BAB II

TNJUAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Peneliti mengambil skripsi yang berjudul "Representasi Nilai-Nilai Motivasi Yang Terkandung Dalam Film *My Name Is Khan* (Studi Semiotik Mengenai Representasi Nilai-Nilai Motivasi Yang Terkandung Dalam Film *My Name Is Khan*)". Pada kajian penelitian skripsi mengenai studi semiotika tentang film sudah sangat banyak yang membahas di Universitas lain, akan tetapi terdapat perbedaan dari segi pembahasan isinya yang berbeda.

Pada penelitian ini, peneliti melihat tinjauan penelitian sebelumnya yang membahas mengenai representasi dalam sebuah film dan objek yang ingin digali dan dibedah melalui studi semiotik untuk memperkuat kajian pustaka penelitian ini. Selain itu, karena pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif yang menghargai berbagai perbedaan yang ada serta cara pandang mengenai objek-objek tertentu, sehingga meskipun terdapat kesamaan maupun perbedaan adalah suatu hal yang wajar dan dapat disinergikan untuk saling melengkapi. Berikut judul penelitian terdahulu yang membahas mengenai representasi dengan menggunakan studi semiotik dalam

analisisnya.

Tinjauan pustaka bertujuan untuk menjelaskan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti tinjauan pustaka berisikan tentang data-data sekunder yang peneliti peroleh dari jurnal-jurnal ilmiah atau hasil penelitian pihak lain yang dapat dijadikan asumsi-asumsi yang memungkinkan terjadinya penalaran untuk menjawab masalah yang diajukan peneliti. adapun hasil dari pengumpulan yang telah peneliti dapatkan selama penelitian dan peneliti menguraikannya sebagai berikut :

2.1.1.1 Fauzie Pradita Abbas (41809108)

Universitas Komputer Indonesia

Ilmu Komunikasi – Konsentrasi Jurnalistik (Lulusan 2013)

Judul Skripsi: "Representasi Makna Kesetiaan Dalam Film Hachiko *A Dog's Story* Karya Lasse Hallstrom (Studi Semiotik Roland Barthes Mengenai Makna Kesetiaan Dalam Film Hachiko *A Dog's Story* Karya Lasse Hallstrom)"

Keterangan:

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui representasi dari makna semiotik kesetiaan yang terkandung dalam film Hachiko : Kisah Anjing , menganalisis bagaimana makna yang terkandung dalam film Hachiko merupakan kisah anjing yang berkaitan dengan kesetiaan , makna denotasi ,

konotasi , mitos / ideologi oleh Roland Barthes.

Pendekatan kualitatif dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Teknik pengumpulan data adalah studi pustaka , studi dokumentasi , observasi , dan pelacakan data secara online . Objek yang dianalisis mengandung urutan dalam film Hachiko: *"A Dog Story"* dengan mengambil tiga urutan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada tiga makna menurut semiotika Barthes. Denotasi makna dalam urutan Hachiko: *"A Dog Story"* menggambarkan stasiun untuk menjemput Parker parker Bedridge yang biasanya melakukan aktivitas kerja dengan menggunakan transportasi kereta api. Dan pada akhirnya itu membuat Parker merasa terkejut dan terkejut seperti yang muncul dalam film dan *subtitle*. Konotasi urutan kehadiran Hachiko di stasiun menunggu kedatangan Parker, dalam beberapa urutan menunjukkan bahasa tubuh yang mencerminkan loyalitas di mana ia terlihat dengan sikap atau pose dalam urutan. Arti mitos atau ideologi adalah untuk memanfaatkan urutan menunjukkan loyalitas dan kesetiaan, Hachiko menunggu Parker tetap bertekad meskipun usu al sedikit tidak masuk akal. Kasih sayang manusia yang diberikan kepada anjing itu dapat diterima oleh anjing dan anjing itu mampu

memberikan balasan dalam bentuk loyalitas kepada orang itu.

Kesimpulan penelitian memperlihatkan adanya kesetiaan , persahabatan , dan kesetiaan antara anjing dengan manusia , bahwa yang pada dasarnya manusia dan anjing sama Allah diciptakan sebagai makhluk yang hidup berdampingan di dunia ini , yang membedakannya diberikan keuntungan dari pikiran manusia dan pikiran serta derajat hewan di atas persis anjing .

Peneliti memberikan saran bagi para pembuat film yang mungkin harus menghasilkan beberapa ide baru kepada orang-orang sementara itu menarik mereka untuk beberapa pandangan yang menarik . Tidak hanya menggali representasi dari makna kesetiaan , ada banyak tema yang menarik dari film sebagai representasi, antara lain: representasi makna kekerasan, representasi makna maskulin, representasi arti persahabatan serta yang lain.

2.1.1.2 Nurul Popi Indriani (41808154)

Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM)

Ilmu Komunikasi – Konsentrasi Humas (Lulusan 2013)

Judul Skripsi: “Representasi Nasionalisme Dalam Film Tanah Surga, Katanya (Studi Semiotik Roland Barthes

Mengenai Representasi Nasionalisme Dalam Film *Tanah Surga, Katanya*)"

Keterangan:

Nilai-nilai serta wawasan kebangsaan sekarang ini menjadi sebuah topik yang kurang menarik, terutama bagi generasi muda. Jika keadaan ini terus berlangsung, maka jiwa nasionalisme dan perasaan bangga terhadap bangsa serta negeri ini akan terancam. Ini karena banyaknya generasi muda yang semakin lama terlena akan gaya hidup yang modern, dimana modern yang mereka serap tanpa adanya filter yang baik untuk menghalau pengaruh- pengaruh buruk yang ditimbulkan.

Berkaitan dengan film sebagai media penyampai pesan kepada masyarakat, film merupakan tempat kebebasan dalam hal menyampaikan sebuah pesan. Penyampaian pesan disampaikan melalui unsur audio dan unsur visual yang dapat menarik perhatian orang untuk menonton film tersebut. Selain kedua unsur tersebut, film dapat menarik perhatian orang dengan menyajikan cerita yang menarik, detail dan lengkap, serta cara penyampaian pesan secara unik. Unik yang dimaksudkan adalah gambarnya yang bergerak, ini membuat penonton akan lebih mudah dalam memahami

pesan yang terdapat dalam film tersebut.

Film berjudul *Tanah Surga, Katanya* tentu memiliki unsur intrinsik dalam film, salah satunya adalah pesan.

Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui nasionalisme yang terdapat dalam film Tanah Surga, Katanya, menganalisis apa saja makna yang terdapat dalam film Tanah Surga, Katanya yang berkaitan dengan nasionalisme yang terdiri dari makna denotatif, makna konotatif, mitos/ideologi menurut Roland Barthes.

Penelitian ini merupakan Penelitian Kualitatif dengan menggunakan analisis semiotik Roland Barthes. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi dokumentasi, studi pustaka, wawancara dan penelusuran data online. Objek yang dianalisis merupakan scene yang terdapat dalam sebuah film Tanah Surga, Katanya dengan mengambil enam scene.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga makna sesuai dengan semiotik Barthes. Makna denotasi yang terdapat dalam scene Tanah Surga, Katanya menggambarkan setiap kata yang diucapkan mewakili pola pikir orang yang mengatakannya hingga

simbol sebuah nasionalisme. Makna konotasi yang didapat ialah cinta yang berlebihan pada Negara nya, cinta bangsa dan Negara sebagai harga mati, sesuatu dimaknai berbeda karena tidak adanya kesamaan persepsi, rela berkorban demi harga diri Negara, lemahnya ketahanan Negara akan membuka peluang bagi Negara lain untuk menguasainya, serta yakin, bangga, dan tidak pernah menyerah demi bangsa. Sedangkan makna Mitos/Ideologi yang dapat diambil dikehidupan sekitar kita bahwa terdapatnya paham primordialisme, loyalitas dibayar dengan tangan hampa diartikan kepolosan semata, pembodohan Negara diakibatkan minimnya sebuah pendidikan, jiwa nasionalis merupakan benteng pertahanan diri, krisis ketahanan Negara yang berbanding tipis dengan krisis kepercayaan, dan usaha demi Negara menjadi tameng ambisi diri.

Kesimpulan penelitian memperlihatkan pesan-pesan yang ada dalam film ini mempunyai maksud untuk membuka mata penontonnya untuk menyadari keadaan Negara nya serta untuk meningkatkan rasa nasionalisme individu yang menontonnya.Peneliti memberikan saran bagi para sineas agar dapat membuat film dengan tema nasionalisme lebih banyak lagi serta untuk para penikmat film agar bisa lebih menghargai perfilman

Indonesia.

2.1.1.3 Lidya Ivana Rawung (090815029)

Universitas Sam Ratulangi - Manado

Ilmu Komunikasi (Lulusan 2013)

Journal "Acta Diurna" Vol.I.No.1. Tahun. 2013

Judul Jurnal International: "Analisis Semiotika Pada Film Laskar Pelangi"

Keterangan:

Film Laskar Pelangi terinspirasi dari kisah nyata perjuangan anak-anak Belitung yang ingin sekolah, tekad yang kuat untuk belajar serta pengabdian guru ditengah keterbatasan. Potret pendidikan Indonesia saat ini, berbeda dengan apa yang ada dalam film Laskar Pelangi. Banyak pelajar yang tawuran dan bolos sekolah. Maka itu, sangat penting untuk mengetahui tanda-tanda (makna) dari film Laskar Pelangi agar masyarakat bisa mengetahui film-film yang mendidik dan lewat film ini, bisa memberikan inspirasi bagi generasi penerus bangsa tentang pentingnya semangat dan tekad yang kuat untuk belajar serta untuk para pendidik, dapat memiliki karakter yang mau mengabdi.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kualitatif. Dimana peneliti akan menjelaskan analisis

semiotika dengan menggunakan teori dari Ferdinand De Saussure serta menganalisis data berdasarkan Kamus, Ideologi, Frame Work Budaya dan Interpretan Kelompok. Setelah menganalisis dan melakukan wawancara dengan informan (Interpretan Kelompok) maka dapat diketahui bahwa film Laskar Pelangi memiliki makna pesan yang positif untuk mendidik dan mencerdaskan anak bangsa. Dalam film ini, terdapat makna tentang semangat dan tekad yang kuat untuk belajar ditengah keterbatasan serta mencerikatakan tentang pengabdian guru meski hidup dibawah garis kemiskinan. Dengan memiliki semangat, tekad yang kuat serta dididik oleh guru yang benar-benar ingin mengabdi maka siswa-siswa SD Muhamadiah bisa mencapai impian mereka.

Lewat makna pesan dalam film Laskar Pelangi kita bisa mengetahui bahwa sebagai generasi penerus bangsa kita harus terus belajar, jangan pernah menyerah dan kalah dengan kesulitan dan sebagai pendidik milikilah karakter yang mau mengabdi untuk bangsa Indonesia. Jangan pengabdian diukur karena materi saja. Serta bagi masyarakat Indonesia harus bisa memilih film mana yang pantas ditonton dan yang tidak. Untuk produser, sutradara dan rumah produksi film buatlah film yang mencerdaskan

kehidupan anak bangsa, agar bangsa kita memiliki generasi penerus yang luar biasa.

Tabel 2.1

Rekapitulasi Penelitian Terdahulu Yang Sejenis

Nama	**Fauzie Pradita Abbas**	**Nurul Popi Indriani**	**Lidya Ivana Rawung**	**Muhammad Aziz Rafsanjani**
TAHUN	**2013**	**2013**	**2013**	**2014**
JUDUL	Representasi Makna Kesetiaan Dalam Film Hachiko : *A dog's Story*	Representasi Nasionalisme Dalam Film *Tanah Surga, Katanya*	Jurnal International Analisis Semiotika Dalam Film *Laskar*	Representasi Nilai-Nilai Motivasi Dalam Film *My Name Is Khan*
TUJUAN	Untuk mengetahui makna semiotik tentang kesetiaan dalam film Hachiko*: A Dog's Story*	Untuk mengetahui representasi nasionalisme dalam film *Tanah Surga, Katanya*	Untuk mengetahui makna semiotik dalam film *Laskar Pelangi*	Untuk mengetahui makna semiotik tentang nilai-nilai motivasi yang terkandung dalam film *My Name Is Khan*
Pendekatan	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif

HASIL	Makna mitos yang terdapat pada *sequence* dengan bermodalkan loyalitas dan kesetiaan, Hachiko tua tetap bertekad menunggu Parker meskipun pada lazimnya agak tidak masuk diakal. Meski begitu kasih sayang yang diberikan manusia kepada seekor anjing ternyata dapat diterima oleh anjing dan seekor anjing pun dapat memberikan balasan berupa kesetiaan terhadap manusia tersebut.	Makna Mitos atau Ideologi yang berarti bahwa kita dapat mengambil sesuatu tentang primordialisme , loyalitas orang-orang tidak berarti apa-apa , karena pendidikan yang rendah menipu oleh negara lain , jiwa nasionalis adalah penghalang untuk diri mereka sendiri , krisis resistensi negara dibandingkan dengan krisis kepercayaan , dan upaya oleh negara adalah topeng untuk ambisi diri.	Terdapat makna pesan yang positif untuk mendidik dan mencerdaskan anak bangsa. Dalam film ini, terdapat makna tentang semangat dan tekad yang kuat untuk belajar ditengah keterbatasan serta mencerikatakan tentang pengabdian guru meski hidup dibawah garis kemiskinan. Dengan memiliki semangat, tekad yang kuat serta dididik oleh guru yang benar-benar ingin mengabdi maka siswa-siswa SD Muhamadiah bisa mencapai impian mereka.	-

Sumber: Peneliti, 2014

2.1.2 Tinjauan Mengenai Komunikasi

2.1.2.1 Komunikasi Merupakan Ilmu

Eksistensi komunikasi sebagai ilmu dapat ditelusuri dari perkembangannya semenjak abad kelima sebelum masehi dengan sebutan ilmu pernyataan manusia, yang mulanya berkembang di Yunani Purba ikut menjalar ke Romawi. Ilmu ini mengkaji secara sistematis segala segi pernyataan antar manusia.

Pada zaman pemerintahan kaisar Romawi Gaius Julius Caesar dimulailah ilmu pernyataan manusia yang dinyatakan melalui media. Seiring dengan perkembangan ini, muncul surat kabar pertama di Jerman yang bernama *Weekly News.* Perkembangan surat kabar serta dampak yang ditimbulkan inilah yang menarik para ilmuwan untuk mempelajarinya. Hingga abad 19 munculah ilmu persuratkabaran (*science of the press*)

Tidak hanya Yunani dan Romawi, dalam perkembangannya ilmu pernyataan manusia berkembang pula di Jerman dengan nama *"Publizistikwissenschaft",* dan di Amerika Serikat disebut *"Communicaton Science",* keduanya mempunyai basis yang sama yaitu Ilmu

Persuratkabaran.

Dapat dikatakan dari awal ilmu komunikasi lahir hingga dalam setiap perkembangannya dapat diterima baik, tidak hanya di beberapa Negara saja namun diseluruh dunia. Memang banyak ilmuwan dari bermacam-macam disiplin (ilmu) telah banyak memberikan sumbangan kepada ilmu kita (komunikasi). Tidak mengherankan jika banyak disiplin telah terlibat dalam studi komunikasi baik secara langsung, maupun secara tidak langsung. Hal ini menurut Fisher (1986:17) bermakna bahwa komunikasi memang mencakup semuanya, dan bersifat sangat eklektif (menggabungkan berbagai bidang). (Suryana, 2005: 33-35) (Arifin, 2010: 15)

2.1.2.2 Definisi Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti "sama", *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti membuat sama (*to make common*).

Dengan sifat komunikasi yang eklektif membuatnya menjadi multimakna, sehingga menimbulkan kesulitan dalam mengkonseptualisasi komunikasi sebagai suatu

kajian ilmiah.

Kesulitan ini langsung terlihat dari lahirnya sejumlah definisi komunikasi. Berbicara tentang definisi komunikasi, tidak ada definisi yang benar ataupun salah.

Seperti juga model atau teori, definisi harus dilihat dari kemanfaatannya untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Para pakar mempunyai caranya sendiri dalam merumuskan komunikasi. Adapun beberapa definisi yang dipaparkan oleh para pakar, akan dijelaskan sebagai berikut:

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

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

- **Theodore M. Newcomb**

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

- **Carl I. Hovland**

  Proses yang memungkinkan seseorang

(komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikate).

- **Gerald R. Miller**

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

- **Everett M. Rogers**

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

- **Raymond S. Ross**

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

- **Harold Lasswell**

  (Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) *Who Says What In Which*

Channel To Whom With What Effect? Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh bagaimana? (Mulyana, 2001:41-62)

Berdasarkan pendapat para pakar tersebut memberikan gambaran bahwa komunikasi memiliki unsur-unsur di dalamnya, yaitu:

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

Dari kelima unsur komunikasi tersebut peneliti mengambil kesimpulan bahwa komunikasi adalah proses pertukaran pesan atau makna dari komunikator kepada komunikan dengan maksud untuk mempengaruhi *(mempersuasif)* komunikan.

2.1.2.3 Pengertian Komunikasi

Satu-satunya alat untuk dapat berhubungan dengan orang lain dilingkungannya adalah komunikasi baik secara verbal maupun non verbal (bahasa tubuh dan isyarat yang banyak dimengerti oleh suku bangsa. Suatu

pemahaman populer mengenai komunikasi manusia adalah komunikasi yang mengisyaratkan penyampaian pesan searah dari seseorang (atau suatu lembaga) kepada seseorang (sekelompok orang) baik secara langsung (tatap-muka) ataupun melalui media (selebaran), surat kabar, majalah, radio, atau televisi.

Komunikasi merupakan salah satu fungsi dari kehidupan manusia. Fungsi komunikasi dalam kehidupan menyangkut banyak aspek. Melalui komunikasi seseorang menyampaikan apa yang ada dalam bentuk pikirannya atau perasaan hati nuraninya kepada orang lain baik secara langsung ataupun tidak langsung. Melalui komunikasi seseorang dapat membuat dirinya untuk tidak terasing dan terisolir dari lingkungan di sekitarnya. Melalui komunikasi seseorang dapat mengajarkan atau memberitahukan apa yang diketahuinya kepada orang lain.

Sifat ilmu komunikasi adalah interdisipliner atau multidisipliner. Maka dari itu ilmu komunikasi dapat menyisip dan berhubungan erat dengan ilmu sosial lainnya. Hal itu disebabkan oleh objek materialnya sama dengan ilmu sosial lainnya, terutama ilmu sosial kemasyarakatan. Banyak definisi dan pengertian tentang komunikasi para ahli komunikasi untuk dapat menjelaskan

apa itu komunikasi. Wiryanto dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi menjelaskan bahwa, "Komunikasi mengandung makna bersama-sama (common). Istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin, yaitu communication yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. Kata sifatnya communis, yang bermakna umum bersama-sama." (Wiryanto, 2004:5) Effendy menjelaskan lebih jauh, bahwa dalam perkembangan selanjutnya, komunikasi dapat berlangsung melalui banyak tahap, bahwa sejarah tentang komunikasi massa dianggap tidak tepat lagi karena tidak menjangkau proses komunikasi yang menyeluruh. Penelitian yang dilakukan oleh Paul Lazarsfeld, Bernald Berelson, Hazel Gaudet, Elihu Katz, Robert Merton, Frank Stanton, Wilbur Schramm, Everett M. Rogers, dan para cendekiawan lainnya menunjukkan bahwa:

> "Gejala sosial yang diakibatkan oleh media massa tidak hanya berlangsung satu tahap, tetapi banyak tahap. Ini dikenal dengan *twostep flow communication* dan *multistep flow communication*. Pengambilan keputusan banyak dilakukan atas dasar hasil komunikasi antarpersona (*interpersonal communication*) dan komunikasi kelompok (*group communication*) sebagai kelanjutan dari komunikasi

massa (*mass communication*)" (Effendy, 2005 : 4).

Pengertian komunikasi lainnya bila ditinjau dari tujuan manusia berkomunikasi adalah untuk menyampaikan maksud hingga dapat mengubah perilaku orang yang dituju, menurut Mulyana sebagai berikut, Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain). (Mulyana, 2003:62).

Selain itu, Joseph A Devito menegaskan bahwa komunikologi adalah ilmu komunikasi, terutama komunikasi oleh dan di antara manusia. Seorang komunikologi adalah ahli ilmu komunikasi. Istilah komunikasi dipergunakan untuk menunjukkan tiga bidang studi yang berbeda: proses komunikasi, pesan yang dikomunikasikan, dan studi mengenai proses komunikasi. Luasnya komunikasi ini didefinisikan oleh Devito sebagai:

> "Kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih, yakni kegiatan menyampaikan dan menerima pesan, yang mendapat distorsi dari gangguan-gangguan, dalam suatu konteks, yang menimbulkan efek dan kesempatan arus balik. Oleh karena itu,

> egiatan komunikasi meliputi komponen-komponen sebagai berikut: konteks, sumber, menerima, pesan, saluran, gangguan, proses penyampaian atau proses e*ncoding*, penerimaan atau proses *decoding*, arus balik dan efek. Unsur-unsur tersebut agaknya saling esensial dalam setiap pertimbangan mengenai kegiatan komunikasi. Ini dapat kita namakan kesemestaan komunikasi; Unsur-unsur yang terdapat pada setiap kegiatan komunikasi, apakah itu intra-persona, antarpersona, kelompok kecil, pidato, komunikasi massa atau komunikasi antarbudaya. "(Effendy, 2005 : 5)

Dari beberapa pengertian mengenai komunikasi di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses pertukaran pesan atau informasi antara dua orang atau lebih, untuk memperoleh kesamaan arti atau makna diantara mereka.

2.1.2.4 Definisi Simbol

Secara etimologis, symbol (*symbol*) berasal dari kata Yunani "*sym-ballein*" yang berarti melemparkan bersama suatu (benda, perbuatan) dikaitkan dengan suatu ide. (Hartoko & Rahmanto , 1998: 133). Ada pula yang

menyebutkan "*symbolos*", yang berarti tanda atau ciri yang memberitahukan sesuatu hal kepada seseorang (Herusatoto, 2000: 10). Biasanya simbol terjadi berdasarkan metonimi (*metonimy*), yakni nama untuk benda lain yang berasosiasi atau yang menjadi atributnya (misalnya *Si kaca mata* untuk seseorang yang berkaca mata) dan metafora (*metaphor*), yaitu pemakaian kata atau ungkapan lain untuk objek atau konsep lain berdasarkan kias atau persamaan (misalnya *kaki gunung, kaki meja,* berdasarkan kias pada *kaki manusia*) (Kridalaksana, 2001: 136-138). Semua symbol melibatkan tiga unsur: simbol itu sendiri, satu rujukan atau lebih, dan hubungan antara symbol dengan rujukan. Ketiga hal ini merupakan dasar bagi semua makna simbolik.

Pada dasarnya, simbol adalah sesuatu yang berdiri atau ada untuk sesuatu yang lain, kebnyakan diantaranya tersembunyi atau tidaknya tidak jelas. Sebuah symbol dapat berdiri untuk suatu institusi, cara berpikir, ide, harapan dan banyak hal lain. Dan kebanyakan dari apa yang paling menarik tentang simbol-simbol adalah hubungannya dengan ketidaksadaran. Simbol-simbol seperti kata Asa Berger (2000: 84), adalah kunci yang memungkinkan kita untuk membuka pintu yang menutupi perasaan-perasaan ketidaksadaran dan kepercayaan kita melalui penelitian

yang mendalam. Simbol-simbol merupakan pesan dari ketidaksadaran kita.

2.1.2.5 Komunikasi Sebagai Proses Simbolik

Susanne K. Langer mengatakan bahwa salah satu kebutuhan pokok manusia adalah kebutuhan simbolisasi atau penggunaan lambang. Lambang atau simbol adalah sesuatu yang digunakan untuk menunjuk sesuatu lainnya, berdasarkan kesepakatan sekelompok orang. Lambang meliputi kata-kata (pesan verbal), perilaku nonverbal, dan objek yang maknanya disepakati bersama.

Lambang adalah salah satu kategori tanda. Hubungan antara tanda dengan objek dapat juga direpresentasikan oleh ikon dan indeks, namun ikon dan indeks tidak memerlukan kesepakatan. Ikon adalah suatu benda fisik (dua atau tiga dimensi) yang menyerupai apa yang direpresentasikannya. Representasi ini ditandai dengan kemiripan.

Berbeda dengan lambang dan ikon, indeks adalah tanda yang secara alamiah merepresentasikan objek lainnya. Istilah lain yang sering digunakan untuk indeks adalah sinyal (*signal*), yang dalam bahasa sehari-hari disebut juga gejala (*symptom*). Indeks muncul

berdasarkan hubungan antara sebab dan akibat yang punya kedekatan eksistensi. Lambang mempunyai beberapa sifat seperti berikut:

- **Lambang bersifat sembarang, manasuka, atau sewenang- wenang**

  Apa saja bisa dijadikan lambang. Bergantung pada kesepakatan bersama. Kata-kata (lisan atau tulisan), isyarat anggota tubuh, makanan dan cara makan, tempat tinggal, jabatan (pekerjaan), olahraga, hobi, peristiwa, hewan, tumbuhan, gedung, alat (artefak), angka, bunyi, waktu, dan sebagainya. Semua itu bisa menjadi lambang karena lambang hadir dimana-dimana dan tidak pernah berhenti.

- **Lambang pada dasarnya tidak mempunyai makna, tetapi kitalah yang memberi makna**

  Makna sebenarnya ada dalam kepala kita, bukan terletak pada lambang itu sendiri. Kalaupun ada orang yang mengatakan bahwa kata-kata mempunyai makna, yang ia maksudkan sebenarnya bahwa kata-kata itu mendorong orang untuk memberi makna (yang telah disetujui bersama) terhadap kata-kata itu. Persoalan akan

timbul bila para peserta komunikasi tidak memberi makna yang sama pada suatu kata.

- **Lambang itu bervariasi**

  Lambang itu bervariasi dari suatu budaya ke budaya lain, dari suatu tempat ke tempat lain, dan dari suatu konteks waktu ke konteks waktu lain. Begitu juga makna yang diberikan kepada lambang tersebut. (Mulyana, 2001:83-95)

2.1.2.6 Bahasa Sebagai Realitas Sosial

Bahasa merupakan alat simbolis untuk melakukan signifikasi, dimana logika ditambahkan secara mendasar kepada dunia sosial yang diobjektivasi. Bangunan legitimasi disusun diatas bahasa dan menggunakan bahasa sebagai instrument utama. "Logika", yang dengan cara seperti itu diberikan kepada tatanan kelembagaan, merupakan bagian dari cadangan pengetahuan masyarakat (*social stock of knowledge*) dan diterima sebagai sesuatu yang sudah sewajarnya.

Bahasa oleh Berger dan Luckmann menjadi tempat penyimpanan kumpulan besar endapan-endapan kolektif yang bias diperoleh secara monoterik, artinya sebagai keseluruhan yang *kohesif* dan tanpa merekonstruksikan lagi proses pembentukannya semula. Bahasa digunakan

untuk mensignifikasi makna-makna yang dipahami sebagai pengetahuan yang relevan dengan masyarakatnya, sebagaimana dikatakan oleh Berger dan Luckmann, pengetahuan itu dianggap relevan bagi semua orang dan sebagian lagi hanya relevan bagi tie-tipe orang tertentu saja.

Ferdinand de Sausure dalam Fridolin (1993) menunjukkan hakikat bahasa adalah sistem tanda. Sistem ini terdiri dari penanda bunyi yang kita dengar, tuturkan, atau huruf-huruf yang kita baca dan tulis serta tertanda atau makna. Heryanto mengatakan, tidak ada kaitan langsung ataupun hokum alam yang mengatur hubungan antara system tanda ini (bahasa) dengan realitas konkret objektif (acuan). Jadi misalnya tidak ada kaitannya mengapa 'pria' disebut 'pria' atau 'lelaki','*man','lanang',* atau 'bajingan'. Hubungan itu bersifat sewenaang-wenang atau konvensional. Makna tidak dibentuk atau ditentukan oleh hakikat benda yang diacu, tetapi oleh perbedaan diantara satuan penanda atau tertanda dengan sesamanya.

2.1.3 Proses Komunikasi

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator)

kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan, gagasan, informasi, opini, pertanyaan, dan lain-lain. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati. Proses komunikasi terbagi menjadi dua, yakni secara primer dan secara sekunder. (Effendy, 2009:11)

2.1.3.1 Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media.

Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu "menerjemahkan" pikiran dan 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 itu berbentuk ide, informasi atau opini, baik mengenai hal yang kongkret maupun yang abstrak, bukan saja tentang hal atau peristiwa yang terjadi pada saat

sekarang, melainkan juga pada waktu yang lalu dan masa yang akan datang.

Dengan perkataan lain, pesan (*message*) yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan terdiri atas isi (*the content*) dan lambang (*symbol*). (Effendy, 2009:11-12)

2.1.3.2 Proses Komunikasi Secara Sekunder

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

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

Proses komunikasi sekunder ini merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menembus dimensi ruang dan waktu.

Penegasan tentang unsur-unsur dalam proses

komunikasi itu adalah sebagai berikut:

- *Sender*

  Komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.

- *Encoding*

  Penyandian, yakni proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang.

- *Message*

  Pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.

- *Media*

  Saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.

- *Decoding*

  Penyandian, yaitu proses di mana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

- *Receiver*

  Komunikan yang menerima pesan dari komunikator.

- *Response*

  Tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan.

- *Feedback*

  Umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.

- *Noise*

  Gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya. (Effendy, 2009:16-19)

2.1.4 Pesan Verbal dan Nonverbal Komunikasi

2.1.4.1 Pesan Verbal

Simbol atau pesan adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dianggap sebagai suatu sistem kode verbal, yang didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas.

Bahasa verbal adalah sarana utama untuk menyatakan pikiran, perasaan, dan maksud kita. Bahasa verbal menggunakan kata-kata yang merepresentasikan

berbagai aspek realitas individual kita. (Mulyana, 2001:237-238)

Dalam buku Psikologi Komunikasi, Jalaluddin Rakhmat mendefinisikan bahasa secara fungsional dan formal. Definisi fungsional melihat bahasa dari segi fungsinya, sehingga bahasa diartikan sebagai "alat yang dimiliki bersama untuk mengungkapkan gagasan" (*socially shared means for expressing ideas*). Karena, bahasa hanya dapat dipahami bila ada kesepakatan di antara anggota-anggota kelompok sosial untuk menggunakannya.

Definisi formal menyatakan bahasa sebagai semua kalimat yang terbayangkan, yang dapat dibuat menurut peraturan tata bahasa (*all the conceivable sentences that could be generated according to the rules of its grammar*). Setiap bahasa mempunyai peraturan bagaimana kata-kata harus disusun dan dirangkaikan supaya memberikan arti. (Rakhmat, 2005:269)

Fungsi bahasa yang mendasar adalah untuk menamai atau menjuluki orang, objek, dan peristiwa. Setiap orang punya nama untuk identifikasi sosial. Orang juga dapat menamai apa saja, objek- objek yang berlainan, termasuk perasaan tertentu yang mereka alami.

Sedangkan menurut Larry L. Barker, bahasa memiliki tiga fungsi, yaitu penamaan (*naming atau labeling*), interaksi, dan transmisi informasi. Penamaan atau penjulukan merujuk pada usaha mengidentifikasi objek, tindakan, atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi. Fungsi interaksi menekankan berbagi gagasan dan emosi. Dengan bahasa seseorang dapat memberikan informasi kepada orang lain ataupun menerima informasi dari orang lain, inilah yang disebut transmisi informasi. (Mulyana, 2001: 242-243)

Dilihat dari definisi serta fungsi dari bahasa tersebut, dapat disimpulkan bahwa bahasa akan bermakna, jika adanya kesepakatan di antara pelaku komunikasi untuk memahami bahasa dengan makna yang sama. Tanpa adanya kesepakatan, maka pemahaman atau pemaknaan terhadap suatu bahasa tidak akan terjadi.

2.1.4.2 Pesan Nonverbal

Larry A. Samovar dan Richard E Porter seperti yang dikutip Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, mengungkapkan :

> "Komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu *setting* komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima; jadi definisi ini mencakup perilaku yang disengaja juga tidak disengaja sebagai bagian dari peristiwa komunikasi secara keseluruhan; kita mengirim banyak pesan nonverbal tanpa menyadari bahwa pesan-pesan tersebut bermakna bagi orang lain." (Mulyana, 2001:308)

Dalam hubungannya dengan perilaku verbal, perilaku nonverbal mempunyai fungsi-fungsi sebagai berikut:

- Perilaku nonverbal dapat mengulangi perilaku verbal.
- Perilaku nonverbal dapat memperteguh , menekankan atau melengkapi perilaku verbal.
- Perilaku nonverbal dapat menggantikan perilaku verbal, jadi berdiri sendiri.
- Perilaku nonverbal dapat meregulasi perilaku verbal

- Perilaku nonverbal dapat membantah atau bertentangan dengan perilaku verbal. (Mulyana, 2001: 314)

Larry A. Samovar dan Richard E. Porter mengklasifikasikan pesan nonverbal menjadi dua kategori, yang pertama yakni, perilaku yang terdiri dari penampilan dan pakaian, gerakan dan postur tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, sentuhan, bau-bauan, dan parabahasa. Klasifikasi kedua yakni, ruang, waktu, dan diam. (Mulyana, 2001:317)

2.1.5 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

2.1.5.1 Definisi Komunikasi Massa

Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. (Mulyana, 2001:75)

Menurut Gerbner (1967), komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling

luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.

Sedangkan Freidsow menyebutkan bahwa, komunikasi massa 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 supaya komunikasi itu dapat mencapai pada saat yang sama semua orang yang mewakili berbagai lapisan masyarakat.

Definisi paling sederhana dirumuskan oleh Bittner (1980:10), yaitu komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. (Rakhmat, 2005:188)

Dari definisi-definisi di atas, dapat diartikan komunikasi massa adalah komunikasi yang disampaikan kepada khalayak luas melalui media cetak ataupun elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara cepat dan serentak.

2.1.5.2 Karakteristik Komunikasi Massa

Karakteristik komunikasi massa menurut Ardianto Elvinaro, dkk. dalam buku Komunikasi Massa Suatu Pengantar, yaitu :

1. **Komunikator terlambangkan.**

   Komunikasi massa itu melibatkan lembaga dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.

2. **Pesan bersifat umum.**

   Komunikasi massa bersifat terbuka dimana komunikasi massa ditujukan untuk semua orang dan ditujukan untuk sekelompok orang tertentu.

3. **Komunikannya anonim dan heterogen.**

   Komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Serta heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda.

4. **Media massa menimbulkan keserempakan.**

   Effendy mengartikan keserempakan media massa itu sebagai keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama

lainnya berada dalam keadaan terpisah.

5. **Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan.**

   Komunikator tidak harus selalu kenal dengan komunikannya, begitupun sebaliknya. Hal terpenting adalah bagaimana seorang komunikator menyusun pesan secara sistematis, baik, sesuai dengan jenis medianya, agar komunikannya bisa memahami isi pesan tersebut.

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.

7. **Stimulasi Alat Indera Terbatas.** Stimulasi alat indera bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah, khalayak hanya melihat. Pada radio siaran dan rekaman audutif, khalayak hanya mendengar. Sedangkan pada media televisi dan film, kita menggunakan indera penglihatan dan pendengaran.

8. **Umpan Balik Tertunda (*Delayed*) dan tidak langsung (*Indirect*)**.

   Komunikator dalam komunikasi massa tidak dapat dengan segera mengetahui bagaimana reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya. Tanggapan khalayak disini bisa diterima lewat telepon, e-mail, atau surat pembaca (*indirect*). Sedangkan waktu yang dibutuhkan untuk menggunakan telepon, menulis surat pembaca, mengirim e-mail itu menunjukkan bahwa *feedback* komunikasi massa bersifat tertunda (*delayed*). (Ardianto, 2007: 7)

2.1.5.3 Fungsi Komunikasi Massa

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

- *Surveillance* (Pengawasaan)
- *Interpretation* (Penafsiran)
- *Linkage* (Pertalian)
- *Transmission of Values* (Penyebaran nilai-nilai)
- *Entertainment* (Hiburan)

(Ardianto, 2007: 14).

- ***Surveillance*** **(pengawasan)**

  Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama: fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang suatu ancaman; fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.

- ***Interpretation*** **(penafsiran)**

  Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan. Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca, pemirsa atau pendengar untuk memperluas wawasan.

- ***Linkage*** **(pertalian)**

  Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk

linkage (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

- ***Transmission of Values*** **(penyebaran nilai-nilai)**

  Fungsi penyebaran nilai tidak kentara. Fungsi ini disebut juga *socialization* (sosialisasi). Sosialisasi mengacu kepada cara, di mana individu mengadopsi perilaku dan nilali kelompok. media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain, Media mewakili kita dengan model peran yang kita amati dan harapan untuk menirunya.

- ***Entertainment*** **(hiburan)**

  Fungsi menghibur dari media massa tidak lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan membaca berita-berita ringan atau melihat tayangan hiburan di televisi atau mendengarkan hiburan di radio dapat membuat pikiran khalayak segar kembali.

2.1.6 Tinjauan Mengenai Film

2.1.6.1 Sejarah Film

Film pertama kali ditemukan pada akhir abad ke-19, film mengalami perkembangan seiring dengan perkembangan teknologi yang mendukung. Mula-mula hanya dikenal film hitam-putih dan tanpa suara. Pada akhir tahun 1920-an mulai dikenal film bersuara, dan menyusul film warna pada tahun 1930-an. Peralatan produksi film juga mengalami perkembangan dari waktu ke waktu, sehingga sampai sekarang tetap mampu mejadikan film sebagai tontonan yang menarik khalayak luas (Sumarno, 1996:9).

2.1.6.2 Pengertian Film

Film secara sederhana didefinisikan sebagai gambar yang bergerak. Inilah yang membedakan film dengan foto meski dua- duanya dihasilkan dari kamera. Bahkan dengan teknologi yang ada, sekarang ini sudah terdapat kamera yang bisa memotret gambar ataupun merekam sebuah video.

Walaupun secara mendasar film itu berbentuk foto juga. Tapi, sebuah foto terdiri dari satu benda yang

diam, sedangkan film merupakan ratusan foto yang dijajarkan sedemikian rupa hingga terlihat bergerak.

Film dalam pengertian sempit adalah penyajian gambar lewat layar lebar, tetapi dalam pengertian yang lebih luas bisa juga termasuk yang disiarkan di TV. (Cangara, 2002:135) Gamble (1986:235) berpendapat, film adalah sebuah rangkaian gambar statis yang direpresentasikan dihadapan mata secara berturut-turut dalam kecepatan yang tinggi. Sementara bila mengutip pernyataan sineas *new wave* asal Perancis, Jean Luc Godard: "film adalah ibarat papan tulis, sebuah film *revolusioner* dapat menunjukkan bagaimana perjuangan senjata dapat dilakukan."

Film sebagai salah satu media komunikasi massa, memiliki pengertian yaitu merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), sangat heterogen, dan menimbulkan efek tertentu. (Tan dan Wright, dalam Ardianto & Erdinaya, 2005:3)

2.1.6.3 Jenis-Jenis Film

- **Film Cerita (*Story Film*)**

  Film cerita adalah jenis film yang mengandung suatu cerita, yaitu yang lazim dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop dengan para bintang filmnya yang tenar. Film jenis ini didistribusikan sebagai barang dagangan dan diperuntukkan semua publik dimana saja (Effendy, 2003:211). Cerita yang diangkat menjadi topik film bisa berupa cerita fiktif atau berdasarkan kisah nyata yang dimodifikasi, sehingga ada unsur menarik, baik dari jalan ceritanya maupun dari segi gambar yang artistik (Ardianto dan Erdinaya, 2007:139). Dalam Mari Membuat Film: Panduan Menjadi Produser (2006:13), Heru Effendy membagi film cerita menjadi Film Cerita Pendek (Short Films) yang durasi filmnya biasanya di bawah 60 menit, dan Film Cerita Panjang (Feature-Length Films) yang durasinya lebih dari 60 menit, lazimnya berdurasi 90-100 menit. Film yang diputar di bioskop umumnya termasuk kedalam kelompok ini.

- **Film Berita (*Newsreel*)**

  Film berita atau news reel adalah film mengenai

fakta, peristiwa yang benar-benar terjadi. Karena sifatnya berita, maka film yang disajikan kepada publik harus mengandung nilai berita (news value) (Effendy, 2003:212). Dibandingkan dengan media lainnya seperti surat kabar dan radio, sifat *newsfact* dalam film berita tidak ada. Sebab suatu berita harus aktual, sedang berita yang dihidangkan oleh film berita tidak pernah aktual.

- **Film Dokumenter (*Documentary Film*)**

  John Grierson mendefinisikan film dokumenter sebagai "karya ciptaan mengenai kenyataan (creative treatment of actuality)." Titik berat dari film dokumenter adalah fakta atau peristiwa yang terjadi (Effendy, 2003:213). Intinya, film dokumenter tetap berpijak pada hal-hal senyata mungkin (Effendy, 2006:12).

- **Film Kartun (*Cartoon Film*)**

  Film kartun pada awalnya memang dibuat untuk konsumsi anak-anak, namun dalam perkembangannya kini film yang menyulap gambar lukisan menjadi hidup itu telah diminati semua kalangan termasuk orang tua. Menurut Effendy (2003:216) titik berat pembuatan film kartun adalah

seni lukis, dan setiap lukisan memerlukan ketelitian. Satu per satu dilukis dengan saksama untuk kemudian dipotret satu per satu pula. Apabila rangkaian lukisan itu setiap detiknya diputar dalam proyektor film, maka lukisan-lukisan itu menjadi hidup.

Timbulnya gagasan untuk menciptakan film kartun ini adalah dari para seniman pelukis. Ditemukannya cinematography telah menimbulkan gagasan kepada mereka untuk menghidupkan gambar-gambar yang mereka lukis. Setiap lukisan memerlukan ketelitian, satu per satu dilukis dengan seksama kemudian di potret satu per satu pula. Tokoh dalam film kartun dapat dibuat menjadi ajaib, dapat terbang, menghilang, menjadi besar, menjadi kecil secara tiba-tiba, dan lain-lain. (Effendy, 2003:211-216)

- **Film Jenis Lain (*Others Film*)**

  a. Profil Perusahaan (*Corporate Profile*)

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

b. Iklan Televisi *(TV Commercial)*

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

c. Program Televisi *(TV Program)*

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

d. Video Klip *(Music Video)*

Dipopulerkan pertama kali melalui saluran televisi MTV pada tahun 1981, sejatinya video klip adalah sarana bagi para produser musik untuk memasarkan produknya lewat medium televisi. (Effendy, 2006:13-14).

2.1.6.4 Film Sebagai Media Massa

Denis McQuail dalam buku Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar menyatakan bahwa film berperan sebagai sarana baru yang digunakan untuk menyebarkan hiburan yang sudah menjadi kebiasaan terdahulu, serta menyajikan cerita, peristiwa, musik,

drama, lawak dan sajian teknis lainnya kepada masyarakat. Kehadiran film sebagian merupakan respon terhadap penemuan waktu luang di luar jam kerja dan jawaban atas kebutuhan menikmati waktu senggang secara hemat dan sehat bagi seluruh anggota keluarga.

Pemanfaatan film yaitu sebagai alat propaganda dalam kaitannya dengan upaya pencapaian tujuan nasional dan masyarakat. Selain itu pemanfaatan film dalam hal pendidikan, ini didasari oleh pertimbangan bahwa film memiliki kemampuan untuk menarik perhatian orang dan sebagian lagi didasari oleh alasan bahwa film memiliki kemampuan mengantar pesan secara unik. (McQuail, Edisi Kedua:13-14)

Seperti yang disampaikan Effendy dalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi yang menyatakan, bahwa film adalah medium komunikasi massa yang ampuh sekali, bukan saja untuk hiburan, tetapi juga untuk penerangan dan pendidikan. (Effendy, 2003:209)

Dari penjelasan di atas dapat kita lihat bahwa film adalah salah satu dari media massa yang menyampaikan pesannya dengan unik hingga dapat menarik perhatian khalayak luas dan mancakup semua usia dan berbagai kalangan.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Tinjauan Representasi

Representasi adalah bagian dari pengembangan dari ilmu pengetahuan sosial dalam perkembangannya ada dua teori dalam teori pengetahuan sosial yaitu apa yang disebut kongnisi sosial, representasi adalah suatu konfigurasi atau bentuk atau susunan yang dapat menggambarkan, mewakili atau melambangkan sesuatu dalam suatu cara. Tujuan dalam menerapkan ilmu pengetahuan untuk memahami bagaimana *interpersonal*, *understanding*, moral *judgement*. Secara ringkas, representasi adalah produksi makna melalui bahasa. Lewat bahasa (simbol-simbol dan tanda tertulis, lisan, atau gambar) tersebut itulah seseorang yang dapat mengungkapkan pikiran, konsep, dan ide-ide tentang sesuatu (Juliastuti, 2000).

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

Menurut Stuart Hall ada dua proses representasi. Pertama, representasi mental, yaitu konsep tentang sesuatu yang ada

dikepala 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 di dalam kepala harus diterjemahkan dalam bahasa yang lazim, supaya dapat menghubungkan konsep dan ide-ide tentang sesuatu dengan tanda dari simbol-simbol tertentu. Representasi dalam media menunjuk pada bagaimana seseorang atau suatu kelompok, gagasan atau pendapat tertentu yang ditampilkan dalam sebuah pemberitaan. (Wibowo, 2011:122)

Menurut David Croteau dan William Hoynes, representasi merupakan hasil dari suatu proses penyeleksian yang menggarisbawahi hal-hal tertentu dan hal lain diabaikan. Representasi bekerja pada hubungan tanda dan makna. Konsep representasi bisa berubah-ubah. Menurut Nuraini Julianti seperti yang dikutip oleh Wibowo, menyebutkan bahwa representasi berubah-ubah akibat makna yang juga berubah-ubah. Setiap waktu terjadi proses negosiasi dalam pemaknaan.

Jadi representasi bukanlah suatu kegiatan atau proses statis tapi merupakan proses dinamis yang terus berkembang seiring dengan kemampuan intelektual dan kebutuhan para pengguna tanda yaitu manusia sendiri yang juga terus bergerak dan berubah. Representasi merupakan suatu bentuk usaha

konstruksi. Karena, pandangan- pandangan baru yang menghasilkan pemaknaan baru juga merupakan hasil pertumbuhan konstruksi pemikiran manusia. (Wibowo, 2011:123-124)

2.2.2 Tinjauan Nilai-Nilai Motivasi

Nilai (*value*) termasuk dalam pokok bahasan filsafat. Nilai biasa digunakan untuk menunjuk kata benda yang abstrak. Pengertian nilai dapat di temukan dalam salah satu cabang filsafat, yaitu aksiologi (filsafat nilai). Nilai dijadikan landasan, alasan, atau motivasi dalam bersikap dan bertingkah laku, baik disadari maupun tidak. Nilai dapat dijuga diartikan sebagai sifat atau kualitas dari sesuatu yang bermanfaat bagi kehidupan manusia, baik lahir maupun batin.

Nilai adalah hakikat suatu hal-hal kebenaran, kebaikan, dan suatu yang dijunjung tinggi. Seterusnya kebenaran itu dapat pula dipandang sebagai nilai. Kemudian nilai itu ideal, bersifat ide. Karena itu ai abstrak, tidak dapat disentuh oleh pancaindra. Yang dapat ditangkap adalah barang atau perilaku perbuatan yang mengandung nilai itu. (Gazalba, 1981: 474)

Kaelan (2004: 87) mengatikan nilai itu pada hakikatnya adalah sifat atau kualitas yang melekat pada suatu objek, bukan

objek itu sendiri. Sesuatu itu mengandung nilai artinya ada sifat atau kualitas yang melekat pada sesuatu.

Hamidy (1993: 1) mengatakan, “manusia selalu terlibat dengan nilai. Setiap realitas hidupnya selalu memerlukan nilai”. Menurut Darmodiharjo, dkk (1991: 58), “Nilai secara singkat dapat dikatakan sebagai hasil penilaian atau pertimbangan “baik atau tidak baik” terhadap sesuatu yang kemudian dipergunakan sebagai dasar alasan (motivasi) melakukan atau tidak melakukan sesuatu”.

Sementara itu Kaelan (2003: 92) berpendapat bahwa nilai adalah kualitas dari suatu yang bermanfaat bagi kehidupan manusia, baik lahir maupun batin. Dalam kehidupan manusia nilai dijadikan landasan, alas an atau motivasi dalam bersikap dan bertingkah laku baik disadari maupun tidak. Nilai hanya dapat dipahami, dipikirkan, dimengerti, dan dihayati oleh manusia. Nilai berkaitan dengan harapan , cita-cita, keinginan, dan segala sesuatu pertimbangan internal (batiniah) manusia.

Pengertian Nilai Menurut para Ahli, antara lain:

1. **Black's Law Dictionary (1990: 1550):** *The utility an object in satisfying, directly or indirectly, the needs or desires of human beings, called by economists value in its, or its worth consisting in the power of purchasing other objects, caled value in exchange.*

2. **Louis O. Kattsoff (1987),** membedakan nilai dalam dua macam, yaitu: (1) NIlai intrinsik dan 2) nilai instrumental. Nilai intrinsik adalah nilai dari sesuatu yang sejak semula sudah bernilai, sedangkan nilai instrumental adalah nilai dari sesuatu karena dapat dipakai sebagai sarana untuk mencapai tujuan sesuatu.
3. **Radbruch (Notohamidjojo, 1975),** ada tiga nilai yang penting yaitu; 1) *Individualwerte*, merupakan nilai-nilai pribadi yang penting untuk mewujudkan kepribadian, 2) *Gemeinschaftswerte*, merupakan nilai-nilai masyarakat, nilai yang hanya dapat diwujudkan dalam masyarakat manusia, dan 3) *Werkwerte*, merupakan nilai-nilai dalam karya manusia dan pada umumnya dalam kebudayaan.
4. **Max Scheler (Hadiwardojo, 1985),** mengelompokkan nilai menjadi; nilai kenikmatan, kehidupan, kejiwaan, dan kerohanian.
5. **Notonagoro,** membagi nilai dalam tiga macam nilai pokok, yaitu nilai materil, vital, dan kerohanian.

Kemudian pengertian motivasi menurut beberapa ahli, antara lain mengatakan:

- **Menurut Mc. Donald** (dalam Sardiman 2007: 73), menyebutkan bahwa motivasi sebagai perubahan energi dalam diri seseorang yang ditandai dengan munculnya

"feeling" dan didahului dengan tanggapan terhadap adanya tujuan. Dari pengertian Mc. Donald ini mengandung tiga elemen penting yaitu: Bahwa motivasi itu mengawali terjadinya perubahan energi pada diri setiap individu manusia (walaupun motivasi itu muncul dari dalam diri manusia), penampakannya akan menyangkut kegiatan fisik manusia, Motivasi di tandai dengan munculnya, rasa atau "feeling" yang relevan dengan persoalan-persoalan kejiwaan, efeksi dan emosi serta dapat menentukan tinggkah-laku manusia, Motivasi akan dirangsang karena adanya tujuan dan tujuan ini akan menyangkut soal kebutuhan.

- **Menurut Sardiman** (2007: 73), menyebutkan motif dapat diartikan sebagai daya upaya yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu. Motif dapat dikatakan sebagai daya penggerak dari dalam dan di dalam subjek untuk melakukan aktifitas-aktifitas tertentu demi mencapai suatu tujuan. Bahkan motif dapat dikatakan sebagai suatu kondisi intern (kesiapsiagaan). Berawal dari kata motif itu, maka motivasi dapat diartikan sebagai daya penggerak yang telah menjadi aktif. Motif menjadi aktif pada saat-saat

tertentu, terutama bila kebutuhan untuk mencapai tujuan sangat dirasakan atau mendesak.

- **Menurut American Enyclopedia** (dalam malayu 2005: 143), menyebutkan bahwa motivasi sebagai kecenderungan (suatu sifat yang merupakan pokok pertentang) dalam diri seseorang yang membangkitkan topangan dan mengarahkan tindak-tanduknya. Sedangkan menurut G.R. Terry (dalam malayu 2005: 145) mengemukakan bahwa motivasi adalah keinginan yang terdapat pada diri seseorang individu yang merangsangnya untuk melakukan tindakan-tindakan. motivasi itu tampak dalam dua segi yang berbeda, yaitu dilihat dari segi aktif atau dinamis, motivasi tampak sebagai suatu usaha positif dalam menggerakkan, mengerahkan, dan mengarahkan daya serta potensi tenaga kerja, agar secara produktif berhasil mencapai dan mewujudkan tujuan yang ditetapkan sebelumnya. Sedangkan apabila dilihat dari segi pasif atau statis, motivasi akan tampak sebagai kebutuhan sekaligus sebagai peranggsang untuk dapat menggerakkan, mengerahkan, dan mengarahkan potensi serta daya kerja manusia tersebut ke arah yang diinginkan.

2.2.3 Semiotika

Film merupakan bidang kajian yang amat relevan bagi analisis struktural atau semiotika. Seperti yang dikemukakan oleh Van Zoest (Van Zoest, 1993:109), film dibangun dengan tanda semata-mata. Tanda-tanda (*signs*) adalah basis dari seluruh komunikasi (Littlejohn, 1996:64). (dalam Sobur, 2009:128,15)

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

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

dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda (Barthes, 1988: 179; Kurniawan, 2001: 53). (Sobur, 2009: 15).

Dengan semiotika, kita lantas berurusan dengan tanda. Semiotika, seperti kata Lechte (2001:191), adalah teori tentang tanda dan penandaan. Lebih jelasnya lagi, semiotika adalah suatu disiplin yang menyelidiki semua bentuk komunikasi yang terjadi dengan sarana *signs* 'tanda-tanda' dan berdasarkan pada *sign system* (*code*) 'sistem tanda' (Segers, 2000:4). (Sobur, 2009:15-16)

Semiotik berusaha menjelaskan jalinan tanda atau ilmu tentang tanda; secara sistematik menjelaskan esensi, ciri-ciri, dan bentuk suatu tanda, serta proses signifikasi yang menyertainya. (Sobur, 2009:17)

Film *My Name Is Khan* dibangun dengan tanda. Tanda di sini terdiri dari bahasa verbal dan nonverbal yang dipergunakan dalam film, sehingga pada akhirnya mampu menjawab pertanyaan seputar "Bagaimanakah Representasi Nilai-Nilai Motivasi Seorang Laki-Laki Yang Terkandung dalam Film *My Name Is Khan?*".

2.2.4 Semiotika Roland Barthes

Roland Barthes dikenal sebagai salah seorang pemikir struktualis yang getol mempraktikkan model linguistik dan semiologi Saussure. Beliau juga intelek dan kritikus sastra Prancis yang ternama; eksponen penerapan struktualisme dan semiotika pada studi sastra.

Barthes berpendapat bahasa adalah sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu. Barthes mengajukan pandangan ini dalam *Writing Degree Zero* (1953; terj.Inggris 1977) dan *Critical Essays* (1964; terj.Inggris 1972) (Sobur, 2003: 63)

Bagi Barthes (1988:179) semiologi hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Barthes melihat signifikasi sebagai sebuah proses yang total dengan suatu susunan yang sudah terstruktur. Signifikasi itu tak hanya terbatas pada bahasa, tetapi terdapat pula pada hal-hal yang bukan bahasa. Pada akhirnya, Barthes menganggap kehidupan sosial sendiri merupakan suatu bentuk dari signifikasi. Dengan kata lain, kehidupan sosial apapun bentuknya, merupakan suatu sistem tanda tersendiri pula. Tanda linguistik Saussure memuat penanda (sisi ekspresi) dan petanda (sisi isi). Dengan mengambil konsep strata bentuk dan substansi dari Hjemslev, Barthes melengkapi penanda dan

petanda itu dengan dua strata Hjemslev. Baik petanda ataupun penanda, menurutnya memuat bentuk dan substansi. Seperti yang dijelaskan dalam buku *mythologies* Barthes (1967:40), sebagai berikut :

> "*The form is what can be described exhaustively, simply and coherently (epistemological criteria) by linguistics without resorting to any extralinguistic premise; the substance is the whole set of aspects of linguistic phenomena which cannot be described without resorting to extralinguistic premise.*
>
> (Bentuk adalah apa yang dilukiskan secara mendalam, sederhana, dan koheren [kriteria epistemologis] oleh linguistik tanpa melalui premis ekstralinguistik; substansi adalah keseluruhan rangkaian aspek-aspek fenomena linguistik yang tidak dapat dilukiskan secara mendalam tanpa melalui premis ekstralinguistik)". (Kurniawan, 2001:53-56)

Salah satu area penting yang dirambah Barthes dalam studinya tentang tanda adalah peran pembaca (*the reader*). Konotasi, walaupun merupakan sifat asli tanda, membutuhkan keaktifan pembaca agar dapat berfungsi. Didalam buku

Mythologies yang berisikan esai-esai yang ditulis Barthes menjelaskan mengenai konotatif yang secara tegas ia bedakan dari denotatif. Berikut adalah peta tanda dari Roland Barthes:s

Tabel 2.2

Peta Tanda Roland Barthes

1. Signifier (penanda)	2. Signified (petanda)
3. Denotative Sign (tanda denotatif)	
4. CONNOTATIVE SIGNIFIER (PENANDA KONOTATIF)	5. CONNOTATIVE SIGNIFIED (PETANDA KONOTATIF)
6. CONNOTATIVE SIGN (TANDA KONOTATIF)	

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

Dari peta Barthes di atas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Dengan kata lain, hal tersebut merupakan unsur material: hanya jika Anda mengenal tanda "singa", barulah konotasi seperti harga diri, kegarangan, dan keberanian menjadi mungkin (Cobley dan Jansz, 1999: 51 dalam Sobur, 2009: 69). Jadi, dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna

tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Sesungguhnya, inilah sumbangan Barthes yang sangat berarti bagi penyempurnaan semiologi Saussure, yang berhenti pada penandaan dalam tataran denotatif. (Sobur, 2009: 69)

Dalam kerangka Barthes (Budiman, 2001:28), konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebutnya sebagai mitos, dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. (Sobur, 2009:71)

Mitos (*myth*) adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Mitos merupakan produk kelas sosial yang sudah mempunyai suatu dominasi (Fiske, 1990: 88 dalam Wibowo, 2011: 17).

Mitos, menurut Barthes (1993: 109), adalah sebuah sistem komunikasi yang dengan demikian dia adalah sebuah pesan. Mitos kemudian tak mungkin dapat menjadi sebuah obyek, sebuah konsep, atau sebuah ide. Karena, mitos adalah sebuah mode penandaan yakni sebuah bentuk. (Kurniawan, 2001: 84)

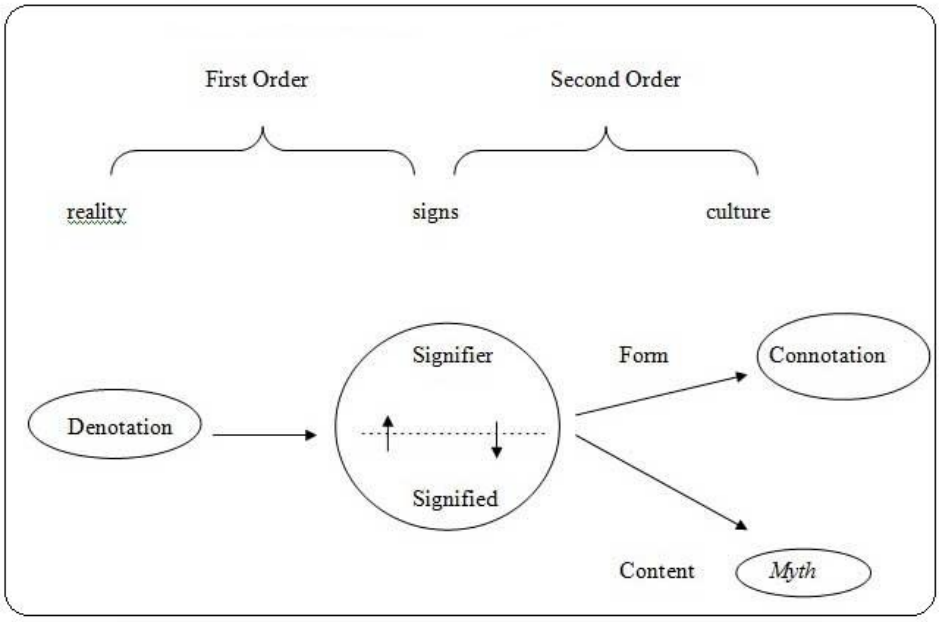
Menurut Barthes, mitos terletak pada tingkat kedua penandaan, jadi setelah terbentuk sistem tanda-penanda-

petanda, tanda tersebut akan menjadi penanda baru yang kemudian memiliki petanda kedua dan membentuk tanda baru. Konstruksi penandaan pertama adalah bahasa, sedang konstruksi penandaan kedua merupakan mitos. Konstruksi penandaan tingkat kedua ini dipahami Barthes sebagai metabahasa (*metalanguage*). Perspektif Barthes tentang mitos ini menjadi salah satu ciri khas semiologinya yang membuka ranah baru semiologi, yakni penggalian lebih jauh penandaan untuk mencapai mitos yang bekerja dalam realitas keseharian masyarakat. (Kurniawan, 2001: 22-23)

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

Gambar 2.1

Dua Tahap Signifikasi Barthes



Sumber: Alex Sobur. 2004. Analisis Teks Media, hal 15

Melalui gambar 2.1 ini, Barthes, menjelaskan: signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* dan *signified* di dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal. Barthes menyebutnya sebagai denotasi, yaitu makna paling nyata dari tanda. Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaannya. Konotasi mempunyai makna subyektif atau paling tidak intersubyektif. Pemilihan kata-kata kadang merupakan pilihan terhadap konotasi, misalnya kata "penyuapan" dengan "memberi uang pelicin". Dengan kata lain, denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek; sedangkan konotasi adalah bagaimana menggambarkannya. Pada signifikasi tahap kedua yang berhubungan dengan isi, tanda bekerja melalui mitos (*myth*). Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Mitos merupakan produk kelas sosial mengenai hidup dan mati, manusia dan dewa, dan sebagainya. Sedangkan mitos masa kini misalnya mengenai feminitas, maskulinitas, ilmu pengetahuan, dan kesuksesan. (Sobur, 2001: 128).

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

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

- **Efek tiruan:** hal ini merupakan tindakan manipulasi terhadap objek seperti menambah, mengurangi atau mengubah objek yang ada menjadi objek yang sama sekali lain (berubah) dan memiliki arti yang lain juga.
- **Pose/sikap:** gerak tubuh yang berdasarkan *stok of sign* masyarakat tertentu dan memiliki arti tertentu pula.
- **Objek:** benda-benda yang dikomposisikan sedemikian rupa sehingga diasumsikan dengan ide-ide tertentu. Seperti halnya penggunaan mahkota asumsikan sebagai penguasa dengan

keindahan yang ada dikepalanya sebagai simbol kekuasaan.

- ***Fotogenia:*** adalah seni memotret sehingga foto yang dihasilkan tela dibumbui atau dihiasi dengan teknik-teknik lighting, eksprosure dan hasil cetakan. Dalam sebuah film, *fotogenia* digunakan untuk menghasilkan suasana yang disesuaikan dengan kondisi cerita yang ada dalam *sequence* film sendiri.
- ***Esestisisme*****:** disebut juga sebagai estetika yang berkaitan dengan Komposisi gambar untuk menampilkan sebuah keindahan sinematografi
- ***Sintaksis*****:** biasanya hadir dalam rangkaian gambar yang ditampilkan dalam satu judul dimana waktu tidak muncul lagi pada masing-masing gambar, namun pada keseluruhan gambar yang ditampilkan terutama bila dikaitkan dengan judul utamanya (Barthes, 2010:7-11).

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

Tabel 2.3

Perbandingan Antara Konotasi dan Denotasi

KONOTASI	DENOTASI
Pemakaian figur	Literatur
Petanda	Penanda
Kesimpulan	Jelas
	Menjabarkan

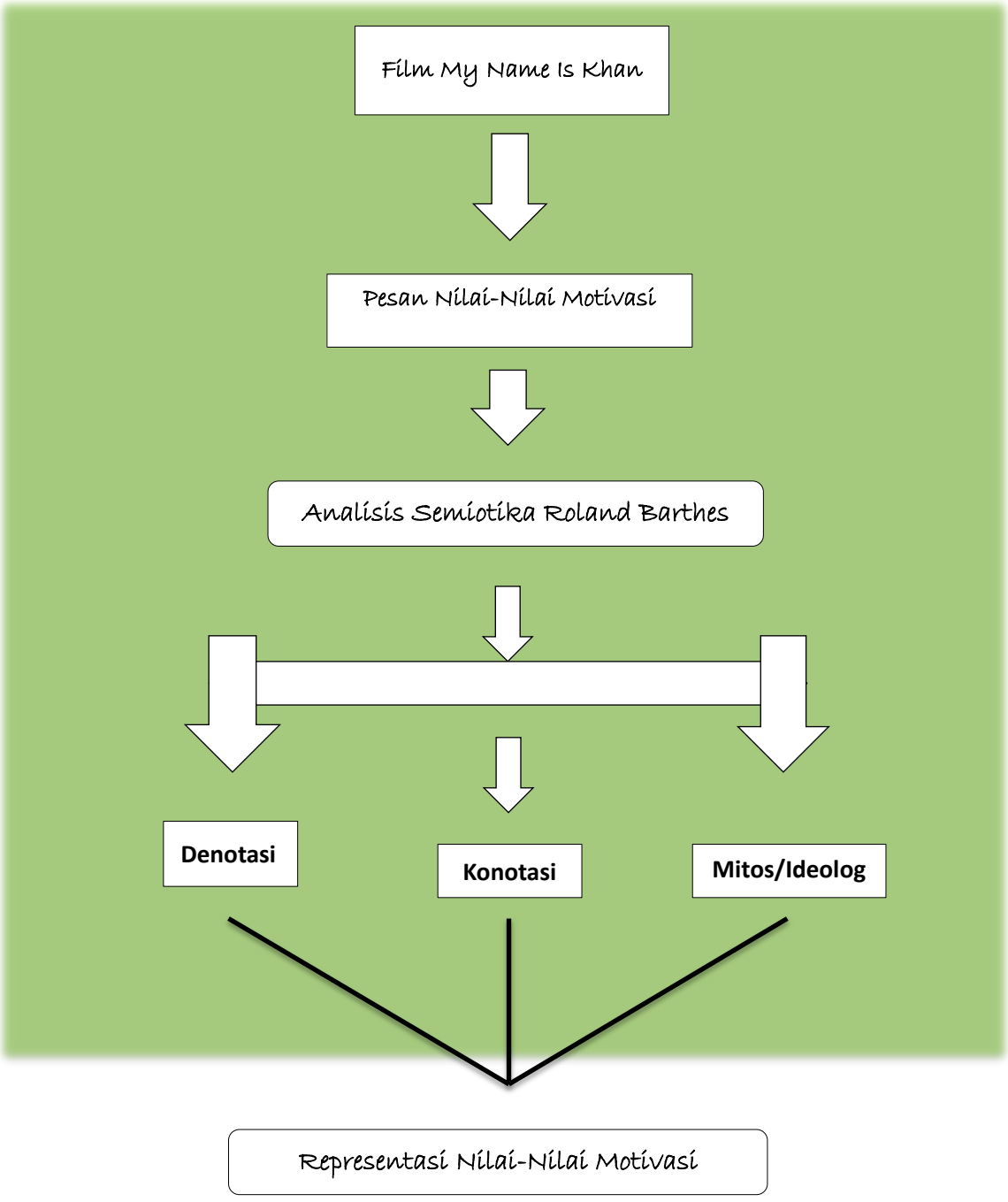
Sumber: Arthur Asa Berger. 2000a. *Media Analysis Techniques*. Edisi Kedua. Penerjemeh Setio Budi HH. Yogyakarta: Penerbitan Univ. Atma Jaya, hal. 15 dalam (Sobur, 2009: 264).

Tanda-tanda denotatif dan konotatif yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah adegan-adegan yang membawakan pesan-pesan nilai-nilai motivasi seorang laki-laki yang terpilih melalui karakter, sikap dan perilaku, bahasa tubuh, gaya berbicara, kata-kata yang dipergunakan dalam berdialog, oleh tokoh dalam film *My Name Is Khan*. Dari hasil analisis inilah diharapkan dapat ditemukan makna pesan yang ingin disampaikan oleh seorang sutradara film, yakni Karan Johar.

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

Gambar 2.2

Kerangka Pemikiran Konseptual



Sumber: Peneliti, 2014