BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 TINJAUAN PENELITIAN TERDAHULU

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

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

1. **Skripsi Alfariz Senna Brammaji, Universitas Komputer Indonesia, Bandung, 2012.**

Dalam penelitiannya yang berjudul "*Analisis Semiotika Roland Barthes Tentang Representasi Loyalitas Suporter Persib Dan Persija Dalam Film Romeo Dan Juliet".* Bertujuan untuk menganalisis makna dan tanda Loyalitas suporter Persib (Viking) dan Persija (the jakmania) yang ada dalam Film Romeo dan Juliet. Untuk menjawab tujuan tersebut ditanyakan bagaimana makna denotatif yang terkandung dalam Film Romeo dan Juliet, bagaimana makna konotatif yang

terkandung dalam Film Romeo dan Juliet, bagaimana mitos yang terkandung dalam Film Romeo dan Juliet.

Hasil analisis Makna denotatif pada *sequence* pertama, tulisan Jakarta warna orange, dibawahnya terdapat lima orang pengemudi Vespa berwarna orange Makna denotatif pada *sequence* kedua seorang wanita yang sedang duduk dengan latar belakang tembok bertuliskan "janji untuk sebuah kehormatan", Makna denotatif pada *sequence* ketiga, dua orang pemuda dengan pakaian warna hitam. Makna konotasi pada *sequence* pertama terlihat dari peta dua tahap konotasi. yaitu makna lain yang terdapat dalam gambar dan proses videografi. Dan didalam *sequence* penelitian ini terdapat beberapa mitos, mitos dalam penelitian ini dipengaruhi oleh ideologi suporter.

Kesimpulan yang di dapat bahwa dalam setiap *sequence* yang ditampilkan sudah terlihat makna denotatif, sedangkan pada makna konotatif dapat terlihat dari proses pengambilan sebuah gambar, mulai dari teknik videografi sampai pada arti warna yang dapat menimbukan makna tertentu pada setiap *sequence* yang ada. Mitos dapat terlihat setelah makna dari konotasi di temukan pengaruh ideologi lain.

2. Skripsi Ratih Gemma Utami, Universitas Komputer Indonesia, Bandung, 2012.

Dalam penelitiannya yang berjudul "*Representasi Pesan Pluralisme Dalam Film Cin(T)A (Analisis Semiotika Roland Barthes Mengenai Representasi Pesan Pluralisme Verbal Dan Nonverbal Dalam Film Cin(T)A)".* Bertujuan untuk mengetahui representasi pesan pluralisme secara verbal dan nonverbal dalam film Cin(T)a. Kekuatan dan kemampuan film memang menjangkau banyak segmen sosial, film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayaknya. Artinya, film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan muatan pesan dibaliknya. Film selalu merekam realitas yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat, dan kemudian memproyeksikannya ke dalam layar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa film Cin(T)a merupakan film yang merepresentasikan pesan pluralisme melalui empat adegan verbal dan satu adegan nonverbal dengan berbeda scene yang dianalisis peneliti. Hasil penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

(a). Tuhan memiliki berbagai nama.

(b). Kerukunan antarumat beragama;

(c). Pentingnya komunikasi untuk menjaga keharmonisan;

(d). Kebebasan beribadah bagi sesama umat beragama;

(e). Usaha untuk memahami orang lain dalam perbedaan.

Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa film Cin(T)a mengandung pesan pluralisme verbal dan nonverbal yang dilihat dari makna denotasi, konotasi dan mitos pada setiap adegannya.

3. Skripsi Geta Ariesta Herdini, Universitas Diponegoro, Semarang, 2011.

Dalam penelitiannya yang berjudul *"Representasi Islam Dalam Film Tanda Tanya "?" ".* Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran Islam saat dikonstruksikan melalui simbol-simbol visual dan linguistik dalam film Tanda Tanya. Banyak yang menganggap bahwa Film ini adalah sesat karena didalamnya tidak menampilkan Islam secara asli, banyak adegan yang dilebih - lebihkan dan tidak sesuai dengan kenyataannya. Selain itu yang film ini juga mengajarkan tentang pluralitas beragama, yang mana ajaran tersebut bertentangan dengan apa yang diyakini oleh umat Islam sebagai agama mayoritas di Indonesia.

Hasil analisis yang pertama adalah sintagmatik yang menganalisis level reality dan level representasi dari John Fiske. Menguraikan tentang analisa sintagmatik yang menjelaskan tentang tanda - tanda atau makna - makna yang muncul dalam *shot* dan adegan yang terjalin dari berbagai aspek teknis yang merujuk pada representasi Islam dalam film Tanda Tanya ?. Pada level realitas dapat diuraikan melalui penampilan dan lingkungan yang ditampilkan dalam film. Kode sosialnya meliputi: *appearance* (penampilan), *dress* (pakaian/kostum), *make-up* (tata rias), *environment* (lingkungan), *speech* (gaya bicara), *gesture* (bahasa tubuh), *expression* (ekspresi).

Level yang kedua adalah level representasi. Level representasi realitas sosial yang dihadirkan kembali oleh tayangan ini. Dalam penghadiran kode-kode representasi yang umum ini dibangun menggunakan *camera* (kamera), *lighting* (tata pencahayaan), *editing*, musik dan selanjutnya ditransmisikan kedalam bentuk

cerita, konflik, karakter, dialog, *setting* dan lain-lain. Selanjutnya dilakukan secara paradigmatic yang merujuk pada representasi Islam dalam film.

Untuk membedah ideologi memerlukan pemaknaan lebih mendalam terhadap penggambaran Islam dalam film ini dan keterkaitannya dengan aspek yang lebih luas. Dalam representasi atas Islam, penulis menggunakan dasar Teori Representasi dengan pendekatan konstruksionis milik Stuart Hall (1997). Representasi adalah bagian terpenting dari proses di mana arti produksi dipertukarkan antar anggota kelompok dalam sebuah kebudayaan. Representasi menghubungkan antara konsep dalam benak kita dengan menggunakan bahasa yang memungkinkan kita untuk mengartikan benda, orangatau kejadian yang nyata, dan dunia imajinasi dari obyek, orang, benda dan kejadian yang tidak nyata. Analisis paradigmatik perlu digunakan untuk mengetahui kedalaman makna dari suatu tanda serta untuk membedah lebih lanjut kode-kode tersembunyi di balik berbagaimacam tanda dalam sebuah teks maupun gambar.

Kesimpulan penelitian ini adalah Paham pluralism agama ini berbeda dengan pandangan umum masyarakat terhadap klaim kebenaran mutlak agama dan khususnya pandangan umat muslim yang tidak mengakui agama lain selain agama Islam adalah benar dan menyatakan bahwa Islam adalah satu-satunya agama yang benar. Islam dan umatnya digambarkan sebagai agama yang menyetujui praktik paham pluralisme ini. Padahal dalam ajaran Islam jelas-jelas tidak mengakui dan tidak membenarkan ajaran pluralism yang menyatakan bahwa setiap agama adalah sama. Dalam ajaran Islam telah ditegaskan bahwa tiada agama lain yang benar selain agama Islam. Penggunaan daya tarik isu-isu agama

ini menjadi produk yang mampu mendatangkan keuntungan. Dengan segala kontroversi dan protes yang muncul menguatkan kesan bahwa film Tanda Tanya "?" menggunakan magnet isu agama dalam film garapannya sebagai nilai jual utama dalam menarik minat masyarakat untuk menontonnya. Film melahirkan sebuah bentuk realitas yang sengaja dikonstruksikan untuk memberikan sebuah gambaran lewat kode-kode, konversi, mitos, ideologi – ideology kebudayaannya. Karena realitas merupakan hasil konstruksi maka realitas di sini telah mengalami penambahan maupun pengurangan karena turut campurnya faktor subyektivitas dari pelaku representasi atau orang – orang yang terlibat dalam media itu sendiri.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Tahun	Identitas Penyusun	Metode Yang Di gunakan	Hasil Penelitian	Perbedaan Dengan Penelitian Skripsi Ini
1.	Analisis Semiotika Roland Barthes Tentang Representasi Loyalitas Suporter Persib Dan Persija Dalam Film Romeo Dan Juliet	2012	Alfariz Senna Brammaji (Skripsi) Program Studi Ilmu Komunikasi Bidang Kajian Jurnalistik Unikom	Kualitatif metode Semiotika Roland Barthes	Hasil analisis Makna denotatif pada *sequence* pertama, tulisan Jakarta warna orange, dibawahnya terdapat lima orang pengemudi Vespa berwarna orange Makna denotatif pada *sequence* kedua seorang wanita yang sedang duduk dengan latar belakang tembok bertuliskan "janji untuk sebuah kehormatan", Makna denotatif pada *sequence* ketiga, dua orang pemuda dengan pakaian warna hitam. Makna konotasi pada *sequence* pertama terlihat dari peta dua tahap konotasi. yaitu makna lain yang terdapat dalam gambar dan proses videografi. Dan didalam *sequence* penelitian ini terdapat beberapa mitos, mitos dalam penelitian ini dipengaruhi oleh ideologi suporter.	Penelitian Alfariz menggunakan semiotika dari Roland Barthes yang menganalisis makna denotatif, konotatif dan mitos. Sedangkan pada penelitian ini peneliti menggunakan metode semiotika John Fiske. Yang menganalisis dari tiga level. Level realitas, level representasi, dan level ideologi.

2.	Representasi Pesan Pluralisme Dalam Film Cin(T)A (Analisis Semiotika Roland Barthes Mengenai Representasi Pesan Pluralisme Verbal Dan Nonverbal Dalam Film Cin(T)A)	2012	Ratih Gemma Utami (Skripsi) Program Studi Ilmu Komunikasi Bidang Kajian Jurnalistik Unikom	Kualitatif Metode Semiotika Roland Barthes	Hasil penelitian menunjukkan bahwa film Cin(T)a merupakan film yang merepresentasikan pesan pluralisme melalui empat adegan verbal dan satu adegan nonverbal dengan berbeda scene yang dianalisis peneliti. Hasil penelitian tersebut adalah sebagai berikut: (a). Tuhan memiliki berbagai nama. (b). Kerukunan antarumat beragama; (c). Pentingnya komunikasi untuk menjaga keharmonisan; (d). Kebebasan beribadah bagi sesama umat beragama; (e). Usaha untuk memahami orang lain dalam perbedaan.	Penelitian Ratih menggunakan semiotika dari Roland Barthes yang menganalisis pesan pluralisme verbal dan nonverbal yang dilihat dari makna denotasi, konotasi dan mitos. Sedangkan pada penelitian ini peneliti menggunakan metode semiotika John Fiske. Yang menganalisis dari tiga level. Level realitas, level representasi, dan level ideologi.
3.	Representasi Islam Dalam Film Tanda Tanya “?”	2012	Geta Ariesta Herdini (Skripsi) Universitas Diponegoro Semarang	Kualitatif Metode Semiotika John Fiske	Hasil analisis Menguraikan tentang analisa sintagmatik yang menjelaskan tentang tanda - tanda atau makna - makna yang muncul dalam shot dan adegan yang terjalin dari berbagai aspek teknis yang merujuk pada representasi Islam dalam film Tanda Tanya ?.	Penelitian Geta lebih kepada menganalisis tentang Paham pluralism agama, daya tarik isu-isu agama. Sedangkan pada penelitian ini menganalisis tentang makna *True Love* dalam film *Breaking Dawn Part 2*.

					Level yang kedua adalah level representasi. Dalam penghadiran kode-kode representasi yang umum ini dibangun menggunakan camera (kamera), lighting (tata pencahayaan), editing, musik dan selanjutnya ditransmisikan kedalam bentuk cerita, konflik, karakter, dialog, setting dan lain-lain. Untuk membedah ideologi memerlukan pemaknaan lebih mendalam terhadap penggambaran Islam dalam film ini dan keterkaitannya dengan aspek yang lebih luas.	

(Sumber : Catatan Peneliti April, 2013)

2.2 TINJAUAN TENTANG ILMU KOMUNIKASI

2.2.1 DEFINISI KOMUNIKASI

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti "sama", *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berati "membuat sama" *(to make common)*. Istilah pertama *(communis)* adalah istilah yang paling sering disebut sebagai asal-usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna atau suatu pesan dianut secara sama. Akan tetapi definisi-definisi kontemporer menyarankan bahwa komunikasi merujuk pada cara berbagai hal-hal tersebut, seperti dalam kalimat "kita berbagi pikiran", "kita mendiskusikan makna" dan "kita mengirim pesan".

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya *Dinamika Komunikasi*, pengertian paradigmatis, komunikasi mengandung tujuan tertentu, ada yang dilakukan secara lisan, secara tatap muka, atau melalui media baik media massa seperti surat kabar, radio, televisi, atau film. Jadi, komunikasi dalam pengertian paradigmatis bersifat intensional, mengandung tujuan, karena itu harus dilakukan dengan perencanaan. Sejauh mana kadar pernyataan itu, bergantung kepada pesan yang akan dikomunikasikan dan pada komunikan yang menjadi sasaran.

Mengenai pengertian komunikasi secara paradigmatis ini banyak definisi yang dikemukakan oleh para ahli, tetapi dari sekian banyak definisi itu dapat disimpulkan secara lengkap dengan menampilkan maknanya yang hakiki, yaitu: Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang

lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku. Baik langsung secara lisan maupun tak langsung melalui media. **(Effendy, 1993: 5).**

2.2.2 TUJUAN KOMUNIKASI

Setiap individu dalam berkomunikasi pasti mengharapkan tujuan dari komunikasi itu sendiri, secara umum tujuan berkomunikasi adalah mengharapkan adanya umpan yang diberikan oleh lawan berbicara kita serta semua pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut.

Menurut Onong Uchjana dalam buku "*Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*" mengatakan ada pun beberapa tujuan berkomunikasi, yakni:

a. Perubahan sikap (*attitude change*).
b. Perubahan pendapat (*opinion change*).
c. Perubahan perilaku (*behavior change*).
d. Perubahan sosial (*social change*).

(Effendi, 2006: 8)

Joseph Devito dalam bukunya "Komunikasi Antar Manusia" menyebutkan bahwa tujuan komunikasi adalah sebagai berikut:

a. Menemukan

   Dengan berkomunikasi kita dapat memahami secara baik diri kita sendiri dan diri orang lain yang kita ajak bicara. Komunikasi juga memungkinkan kita untuk menemukan dunia luar-dunia yang dipenuhi obyek, peristiwa, dan manusia lain.

b. Untuk berhubungan

Salah satu motivasi kita yang paling kuat adalah berhubungan dengan orang lain.

c. Untuk meyakinkan

Media massa ada sebagian besar untuk meyakinkan kita agar mengubah sikap dan perilaku kita.

d. Untuk bermain

Kita menggunakan banyak perilaku komunikasi kita untuk bermain dan menghibur diri. Kita mendengarkan pelawak, pembicaraan, musik, dan film sebagian besar untuk hiburan.

(Devito, 1997: 31).

2.2.3 FUNGSI KOMUNIKASI

Berikut ini kita akan membahas empat fungsi komunikasi berdasarkan kerangka yang dikemukakan Onong Uchjana Effendy (2003:31) bahwa fungsi-fungsi komunikasi dan komunikasi massa dapat disederhanakan menjadi empat fungsi, yaitu:

1. Menyampaikan informasi *(to inform).*
2. Mendidik *(to educate).*
3. Menghibur *(to entertain)*.
4. Mempengaruhi *(to influence)*

(Effendy, 2003:31).

Dan dapat diuraikan sebagai berikut pengertian tentang fungsi komunikasi:

1. Menginformasikan (*to inform*)

   Adalah memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.

2. Mendidik (*to educate*)

   Adalah komunikasi merupakan sarana pendidikan, dengan komunikasi menusia dapat menyampaikan ide atau pikirannya kepada orang lain, sehingga orang lain mendapat informasi dan ilmu pengetahuan.

3. Menghibur (*to entertain*)

   Adalah komunikasi selain berguna untuk menyampaikan komunikasi, pendidikan dan mempengaruhi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.

4. Mempengaruhi (*to influence*)

   Adalah fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi tentunya berusaha saling mempengaruhi jalan pikiran komunikasn dan lebih jauhnya lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan yang diharapkan. **(Effendy,1997 : 36)**

Dilihat dari fungsi komunikasi dan keberadaanya di masyarakat, komunikasi tidak dapat dihindari oleh seorang individu karena komunikasi merupakan suatu alat yang harus digunakan untuk dapat menjalin hubungan dengan orang lain.

2.3 TINJAUAN TENTANG KOMUNIKASI MASSA

2.3.1 DEFINISI KOMUNIKASI MASSA

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh **Bittner (Rackhmat, 2003: 188)**, yakni : Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar di lapangan luas yang dihadiri oleh ribuan, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah: radio siaran dan televisi – keduanya dikenal sebagai media elektronik; surat kabar dan majalah –keduanya disebut media cetak; serta media film. Film sebagai media komunikasi massa adalah bioskop. **(Ardianto, 2007: 3)**

Kompleksnya komunikasi massa dikemukakan oleh **Severin & 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 sebagai 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, mengoprasikan *tape recorder* atau mencatat ketika mewawancara. Ia adalah seni dalam pengertian bahwa ia meliputi tantangan – tantangan kreatif seperti menulis skrip untuk program televisi, mengembangkan tata letak yang estesis 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. **(Severin, 1992: 3 dalam Ardianto, 2007: 5)**

Definisi komunikasi massa dari Severin & Tankard begitu jelas karena disertai dengan contoh penerapannya. Ahli komunikasi lainnya, Joseph A. DeVito merumuskan definisi komunikasi massa yang pada intinya merupakan penjelasan tentang pengertian massa serta tentang media yang digunakannya. Ia mengemukakan definisinya dalam dua *item*, yakni:

> *Pertama*, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang menonton televisi, tetapi ini berarti bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar didefinisikan. *Kedua*, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar – pemancar yang audio dan/atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya: televise, radio siaran, surat kabar, majalah dan film. **(Effendy, 1986: 26 dalam Ardianto, 2007: 6)**

Menyimak berbagai definisi komunikasi massa yang dikemukakan para ahli komunikasi, tampaknya tidak ada perbedaan yang mendasar atau prinsip. Bahkan definisi – definisi itu satu sama lain saling melengkapi. Hal ini telah memberikan gambaran yang jelas mengenai pengertian komunikasi massa. Bahkan secara tidak langsung dari pengertian komunikasi massa dapat diketahui pula ciri – ciri komunikasi massa yang membedakannya dari bentuk momunikasi lainnya.

2.3.2 KARAKTERISTIK KOMUNIKASI MASSA

Komunikasi massa berbeda dengan komunikasi antarpersonal dan kelompok. Perbedaan terdapat dalam komponen – komponen yang terlibat didalamnya, dan proses berlagsungnya komunikasi tersebut. Namun, agar

karakteristik komunikasi massa itu tampak jelas, berikut karakteristik komunikasi massa menurut **Elvinaro Ardianto, 2007** :

1. Komunikator Terlembagakan

Ciri komunikasi massa yang pertama adalah komunikatornya. Kita sudah memahami bahwa komunikasi massa itu menggunakan media massa, baik media cetak maupun media elektronik. Menurut pendapat Wright, bahwa komunikasi massa itu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.

2. Pesan Bersifat Umum

Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karenanya, pesan komunikasi massa bersifat umum. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa atau opini. Namun tidak semua fakta dan peristiwa yang terjadi di sekeliling kita dapat dimuat di media massa. Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk apapun harus memenuhi criteria penting atau menarik, atau penting sekaligus menarik, bagi sebagian besar komunikan. Dengan demikian, criteria pesan yang penting dan menarik itu mempunyai ukuran tersendiri, yakni bagi sebagian besar komunikan.

3. Komunikannya Anonim dan Heterogen

Komunikan pada komunikasi massa bersifat anonim. Di samping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokan berdasarkan factor:

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 dicapaikan 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 bahwa komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan. Dimensi isi menunjukan muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu.

6. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah

Selain ada ciri yang merupakan keunggulan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya, ada juga ciri komunikasi massa yang merupakan kelemahannya. 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. Dengan kata lain,komunikasi massa itu bersifat satu arah.

7. Stimulus Alat Indra Terbatas

Ciri komunikasi massa lainnya yang dapat dianggap salah satu kelemahannya, adalah stimulasi alat indra yang terbatas. Pada komunikasi antarpersona yang bersifat tatap muka, maka seluruh indra pelaku komunikasi, komunikator dan komunikan dapat digunakan secara maksimal. Kedua belah pihak dapat melihat, mendengar secara langsung, bahkan mungkin merasa. Dalam komunikasi masa, stimulus alat indra bergantuk pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat. Pada radio siaran, khalayak hanya mendengar. Sedangkan pada media televisi dan film, kita menggunakan indra penglihatan dan pendengaran.

8. Umpan Balik Tertunda dan Tidak Langsung

Komponen umpan balik atau lebih popular dengan sebutan *feedback* merupakan faktor penting dalam proses komunikasi antarpesona, komunikasi kelompok dan komunikasi massa. Efektifitas komunikasi seringkali dapat dilihat dari *feedback* yang disampaikan oleh komunikan.

Dalam proses komunikasi massa, umpan balik bersifat tidak langsung (*indirect*) dan tertunda (*delayed*). Artinya, komunikasi massa tidak dapat dengan segera mengetahui bagaimana reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya. Tanggapan khalayak bisa diterima lewat telepon, *e-mail*, atau surat pembaca itu menggambarkan feedback komunikasi massa bersifat *indirect*. Sedangkan waktu yang dibutuhkan untuk menggunakan telepon, menulis surat pembaca, mengirim *e-mail* itu menunjukan bahwa *feedback* komunikasi massa bersifat tertunda (*delayed*).

2.3.3 FUNGSI KOMUNIKASI MASSA

Para pakar mengemukakan tentang sejumlah fungsi komnikasi kendati dalam setiap item fungsi terdapat persamaan dan perbedaan. Pembahasan fungsi komunikasi telah menjadi diskusi yang cukup penting, terutama konsekuensi komunikasi melalui media massa.

Fungsi komunikasi massa menurut Dominick (2001) terdiri dari pengawasan, penafsiran, keterkaitan, penyebaran nilai dan hiburan.

1. Pengawasan

Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi menjadi dua bagian yaitu pengawasan peringatan dan pengawasan instrumental.

Fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang ancaman, bahaya dan kondisi yang memprihatinkan, tayangan inflasi atau adanya serangan militer. Sedangkan fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari – hari.

2. Penafsiran

Fungsi penafsiran hampir mirip dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasik fakta dan data, tetapi juga membeberkan penafsiram terhadap kejadian – kejadian penting. Organisasi atau industry media memilih dan memutuskan peristiwa – peristiwa yang dimuat atau ditayangkan.

3. Keterkaitan

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

4. Penyebaran Nilai

Fungsi penyebaran nilai tidak kentara. Fungsi ini juga disebut socialization (sosialisasi). Sosialisasi mengacu kepada cara, dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok.

5. Hiburan

Sulit dibantah lagi bahwa pada kenyataanya hampir semua media menjalankan fungsi hiburan. Televisi adalah media massa yang mengutamakan sajian hiburan. Hampir tiga perempat bentuk siaran televisi setiap hari merupakan tayangan hiburan. Begitupun radio siaran, siarannya banyak memuat acara hiburan.

(Ardianto, 2007: 14)

2.4 TINJAUAN TENTANG FILM

2.4.1 PENGERTIAN FILM

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, film dapat diartikan dalam dua pengertian. Yang pertama, film merupakan sebuah selaput tipis berbahan seluloid yang digunakan untuk menyimpan gambar negatif dari sebuah objek. Yang kedua, film diartikan sebagai lakon atau gambar hidup. Dalam konteks khusus, film diartikan sebagai lakon hidup atau gambar gerak yang biasanya juga disimpan

dalam media seluloid tipis dalam bentuk gambar negatif. Meskipun kini film bukan hanya dapat disimpan dalam media selaput seluloid saja. Film dapat juga disimpan dan diputar kembali dalam media digital.

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.

Film Amerika diproduksi di Hollywood. Film yang dibuat disini membanjiri pasar global dan mempengaruhi sikap, perilaku dan harapan orang – orang di belahan dunia. Film lebih dahulu menjadi media hiburan dibanding radio siaran dan televisi. Menonton film ke bioskop ini menjadi aktivitas popular bagi orang Amerika pada tahun 1920-an sampai 1950-an.

Industri film adalah industri bisnis. Predikat ini telah menggeser anggapan orang yang masih meyakini bahwa film adalah karya seni, yang diproduksi secara kreatif dan memenuhi imajinasi orang – orang yang bertujuan memperoleh estetika (keindahan) yang sempurna. Meskipun pada kenyataannya adalah bentuk karya seni, industri film adalah bisnis yang memberikan keuntungan, kadang – kadang menjadi mesin uang yang seringkali, demi uang, keluar dari kaidah artistik film itu sendiri **(Dominick, 2000: 306 dalam Ardiyanto, 2007: 143)**.

2.4.2 SEJARAH FILM

Film atau *motion picture* ditemukan dari hasil pengembangan prinsip – prinsip fotografi dan proyektor. Film yang pertama kali diperkenalkan kepada

publik Amerika Serikat adalah *The Life of an American Fireman* dan film *The Great Train Robbery* yang dibuat oleh Edwin S. Porter pada tahun 1903 (Hiebert, Ungurait, Bohn, 1975: 246). Tetapi film *The Great Train Robbery* yang masa putarnya hanya 11 menit dianggap sebagai cerita pertama, karena telah menggambarkan situasi secara ekspresif dan menjadi peletak dasar teknik editing terbaik.

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

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

2.4.3 FUNGSI FILM

Seperti halnya televisi siaran, tujuan khalayak menonton film terutama adalah ingin memperoleh hiburan. Akan tetapi dalam film dapat terkandung fungsi informative maupun edukatif, bahkan persuasive. Hal ini pun sejalan dengan misi perfilman nasional sejak tahun 1979, bahwa selain sebagai media hiburan, film nasional dapat digunakan sebagai media edukasi untuk pembinaan generasi muda dalam rangka nation and character building (Effendy, 1981: 212). Fungsi edukasi dapat tercapai apabila film nasional memproduksi film – film sejarah yang objektif, atau film dokumenter dan film yang diangkat dari kehidupan sehari – hari secara berimbang. **(Ardianto, 2007: 145).**

2.4.4 JENIS – JENIS FILM

Sebagai seorang komunikator adalah penting untuk mengetahui jenis – jenis film agar dapat memanfaatkan film tersebut sesuai dengan karakteristiknya. Film dapat dikelompokan pada jenis film cerita, film berita, film dokumenter dan film kartun.

a. Film Cerita

   Film cerita adalah jenis film yang mengandung cerita yang lazim dipertunjukan di bioskop – bioskop. Cerita yang diangkat menjadi topik film bisa berupa cerita fiktif atau berdasarkan kisah nyata yang dimodifikasi, sehingga ada unsur menarik, baik 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.

c. Film Dokumenter

Film dokumenter adalah didefinisikan oleh Robert Flaherty sebagai "karya ciptaan mengenai kenyataan". Berbeda dengan film berita yang merupakan rekaman kenyataan, maka film dokumenter merupakan hasil interpretasi pribadi (pembuatnya) mengenai kenyataan tersebut.

d. Film Kartun

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

e. Film-film Jenis Lain

- 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.

- 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*).

- Program Televisi (*TV Program*)

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

- 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. **(Effendy, 2006: 13-14).**

2.4.5 KARAKTERISTIK FILM

Faktor – faktor yang dapat menunjukan karakteristik film adalah layar lebar, pengambilan gambar, konsentrasi penuh dan identifikasi psikologis.

1. Layar yang luas/lebar

   Film dan televisi sama – sama menggunakan layar, namun kelebihan media film adalah layarnya yang berukuran luas. Saat ini ada layar televisi yang berukuran jumbo, yang bisa digunakan pada saat – saat khusus dan biasanya di ruangan terbuka, seperti dalam pertunjukan musik dan sejenisnya. Layar film yang luas telah memberikan keleluasaan penontonnya untuk melihat adegan – adegan yang disajikan dalam film. Apalagi dengan adanya kemajuan teknologi, layar film di bioskop –

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

2. Pengambilan Gambar

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

3. Konsentrasi Penuh

   Dari pengalaman kita masing – masing, di saat kita menonton film di bioskop, bila tempat duduk sudah penuh atau waktu main sudah tiba, pintu – pintu ditutup, lampu dimatikan, tampak didepan kiata layar luas dengan gambar – gambar cerita film tersebut.

4. Identifikasi Psikologis

   Kita semua dapat merasakan bahwa suasana di gedung bioskop telah membuat pikiran dan perasaan kita larut pada cerita yang disajikan. Karena penghayatan kita yang amat mendalam, seringkali secara tidak sadar kita menyamakan (mengidentifikasi) pribadi kita dengan salah satu seorang pemeran dalam film itu, sehingga seolah – olah kitalah yang berperan. Gejala ini menurut ilmu jiwa sosial disebut sebagai Identifikasi Psikologis. (Effendy, 1981: 192).

   (Ardianto, 2007: 145-147)

2.4.6 FILM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI MASSA

Komunikasi massa menyiarkan informasi yang banyak dengan menggunakan saluran yang disebut media massa.Dalam perkembangannya film banyak digunakan sebagai alat komunikasi massa, seperti alat propaganda, alat hiburan, dan alat – alat pendidikan. Media film dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah alat atau sarana komunikasi, media massa yang disiarkan dengan menggunakan peralatan film; alat penghubung berupa film.

Sebagai salah satu bentuk dari komunikasi massa, film ada dengan tujuan untuk memberikan pesan – pesan yang ingin disampaikan dari pihak kreator film. Pesan – pesan itu terwujud dalam cerita dan misi yang dibawa film tersebut serta terangkum dalam bentuk drama, *action*, komedi, dan horor. Jenis – jenis film inilah yang dikemas oleh seorang sutradara sesuai dengan tendensi masing – masing. Ada yang tujuannya sekedar menghibur, memberi penerangan, atau mungkin kedua-duanya. Ada juga yang memasukan dogma – dogma tertentu sekaligus mengajarkan sesuatu kepada khalayak.

Dalam *scope*nya, ilmu komunikasi terbagi menjadi tiga, yaitu bentuk spesialisasinya, medianya, dan efeknya. Film termasuk ke dalam medianya, yaitu media massa. Media massa digunakan untuk komunikasi massa karena sifat massalnya. Film juga termasuk media periodik, yang kehadirannya tidak terus menerus tapi berperiode.

Sebagai media massa, *content* film adalah informasi. Informasi akan mudah dipahami dan tertangkap dengan visualisasi. Pada hakekatnya film seperti juga pers berhak untuk menyatakan pendapat atau protesnya tentang sesuatu yang

dianggap salah. Kelebihan film dibanding media massa lainnya terletak pada susunan gambar yang dapat membentuk suasana. Film mampu membuat penonton terbawa emosinya.

Sebagai seni ketujuh, film sangat berbeda dengan seni sastra, teater, seni rupa, seni suara, musik, dan arsitektur yang muncul sebelumnya. Seni film sangat mengandalkan teknologi, baik sebagai bahan baku produksi maupun dalam hal ekshibisi ke hadapan penontonnya. Film merupakan penjelmaan keterpaduan antara berbagai unsur, sastra, teater, seni rupa, teknologi, dan sarana publikasi. Dalam kajian media massa, film masuk ke dalam jajaran seni yang ditopang oleh industri hiburan yang menawarkan impian kepada penonton yang ikut menunjang lahirnya karya film.

Film diproduksi secara khusus untuk dipertunjukan di gedung bioskop. Salah satu yang menyebabkan dapat merubah khalayak adalah dari segi tempat atau mediumnya. Karena pengaruh film yang sangat besar terhadap khalayak. Biasanya pengaruh timbul tidak hanya di tempat atau di gedung bioskop saja, akan tetapi setelah penonton keluar dari bioskop dan melanjutkan aktivitas kesehariannya, secara tidak sadar pengaruh film itu akan terbawa terus sampai waktu yang cukup lama (Effendy, 2003 : 208). Yang mudah dan dapat terpengaruh biasanya anak-anak dan pemuda – pemuda. Mereka sering menirukan gaya atau tingkah laku para bintang film.

Kekuatan dan kemampuan film menjangkau banyak segmen sosial, lantas membuat para ahli bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayaknya. sejak itu, maka merebaklah berbagai penelitian yang hendak melihat

kepada dampak film terhadap masyarakat. Dalam banyak penelitian tentang dampak film terhadap masyarakat, hubungan antara film dan masyarakat selalu dipahami secara linier. Artinya, film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan muatan pesan (*message*) di baliknya, tanpa pernah berlaku sebaliknya.

2.5 TINJAUAN TENTANG VIDEOGRAFI

Thompson & Bowen (2009) menyimpulkan sejumlah teknik *shot* kamera yang digunakan oleh media ini dalam mengkonstruksi realitas *virtual*-nya. Masing-masing teknik *shot* kamera ternyata memiliki arti sendiri. Ada sembilan teknik *shot* kamera, dimana setiap teknik memiliki fungsi dan makna yang berbeda, yaitu:

- *Long shoot/Wide Shot (LS/WS):* Dengan teknik ini bisa diketahui siapa, dimana dan kapan berkaitan dengan subjek. Selain itu, juga bisa diketahui gendernya, kostum, gerakan subjek, dan ekspresi wajah.
- *Medium shots (MS):* Dengan teknik ini bisa diketahui siapa, dimana dan kapan berkaitan dengan subjek. Selain itu, juga bisa diketahui gendernya, kostum, gerakan subjek, dan ekspresi wajah.
- *Close-up (CU):* Disebut juga *intimate shot*. Untuk menghasilkan gambaran orang, objek, atau tindakan yang terlihat besar, sehingga bisa mendapatkan informasi yang detail tentang objek, serta bisa menunjukkan ekspresi seseorang.

- *Extreme Long Shot (XLS):* Digunakan untuk menunjukkan lingkungan *urban, suburban, rural,* pegunungan, gurun, laut, dan lain-lain. Juga digunakan untuk menunjukkan siang, malam,musim dingin, musim panas, dll.
- *Very Long Shot (VSL):* Memperlihatkan lebih jelas lagi tentang siapa dan dimana subjek berada.
- *Medium Close Up (MCU)*: Memberi informasi tentang cara bicara, cara mendengarkan atau tindakan dari karakter Ekspresi wajah, arah pandang, emosi, warna rambut, *make-up* tampak jelas.
- *Big Close Up (BCU):* Lebih untuk memperlihatkan bagian wajah, terutama hidung, mata dan mulut. Untuk memperlihatkan siapa subjek itu, dan bagaimana ekspresinya (marah, sedih, terharu, dll).
- *Extreme Close Up (ECU):* Gambar ini biasanya digunakan untuk film dokumenter, berkaitan dengan medis atau ilmu alam, bisa juga digunakan untuk film naratif fiksi, atau *film art*.

Rata-rata pengambilan gambar dengan menggunakan teknik-teknik ini menghasilkan kesan lebih dramatik.

a. *Backlight Shot* : teknik pengambilan gambar terhadap objek dengan pencahayaan dari belakang.
b. *Reflection Shot* : teknik pengambilan yang tidak diarahkan langsung ke objeknya tetapi dari cermin/air yang dapat memantulkan bayangan objek.

c. *Door Frame Shot* : gambar diambil dari luar pintu sedangkan adegan ada di dalam ruangan.
d. *Artificial Framing Shot* : benda misalnya daun atau ranting diletakkan di depan kamera sehingga seolah-olah objek diambil dari balik ranting tersebut.
e. *Jaws Shot* : kamera menyorot objek yang seolah-olah kaget melihat kamera.
f. *Framing with Background* : objek tetap fokus di depan namun latar belakang dimunculkan sehingga ada kesan indah.
g. *The Secret of Foreground Framing Shot* : pengambilan objek yang berada di depan sampai latar belakang sehingga menjadi perpaduan adegan.
h. *Tripod Transition* : posisi kamera berada diatas tripod dan beralih dari objek satu ke objek lain secara cepat.
i. *Artificial Hairlight* : rambut objek diberi efek cahaya buatan sehingga bersinar dan lebih dramatik.
j. *Fast Road Effect* : teknik yang diambil dari dalam mobil yang sedang melaju kencang.
k. *Walking Shot* : teknik ini mengambil gambar pada objek yang sedang berjalan. Biasanya digunakan untuk menunjukkan orang yang sedang berjalan terburu-buru atau dikejar sesuatu.
l. *Over Shoulder* : pengambilan gambar dari belakang objek, biasanya objek tersebut hanya terlihat kepala atau bahunya saja. Pengambilan

ini untuk memperlihatkan bahwa objek sedang melihat sesuatu atau bisa juga objek sedang bercakap-cakap.

m. *Profil Shot* : jika dua orang sedang berdialog, tetapi pengambilan gambarnya dari samping, kamera satu memperlihatkan orang pertama dan kamera dua memperlihatkan orang kedua.

2.6 TINJAUAN TENTANG REPRESENTASI

Representasi merupakan sebuah cara dimana memaknai apa yang diberikan pada benda yang digambarkan, konsep lama mengenai representasi ini didasarkan pada premis bahwa ada sebuah gap representasi yang menjelaskan perbedaan antara makna yang diberikan oleh representasi dan arti benda yang sebenarnya digambarkan. Chris Barker menyebutkan bahwa representasi merupakan kajian utama dalam *cultural studies*, representasi sendiri dimaknai sebagai bagaimana dunia dikonstruksikan secara sosial dan disajikan kepada kita dan oleh kita di dalam pemaknaan tertentu. *Cultural studies* memfokuskan diri kepada bagaimana proses pemaknaan representasi itu sendiri.

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

Representasi adalah konsep yang digunakan dalam proses sosial pemaknaan melalui sistem penandaan yang tersedia: dialog, tulisan, video, film,

fotografi, dsb. Secara ringkas, representasi adalah produksi makna melalui bahasa (Hall, 1997:15).

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

Menurut Stuart Hall (1997), representasi adalah salah satu praktek penting yang memproduksi kebudayaan. Kebudayaan merupakan konsep yang sangat luas, kebudayaan menyangkut ”pengalaman berbagi”. Seseorang dikatakan berasal dari kebudayaan yang sama jika manusia-manusia yang ada disitu membagi pengalaman yang sama, membagi kode-kode kebudayaan yang sama, berbicara dalam “bahasa” yang sama, dan saling berbagi konsep-konsep yang sama. Bahasa adalah medium yang menjadi perantara dalam memaknai sesuatu, memproduksi dan mengubah makna. Bahasa mempu melakukan semua ini karena ia beroperasi sebagai sistem representasi. Lewat bahasa (simbol-simbol dan tanda tertulis, lisan, atau gambar) dapat mengungkapkan pikiran, konsep, dan ide-ide tentang sesuatu. Makna sesuatu hal sangat tergantung dari cara individu merepresentasikannya. Dengan mengamati kata-kata yang digunakan dan imej-imej yang gunakan dalam merepresentasikan sesuatu bisa terlihat jelas nilai-nilai yang diberikan pada sesuatu hal tersebut.

Untuk menjelaskan bagaimana representasi makna lewat bahasa bekerja, bisa dipakai tiga teori representasi sebagai usaha untuk menjawab pertanyaan darimana suatu makna berasal, Atau bagaimana individu membedakan antara makna yang sebenarnya dari sesuatu atau suatu imej dari sesuatu. Yang *pertama* adalah pendekatan reflektif. Di sini bahasa berfungsi sebagai cermin, yang merefleksikan makna yang sebenarnya dari segala sesuatu yang ada di dunia. *Kedua* adalah pendekatan intensional, dimana manusia menggunakan bahasa untuk mengkomunikasikan sesuatu sesuai dengan cara pandang terhadap sesuatu. Sedangkan yang *ketiga* adalah pendekatan konstruksionis. Dalam pendekatan ini dipercaya bahwa individu mengkonstruksi makna lewat bahasa yang dipakai.

(http://mashimoroo.blogspot.com/2012/03/representasi.html?m=1)

2.7 TINJAUAN TENTANG *TRUE LOVE*

Cinta adalah sebuah emosi dari kasih sayang yang kuat dan ketertarikan pribadi. Dalam konteks filosofi cinta merupakan sifat baik yang mewarisi semua kebaikan, perasaan belas kasih dan kasih sayang. Pendapat lainnya, cinta adalah sebuah aksi/kegiatan aktif yang dilakukan manusia terhadap objek lain, berupa pengorbanan diri, empati, perhatian, kasih sayang, membantu, menuruti perkataan, mengikuti, patuh, dan mau melakukan apapun yang diinginkan objek tersebut.

Cinta adalah suatu perasaan yang positif dan diberikan pada manusia atau benda lainnya. Bisa dialami semua makhluk. Penggunaan perkataan cinta juga dipengaruhi perkembangan semasa. Perkataan sentiasa berubah arti menurut

tanggapan, pemahaman dan penggunaan di dalam keadaan, kedudukan dan generasi masyarakat yang berbeda. Sifat cinta dalam pengertian abad ke-21 mungkin berbeda daripada abad-abad yang lalu. Ungkapan cinta mungkin digunakan untuk meluapkan perasaan seperti berikut:

- Perasaan terhadap keluarga
- Perasaan terhadap teman-teman, atau philia
- Perasaan yang romantis atau juga disebut asmara
- Perasaan yang hanya merupakan kemahuan, keinginan hawa nafsu atau cinta eros
- Perasaan sesama atau juga disebut kasih sayang atau agape
- Perasaan tentang atau terhadap dirinya sendiri, yang disebut narsisisme
- Perasaan terhadap sebuah konsep tertentu
- Perasaan terhadap negaranya atau patriotisme
- Perasaan terhadap bangsa atau nasionalisme

Penggunaan istilah cinta dalam masyarakat Indonesia lebih dipengaruhi perkataan *love* dalam bahasa Inggris. *Love* digunakan dalam semua amalan dan arti untuk eros, philia, agape dan storge. Namun demikian perkataan-perkataan yang lebih sesuai masih ditemui dalam bahasa lain dan dijelaskan seperti berikut:

- Cinta yang lebih cenderung kepada romantis, asmara, eros.
- Sayang yang lebih cenderung kepada teman-teman dan keluarga, philia.
- Kasih yang lebih cenderung kepada keluarga dan Tuhan, agape.

- Semangat nusa yang lebih cenderung kepada patriotisme, nasionalisme dan narsisme, storge.

Beberapa bahasa, termasuk bahasa Indonesia apabila dibandingkan dengan beberapa bahasa mutakhir di Eropa, terlihat lebih banyak kosakatanya dalam mengungkapkan konsep ini. Termasuk juga bahasa Yunani kuno, yang membedakan antara tiga atau lebih konsep: eros, philia, dan agape.

> Menurut Erich Fromm cinta adalah suatu seni yang memerlukan pengetahuan serta latihan. Cinta adalah suatu kegiatan dan bukan merupakan pengaruh yang pasif. Salah satu esensi dari cinta adalah adanya kreatifitas dalam diri seseorang, terutama dalam aspek memberi dan bukan hanya menerima. Kata cinta mempunyai hubungan pengertian dengan konstruk lain, seperti kasih sayang, kemesraan, belas kasihan, ataupun dengan aktifitas pemujaan.(Dalam Sujarwa, 2005)

Secara luas, kasih sayang dapat diartikan sebagai perasaan sayang, cinta, atau perasaan suka. Dalam kasih sayang menuntut adanya dua belah pihak yang terlibat di dalamnya, yaitu yang mengasihi dan yang dikasihi. Dalam pengalaman hidup sehari-hari, kehidupan seseorang akan memiliki arti yang lebih besar jika mendapatkan perhatian dari orang lain. Jika demikian, perhatian merupakan salah satu unsur dasar dari rasa cinta kasih.

Dalam diri manusia ada dua hal yang dapat menggerakan prilaku, yaitu akal budi dan nafsu. Perasaan cinta dapat dipengaruhi oleh dua sumber hal tersebut, yaitu perasaan cinta yang digerakan oleh akal budi, serta perasaan cinta yang digerakan oleh nafsu. Cinta yang digerakan oleh akal budi disebut tanpa pamrih atau cinta sejati, sedangkan cinta yang digerakan oleh nafsu disebut cinta pamrih. Cinta tanpa pamrih adalah kebaikan hati, sedangkan cinta pamrih disebut cinta utilitaris atau cinta demi diri sendiri. Cinta sejati tak ada kehendak untuk

memiliki ataupun menguasai, yang ada hanyalah rasa solidaritas, rasa senasib dan sepenanggungan dengan yang dicintai dan tumbuh secara wajar bersifat sukarela. Cinta kasih sejati tak ada hubunganya dengan kenikmatan atau keinginan. Cinta kasih yang sejati tak menimbulkan kewajiban, melainkan tanggung jawab, tidak menuntut balas, lebih banyak memberi dari pada menerima.

Cinta adalah perasaan simpati yang melibatkan emosi yang mendalam. Menurut Erich Fromm, ada lima syarat untuk mewujudkan cinta kasih, yaitu:

- ✓ Perasaan
- ✓ Pengenalan
- ✓ Tanggung jawab
- ✓ Perhatian
- ✓ Saling menghormati

Erich Fromm dalam buku larisnya (*The Art of Loving*) menyatakan bahwa ke empat gejala: *care, responsibility, respect, knowledge* muncul semua secara seimbang dalam pribadi yang mencintai. Omong kosong jika seseorang mengatakan mencintai anak tetapi tak pernah mengasuh dan tak ada tanggung jawab pada si anak. Sementara tanggung jawab dan pengasuhan tanpa rasa hormat sesungguhnya & tanpa rasa ingin mengenal lebih dalam akan menjerumuskan para orang tua, guru, rohaniwan, dan individu lainnya pada sikap otoriter.

Seperti banyak jenis kekasih, ada banyak jenis cinta. Cinta berada di seluruh semua kebudayaan manusia. Oleh karena perbedaan kebudayaan ini, maka pendefinisian dari cinta pun sulit ditetapkan. Ekspresi cinta dapat termasuk cinta kepada 'jiwa' atau pikiran, cinta hukum dan organisasi, cinta badan, cinta alam,

cinta makanan, cinta uang, cinta belajar, cinta kuasa, cinta keterkenalan, dll. Cinta lebih berarah ke konsep abstrak, lebih mudah dialami daripada dijelaskan. Cinta kasih yang sudah ada perlu selalu dijaga agar dapat dipertahankan keindahannya.

- Cinta antar pribadi

Cinta antar pribadi menunjuk kepada cinta antara manusia. Bentuk ini lebih dari sekedar rasa kesukaan terhadap orang lain. Cinta antar pribadi bisa mencakup hubungan kekasih, hubungan orangtua dengan anak, dan juga persahabatan yang sangat erat.

Beberapa unsur yang sering ada dalam cinta antar pribadi:

- Kasih sayang: menghargai orang lain.
- Altruisme: perhatian non-egois kepada orang lain (yang tidak dimiliki oleh banyak orang).
- Reciprocation: cinta yang saling menguntungkan (bukan saling memanfaatkan).
- Komitmen: keinginan untuk mengabadikan cinta, tekad yang kuat dalam suatu hubungan.
- Keintiman emosional: berbagi emosi dan rasa.
- Kekerabatan: ikatan keluarga.
- Passion: hasrat dan atau nafsu seksual yang cenderung menggebu-gebu.
- Physical intimacy: berbagi kehidupan erat satu sama lain secara fisik, termasuk di dalamnya hubungan seksual.

- Kepentingan pribadi: cinta yang mengharapkan imbalan pribadi, cenderung egois dan ada keinginan untuk memanfaatkan pasangan.
- Pelayanan: keinginan untuk membantu dan atau melayani.

Menurut Sujarwa dalam bukunya Manusia dan Fenomena Budaya, secara sederhana cinta bisa dikatakan sebagai paduan rasa simpati antara dua makhluk, yang tak hanya sebatas dari lelaki dan wanita.

> "Cinta kasih sejati tak mengenal iri, cemburu, persaingan, dan sebagainya, yang ada hanyalah perasaan yang sama dengan yang dicintai, karena dirinya adalah diri kita, dukanya adalah duka kita, gembiranya adalah kegembiraan kita. Bagi cinta kasih pengorbanan adalah suatu kebahagiaan, sedangkan ketidakmampuan membahagiakan atau meringankan beban yang dicintai atau dikasihi adalah suatu penderitaan". (Sujarwa, 2005)

Cinta bisa juga diibaratkan sebagai seni sebagaimana halnya bentuk seni lainnya, maka diperlukan pengetahuan dan latihan untuk menggapainya. Cinta tak lebih dari sekedar perasaan menyenangkan, untuk mengalaminya harus terjatuh ke dalamnya. Hal tersebut didasarkan oleh berbagai pendapat berikut:

- Orang melihat cinta pertama-tama sebagai masalah dicintai dan bukan masalah mencintai. Hal ini akan mendorong manusia untuk selalu mempermasalahkan bagaimana supaya dicintai, atau supaya bisa menarik orang lain.
- Orang memandang masalah cinta adalah masalah objek dan bukan masalah bakat. Hal ini mendorong manusia untuk berpikir bahwa mencintai orang lain itu adalah soal sederhana, sedangkan yang sulit adalah mencari objek yang tepat untuk mencintai atau dicintai.

2.8 TINJAUAN TENTANG SEMIOTIKA

2.8.1 SEJARAH SEMIOTIKA

Manusia memakai bahasa sebagai alat komunikasi. Bahasa dibentuk oleh tanda – tanda, dan ilmu yang mempelajari tanda disebut semiotika. Istilah semiotika berasal dari bahasa Yunani, *semeiotikos*, berarti penerjemahan dari tanda – tanda. Kata "semiotika" untuk pertama kalinya diperkenalkan oleh Henry Stubbes (1670), itupun dalam bahasa inggris, yang digunakan dalam ilmu kedokteran untuk menginterpretasi tanda (*symptom*). John Locke menggunakan istilah *semeiotike* dan *semeiotics* dalam buku 4, bab 21 *An Essay Concerning Human Understanding* (1690). Pada abat ke-19, Charles Sanders Peirce mendefinisikan "*semiotic*" sebagai "kuasi formal dari doktrin tanda – tanda" yang bersifat abstrak. Charles Morris mengikuti Pierce dan menggunakan istilah "*semiotik*" untuk menggunakan tanda- tanda yang tidak digunakan manusia tetapi juga oleh hewan.

Studi tentang bagaimana suatu masyarakat menghasilkan makna dan nilai – nilai dalam suatu sistem komunikasi disebut semiotika. Semiotika merupakan istilah dari bahasa Yunani *semion* atau "tanda". Di sini "tanda" memiliki arti khusus, mengacu kepada konteks sosial dan budaya di mana sebuah tanda digunakan agar kita memperoleh signifikansi atau makna tertentu. Bahasa dan sistem simbolis lainnya seperti musik dan gambar disebut sistem "tanda", karena mereka diatur, dipelajari, dan ditularkan berdasarkan aturan dan konvensi bersama oleh suatu masyarakat.

Singkatnya semiotika adalah studi tentang proses "tanda" (*semiosis*), tentang makna dan komunikasi, tentang tanda – tanda dan simbol – simbol yang dibagi menjadi tiga cabang:

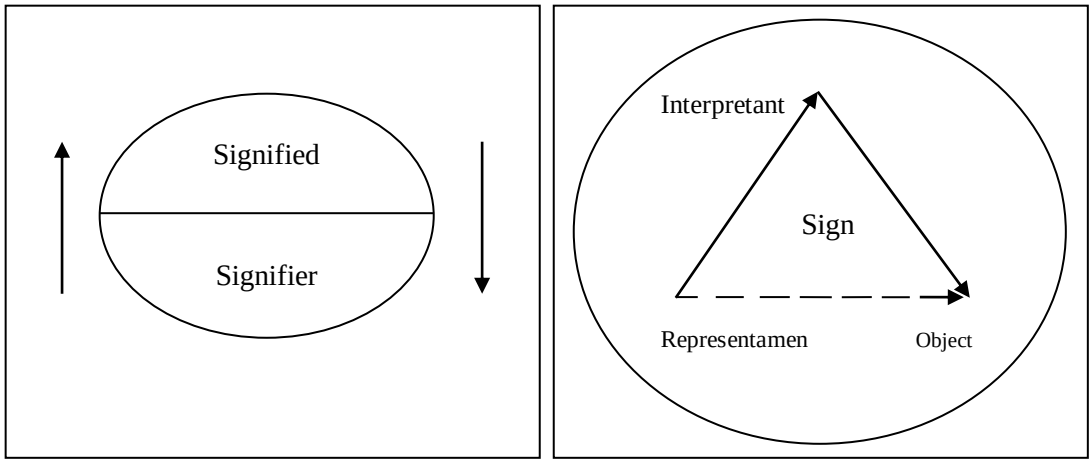
1. *Sematik*, cabang semiotika yang mempelajari hubungan antara tanda dan hal – hal yang dirujuk oleh tanda atau yang biasa disebut "*denotata*"
2. *Sintaksis*, cabang semiotika yang mempelajari sifat – sifat formal suatu tanda dan symbol, atau lebih tepat sintaksis mempelajari "aturan – aturan yang mengatur bagaimana kata – kata dikombinasikan untuk membentuk ungkapan dan kalimat".
3. *Pragmatis*, adalah cabang semiotika yang mempelajari pengaruh tanda terhadap orang yang menggunakannya, umumnya pragmatis berkaitan dengan aspek – aspek biotik dari simiosis yang bersumber dari semua fenomena psikologis, biologis, dan sosiologis yang mempengaruhi terbentuknya dan/atau penggunaan tanda – tanda tersebut.

   (Liliweri, 2011: 454)

Gambar berikut ini merupakan konsep dari Ferdinand de Saussure, yang menerangkan bahwa setiap tanda mempunyai model terdiri dari dua bagian, yaitu penanda (*signifier*) yang memberikan tanda kepada material yang ditandakan (*signified*). Apabila suatu penanda (*signifier*) memberikan tanda kepada material yang ditandakan (*signified*), lalu kemudian keduanya terikat dalam sistem yang tidak dapat dipisahkan maka satuan ini disebut *codes*. Ingat bahwa *codes* ini dibentuk berdasarkan pengalaman interaksi manusia dalam suatu kompleks *cultural* tertentu.

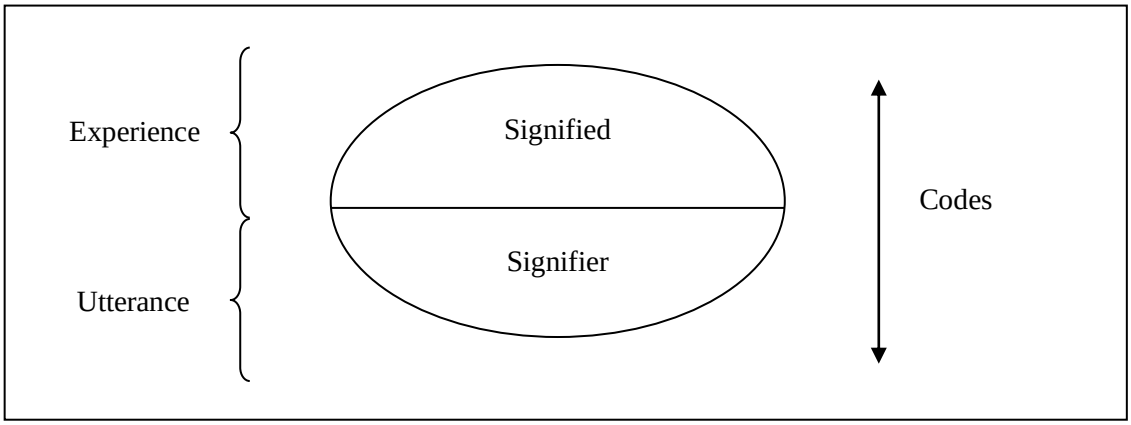
Charles Sanders Peirce menyatakan satuan itu dalam "*Model Triadic*" sebagaimana terlihat pada gambar berikut:

Gambar 2.1
Model Triadic Peirce



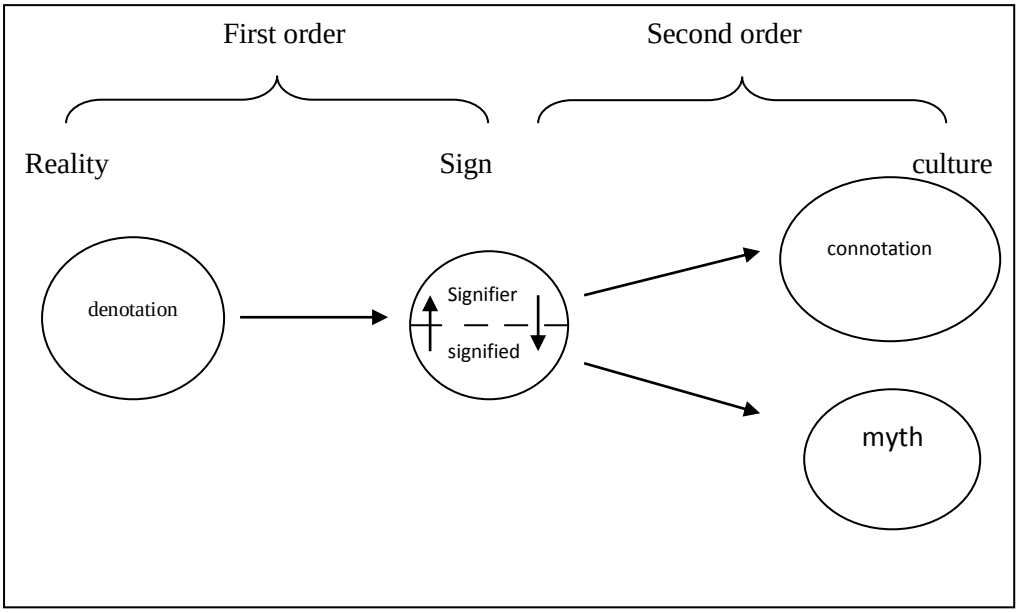
(Sumber : Liliweri, 2011: 456)

Gambar 2.2
Model deskriptif dari Saussure



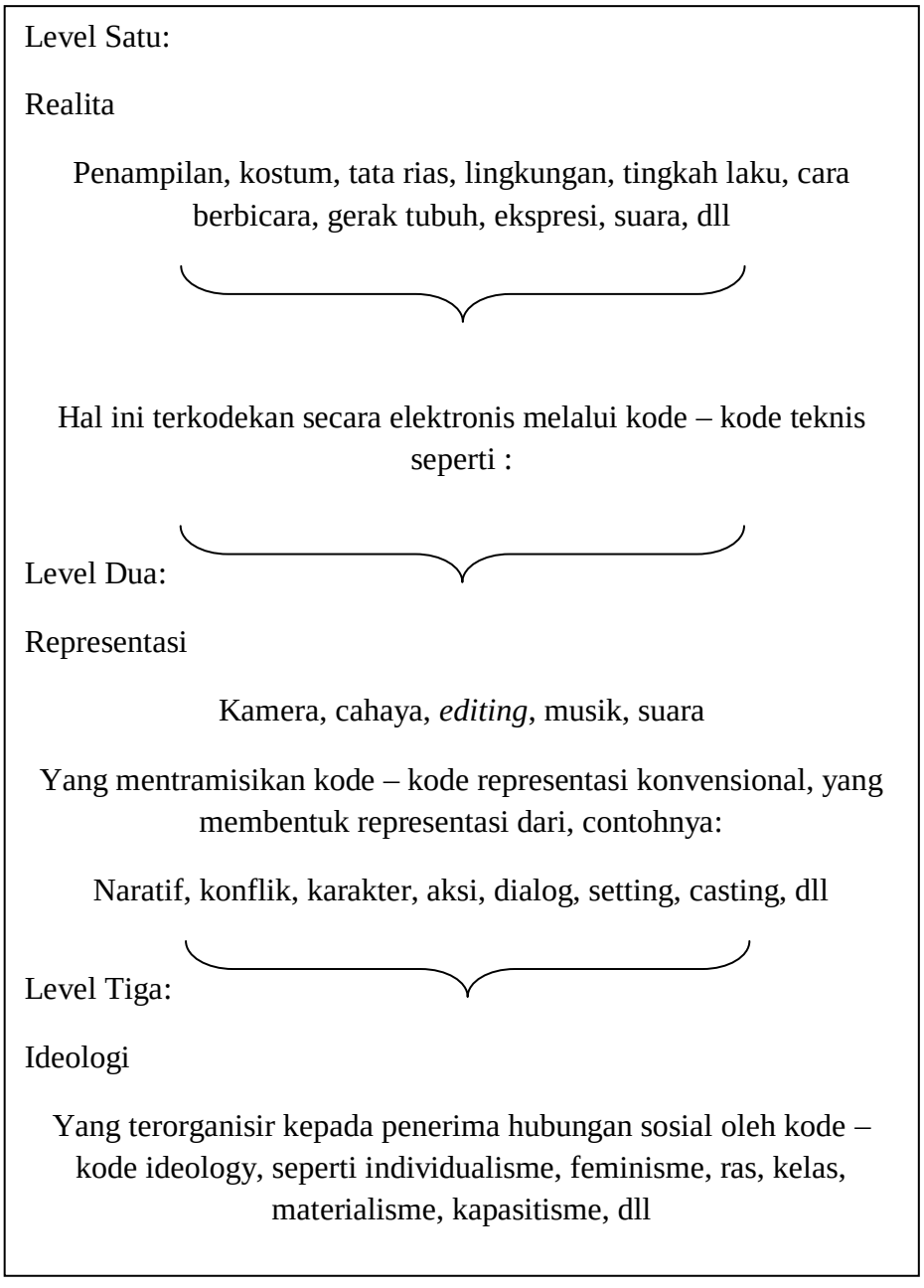
(Sumber: Liliweri, 2011: 456)

Gambar 2.3
Model dua tahap Barthes



(Sumber: Sobur, 2001: 12)

Gambar 2.4
Kode – kode Televisi John Fiske (Fiske, 1987: 5)



(Sumber: Fiske, 1987: 5)

Manfaat semiotika itu sangat besar melampaui sekadar penjelasan tentang suatu bahasa, semiotika menjadi sangat penting untuk dipelajari karena sangat bermanfaat untuk menjelaskan pelbagai makna seperti model pakaian, teks atau suara iklan, genre budaya popular di TV dan film, tampilan musik, wacana politik, hingga segala bentuk tulisan dan pidato.

Sistem semiotika inilah yang membentuk dan membangun representasi mental, dan dari representasi mental inilah individu membuat klasifikasi atau kategori terhadap segala "sesuatu" yang bersifat *artificial* yang ditangkap indra dari lingkungan dunia/eksternal. Karena semiotika manusia dibentuk oleh kata – kata yang berbasis pada ikon yang telah dikategorisasi, karena itu pula sebenarnya sistem kognitif mewakili ikon dari objek tertentu.

> Semiotika adalah studi mengenai pertandaan dan makna dari sistem tanda, ilmu tentang tanda, bagaimana makna dibangun dalam teks media, atau studi tentang bagaimana tanda dari jenis karya apapun dalam masyarakat yang mengkonsumsi makna. **(Fiske, 2004: 282).**

Semiotik melihat komunikasi sebagai penciptaan/pemunculan makna di dalam pesan-baik oleh pengirim maupun penerima. Makna tidak bersifat absolut, bukan suatu konsep statis yang bisa ditemukan terbungkus rapi di dalam pesan. Makna adalah sebuah proses yang aktif: para ahli semiotic menggunakan kata kerja seperti; menciptakan, memunculkan, atau negosiasi mengacu pada proses ini. Negosiasi mungkin merupakan istilah yang paling berguna yang mengindikasikan hal-hal seperti kepada-dan-dari, member-dan-menerima antara manusia/orang dan pesan. Makna adalah hasil interaksi dinamis antara tanda,

konsep mental (hasil interpretasi), dan objek: muncul dalam konteks historis yang spesifik dan mungkin berubah seiring dengan waktu. **(Fiske, 2012: 76)**

2.9 TINJAUAN TENTANG *CULTURAL STUDIES*

Studi kultural atau *cultural studies* merupakan kelompok pemikiran yang memberikan perhatian pada cara – cara bagaimana budaya dihasilkan melalui perjuangan di antara berbagai ideologi. Studi kultural memberikan perhatiannya pada bagaimana budaya dipengaruhi oleh berbagai kelompok dominan dan berkuasa.

Cultural studies pada akhirnya menjadi suatu kajian yang mendeskripsikann tentang segala fenomena masyarakat kontemporer seperti yang nampak pada budaya pop, media, sub-culture, gaya hidup, konsumerisme, identitas lokal, dan sebagainya, yang mana media dan praktiknya diposisiskan di dalam totalitas ekspresif yang kompleks dan menggunakan perspektif holistik yang bersifat makro sebagai kondisi yang mendasari sosiologi budaya. Fenomena kontemporer ditandai oleh menguatnya budaya massa melalui media komersil, khususnya televisi. Selain itu, masyarakat yang ditandai perkembangan teknologi komunikasi berikut perkembangan mutakhir kehadiran media-media baru, terbentuknya masyarakat informasi serta isu globalisasi juga merupakan gejala fenomena masyarakat kontemporer.

Dari segi disiplin ilmu, *cultural studies* sering disebut sebagai wilayah kajian lintas-disiplin, multi-disiplin, pasca-disiplin, atau anti-disiplin. Seringkali yang dimaksud dengan ‘lintas’, ‘multi’, ‘pasca’, atau ‘anti’ tersebut merupakan

sebuah fenomena pascamodern dalam dunia akademis tentang mengaburnya batas-batas antar-disiplin. Semua ini tentulah baik adanya, karena (dari sudut pandang nominalis) ‘disiplin’ sebenarnya hanyalah merupakan istilah untuk melegitimasi dan melembagakan metode dan medan minat sebuah kajian. Namun yang sering luput dan tidak hadir dalam perbincangan tentang lintas-disiplin dalam ilmu-ilmu sosial dan humaniora adalah bahwa gagasan lintas-disiplin dalam *cultural studies* juga melibatkan gagasan tentang perlintasan antara teori dengan tindakan. Inilah pokok permasalahan sebenarnya yang membedakan *cultural studies* dengan displin lainnya, yaitu hubungan *cultural studies* dengan berbagai persoalan kekuasaan dan politik, dengan keinginan akan perubahan dan representasi dari dan ‘untuk’ kelompok-kelompok sosial yang termarginalisasi, terutama kelompok kelas, gender dan ras (tetapi juga kelompok usia, kecacatan, kebangsaan, dsb).

Dengan demikian, kemunculan *cultural studies* dalam ranah komunikasi massa bukanlah merupakan suatu hal baku yang hanya berkutat pada media dan dampaknya sebagaimana wacana komunikasi massa pada umumnya. Bagi kajian komunikasi massa, *cultural studies* merupakan sebuah pandangan alternatif dari perspektif ilmu komunikasi yang telah ada selama ini, yang dapat memperkaya sudut pandang para peminat komunikasi dalam memahami realitas komunikasi dan kebudayaan sebagai hal yang saling berkaitan.

Selain itu, *cultural studies* ingin memainkan peran demistifikasi, untuk menunjukkan karakter terkonstruksi teks-teks kebudayaan dan berbagai mitos dan ideologi yang tertanam di dalamnya, dengan harapan bisa melahirkan posisi-posisi

subyek. Sebagai sebuah teori yang politis, cultural studies diharapkan dapat mengorganisir kelompok-kelompok oposisi yang berserak menjadi suatu aliansi politik kebudayaan. Sedangkan dari segi metode penelitian komunikasi, cultural studies ingin memperkuat posisi etnografi, pendekatan tekstual (semiotika dan teori narasi) serta kajian-kajian resepsi/konsumsi sebagai suatu metode yang lebih relevan untuk diterapakan dalam ilmu sosial.

(http://enikkirei.wordpress.com/2009/04/20/cultural-studies-sebuah-telaah-tentang-kemunculan-cultural-studies-dalam-ranah-kajian-komunikasi-massa/)

Nama Stuart Hall adalah yang paling sering diasosiasikan dengan aliran pemikiran ini.Menurut Hall, media adalah instrument kekuasaan kelompok elite, dan media berfungsi menyampaikan pemikiran kelompok yang mendominasi masyarakat, terlepas apakah pemikiran itu efektif atau tidak. Studi kultural menekankan pada gagasan bahwa media menjaga kelompok yang berkuasa untuk tetap memegang kontrol atas masyarakat sementara mereka yang kurang berkuasa menerima apa saja yang disisakan kepada mereka oleh kelompok yang berkuasa.

Studi kultural merupakan tradisi pemikiran yang berakar dari pemikiran gagasan ahli filsafat Karl Marx yang berpandangan kapitalisme telah menciptakan kelompok elite berkuasa yang melakukan eksploitasi terhadap kelompok yang tidak berkuasa dan lemah. Kelompok yang lemah akan mengalami “alienasi” yaitu kondisi psikologis di mana orang mulai merasa mereka memiliki kontrol terbatas terhadap masa depan mereka. Menurut Marx, ketika orang kehilangan kontrol atas alat produksi ekonomi mereka (sebagaimana paham kapitalisme) dan karenanya mereka harus bekerja pada majikan maka mereka menjadi teralienasi. Kapitalisme

akan menghasilkan masyarakat yang dikendalikan oleh keuntungan ekonomi (profit), dan para pekerja adalah faktor yang menentukan keuntungan itu.

Marx berpandangan bahwa pesan yang disampaikan media massa sejak awal dibuat dan disampaikan kepada khalayak audiensi dengan satu tujuan, yaitu membela kepentingan paham kapitalisme. Walaupun media sering kali mengklaim atau menyatakan bahwa mereka menyampaikan informasi untuk kepentingan publik dan kebaikan bersama (*common good*), namun meminjam ungkapan popular "ujung-ujungnya duit!"

Jika dalam pandangan Marxisme sistem ekonomi yang menjadi infrastruktur sosial akan menentukan superstruktur maka dalam pandangan studi kultural hubungan tersebut dipercayai lebih kompleks. Berbagai kekuatan dalam masyarakat dipercaya berasal dari berbagai sumber. Infrastruktur dan suprastruktur bersifat saling bergantung satu sama lain. Karena sebab akibat yang terjadi dalam masyarakat bersifat sangat kompleks, maka tidak ada akibat atau keadaan yang semata – mata ditentukan oleh kondisi tertentu saja. Hal yang sama berlaku pula untuk ideologi. Berbagai ideologi yang berbeda dan terkadang berkontadiksi hidup bersama berdampingan dalam ketegangan yang dinamis. Menurut Hall, tidak ada ideologi yang bersifat tunggal, ketika seorang memilih suatu ideologi maka ia telah memicu seluruh rantai ideologi yang berhubungan dengan ideologi tersebut.

Walaupun paham Marxisme yang berpandangan bahwa komunikasi bersifat menindas atau opresif memberikan pengaruhnya dalam aliran *cultural studies*, namun para pemikir yang masuk dalam kelompok studi ini memiliki arah

atau orientasi yang agak berbeda dalam pemikiran mereka dibandingkan dengan Marxisme. Namun demikian penerapan prinsip –prinsip Marxisme dalam studi kultural bersifat halus dan tidak langsung. Hal ini medorong beberapa sarjana menilai teori ini lebih bersifat neo-Marxisme yang berarti dalam hal – hal tertentu dapat perbedaan dari pandangan Marxisme klasik. Adapun perbedaanya dapat dikemukakan sebagai berikut :

- *Pertama*, tidak seperti Marxisme, mereka yang bernaung dalam studi kultural berupaya mengintegrasikan berbagai perspektif ke dalam pemikiran mereka termasuk seni, kemanusiaan dan ilmu sosial.
- *Kedua*, para ahli teori *cultural studies* memperluas kelompok – kelompok tertindas yang mencakup juga mereka yang tidak memiliki kekuasaan dan kelompok marginal termasuk di dalamnya kelompok wanita, anak-anak, homoseksual, etnik minoritas, penderita gangguan mental dan lain-lain. Jadi tidak terbatas hanya pada kelompok buruh sebagaimna paham Marxisme.
- *Ketiga*, kehidupan sehari – hari menurut pandangan Marxisme terpusat pada kerja dan keluarga, namun para penganut studi kultural juga meneliti kegiatan-kegiatan seperti rekreasi, hobi, dan olahraga dalam upaya untuk memahami bagaimana individu berfungsi dalam masyarakat. **(Morissan, 2013: 537).**

Singkatnya, pemikiran asli Marxisme menurut perspektif studi kultural lebih cocok untuk masyarakat yang hidup pada era perang Dunia ke-2, dan tidak

cocok diterapkan untuk masyarakat era modern saat ini. Studi kultural tidak memandang masyrakat hanya pada kerja dan keluarga saja sebagaimana Marxisme tetapi jauh lebih luas dari itu.

Tradisi *cultural studies* cenderung bersifat reformis. Para sarjana kultural ingin melihat adanya perubahan pada masyarakat (khususnya barat), dan mereka memandang pemikiran mereka sebagai instrument perjuangan budaya sosialis. Mereka percaya bahwa perubahan akan terjadi melalui dua cara, yaitu :

1) Melalui pengenalan atau identifikasi terhadap kontradiksi yang ada dalam masyarakat dengan resolusi yang dihasilkan mengarah pada perubahan positif yang tidak menindas; dan

2) Melalui pemberian interpretasi yang membantu masyarakat dalam memahami adanya kelompok - kelompok yang memiliki kekuatan yang mendominasi sehingga menimbulkan ketidakadilan, dan memberikan pandangan terhadap jenis perubahan yang diperlakukan. **(Morissan, 2013: 538).**

Samuel Becker (1984) menjelaskan bahwa tujuan tradisi kultural, adalah untuk menyadarkan kembali khalayak dan para pekerja media yang dinilai sudah terlalu terlena dengan berbagai ilusi dan rutinitas atau perbuatan yang mereka lakukan agar mereka mempertanyakannya.

Studi komunikasi massa menjadi hal penting dalam pemikiran studi kultural, dan media dipandang sebagai instrumen yang ampuh bagi ideologi dominan. Selain itu, media memiliki potensi meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai isu kelas, kekuasaan, dan dominasi. Dalam hal ini, kita harus cermat dalam menafsirkan pemikiran studi kultural yang memandang media sebagai hal

yang penting tetapi tidak menjadikan media sebagai satu-satunya hal yang harus diperhatikan. Inilah yang menjadi alasan mengapa mereka menyebut pemikiran sebagai "studi budaya" (*cultural studies*), bukan "studi media" (*media studies*).

Studi kultural memberikan perhatian pada bagaimana kelompok – kelompok elite seperti media melaksanakan kekuasaannya terhadap kelompok - kelompok yang tidak berkuasa (kelompok subordinasi). Menurut West – Turner, teori ini berdiri di atas dua fondasi yang menjadi asumsi dasar teori, yaitu :

1) Budaya menyebar dan terdapat pada setiap segi perilaku manusia.

2) Manusia adalah bagaian dari hierarki struktur kekuasaan. Kita akan membahas masing-masing asumsi tersebut dalam uraian berikut ini.

Asumsi pertama studi kultural menyatakan bahwa budaya menyebar dan terdapat pada setiap segi perilaku manusia. Dalam hal ini, studi kultural membicarakan budaya melalui dua cara atau dua definisi mengenai budaya, yaitu:

- *Pertama*, budaya adalah gagasan bersama di mana masyarakat menyadarkan dirinya pada ideologi yang mereka anut bersama yaitu cara bersama yang digunakan untuk memahami pengalaman mereka.
- *Kedua*, budaya adalah praktik atau perbuatan yaitu keseluruhan cara hidup suatu kelompok yakni apa yang dilakukan individu secara nyata setiap harinya. **(Morissan, 2013: 539).**

2.10 KERANGKA PEMIKIRAN

2.10.1 KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS

Dalam menganalisa Representasi *True Love* Dalam Film *Breaking Dawn Part 2.* Penelitian ini menggunakan teori *The Codes of Television* oleh John Fiske. Peneliti memilih beberapa kode yang ada dalam teori *the codes of television* John Fiske. Beberapa kode televisi ini akan lebih mempermudah peneliti dalam meneliti representasi *true love* dalam film.

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

> Tanda adalah sesuatu yang dikaitkan pada seseorang untuk sesuatu dalam beberapa hal atau kapasitas. Tanda menunjuk pada seseorang, yakni, menciptakan di benak orang tersebut suatu tanda yang setara, atau barangkali suatu tanda yang lebih berkembang. Tanda yang diciptakannya saya namakan interpretant dari tanda pertama. Tanda itu menunjuk sesuatu, yakni objeknya. **(Fiske, 2004: 63).**

> Semiotika adalah studi mengenai pertandaan dan makna dari sistem tanda, ilmu tentang tanda, bagaimana makna dibangun dalam teks media, atau studi tentang bagaimana tanda dari jenis karya apapun dalam masyarakat yang mengkonsumsi makna. **(Fiske, 2004: 282).**

Dalam teori semiotika, pokok studinya adalah tanda atau bagaimana cara tanda – tanda itu bekerja juga dapat disebut semiologi. Tanda – tanda itu hanya

mengemban arti pada dirinya sendiri, dengan kata lain jika diterapkan pada tanda – tanda bahasa, maka huruf, kata, dan kalimat tidak memiliki arti pada dirinya sendiri. Tanda – tanda itu hanya mengemban arti (*significant*) dalam kaitan dengan pembacanya, pembaca itulah yang menghubungkan tanda dengan apa yang ditandakan (*signified*) sebagai konvensi dalam sistem bahasa yang bersangkutan. Segala sesuatu memiliki system tanda, dapat dianggap teks. Contohnya di dalam film, majalah, televisi, iklan, brosur, koran, novel bahkan di surat cinta sekalipun.

Tiga bidang studi utama dalam semiotika menurut John Fiske adalah:

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

(Fiske, 2004: 60)

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

Representasi adalah konsep yang digunakan dalam proses sosial pemaknaan melalui sistem penandaan yang tersedia: dialog, tulisan, video, film, fotografi, dsb. Secara ringkas, representasi adalah produksi makna melalui bahasa (Hall, 1997:15).

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

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

Tabel 2.2
PROSES REPRESENTASI

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

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

Pertama, realitas, dalam proses ini baik peristiwa atau ide dikonstruksikan sebagai realitas oleh media dalam bentuk bahasa gambar. Ini umumnya berhubungan dengan aspek seperti pakaian, lingkungan, ucapan, ekspresi dan lain-lain. Di sini realitas selalu siap ditandakan. Kedua, representasi, dalam proses ini realitas digambarkan dalam perangkat teknis, seperti bahasa tulis, gambar, grafik,

animasi, dan lain-lain. ketiga, tahap ideologis, dalam proses ini peristiwa dihubungkan dan diorganisasikan ke dalam konvensi-konvensi yang diterima secara ideologis. Bagaimana kode - kode direpresentasi dihubungkan dan diorganisasikan ke dalam koherensi sosial atau kepercayaan dominan yang ada dalam masyarakat. **(Wibowo, 2011:123).**

2.10.2 KERANGKA PEMIKIRAN KONSEPTUAL

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana makna dari *true love* dalam film *The Twilight Saga: Breaking Dawn Part 2* ini. Maka dari itu, peneliti menggunakan model John Fiske sebagai teori pendukung dalam menganalisis makna *true love* dalam film *Breaking Dawn Part 2*.

Terdapat beberapa *scene* yang memunculkan cerita tentang *true love* yang akan di analisis dari film *Breaking Dawn Part 2* ini dengan konsepsi pemikiran John Fiske. Semiotik yang dikaji oleh John Fiske antara lain membahas pertandaan dan makna dari sistem tanda, ilmu tentang tanda, dan bagaimana makna dibangun dalam teks media, atau studi tentang bagaimana tanda dari jenis karya apapun dalam masyarakat yang mengkonsumsi makna dalam suatu objek yang peneliti akan teliti.

Dari peta John Fiske di atas diadaptasi bahwa sebuah tanda mengacu pada sesuatu di luar dirinya sendiri dan ini dipahami oleh seseorang; dan ini memiliki efek di benak penggunanya.

Fiske berpendapat bahwa realitas adalah produk pokok yang dibuat oleh manusia. Dari ungkapan tersebut diketahui bahwa Fiske berpandangan apa yang

ditampilkan di layar kaca, seperti film, adalah merupakan realitas sosial. Fiske kemudian membagi pengkodean dalam tiga level pengkodean tayangan televisi, yang dalam hal ini juga berlaku pada film, yaitu:

1. Level *Reality* : Kode yang tercakup dalam level ini adalah penampilan, kostum, riasan, lingkungan, tingkah laku, cara berbicara, bahasa atau gerak tubuh, ekspresi, suara, dll.
2. Level *Representation* : Di level kedua ini kode yang termasuk di dalamnya adalah seputar kode kode teknik, seperti kamera, pencahayaan, editing, musik, dan suara. Di mana level ini mentransmisikan kode-kode konvensional.
3. Level *Ideology* : Level ini adalah hasil dari level realita dan level representasi yang terorganisir atau terkategorikan kepada penerimaan dan hubungan sosial oleh kode-kode ideologi, seperti individualisme, patriarki, ras, kelas, materialisme, kapitalisme, dll.

Posisi pembacaan ada pada posisi sosial yang mana penggabungan antara kode-kode televisual, sosial, dan ideologi menjadi satu untuk membuatnya menjadi berhubungan, penyatuan rasa : untuk membuat ‘rasa’ dari program kita dengan cara ini kita dimanjakan pada ideologi praktis diri kita, kita memelihara dan mengesahkan ideologi dominan, dan penghargaan kita untuk kesenangan yang mudah dari pengenalan akan hal yang lazim dan cukup.

Semiotika merupakan bagian dari *cultural studies* dimana salah substansinya adalah ideologi. Teori ideologi merupakan teori yang berkaitan dengan penelitian semiotika dalam film *Breaking Dawn Part 2* ini. Teori – teori

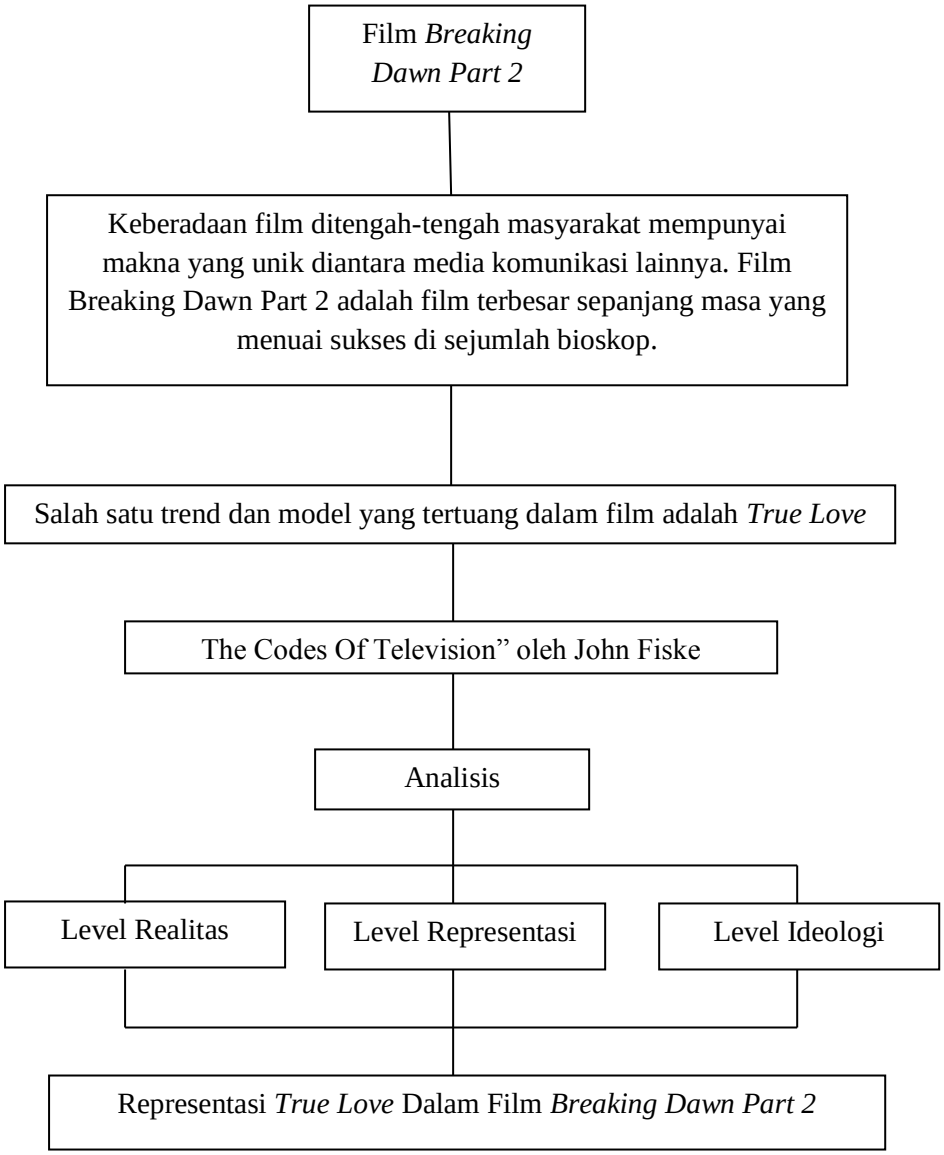
ideologi menekankan bahwa semua komunikasi dan makna memiliki dimensi sosial politik, dan bahwa kedua hal tersebut tidak dapat dipahami di luar konteks sosial. Ideologi selalu bekerja menguntungkan pemegang kuasa, bagi kelas – kelas yang memiliki kuasa mendominasi produksi dan distribusi tidak hanya barang, tetapi pemikiran dan makna.

"Bukan kesadaran yang menentukan keadaan manusia, akan tetapi keadaan (sosial) yang menentukan kesadaran manusia." (Marx dalam Storey, 2001). Pernyataan tersebut menggambarkan bagaimana ideologi beroperasi; terciptanya distorsi realita atau kesadaran palsu. Ideologi berhubungan dengan tema-tema besar seperti *worldview* dan sistem kepercayaan yang berlaku dalam masyarakat. Meskipun demikian keberlangsungan masyarakat (*social order*) tidaklah bebas nilai, melainkan dikompetisikan dan dinegosiasikan antara idelogi dominan dengan ideologi subordinat.

2.10.3 MODEL ALUR KERANGKA PEMIKIRAN

Bagan 2.1

Kerangka Pemikiran



(Sumber: Peneliti, 2013)