadiri oleh ribuan,

bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa.

Menurut Gerbner (1967) "*Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies*". (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri (Rakhmat, 2003: 188).

Dalam definisi Meletzke, komunikasi massa diartikan sebagai setiap bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada public yang tersebar (Rakhmat, 2003: 188). Istilah tersebar menunjukkan bahwa komunikan sebagai pihak penerima pesan tidak berada di satu tempat, tetapi tersebar diberbagai tempat.

Definisi komunikasi massa dari Freidson dibedakan dari jenis komunikasi lainnya dengan suatu kenyataan bahwa komunikasi massa dialamatkan kepada sejumlah populasi dari berbagai kelompok, dan bukan hanya satu atau beberapa individu atau sebagian khusus populasi. Komunikasi massa juga mempunyai anggapan tersirat akan adanya alat-alat khusus untuk menyampaikan komunikasi agar

komunikasi itu dapat mencapai pada saat yang sama semua orang yang mewakili berbagai lapisan masyarakat (Rakhmat, 2003:188).

Wright mengemukakan definisinya sebagai berikut: "*This new form can be distungished from older types by the following major characteristics: it is directed toward relatively large, heterogenous, and anymous audiences; messages are transmitted publicly, of-ten-times to reach most audience members simultaneously, and are transient in character; the communicator tends to be, or to operate wthin, a complex organization that may involve great expense"* (Rakhmat. 2003: 189).

Definisi komunikasi massa yang dikemukakan Wright menggambarkan karakteristik komunikasi massa secara jelas. Menurut Wright, bentuk baru komunikasi dapat dibedakan dari corak-corak yang lama karena memiliki karakteristik utama sebagai berikut: diarahkan pada khalayak yang relatif besar, heterogen, dan anonim; kebanyakan khalayak secara serentak, bersifat sekilas; komunikator cenderung berada atau bergerak dalam organisasi yang kompleks yang melibatkan biaya besar. Definisi Wright mengemukakan karakteristik komunikan secara khusus, yakni anonym dan heterogen. Ia juga menyebutkan pesan diterima komunikan secara serentak (simultan) pada waktu yang sama, serta sekilas (khusus untuk media elektronik, seperti radio siaran dan televisi).

Kompleknya komunikasi massa dikemukakan oleh Severin dan Tankard Jr., 1992: 3), dalam bukunya *Communication Theories: Origins, Methods, And Uses In The Mass Media* yang definisinya diterjemahkan oleh Effendy sebagai berikut: "komunikasi massa adalah sebagian keterampilan, sebagian seni, dan sebagian ilmu. Ia adalah keterampilan dalam pengertian bahwa ia meliputi teknik-teknik fundamental tertentu yang dapat dipelajari seperti memfokuskan kamera televisi, mengoperasikan *tape recorder* atau mencatat ketika berwawancara. Ia adalah seni dalam pengertian bahwa ia meliputi tantangan-tantangan kreatif seperti menulis skrip untuk program televisi, mengembangkan tata letak yang estetis untuk iklan majalah atau menampilkan teras berita yang memikat bagi sebuah kisah berita. Ia adalah ilmu dalam pengertian bahwa ia meliputi prinsip-prinsip tertentu tentang bagaimana berlangsungnya komunikasi yang dapat dikembangkan dan dipergunakan untuk membuat berbagai hal menjadi lebih baik". Definisi komunikasi massa dari Severin dan Tankard begitu jelas karena disertai dengan contoh penerapannya.

2.1.3.2 Karakteristik Komunikasi Massa

Sebelumnya telah dibahas tentang pengertian komunikasi massa melalui definisi komunikasi massa yang dikemukakan oleh beberapa ahli ilmu komunikasi. Definisi-definisi komunikasi massa itu

secara prinsip mengandung suatu makna yang sama, bahkan antara satu definisi dengan definisi lainnya dapat dianggap saling melengkapi. Melalui definisi itu pula kita dapat mengetahui karakteristik komunikasi massa, karakteristik komunikasi massa adalah sebagai berikut:

1. **Komunikator Terlembagakan.** Komunikasi massa itu melibatkan lembaga dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.
2. **Pesan Bersifat Umum.** Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok tertentu.
3. **Komunikannya Anonim dan Heterogen.** Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Di samping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokkan berdasarkan faktor: usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama, dan tingkat ekonomi.
4. **Media Massa Menimbulkan Keserempakan.** Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya,

adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relative banyak dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama pula.

5. **Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan.** Salah satu prinsip komunikasi adalah komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan (Mulyana, 2000: 99). Dimensi isi menunjukkan muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya.
6. **Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah.** Karena komunikasinya melalui media massa, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana halnya terjadi dalam komunikasi antarpersona.
7. **Stimukasi Alat Indra Terbatas.** Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa.
8. **Umpan Balik Tertunda (Delayed) dan Tidak Langsung (Indirect).** Dalam proses komunikasi massa umpan balik bersifat tidak langsung (*indirect*) dan tertunda (*delayed*). Artinya, komunikator komunikasi massa tidak dapat dengan segera

mengetahui bagaimana reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya.

2.1.3.3 Fungsi Komunikasi Massa bagi Masyarakat

Para pakar mengemukakan tentang sejumlah fungsi komunikasi, kendati dalam setiap item fungsi terdapat persamaan dan perbedaan. Fungsi komunikasi massa menurut Dominick (2001) terdiri dari sebagai berikut:

1.*Surveillance* (Pengawasan)

- *Warning before surveillance* (pengawasan peringatan). Fungsi yang terjadi ketika media massa menginformasikan tentang ssuatu yang berupa ancaman. Contohnya adalah bahaya tsunami, banjir, gempa, kenaikan harga, dan lain sebagainya.
- *Instrumental surveillance* (pengawasan instrumental) Penyebaran atau penyampaian informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari. Contohnya adalah resep masakan, produk-produk baru, dan lain sebagainya.

2.*Interpretation* (penafsiran)

Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Contohnya adalah tajuk rencana (editorial) berisi komentar dan

opini dilengkapi perspektif terhadap berita yang disajikan di halaman lain.

3.*Linkage* (keterkaitan)

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk linkage (keterkaitan) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu. Contohnya, SBY undur diri dari kabinet Megawati dan menaikkan pamor Partai Demokrat.

4.*Transmission of values* (penyebaran nilai)

Fungsi sosialisasi: cara dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok.

5.*Entertainment* (hiburan)

Hampir semua media massa memberikan fungsi hiburan.

Sementara itu, Effendy (1993) mengemukakan fungsi komunikasi massa secara umum:

A. Fungsi Informasi

Fungsi informasi diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar, atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya.

B. Fungsi Pendidikan

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayak. Karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca.

C. Fungsi Memengaruhi

Fungsi mempengaruhi dari media masa secara implisit terdapat pada tajuk atau editorial, *features*, iklan, artikel, dan sebagainya.

2.1.3.4 Hambatan dalam Komunikasi Massa

Setiap kegiatan komunikasi, apakah komunikasi antarpersona, komunikasi kelompok, komunikasi medio dan komunikasi massa sudah dapat dipastikan akan menghadapi berbagai hambatan. Hambatan dalam kegiatan komunikasi apapun tentu akan mempengaruhi efektivitas proses komunikasi tersebut. Pada komunikasi massa, jenis hambatannya relatif lebih kompleks sejalan dengan kompleksitas komponen komunikasi massa.

Setiap komunikator selalu menginginkan komunikasi yang dilakukannya dapat mencapai tujuan. Oleh karenanya seorang komunikator perlu memahami setiap jenis hambatan komunikasi, agar ia dapat mengantisipasi hambatan tersebut.

A. Hambatan Psikologis

1. Perbedaan Kepentingan (Interest)

Kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati pesan. Sebagaimana telah diketahui bahwa komunikan dalam komunikasi massa sangat heterogen (usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, dll). Hal ini memungkinkan setiap individu komunikan memiliki kepentingan yang berbeda. Atas dasar kepentingan yang berbeda, maka setiap individu komunikan akan melakukan seleksi terhadap pesan yang diinginkannya (manfaat/kegunaan).

2. Prasangka (Prejudice)

Prasangka berkaitan dengan persepsi orang tentang seseorang atau sekelompok orang lain, dan sikap serta perilakunya terhadap mereka. Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ditentukan oleh faktor personal (fungsional): kebutuhan, pengalaman masa lalu, peran dan status. Persepsi ditentukan oleh faktor situasional (struktural): Jika kita ingin memahami suatu peristiwa, kita tidak dapat menilai fakta-fakta yang terpisah; kita harus memandangnya dalam hubungan keseluruhan. Apabila

suatu proses komunikasi sudah diawali oleh kecurigaan (prasangka) maka tidak akan efektif.

3. Stereotip (Stereotype)

Prasangka sosial bergandengan dengan stereotip yang merupakan gambaran atau tanggapan tertentu mengenai sifat-sifat dan watak pribadi orang atau golongan lain yang bercorak negatif. Stereotip misalnya tercermin pada: orang Batak itu berwatak keras, orang Sunda manja, dll. Apabila dalam proses komunikasi massa ada komunikan yang memiliki stereotip tertentu pada komunikatornya, maka dapat dipastikan pesan apapun tidak akan bisa diterima oleh komunikan.

4. Motivasi (*Motivation*)

Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif tertentu. Motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu.

Gerungan menjelaskan,dalam mempelajari tingkah laku manusia pada umumnya, kita harus mengetahui apa yang dilakukannya, bagaimana ia melakukannya dan mengapa ia melakukan itu, dengan kata lain kita sebaik-baiknya mengetahui *know what, know how,* dan *know why*.dalam masalah ini,

persoalan know why adalah berkenaan dengan pemahaman motif-motif manusia dalam perbuatanya, karena motif memberi tujuan dan arah pada tingkah laku manusia.

Seperti kita ketahui, keinginan dan kebutuhan masing-masing individu berbeda dari waktu ke waktu dan dari tempat ketempat, sehingga motif juga berbeda-beda. Motif seseorang bisa bersifat tunggal, bisa juga bergabung. Misalnya, motif seseorang menonoton acara "seputar indonesia" yang disiarkan RCTI adalah untuk memperoleh informasi (motif tunggal), akan tetapi bagi seseorang lainya adalah untuk memperoleh informasi, sekaligus juga pengisi waktu luang (motif bergabung).

B. Hambatan Sosiokultural

1. Aneka Etnik

Belasan ribu pulau yang membenteng dari sabang sampai merauke merupakan kekayaan alam Indonesia yang tidak ternilai harganya. Tiap-tiap pulau di huni oleh etnik yang berbeda. Pulau-pulau besar, seperti pulau jawa, Sumatra, Sulawesi, Kalimantan, Papua terbagi menjadi beberapa bagian, dimana tiap bagian memiliki budaya yang berbeda.

2. Perbedaan Norma Sosial

Perbedaan budaya sekaligus juga menimbulkan perbedaan norma sosial yang berlaku pada masing-masing etnik. Norma sosial dapat didefinisikan sebagai suatu cara, kebiasaan, tat krama dan adat istiadat yang disampaikan secara turun temurun, yang dapat memberikan petunjuk bagi seseorang untuk bersikap dan bertingkah laku dalam masyarakat (disarikan dari Soekanto, 1982: 194).

3. Kurang Mampu Berbahasa Indonesia

Keragaman etnik telah menyebabkan keragaman bahasa yang digunakan dalam pergaulan sehari-hari. Dapat dikatakan, jumlah bahasa yang ada di Indonesia adalah sebanyak etnik yang ada. Seperti kita ketahui bersama bahwa masyarakat Batak memiliki berbagai macam bahasa batak. Masyarakat di Papua, Kalimantan juga demikian keadaannya. Jadi sekalipun bahasa Indonesia merupakan bahasa nasional yang selalu kita ucapkan pada saat memperingati sumpah pemuda, kita tidak dapat menutup mata akan kenyataan yang ada, yakni masih masih adanya masyarakat Indonesia, terutama di daerah terpencil yang belum bisa berbahasa Indonesia. Hal ini dapat menyulitkan penyebarluaskan kebijakan dan program-program pemerintah.

4. Faktor Semantik

Semantik adalah pengetahuan tentang pengertin atau makna kata yang sebenarnya. Jadi hambatan semantik adalah hambatan mengenai bahasa, baik bahasa yang digunakan oleh komunikator, maupun bahasa yang digunakan oleh komunikan. Hambatan semantis dalam suatu proses komunikasi dapat terjadi dalam beberapa bentuk.

Pertama, komunikator salah mengucapkan kata-kata atau istilah sebagai akibat bebrbicara terlalu cepat. Pada saat ia berbicara, pikiran dan perasaan belum terformulasika, namun kata-kata terlanjur terucapkan. Maksudnya akan mengatakan " demokrasi" jadi "demonstrasi"; partisipasi menjadi " partisisapi"; ketuhanan"jadi "kehutanan", dan masih banyak lagi kata-kata yang sering salah diucapkan karena tergesa-gesa.

Kedua, adanya perbedaan makna makna dan penegrtian untuk kata atau istilah yang sama sebagai akibat aspek psikologi. Misalnya kata "*Gedang"*akan berarti"pepaya" bagi orang sunda, namun berarti " pisang" menurut orang jawa. Sedangkan kata "pepaya" untuk orang jawa adalah " kates".

Ketiga, adalah adanya pengertian yang konotatf. Sebagaiman kita ketahui semantik pengetahuan mengenai pengertian kata-kata yang sebenarnya. Kata-kata yang

sebenarnya itu disebut pengertain denotatif, yaitu kata-kata yang lazim diterima oleh orang-orang dengan bahasa dan kebudayaan yang sama (Efendy, pada komala, dalam karlina, dkk, 1999).

5. Pendidikan Belum Merata

Penduduk Indonesia pada saat ini sudah mencapai 200 juta jiwa dan tersebar diseluruh pulau dan Nusantara. Ditinjau dari sudut pendidikan, maka tingkat pendidikan rakyat indonesia belum merata. Di perkotaan, relatif banayak penduduk yang dapat menyelesaikan pendidikan sampai jenjang perguruan tinggi, tetapi di desa-desa terpencil, jangankan menyelesaikan perguruan tinggi kesempatan untuk menyelesaikan pendidikan dasar pun relatif kecil. Ini adalah kenyataan yang tidak bisa dihindari, namun amat disadari oleh pemerintah, sehingga untuk menanggulanginya pemerintah telah mencanangkan program pendidikan sembilan tahun.

6. Hambatan Mekanis

Hambatan komunikasi massa lainnya adalah hambatan teknis sebagai konsekuensi penggunaan media massa yang dapat disebut sebagai hambatan mekanis. Hambatan mekanis pada media televisi terjadi pada saat stasiun atau pemancar penerima mendapat gangguan baik secara teknis maupun akibat cuaca

buruk, sehingga gambar yang diteima pada pesawat televisi tidak jelas, buram, banayak garis atau tidak ada gambar sama sekali.

C. Hambatan Interaksi Verbal

1. Polarisasi

Polarisasi kencenderungan untuk melihat dunia dalam bentuk lawan kata dan menguraikannya dalam bentuk ekstrem, seperti baik atau buruk, positif atau negatif, sehat atau sakit, pandai atau bodoh, dan lainlain. Kita mempunyai kecenderungan kuat untuk melihat titik-titik ekstrem dan mengelompokkan manusia, objek, dan kejadian dalam bentuk lawan kata yang ekstrem.

Diantara dua kutub atau dua sisi yang berlawanan itu, sebagaian besar manusia atau keadaan berada di tengah-tengah. Di antara yang sanagt miskin dan yang sangat kaya, kenyataannya lebih banyak yang sedang-sedang saja. Di antara yang sangat baik dan sangat buruk, lebih banyak yang cukup baik.

2. Orientasi Intensional

Oreintasi intensional mengacu pada kecenderungan kita untuk melihat manusia, objek dan kejadian sesuai dengan ciri yang melekat pada mereka. Orientasi intensional terjadi bila kita

bertindak seakan-akan label adalah lebih penting daripada orangnya sendiri.

Dalam proses komunikasi massa, orentasi internasioal biasanya dilakukan oleh komunikan terhadap komunikator, bukan sebaliknya. Misalnya, seorang presenter yang berbicara dilayar televisi, dan kebetulan wajah presenter tersebut tidak manarik (kuarang cantik/ganteng), maka komunikan akan intensional menilainya sebagai tidak menarik sebelum kita mendengar apa yang dikatakannya. Cara mengatasi oreintasi intensional adalah dengan ekstensionalisas, yaitu dengan memberikan perhatian utama kita pada manusia, benada atau kajadian-kejadian di dunia ini sesuai dengan apa yang kita lihat.

3. Evaluasi Statis

Pada suatu hari kita melihat seorang komunikator X berbicara melalui pesawat televisi. Menurut presepsi kita, cara berkomunikasi dan materi komunikasi yang dikemukakan komunikator tersebut tidak baik, sehingga kita membuat abstraksi tentang komunikator itupun tidak baik. Evaluasi kita tentang komunikator X bersifat statis tetap seperti itu dan tidak beruba. Akibatnya, mungkin selamanya kita tidak mau menonton atau mendengar komunikator X berbicara. Tetapi seharusnya kita menyadari bahwa komunikastor X dari waktu ke waktu dapat

berubah, sehingga beberapa tahun kemudian ia dapat menyampaikan pesan secara baik dan menarik.

4. Indiskriminasi

Indiskriminasi terjadi bila (komunikan) memusatkan perhatian pada kelompok orang, benda atau kejadian dan tidak mampu melihat bahwa masing-masing bersifat unik atau khas dan perlu diamati secara individual. Indiskriminasi juga merupakan inti dari stereotip. Stereotip adalah gambaran mental yang menetap tentang kelompok tertentu yang kita anggap berlaku untuk setiap orang (anggota) dalam kelompok tersebut tanpa memperhatikan adanya kekhasan orang bersangkutan. Terlepas dari apakah stereotip itu positif atau negatif, masalah yang ditimbulkan tetap sama. Sikap ini membut kita mengambil jalan pintas yang seringkali tidak tepat.

2.1.3.5 Bentuk-bentuk Komunikasi Massa

Media massa pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua kategori, yakni media massa cetak dan media elektronik. Adapun bentuk-bentuk media massa sebagai berikut:

A. Surat Kabar
B. Majalah
C. Radio Siaran
D. Televisi
E. Film
F. Komputer dan Internet

2.1.4 Film Sebagai Media Komunikasi Massa

Film merupakan salah satu dari bentuk-bentuk komunikasi massa. Film merupakan media yang popular dewasa ini, karena film lebih banyak mengutamakan faktor hiburan.

2.1.4.1 Definisi Film

Gambar bergerak (film) adalah bentuk dominan dari komunikasi massa visual di belahan dunia ini. Lebih dari ratusan juta orang menonton film di bioskop, film televisi dan film video laser

setiap minggunya. Di Amerika serikat dan Kanada lebih dari satu juta tiket film terjual setiap tahunnya (Agee, et, al, 2001: 364).

Film adalah karya cipta seni dan budaya yang merupakan salah-satu media komunikasi massa audiovisual yang dibuat berdasarkan asas sinematografi yang direkam pada pita seluloid, pita video, piringan video, dan/atau bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala bentuk, jenis dan ukuran melalui proses kimiawi, proses elektronik, atau proses lainnya, dengan atau tanpa suara, yang dapat dipertunjukkan dan/atau ditayangkan dengan sistem proyeksi mekanik, elektronik, dan sistem lainnya. Film berupa medis sejenis plastik yang dilapisi emulsi dan sangat peka terhadap cahaya yang telah diproses sehingga menimbulkan atau menghasilkan gambar (bergerak) pada layar yang dibuat dengan tujuan tertentu untuk ditonton.

2.1.4.2 Fungsi Film

Film sebagai hasil seni dan budaya mempunyai fungsi dan manfaat yang luas dan besar baik dibidang sosial,ekonomi,maupun budaya dalam rangka menjaga dan mempertahankan keanekaragaman nilai-nilai dalam penyelanggaraan berbangsa dan bernegara. Seperti halnya televisi siaran, tujuan khalayak menonton film terutama adalah

ingin memperoleh hiburan. Akan tetapi dalam film dapat terkandung fungsi informatif maupun edukatif, bahkan persuasif.

Film berfungsi sebagai :

1) Sarana pemberdayaan masyarakat luas
2) Pengekspresian dan pengembangan seni, budaya, pendidikan, dan hiburan.
3) Sebagai sumber penerangan dan informasi
4) Bagian dari komoditas ekonomi (saat ini)

2.1.4.3 Karakteristik Film

Menurut Ardianto dkk (2004: 138) faktor-faktor yang dapat menunjukkan karakteristik film adalah sebagai berikut:

a. **Layar Lebar**. Film dan televisi sama-sama menggunakan layar, namun kelebihan film adalah layarnya yang berukuran luas. Sehingga memberikan keleluasaan penonton untuk melihat adegan-adegan yang disajikan dalam film. Apalagi dengan kemajuan teknologi, layar film bioskop pada umumnya sudah tiga dimensi, seolah-olah penonton melihat kejadian nyata dan tidak berjarak.
b. **Pengambilan Gambar**. Sebagai konsekuensi layar lebar, makan pengambilan gambar (*shot*), yakni pandangan menyeluruh.

c. **Konsentrasi Penuh**. Dari pengalaman kita masing-masing disaat kita menonton film di bioskop, bila tempat duduk sudah penuh dan waktu main sudah tiba, pintu-pintu ditutup, lampu dimatikan di depan kita layar yang luas dengan gambar-gambar film dan ceritanya.

d. **Identifikasi Psikologi**. Kita semua dapat merasakan bahwa suasana di gedung bioskop telah membuat pikiran dan perasaan kita larut dalam cerita yang disajikan. Karena penghayatan kita yang amat mendalam sering kali secara tidak sadar kita menyamakan (mengidentifikasi) pribadi kita dengan salah seorang pemeran dalam film itu. Seolah-olah kita lah yang sedang berperan. Gejala ini menurut jiwa sosial disebut sebagai identifikasi psikologi (Effendy, 1981).

2.1.4.4 Jenis-Jenis Film

Sebagai seorang komunikator adalah penting untuk mengetahui jenis-jenis film agar dapat memanfaatkan film tersebut sesuai dengan karakteristiknya. Film dapat dikelompokkan sebagai berikut:

a. Film Cerita

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

Cerita yang diangkat menjadi topik film bisa berupa cerita fiktif atau berdasarkan kisah nyata yang dimodifikasi, sehingga ada unsure menarik, baik dari jalan ceritanya maupun dari segi gambarnya.

b. Film Berita

Film berita adalah film mengenai fakta, peristiwa yang benar-benar terjadi. Karena sifatnya berita, maka film yang disajikan kepada publik harus mengandung nilai berita. Film berita dapat langsung terekam dengan suaranya, atau film beritanya bisu, pembaca berita yang membacakan narasinya. Bagi peristiwa-peristiwa tertentu, perang, kerusuhan, pemberontakan, dan sejenisnya, film berita yang dihasilkan kurang baik. Dalam hal ini terpenting adalah peristiwanya terekam secara utuh.

c. Film Dokumenter

Film dokumenter didefinisikan oleh Robert Flaherty sebagai "karya ciptaan mengenai kenyataan". Film dokumenter merupakan hasil interpretasi pribadi (pembuatnya) mengenai kenyataan tersebut.

d. Film Kartun

Film kartun dibuat untuk konsumsi anak-anak. Sebagian besar film kartun, sepanjang film itu diputar akan membuat kita tertawa karena kelucuan para tokohnya. Namun ada juga film kartun yang membuat iba penontonnya karena penderitaan tokohnya. Sekalipun tujuan utamanya menghibur, film kartun bisa juga mengandung unsur pendidikan.

2.1.5 Pengertian Pesan Inspiratif

Tidak ada pengertian tersendiri dari pesan inspiratif secara utuh, tetapi peneliti akan mengartikan dengan membagi pesan inspiratif menjadi dua bagian, yaitu pesan dan inspiratif. Pesan pada dasarnya bersifat abstrak. Agar pesan dapat dikirim dan diterima oleh komunikan, manusia dengan akal budinya menciptakan sejumlah lambang komunikasi berupa suara, mimik, gerak-gerik, lisan, dan tulisan (Cangara, 2006: 23). Selain itu, Pesan merupakan seperangkat simbol verbal dan / non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud sumber tadi. Pesan mempunyai tiga komponen : makna, simbol yang diguankan untuk menyampaikan makna, dan bentuk atau organisasi pesan. Simbol terpenting adalah kata – kata (bahasa), yang dapat merepresentasikan objek (benda), gagasan, dan perasaan, baik ucapan (percakapan, wawancara, diskusi, ceramah, dan sebagainya) ataupun

tulisan (surat, esai, artikel, novel, puisi, pamflet, dan sebagainya). Kata – kata memungkinkan kita berbagi pikiran dengan orang lain. Pesan juga dapat dirumuskan secara non verbal, seperti melalui tindakan atau isyarat anggota tubuh.

Kata inspiratif tidak tercantum dalam kamus besar bahasa Indonesia, melainkan inspirasi. Inspirasi adalah Ilham. Hasil inspirasi adalah buah dari sebuah atau beberapa ilham. Sedangkan kata 'inspiratif' yang berarti bersifat inspirasi atau 'kata sifat dari inspirasi' yang berarti "menginspirasi" atau menimbulkan inspirasi atau mengilhami. Dapat disimpulkan bahwa inspiratif bukan tindakan, tetapi sebuah pemikiran yang muncul sebagai akibat dari adanya ilham. Jadi, pesan inspiratif adalah pesan yang memiliki nilai ilham atau inspirasi. Pada penelitian ini adalah pesan inspiratif dalam film *The Hammer*.

2.1.6 Potensi pada Penyandang Tuna Rungu

Terlahir sebagai seorang penyandang tuna rungu memang tidak mudah. Mereka biasa mendapatkan perlakuan yang tidak baik, ejekan, cemoohan yang terkadang membuat mereka termarjinalkan atau minder. Akan tetapi menjadi seorang tuna rungu bukan merupakan pilihan yang mereka inginkan, mau tidak mau mereka harus menerima kondisi mereka sebagai seorang tuna rungu. tidak selamanya seorang tuna rungu hidup dalam

ketakutan, dan ketidakpercayaan dirinya, masih banyak tuna rungu yang berani keluar dan bersuara, bahwa mereka ada, dan mereka sama dengan orang normal lainnya, bahkan lebih baik.

2.1.6.1 Pengertian Tuna Rungu

Tuna rungu adalah seseorang yang kehilangan seluruh atau sebagian daya pendengarannya, sehingga mengalami gangguan berkomunikasi secara verbal. Secara fisik, seorang tuna rungu tidak berbeda dengan orang normal pada umumnya, sebab orang akan mengentahui bahwa dia seorang tuna rungu pada saat berbicara, mereka bicara tanpa suara atau dengan suara yang kurang atau tidak jelas artikulasinya, atau bahkan tidak berbicara sama sekali, mereka berisyarat.

Istilah tuna rungu secara etimologi berasal dari kata tuna dan rungu, tuna artinya kurang, dan rungu artinya pendengaran. Anak tuna rungu adalah anak yang memiliki hambatan dalam pendengaran baik permanen maupun tidak permanen dan biasanya memiliki hambatan dalam berbicara sehingga mereka biasa disebut tuna wicara (Kementrian Pendidikan Nasional. 2010).

Menurut WHO, ketulian (*deafness*) merupakan kehilangan kemampuan untuk mendengar secara total pada satu atau dua telinga.

Sedangkan tuna rungu (*hearing impairment*) mengacu pada kehilangan kemampuan mendengar baik sebagian ataupun seluruhnya (WHO, 2010).

2.1.6.2 Jenis-jenis Tuna Rungu

Easterbrooks (1997) mengemukakan bahwa terdapat tiga jenis utama ketunarunguan menurut lokasi ganguannya:

1. *Conductive loss*, yaitu ketunarunguan yang terjadi bila terdapat gangguan pada bagian luar atau tengah telinga yang menghambat dihantarkannya gelombang bunyi ke bagian dalam telinga.
2. *Sensorineural loss*, yaitu ketunarunguan yang terjadi bila terdapat kerusakan pada bagian dalam telinga atau syaraf auditer yang mengakibatkan terhambatnya pengiriman pesan bunyi ke otak.
3. *Central auditory processing disorder*, yaitu gangguan pada sistem syaraf pusat proses auditer yang mengakibatkan individu mengalami kesulitan memahami apa yang didengarnya meskipun tidak ada gangguan yang spesifik pada telinganya itu sendiri. Anak yang mengalami gangguan pusat pemerosesan auditer ini mungkin memiliki pendengaran yang normal bila diukur dengan audiometer, tetapi mereka sering mengalami kesulitan memahami apa yang didengarnya.

2.1.6.3 Klasifikasi Tuna Rungu

Berdasarkan tingkat keberfungsian telinga dalam mendengar bunyi, Ashman dan Elkins (1994) mengklasifikasikan ketunarunguan ke dalam empat kategori, yaitu:

1. Ketunarunguan ringan (*mild hearing impairment*), yaitu kondisi di mana orang masih dapat mendengar bunyi dengan intensitas 20-40 dB (*desibel*). Mereka sering tidak menyadari bahwa sedang diajak bicara, mengalami sedikit kesulitan dalam percakapan.
2. Ketunarunguan sedang (*moderate hearing impairment*), yaitu kondisi di mana orang masih dapat mendengar bunyi dengan intensitas 40-65 dB. Mereka mengalami kesulitan dalam percakapan tanpa memperhatikan wajah pembicara, sulit mendengar dari kejauhan atau dalam suasana gaduh, tetapi dapat terbantu dengan alat bantu dengar (*hearing aid*).
3. Ketunarunguan berat (*severe hearing impairment*), yaitu kondisi di mana orang hanya dapat mendengar bunyi dengan intensitas 65-95 dB. Mereka sedikit memahami percakapan pembicara bila memperhatikan wajah pembicara dengan suara keras, tetapi percakapan normal praktis tidak mungkin dilakukannya, tetapi dapat terbantu dengan alat bantu dengar.

4. Ketunarunguan berat sekali (*profound hearing impairment*), yaitu kondisi di mana orang hanya dapat mendengar bunyi dengan intensitas 95 dB atau lebih keras. Mendengar percakapan normal tidak mungkin baginya, sehingga dia sangat tergantung pada komunikasi visual. Sejauh tertentu, ada yang dapat terbantu dengan alat bantu dengar tertentu dengan kekuatan yang sangat tinggi (*superpower*).

Perlu dijelaskan bahwa decibel (disingkat dB) adalah satuan ukuran intensitas bunyi. Istilah ini diambil dari nama pencipta telepon, Graham Bel, yang istrinya tunarungu, dan dia tertarik pada bidang ketunarunguan dan pendidikan bagi tunarungu. Satu decibel adalah 0,1 Bel.

Bagi para fisikawan, *decibel* merupakan ukuran tekanan bunyi, yaitu tekanan yang didesakkan oleh suatu gelombang bunyi yang melintasi udara. Dalam fisika, 0 db sama dengan tingkat tekanan yang mengakibatkan gerakan molekul udara dalam keadaan udara diam, yang hanya dapat terdeteksi dengan menggunakan instrumen fisika, dan tidak akan terdengar oleh telinga manusia. Oleh karena itu, di dalam audiologi ditetapkan tingkat 0 yang berbeda, yang disebut 0 dB

klinis atau 0 audiometrik. Nol inilah yang tertera dalam audiogram, yang merupakan grafik tingkat ketunarunguan. Nol audiometrik adalah tingkat intensitas bunyi terendah yang dapat terdeteksi oleh telinga orang rata-rata dengan telinga yang sehat pada frekuensi 1000 Hz (Ashman & Elkins, 1994).

2.1.6.4 Metode Pengajaran Bahasa Bagi Anak Tuna Rungu

Perdebatan tentang cara terbaik untuk mengajar anak tunarungu berkomunikasi telah marak sejak awal abad ke-16 (Winefield, 1987). Perdebatan ini masih berlangsung, tetapi kini semakin banyak ahli yang berpendapat bahwa tidak ada satu sistem komunikasi yang baik untuk semua anak (Easterbrooks, 1997). Pilihan sistem komunikasi harus ditetapkan atas dasar individual, dengan mempertimbangkan karakteristik anak, sumber-sumber yang tersedia, dan komitmen keluarga anak terhadap metode komunikasi tertentu.

Terdapat tiga metode utama individu tunarungu belajar bahasa, yaitu dengan membaca ujaran, melalui pendengaran, dan dengan komunikasi manual, atau dengan kombinasi ketiga cara tersebut. Sebagai berikut:

1) Belajar Bahasa Melalui Membaca Ujaran (*Speechreading)*

Orang dapat memahami pembicaraan orang lain dengan "membaca" ujarannya melalui gerakan bibirnya. Akan tetapi, hanya sekitar 50% bunyi ujaran yang dapat terlihat pada bibir (Berger, 1972). Di antara 50% lainnya, sebagian dibuat di belakang bibir yang tertutup atau jauh di bagian belakang mulut sehingga tidak kelihatan, atau ada juga bunyi ujaran yang pada bibir tampak sama sehingga pembaca bibir tidak dapat memastikan bunyi apa yang dilihatnya. Hal ini sangat menyulitkan bagi mereka yang ketunarunguannya terjadi pada masa prabahasa. Seseorang dapat menjadi pembaca ujaran yang baik bila ditopang oleh pengetahuan yang baik tentang struktur bahasa sehingga dapat membuat dugaan yang tepat mengenai bunyi-bunyi yang "tersembunyi" itu. Jadi, orang tunarungu yang bahasanya normal biasanya merupakan pembaca ujaran yang lebih baik daripada tunarungu prabahasa, dan bahkan terdapat bukti bahwa orang non-tunarungu tanpa latihan dapat membaca bibir lebih baik daripada orang tunarungu yang terpaksa harus bergantung pada cara ini (Ashman & Elkins, 1994). Kelemahan sistem baca ujaran ini dapat diatasi bila digabung dengan sistem *cued speech* (isyarat ujaran). *Cued Speech* adalah isyarat gerakan tangan untuk melengkapi membaca ujaran (*speechreading*).

Delapan bentuk tangan yang menggambarkan kelompok-kelompok konsonan diletakkan pada empat posisi di sekitar wajah yang menunjukkan kelompok-kelompok bunyi vokal. Digabungkan dengan gerakan alami bibir pada saat berbicara, isyarat-isyarat ini membuat bahasa lisan menjadi lebih tampak (Caldwell, 1997). *Cued Speech* dikembangkan oleh R. Orin Cornett, Ph.D. di Gallaudet University pada tahun 1965 66. Isyarat ini dikembangkan sebagai respon terhadap laporan penelitian pemerintah federal AS yang tidak puas dengan tingkat melek huruf di kalangan tunarungu lulusan sekolah menengah. Tujuan dari pengembangan komunikasi isyarat ini adalah untuk meningkatkan perkembangan bahasa anak tunarungu dan memberi mereka fondasi untuk keterampilan membaca dan menulis dengan bahasa yang baik dan benar. *Cued Speech* telah diadaptasikan ke sekitar 60 bahasa dan dialek. Keuntungan dari sistem isyarat ini adalah mudah dipelajari (hanya dalam waktu 18 jam), dapat dipergunakan untuk mengisyaratkan segala macam kata (termasuk kata-kata prokem) maupun bunyi-bunyi non-bahasa. Anak tunarungu yang tumbuh dengan menggunakan *cued speech* ini mampu membaca dan menulis setara dengan teman-teman sekelasnya yang non-tunarungu (Wandel, 1989 dalam Caldwell, 1997).

2) Belajar Bahasa Melalui Pendengaran

Ashman & Elkins (1994) mengemukakan bahwa individu tunarungu dari semua tingkat ketunarunguan dapat memperoleh manfaat dari alat bantu dengar tertentu. Alat bantu dengar yang telah terbukti efektif bagi jenis ketunarunguan sensorineural dengan tingkat yang berat sekali adalah cochlear implant. Cochlear implant adalah prostesis alat pendengaran yang terdiri dari dua komponen, yaitu komponen eksternal (mikropon dan speech processor) yang dipakai oleh pengguna, dan komponen internal (rangkaian elektroda yang melalui pembedahan dimasukkan ke dalam cochlea (ujung organ pendengaran) di telinga bagian dalam. Komponen eksternal dan internal tersebut dihubungkan secara elektrik. Prostesis cochlear implant dirancang untuk menciptakan rangsangan pendengaran dengan langsung memberikan stimulasi elektrik pada syaraf pendengaran (Laughton, 1997).

Akan tetapi, meskipun dalam lingkungan auditer terbaik, jumlah bunyi ujaran yang dapat dikenali secara cukup baik oleh orang dengan klasifikasi ketunarunguan berat untuk memungkinkannya memperoleh gambaran yang lengkap tentang struktur sintaksis dan fonologi bahasa itu terbatas. Tetapi ini tidak berarti bahwa penyandang ketunarunguan yang berat sekali tidak

dapat memperoleh manfaat dari bunyi yang diamplifikasi dengan alat bantu dengar. Yang menjadi masalah besar dalam hal ini adalah bahwa individu tunarungu jarang dapat mendengarkan bunyi ujaran dalam kondisi optimal. Faktor-faktor tersebut mengakibatkan individu tunarungu tidak dapat memperoleh manfaat yang maksimal dari alat bantu dengar yang dipergunakannya. Di samping itu, banyak penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar alat bantu dengar yang dipergunakan individu tunarungu itu tidak berfungsi dengan baik akibat kehabisan batrai dan earmould yang tidak cocok.

3) Belajar Bahasa secara Manual

Secara alami, individu tunarungu cenderung mengembangkan cara komunikasi manual atau bahasa isyarat. Untuk tujuan universalitas, berbagai negara telah mengembangkan bahasa isyarat yang dibakukan secara nasional. Ashman & Elkins (1994) mengemukakan bahwa komunikasi manual dengan bahasa isyarat yang baku memberikan gambaran lengkap tentang bahasa kepada tunarungu, sehingga mereka perlu mempelajarinya dengan baik. Kerugian penggunaan bahasa isyarat ini adalah bahwa para penggunanya cenderung membentuk masyarakat yang eksklusif.

2.1.6.5 Kisah Penyandang Tuna Rungu yang Memberikan Inspirasi

Cristie Damayanti memiliki seorang teman salah satu remaja penyandang tuna rungu bernama Nisa, dia merupakan anggota dari *Young Voice Indonesia*. Nisa merupakan seorang mahasiswa interior yang sangat berbakat,dan cantik. Dia berkuliah di universitas umum berteman dengan orang-orang normal serta berorganisasi dengan cekatan. Nisa tidak terlihat seperti seorang tuna rungu, dia dapat menangkap pesan seseorang dengan membaca gerakan bibir, sehingga seseorang yang berbicara dengannya harus berbicara dengan mulut terbuka dan jelas, sehingga dia dapat menangkap isi pesan, dan dia dapat berkomunikasi dengan baik. Seorang Nisa memberikan inspirasi bagi orang – orang tuna rungu lainnya, untuk lebih percaya diri, dan mandiri untuk menghadapi dunia diluar sana.

Satu lagi kisah inspiratif dari Ilham Ahmad Turmudzi, dia memang baru berusia 12 tahun, tetapi dia sudah mengikuti kejuaraan renang kelompok umur ASEAN di Vietnam. Ya, Ilham merupakan seorang anak penyandang tunarungu dan tunawicara, namun dia mampu bersaing dengan teman-temannya yang normal. Di olahraga renang, indra pendengaran merupakan satu unsur yang penting. Si atlet renang memulai lomba dengan start yang menggunakan aba-aba

berupa suara juri serta peluit, namun Ilham mampu mengatasi masalah tersebut. Caranya adalah ia melihat teman sebelahnya dan melihat pipi juri yang menggelembung, yang menandakan sudah bisa *start*.

Meskipun Ilham memiliki keterbatasan mendengar dan berbicara, akan tetapi dia mampu menunjukkan bahwa dirinya mampu bersaing dengan anak-anak normal lainnya. Dengan ketekunan dan semangatnya ia mampu menunjukkan bahwa seorang anak tunarungu dan tunawicara itu mampu berprestasi.

2.1.7 Tinjauan Tentang Semiotika

Semiotika adalah studi tentang pertandaan dan makna dari sistem tanda; imu tentang tanda; tentang bagaimana makna dibangun dalam "teks" media; atau studi tentang bagaimana tanda dari jenis karya apapun yang mengkomunikasikan makna (Fiske, 2004, p.282). selain itu, semiotika 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 system terstruktur dari tanda (Barthes, 1988: 179; Kurniawan, 2001: 53).

John Fiske pada buku nya *Cultural and Communication Studies*, mengungkapkan bahwa semiotika memiliki 3 bidang studi utama:

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

Suatu tanda menandakan sesuatu selain dirinya sendiri, dan makna (*meaning)* ialah hubungan antara suatu objek atau ide dan suatu tanda (Littlejohn, 1996: 64). Konsep dasar ini mengikat bersama separangkat teori yang amat luas berurusan dengan simbol, bahasa, wacana, dan bentuk-bentuk non verbal lain, teori-teori yang menjelaskan bagaimana tanda

berhubungan dengan maknanya dan bagaimana tanda disusun. Secara umum, studi tentang tanda merujuk kepada semiotika.

Semiotika seperti kata Lechte (2001: 191), 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). Hjelmslev (dalam Christomy, 2001: 7) mendefinisikan tanda sebagai "suatu keterhubungan antara wahana ekspresi (*expression plan*) dan wahana isi (*content plan*)".

Umberto Eco, jauh-jauh hari sudah menjelaskan bahwa tanda dapa dipergunakan untuk menyatakan kebenaran, sekaligus juga kebohongan. Semiotika, kata Eco (1979: 4-5), "pada prinsipnya adalah disiplin ilmu yang mengkaji segala sesuatu yang dapat digunakan untuk mendustai, mengelabui, atau mengecoh." Dikatakan:

> Semiotika menaruh perhatian pada apa pun yang dapat dinyatakan sebagai tanda. Sebuah tanda adalah semua hal yang dapat diambil sebagai penanda yang mempunyai arti penting untuk menggantikan sesuatu yang lain. Sesuatu yang lain itu tidak perlu harus ada, atau tanda itu secara nyata ada di suatu tempat pada suatu waktu tertentu. Dengan begitu, semiotika pada prinsipnya adalah sebuah disiplin yang mempelajari apa pun yang bisa digunakan untuk menyatakan sesuatu kebohongan. Jika sesuatu tersebut tidak dapa digunakan untuk mengatakan sesuatu kebohongan, sebaliknya, tidak bisa digunakan untuk mengatakan kebenaran. (Berger, 2000a: 11-12)

Peneliti dapat menarik kesimpulan dari berbagai definisi dari para ahli bahwa semiotika adalah ilmu atau proses yang berhubungan dengan tanda. Tanda adalah segala sesuatu yang digunakan, baik berupa gerakan maupun ucapan secara sengaja dengan tujuan untuk menyampaikan sesuatu atau maksud kepada orang lain. Kode adalah sesuatu yang digunakan untuk memaknai tanda atau menemukan tujuan dan maksud dari tanda-tanda yang disampaikan atau digunakan. Sedangkan makna adalah tujuan dari diciptakannya tanda.

Doede Nauta (1972) membedakan tiga tingkatan hubungan semiotika, yaitu tataran sintaktik (*syntactic level*), tataran semantik (*semantic level*), dan tataran pragmatik (*pragmatic level*). Tataran semantik mengarah kepada bagaimana tanda berhubungan dengan maknanya, atau apa maksud dari sebuah tanda. Tatataran sintaksis adalah studi tentang hubungan antar tanda, mengacu pada sebuah peraturan di mana sebagian orang mengombinasikan tanda kepada suatu sistem pemaknaan yang kompleks. Sedangkan pragmatis melihat bagaimana sebuah tanda membuat perbedaan pada kehidupan seseorang, atau efek praktis dan efek dari tanda tersebut dan dampaknya pada kehidupan sosial. Ia juga mengemukakan tiga macam inkuiri semiotika, yaitu semiotika murni (*pure*), deskriptif (*descriptive*), dan terapan (*applied).*

Secara singkat dapat dikatakan bahwa studi semiotika disusun dalam tiga poros. Poros horizontal menyajikan tiga jenis penyelidikan semiotika (murni, deskriptif, dan terapan); poros vertical menyajikan tiga tataran hubungan semiotic (sintatik, semantik, dan pragmatic); dan poros yang menyajikan tiga kategori sarana informasi (*signals, signs*, dan *symbols*).

Analisis Semotika *The Codes of Television* dari John Fiske, mengatakan bahwa peristiwa yang dinyatakan telah dikodekan oleh kode-kode sosial sebagai berikut (Fiske, 1987, p.4):

a. Level realitas yang meliputi *appearance* (penampilan), *dress* (kostum), *make up* (riasan), *environment* (lingkungan), *behavior* (perilaku), *speech* (cara berbicara), *gesture* (gerakan) dan *exspression* (ekspresi).
b. Level representasi yang meliputi *camera* (kamera), *lighting* (pencahayaan), *music* (music), *sound* (suara) dan yang mengirimkan kode representasi konvensional, yang membentuk representasi, misalnya: narasi (*narrative*), konflik (*conflict*), karakter (*character*), aksi (*action*), dialog (*dialogue*), latar (*setting*), *casting*, dll.
c. Level ideologi yang diatur dalam koherensi sosial dan penerimaan oleh kode ideologis, seperti dari: individualisme, patriarki, ras, kelas, materialisme, kapitalisme, dll.

Ideologi merupakan konsep sentral dalam cultural studies. Ideology mendeskripsikan suatu perangkat koheren ide dan nilai yang mengungkapkan pandangan tentang dunia (sosial, ekonomi, politik), bagaimana keadaan dunia itu sekarang, dan bagaimana dunia itu seharusnya. Ideologi bekerja melalui representasi untuk membentuk persepsi publik terhadap kelompok sosial, maka pembentukan stereotip juga merupakan efek dari media. Fiske (1987) mengatakan:

> Televisi tidak 'menyebabkan' efek yang dapat diidentifikasi pada individu. Namun, hal tersebut memang bekerja secara ideologis untuk mempromosikan dan lebih memilih makna tertentu tentang dunia, mensirkulasikan beberapa makna bukan makna-makna yang lain, melayani beberapa kepentingan sosial bukan kepentingan sosial yang lain.

Selain dari itu Axis Althusser mengatakan bahwa ideologi adalah sistem-sistem representasi: ideologi mendefinisikan sistem representasi.

V.O Key menekankan empat pendekatan dalam mengkaji ideologi (Apter, 1996:226-228). Pendekatan pertama, orang dapat melihat ideologi sebagai manifestasi popular filsafat atau tradisi politik tertentu suatu kumpulan, pandangan, ide-ide atau dogma yang cukup koheren yang dianut oleh suatu kelompok liberalisme, marxisme, fasisme, nasionalisme, kesemuanya merupakan contoh dari ideologi. Pendekatan kedua, untuk menelaah ideologi adalah dengan menanyakannya, "apakah faktor-faktor penentunya?" apakah kelas, kedudukan sosial, afiliasi etnis atau agama. Menelaah ideologi dengan

cara ini, menurut Key, adalah menghubungkan dengan teori-teori proses belajar bermasyarakat. Pendekatan ketiga, pengujian ideologi dengan melihat kebutuhan-kebutuhan individu maupun masyarakat yang dipenuhinya. Pendekatan keempat ideologi berkaitan dengan aspek ketiga. Ideologi tidak hanya menghubungkan individu dengan masyarakat secara prinsipal, tetapi juga menghubungkan penguasa dengan rakyat. Ideologi merupakan bisnis legitimasi pemakaian kekuasaan yang sah. Ideologi menjadi prinsip moral yang menjadi dasar pemakaian kekuasaan.

Sementara itu, dalam ilmu-ilmu social dikenal dua pengertian mengenai ideologi, yaitu ideologi secara fungsional dan secara struktural (Surbakti, 1992:32), ideologi secara fungsional diartikan seperangkat gagasan tentang kebaikan bersama atau tentang masyarakat dan negara yang dianggap paling baik, sedangkan ideologi secara struktural diartikan sebagai sistem kebenaran, seperti gagasan dan formula politik atas setiap kebijakan dan tindakan yang diambil oleh penguasa.

2.2 Kerangka Pemikiran

Manfaat dari kerangka pemikiran adalah memberikan arah bagi proses penelitian dan terbentuknya persepsi yang sama antara peneliti dan orang lain (dalam hal ini pembaca, atau orang yang membaca hasil penelitian ini) terhadap alur-alur berpikir peneliti dalam rangka membentuk hipotesis riset secara logis.

Serupa dengan pemikiran diatas, kerangka berpikir dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila penelitian tersebut berkenaan atau berkaitan dengan variabel atau fokus penelitian. Maksud dari kerangka berpikir sendiri adalah supaya terbentuknya suatu alur penelitian yang jelas dan dapat diterima secara akal. (Sugiyono, 2008: 92).

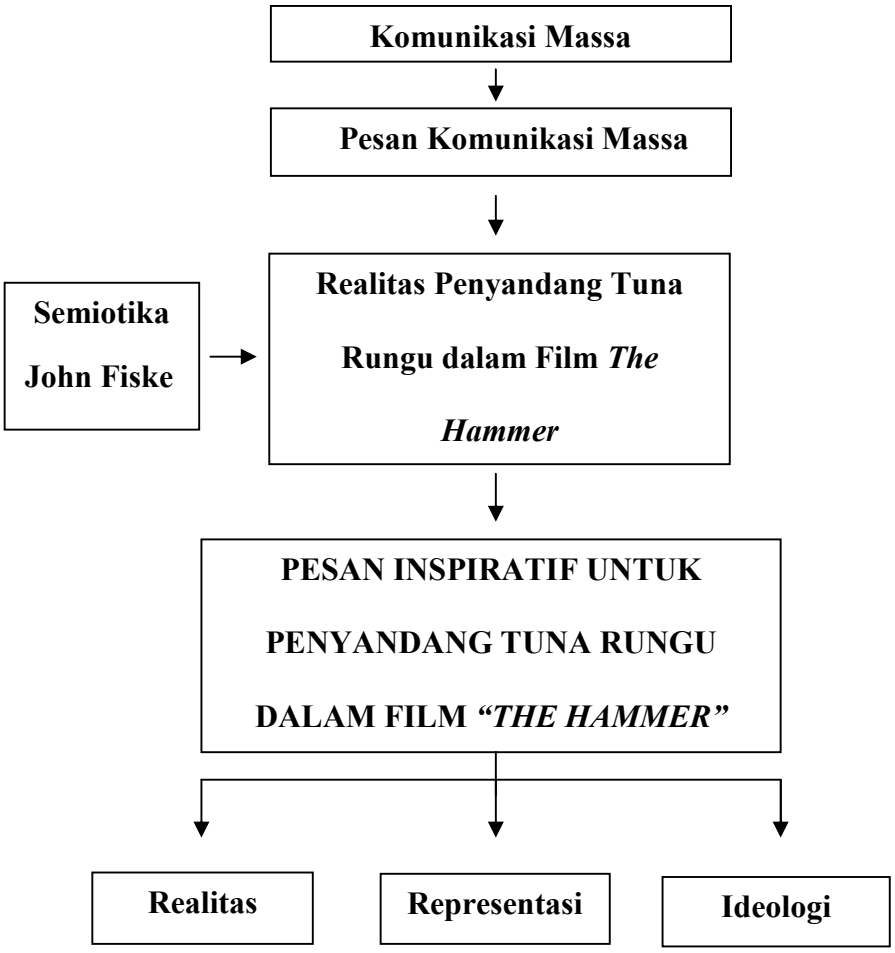
Peneliti tertarik mengangkat pesan yang ada dalam sebuah film, dalam hal ini adalah pesan inspiratif dalam film *The Hammer*. Peneliti berpendapat, dalam setiap media komunikasi massa, khususnya film memiliki tujuan yang sama, yaitu menyampaikan pesan kepada komunikannya atau khalayaknya. Pada film *The Hammer* ini sarat akan pesan inspiratif. Aktor utama dalam film ini adalah Matt Hamill, dia merupakan seorang pegulat dan dia seorang penyandang tuna rungu. Film ini menceritakan perjuangan seorang pegulat tuna rungu yang menjadi juara *National Collegiate Wrestling Championship.* Film ini memberikan sebuah pesan inspiratif dimana Matt Hamill merupakan seorang tuna rungu yang tidak terpuruk dengan keadaan yang ada melainkan dia menjadi seorang yang pantang menyerah, dan menunjukkan kelebihannya dibalik kekurangan yang dia punya.

Seperti yang dijelaskan diatas kerangka pemikiran memberikan arah bagi proses penelitian dan terbentuknya persepsi yang sama antara peneliti dan orang lain (dalam hal ini pembaca, atau orang yang membaca hasil penelitian ini) terhadap alur-alur berpikir peneliti dalam rangka membentuk hipotesis riset secara

logis. Melalui proses berpikir dan diskusi maka peneliti berpandangan kerangka pemikiran pada penelitian ini seperti gambar 2.1 berikut ini:

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran Analisis Semiotika "Pesan Inspiratif untuk Penyandang Tuna rungu dalam Film "The Hammer"



Sumber: Peneliti, 2013