BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

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

1. **Skripsi Susi Deviyana, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2011**

   Penelitian Susi Deviyana yang berjudul "Representasi Nilai Kepahlawanan Dalam Film Harap Tenang Ada Ujian", bertujuan untuk mengetahui lebih dalam apakah tanda-tanda yang digunakan untuk merepresentasikan nilai-nilai kepahlawanan yang ada dalam film "Harap Tenang Ada Ujian!" tersebut. Dengan mengetahui dan memahami tanda-tanda yang menunjukkan nilai-nilai kepahlawanan diharapkan kita dapat meneladani nilai-nilai tersebut.

   Penelitian ini termasuk studi kualitatif dengan pendekatan analisa semiotika Roland Barthes. Hasil dari penelitian ini adalah nilai-nilai kepahlawanan ditunjukkan melalui simbol-simbol

ditampilkan melalui sikap dan aksi dari para tokoh. Nilai-nilai tersebut antara lain keberanian, percaya pada kekuatan sendiri, pantang menyerah, rela berkorban, persatuan dan kesatuan, toleransi dan kesetiakawanan sosial. Film ini mampu menyampaikan berbagai pesan atau tanda-tanda yang menunjukkan nilai-nilai kepahlawanan.

2. **Skripsi Reno Kurniawan, Universitas Komputer Indonesia, Bandung, 2013**

   Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui makna semiotik tentang pesan kekerasan yang terdapat dalam film Crows Zero, menganalisis apa saja makna yang terdapat dalam film Crows Zero yang berkaitan dengan pesan kekerasan, yaitu level realitas, level representasi, dan level ideologi yang merupakan kode-kode televisi John Fiske. Penelitian ini merupakan penelitian Kualitatif dengan menggunakan analisis semiotika John Fiske. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, studi dokumentasi, studi pustaka, dan penelusuran data online. Objek yang dianalisis merupakan sequence yang terdapat dalam film Crows Zero dengan membagi kedalam tiga sequence yaitu sequence Prolog, Ideological Content, dan Epilog yang merepresentasikan 3 level yaitu level realitas, level representasi, level ideologi.

   Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi kekerasan dalam film Crows Zero, terdapat tiga level yang sesuai dengan kode-kode televisi John Fiske.Pada level realitas menggambarkan

penyampaian pesan kekerasan yang terkodekan melalui penampilan, kostum, riasan, lingkungan, perilaku, gerakan, dan ekspressi. Level representasi mengulas teknis tentang film Crows Zero mulai dari segi kamera, editing, efek suara hingga dalam kode konvensional seperti konflik, dan dialog banyak tersampaikan pesan kekerasan. Lalu yang terakhir level ideologi, yaitu pesan yang ingin disampaikan dalam film Crows Zero, dan penulis menemukan pesan kekerasan dalam film Crows Zero melalui adegan-adegan yang ada pada tiap sequencenya. Peneliti juga menghubungkan pesan film Crows Zero ini dengan teori Ideologi Hegemoni Antonio Gramsci, yang mengacu pada dominasi suatu kelas sosial atas yang lain, bagaimana tokoh utama yakni Genji digambarkan sebagai tokoh Hegemonik yang berhasil membuat perubahan disekolah Suzuran.

3. **Skripsi Berry Arneldi, Universitas Komputer Indonesia, Bandung, 2013**

   Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui makna semiotik tentang representasi waktu yang terdapat dalam film In Time, menganalisis apa saja makna yang terdapat dalam film In Time yang berkaitan dengan representasi waktu dengan menggunakan The Codes Of Televisoin John Fiske yaitu, level realitas, level representasi dan level ideologi agar dapat diketahui level realitas representasi waktu dalam film In Time, level representasi waktu dalam film In Time dan level Ideologi representasi waktu dalam film

In Time. Penelitian ini merupakan Penelitian Kualitatif dengan menggunakan analisis semiotik John Fiske. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi dokumentasi, studi pustaka, dan penelusuran data online. Objek yang dianalisis adalah film In Time, sementara subjek yang dianalisis merupakan sequence yang terdapat dalam film In Time dengan mengambil empat sequence.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi waktu dalam film In Time terdapat tiga level sesuai dengan semiotik John Fiske. Level realitas yang terdapat dalam film In Time menggambarkan kehidupan dengan kelas sosial yang berbeda yang dijadikan sebagai petanda untuk memperkuat pesan. Level representasi didapati bagaimana waktu itu bekerja dan dikuasai oleh kapitalis. Level Ideologi yang dapat diambil adalah bahwa kapitalisme menguasai dan mendominasi waktu.Kesimpulan penelitian, pada level realitas ada keterkaitan antara manusia dan waktu ketika menyadari seberapa banyak waktu yang dimiliki dan memaknai waktu tersebut dengan mengisi tiap-tiap detiknya. Level representasi, waktu di kuasai oleh penguasa yang memiliki banyak waktu yang sengaja menjaga dan mendominasi waktu tersebut dari subordinasinya. Pada level ideologi, terlihat jelas bahwa pembagian dari waktu oleh kapitalis tidak merata sehingga membentuk kelas-kelas sosial. Peneliti menyarankan untuk masyarakat agar lebih aktif dalam menanggapi film yang ada. Dan untuk peneliti selanjutnya diharapkan agar lebih mempelajari film

dengan semiotika terutama John Fiske dalam memaknai tiap-tiap tanda.

2.1.1.1 Tabel Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Tinjauan Penelitian Terdahulu

Nama /tahun / Uraian	Susi Deviyana	Reno Kurniawan	Berry Arneldi
	2011	**2013**	**2013**
Perguruan Tinggi	UNS	UNIKOM	UNIKOM
Judul	*Representasi Nilai Kepahlawanan Dalam Film Harap Tenang Ada Ujian*	*Representasi Kekerasan Dalam Film Crows Zero*	*Representasi Makna Waktu Dalam Film In Time*
Metode	*Kualitatif (Semiotika Roland Barthes)*	*Kualitatif (Semiotika John Fiske)*	*Kualitatis (Semiotika John Fiske)*
Hasil	*Hasil dari penelitian ini adalah nilai-nilai kepahlawanan ditunjukkan melalui simbol-simbol ditampilkan melalui sikap dan aksi dari para tokoh. Nilai-nilai tersebut antara lain keberanian, percaya pada*	*Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi kekerasan dalam film Crows Zero, terdapat tiga level yang sesuai dengan kode-kode televisi John Fiske. Pada level realitas menggambarkan penyampaian pesan kekerasan yang terkodekan melalui*	*Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi waktu dalam film In Time terdapat tiga level sesuai dengan semiotik John Fiske. Level realitas yang terdapat dalam film In Time menggambarkan kehidupan dengan kelas sosial yang berbeda yang*

	kekuatan sendiri, pantang menyerah, rela berkorban, persatuan dan kesatuan, toleransi dan kesetiakawanan sosial. Film ini mampu menyampaikan berbagai pesan atau tanda-tanda yang menunjukkan nila-nilai kepahlawanan.	*penampilan, kostum, riasan, lingkungan, perilaku, gerakan, dan ekspressi. Level representasi mengulas teknis tentang film Crows Zero mulai dari segi kamera, editing, efek suara hingga dalam kode konvensional seperti konflik, dan dialog banyak tersampaikan pesan kekerasan. Lalu yang terakhir level ideologi, yaitu pesan yang ingin disampaikan dalam film Crows Zero, dan penulis menemukan pesan kekerasan dalam film Crows Zero melalui adegan-adegan yang ada pada tiap sequencenya.*	*dijadikan sebagai petanda untuk memperkuat pesan. Level representasi didapati bagaimana waktu itu bekerja dan dikuasai oleh kapitalis. Level Ideologi yang dapat diambil adalah bahwa kapitalisme menguasai dan mendominasi waktu.*
Perbedaan Dengan Penelitian Peneliti	*Penelitian Susi Deviyana mengenai film Harap Tenang Ada Ujian dan semiotika Roland Barthes*	*Penelitian Reno Kurniawan mengenai makna kekerasan dalam film Crows Zero*	*Penelitian Berry Arneld imengenai makna waktu dalam film In Time*

Sumber : Peneliti, 2014

2.1.2 Tinjauan Ilmu Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah aktifitas, sebuah ilmu sosial, sebuah seni liberal dan sebuah profesi. Ilmu komunikasi merupakan hasil dari suatu proses perkembangan yang panjang. Dapat dikatakan bahwa lahirnya ilmu komunikasi dapat diterima baik di Eropa maupun di Amerika Serikat bahkan di seluruh dunia, adalah merupakan hasil perkembangan dari publisistik dan ilmu komunikasi massa. Hal ini dimulai oleh adanya pertemuan antara tradisi Eropa yang mengembangkan ilmu publisistik dengan tradisi Amerika yang mengembangkan ilmu komunikasi massa.

2.1.2.1 Definisi Ilmu Komunikasi

Kata komunikasi atau communication dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin communis yang berarti "sama," communico, communicatio, atau communicare yang berarti "membuat sama" (to make common). Istilah pertama (communis) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama (Mulyana,2007:46). Komunikasi membuat orang dapat menyampaikan apa yang ada dalam pikirannya kepada orang lain. Melalui komunikasi, seseorang dapat membuat dirinya untuk tidak terasing dan terisolir dari lingkungan di sekitarnya. Banyak definisi-definisi yang muncul tentang komunikasi. Hal tersebut disebabkan oleh komunikasi yang terus berkembang dari masa ke masa. Banyaknya definisi tersebut, membuat komunikasi

diklasifikasikan kepada tiga konseptualisasi, yaitu komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi dan komunikasi sebagai transaksi (Mulyana, 2007:67).

Adapun pendapat para ahli mengenai definisi komunikasi, yaitu:

A. Bernard Berelson dan Gary A. Steiner

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

B. Carl I. Hovland

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

C. Gerald R. Miller

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

D. Everett M. Rogers

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

E. Harold Lasswell

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

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

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

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

2.1.3 Tinjauan tentang Komunikasi Massa

Setiap masyarakat pasti pernah berhadapan dengan media massa, dimana pesan dari media itu secara langsung ataupun tidak langsung dapat memengaruhinya. Setidaknya, orang itu pasti pernah mendengarkan radio, menonton televisi, membaca koran, maupun menonton film dan pesannya

pasti akan terserap. Ini mencerminkan bahwa komunikasi massa dengan berbagai bentuknya, senantiasa hadir di tengah-tengah kehidupan manusia dan manusia membutuhkan komunikasi massa juga.

2.1.3.1 Karakteristik Komunikasi Massa

Karakteristik komunikasi massa menurut Ardianto Elvinaro,dkk (Ardianto Elvinaro, dkk. 2007: 7) adalah sebagai berikut:

1. Komunikator terlambangkan

   Ciri komunikasi masa yang pertama adalah komunikatornya. 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 ditujukan untuk sekelompok orang tertentu.

3. Komunikannya anonim dan heterogen

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

4. Media massa menimbulkan keserempakan

   Effendy mengartikan keserempakan media massa itu sebagai keserempakan konteks dengan sejumlah besar penduduk dalam

jumlah yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.

5. Komunikasinya mengutamakan isi ketimbang hubungan

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

6. Komunikasi massa bersifat satu arah

   Karena komunikasinya melalui mediamassa, 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

   Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indrabergantung pada jenis media massa. Pada radio siaran dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar.

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

   Komponen umpan balik atau yang lebih populer dengan sebutan *feedback* merupakan faktor penting dalam proses komunikasi

massa. Efektivitas komunikasi sering dapat dilihat dari *feedback* yang disampaikan oleh komunikan.

2.1.3.2 Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa menurut Dominick dalam Ardianto, Elvinaro (Dominick dalam Ardianto, Elvinaro. dkk. 2007: 14-17) terdiri dari :

1. *Surveillance* (Pengawasaan)

   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.

2. *Interpretation* (Penafsiran)

   Fungsi penafsiran hampir sama dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga membeberkan 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 atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjutdalam komunikasi antarpesona atau komunikasi kelompok. Contoh nyata penafsiran media dapat dilihat pada halaman tajuk rencana (editorial) surat kabar.

3. *Linkage* (Pertalian)

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

4. *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.

5. Entertainment (Hiburan)

   Sulit dibantah pada kenyataannya 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. Memang ada beberapa stasiun televisi dan radio siaran yang lebih mengutamakan tayangan berita. Fungsi dari media massa sebagai fungsi menghibur tiada lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan membaca berita-berita ringan atau melihat tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali.

2.1.4 Tinjauan Tentang Film

Gambar bergerak (film) adalah bentuk dominan dari komunikasi massa visual di belahan dunia ini. Lebih dari ratusam 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.

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 adala bisnis yang memberikan keuntungan, kadang-kadang menjadi mesin uang yang seringkali, demi uang, keluar dari kaidah artistik film itu sendiri. (Dominick, 2000: 306)

2.1.5 Film Dalam Komunikasi Massa

Komunikasi massa dapat memberikan efek yang sangat besar untuk manusia. Diantaranya *behavioral effects* (efek perilaku), *attitudinal effects* (efek kesopanan), *cognitive effects* (efek pemikiran), *physiological effects* (efek fisiologis). Efek ini dapat terjadi dikarenakan dalam semua komunikasi mengharuskan adanya respon timbal balik dari setiap komunikannya. Begitu juga dalam media, terutama penonton televisi maupun film yang bersifat pasif akan menyerap begitu saja konten yang disuguhkan. (Harris, 2009:3-30)

Hubungan antara film dan masyarakat selalu dipahami secara linier. Artinya, film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan muatan pesan di baliknya tanpa pernah berlaku sebaliknya, lingkup penyebarannya pun secara massal. Dengan lingkupnya yang massal itulah, pesan yang terdapat di dalam komunikasi level ini selalu ditujukan kepada khalayak luas, tersebar secara serempak dalam waktu yang bersamaan, dan disalurkan melalui saluran tertentu.

2.1.6 Tinjauan Tentang Semiotika

Semiotika adalah studi tentang pertandaan dan makna dari sistem tanda; imu tentang tanda; tentang bagaimana makna dibangun dalam “teks” media; atau studi tentang bagaimana tanda dari jenis karya apapun yang mengkomunikasikan makna. Semiotika, begitulah kita akan menyebutnya, mempunyai tiga bidang studi utama :

1. Tanda itu sendiri. Hal ini terdiri atas studi tentang berbagai tanda yang berbeda, cara tanda yang berbeda itu dalam menyampaikan makna,

dan cara tanda itu terkait dengan manusia yang menggunakannya. Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami dalam artian manusia yang menggunakannya.

2. Kode atau sistem yang mengorganisasikan tanda. Studi ini mencakup cara berbagai kode dikembangkan guna memenuhi kebutuhan suatu masyarakat atau budaya atau untuk mengeksploitasi saluran komunikasi yang tersedia untuk mentransmisikannya.
3. Kebudayaan tempat kode dan tanda bekerja. Ini pada gilirannya bergantung pada penggunaan kode-kode dan tanda-tanda itu untuk keberadaan dan bentuknya sendiri. (Fiske,1990:60).

> "Semiotika digunakan sebagai paradigma, baik dalam pembacaan maupun penciptaan, di sebabkan ada kecenderungan untuk melihat objek-objek desain sebagai fenomena bahasa, yang di dalamnya terdapat tanda, pesan yang inging disampaikan, aturan atau kode yang mengatur, serta orang-orang yang terlibat di dalamnya sebagai subjek bahasa (*audience, reader, user)*(Yasraf Amir Piliang, 2012:299)"

Semiotik telah memberikan alat bantu yang kuat untuk menguji pengaruh media massa. Isi adalah penting, tetapi isi merupakan hasil dari penggunaan tanda-tanda (Littlejohn, 2009: 408). Secara umum, studi tentang tanda merujuk kepada semiotika.

Dari beberapa keterangan yang dikatakan para ahli di atas, peneliti dapat memahami bahwa semiotika adalah pemahaman akan tanda yang dimana tanda itu adalah semua yang ada di sekitar kita dan di kehidupan kita yang dapat dimaknakan oleh pengguna tanda itu sendiri baik itu makna yang di sepakati secara konsensus ataupun tanda yang memiliki makna yang

berbeda. Pada dasarnya makna pada tanda dapat berubah sesuai dengan perkembangannya dan kebutuhan manusia. Semiotika memiliki pemahaman yang sangat luas karena semiotika melibatkan setiap aspek kehidupan kita meski terkadang kita tidak menyadari akan hal itu. Untuk itu semiotika merupakan hal yang menarik untuk diperdalam guna memahami bahwa kita merupakan bagian dari tanda itu sendiri dan bagaimana memaknai tanda tersebut.

2.1.6.1 Film dalam Semiotika

Film merupakan bidang kajian yang amat relevan bagi analisis semiotika karena film dibangun dengan banyak tanda. Tanda-tanda itu termasuk berbagai sistem tanda yang bekerja sama dengan baik untuk mencapai efek yang diharapkan. Ciri gambar-gambar film adalah persamaannya dengan realitas yang ditunjukkannya. Gambar yang dinamis dalam film merupakan ikonis bagi realitas yang dinotasikannya. Film umumnya dibangun dengan banyak tanda. Film menuturkan ceritanya dengan cara khususnya sendiri. Kekhususan film adalah mediumnya, cara pembuatannya dengan kamera dan pertunjukannya dengan proyektor dan layar. Semiotika film untuk membuktikan hak keberadaannya yang dalam hal-hal penting menyimpang dari sintaksis dan semantik teks dalam arti harfiah, harus memberikan perhatian khusus pada kekhususan tersebut. (Van Zoest dalam Sobur, 2004).

2.1.6.2 Kode-Kode Televisi John Fiske

Kode-kode televisi (*television codes*) yaitu teori yang dikemukakan oleh John Fiske atau yang biasa disebut kode-kode yang digunakan dalam dunia pertelevisian. Kode-kode yang digunakan dalam acara televisi itu saling berhubungan hingga terbentuk sebuah makna. Menurut John Fiske, sebuah realitas tidak muncul begitu saja melalui kode-kode yang timbul, namun juga diolah melalui penginderaan serta referensi yang telah dimiliki oleh penontonnya dan akhirnya sebuah kode akan dipersepsikan secara berbeda oleh individu yang berbeda pula.

Dalam kode-kode televisi dalam teori John Fiske menyebutkan bahwa peristiwa yang ditayangkan dalam dunia televisi telah di en-kode oleh kode-kode social yang terbagi dalam tiga level, yaitu :

1. Level realitas *(Reality)*

   Kode sosial yang termasuk didalamnya adalah *appearance* (penampilan), *dress* (kostum), *make-up* (riasan), *environment* (lingkungan), *behavior* (kelakuan), *speech* (cara berbicara), *gesture* (gerakan) dan *expression* (ekspresi).

2. Level representasi *(Representation)*

   Kode-kode sosial yang termasuk didalamnya adalah kode teknis, yang melingkupi *camera (*kamera), *lighting* (pencahayaan), *editing* (perevisian), *music* (musik) dan *sound* (suara). Serta kode representasi konvensional yang terdiri dari *narative* (naratif),

conflict (konflik), *character* (karakter), *action* (aksi), *dialogue* (percakapan), *setting* (layar) dan *casting* (pemilihan pemain).

3. Level ideologi *(Ideology)*

   Kode sosial yang termasuk didalamnya adalah *individualism* (individualisme), *feminism* (feminisme), *race* (ras), *class* (kelas), *materialism* (materialisme), *capitalism* (kapitalisme) dan lain-lain.

Gambar 2.1

Kode-Kode Televisi John Fiske (Fiske, 1987:5)

Level Satu:

Realitas

Penampilan, kostum, tata rias, lingkungan, tingkah laku, cara berbicara, gerak tubuh, ekspresi, suara, dll

↓

Hal ini terkodekan secara elektronis melalui kode – kode teknis seperti :

↓

Level Dua:

Representasi

Kamera, cahaya, *editing*, musik, suara. Yang mentransmisikan kode – kode representasi konvensional, yang membentuk representasi dari, contohnya: Naratif, konflik, karakter, aksi, dialog, setting, casting, dll

↓

Level Tiga:

Ideologi

Yang terorganisir kepada penerima hubungan sosial oleh kode – kode ideologi, seperti individualisme, feminisme, ras, kelas, materialisme, kapitalisme, dll

Sumber : Fiske, 1987

2.1.7 Tinjauan Tentang Ideologi

Althusser dianggap sebagai pemikir pertama yang merevisi konsep ideologi dalm tradisi Marxis. Ia mengikuti Marx dalam pandangannya bahwa ideologi berperan memastikan pekerja untuk tunduk pada kelas penguasa. Hal itu dicapai dengan menyebarkan ajaran moral dan penghormatan yang diperlukan guna menegakkan tatanan yang mapan. Althusser menegaskan "ideologi yang abadi", maksudnya orang pasti berpikir tentang kondisi nyata keberadaan mereka dengan sebuah cara tertentu.

Adapun yang menjadi perhatian Althusser yaitupernyataan sederhana yang mengandung suasana ideologis, yaitu *that's obvious* ! Inilah kondisi yang dirujuk oleh Althusser, spontanitas tanpa pertanyaan. Argumen ini terlihat aneh, seolah-olah Althusser sedang menjelaskan sebuah masalaha dengan cara yang terlalu bertele-tele. Tapi, ia sangat jelas dalam satu hal yaitu ideologi yang bukan berarti seperangkat ide atau keyakinan, tapi tindakan-tindakan yang disisipkan ke dalam praktik material.

Matriks tindakan yang diajukan oleh Althusser muncul karena subjek bertindak sesuai dengan sistem yang diikutinya. Artinya, tindakan itu ditetapkan pada sesuatu yang benar-benar mendeterminasinya. Dengan begitu, ideologi muncuk dalam sebuah kondisi material dari aparatus ideologis dn praktik-praktik material itu diatur melalui ritual yang bersifat material. Konsekuensinya, praktik-praktik tersebut eksis dalam tindakan material dri subjek yang didasarkan pada keyakinannya sendiri.

Situasi “kejelasan” menurut Althusser menjadi titik permulaan dari penyelidikan ideologi yang selalu berhubungan dengan subjek. Frase yang digunakan Althusser untuk menjelaskan hubungan antara subjek dan ideologi ini adalah interpelasi atau panggilan. Althusser menolak keabstrakan ideologi dan statusnya yang dinyatakan sebagai produk dari kelompok sosial tertentu (hegelian). Dengan begitu, Althusser memungkinkan kita untuk melihat ideologi sebagai sesuatu yang terjdi dalam diri kita dan ditujukan kepada kita. Tentu saja sejauh ideologi itu ada dalam diri kita dan kita tidak menyadari dampaknya.

Ideologi tetap saja merupakan aktivitas yang tepat dilakukan orang di dunia nyata. Sebagian dari aktivitas itu adalah ritual yang merupakan imajinasi manusia yang memberikan makna sosial. Menurutnya, aktivitas berpikir merupakan praktik material. Maksudnya, bukan hanya wacana verbal eksternal (wicara dan teks), tapi juga untuk wacana verbal internal (kesadaran).

Gagasan tentang ideologi tersebut tergantung pada konsep subjek individu ideologis yang dibentuk oleh ideologi sebagai pembawa kesadaran dan keagenan. Dengan kata lain, ideologi dan subjek yang saling menentukan, anda tinggal secara alami dalam sebuah ideologi dan percaya bahwa anda bertindak secara spontan dan mandiri.

2.1.8 Teori Komunikasi Kelompok

Untuk memperkuat pemahaman dalam penelitian, peneliti menggunakan teori komunikasi kelompok sebagai salah satu acuannya. Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut (Deddy Mulyana, 2007).

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok "kecil" seperti dalam rapat, pertemuan, konperensi dan sebagainya (Anwar Arifin, 1984). Michael Burgoon (dalam Wiryanto, 2005) mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat. Kedua definisi komunikasi kelompok di atas mempunyai kesamaan, yakni adanya komunikasi tatap muka, peserta komunikasi lebih dari dua orang, dan memiliki susunan rencana kerja tertentu untuk mencapai tujuan kelompok.

Anggota-anggota kelompok bekerja sama untuk mencapai dua tujuan yaitu melaksanakan tugas kelompok dan memelihara moral anggota-anggotanya. Tujuan pertama diukur dari hasil kerja kelompok-disebut prestasi (*performance*) tujuan kedua diketahui dari tingkat kepuasan (*satisfacation*). Jadi, bila kelompok dimaksudkan untuk saling berbagi informasi (misalnya

kelompok belajar), maka keefektifannya dapat dilihat dari beberapa banyak informasi yang diperoleh anggota kelompok dan sejauh mana anggota dapat memuaskan kebutuhannya dalam kegiatan kelompok.

Jalaluddin Rakhmat (2004) meyakini bahwa faktor-faktor keefektifan kelompok dapat dilacak pada karakteristik kelompok, yaitu:

1. Faktor situasional karakteristik kelompok:

a. Ukuran kelompok.

Hubungan antara ukuran kelompok dengan prestasi krja kelompok bergantung pada jenis tugas yang harus diselesaikan oleh kelompok. Tugas kelompok dapat dibedakan dua macam, yaitu tugas koaktif dan interaktif. Pada tugas koaktif, masing-masing anggota bekerja sejajar dengan yang lain, tetapi tidak berinteraksi. Pada tugas interaktif, anggota-anggota kelompok berinteraksi secara teroganisasi untuk menghasilkan suatu produk, keputusan, atau penilaian tunggal. Pada kelompok tugas koatif, jumlah anggota berkorelasi positif dengan pelaksanaan tugas. Yakni, makin banyak anggota makin besar jumlah pekerjaan yang diselesaikan. Misal satu orang dapat memindahkan tong minyak ke satu bak truk dalam 10 jam, maka sepuluh orang dapat memindahkan pekerjaan tersebut dalam satu jam. Tetapi, bila mereka sudah mulai berinteraksi, keluaran secara keseluruhan akan berkurang.

Faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara prestasi dan ukuran kelompok adalah tujuan kelompok. Bila tujuan kelompok

memelukan kegiatan konvergen (mencapai suatu pemecahan yang benar), hanya diperlukan kelompok kecil supaya produktif, terutama bila tugas yang dilakukan hanya membutuhkan sumber, keterampilan, dan kemampuan yang terbatas. Bila tugas memerlukan kegiatan yang divergen (seperti memhasilkan gagasan berbagai gagasan kreatif), diperlukan jumlah anggota kelompok yang lebih besar.

Dalam hubungan dengan kepuasan, Hare dan Slater (dalam Rakmat, 2004) menunjukkan bahwa makin besar ukuran kelompok makin berkurang kepuasan anggota-anggotanya. Slater menyarankan lima orang sebagai batas optimal untuk mengatasi masalah hubungan manusia. Kelompok yang lebih dari lima orang cenderung dianggap kacau, dan kegiatannya dianggap menghambur-hamburkan waktu oleh anggota-anggota kelompok.

b. Jaringan komunikasi.

Terdapat beberapa tipe jaringan komunikasi, diantaranya adalah sebagai berikut: roda, rantai, Y, lingkaran, dan bintang. Dalam hubungan dengan prestasi kelompok, tipe roda menghasilkan produk kelompok tercepat dan terorganisir.

c. Kohesi kelompok.

Kohesi kelompok didefinisikan sebagai kekuatan yang mendorong anggota kelompok untuk tetap tinggal dalam kelompok, dan mencegahnya meninggalkan kelompok. McDavid dan Harari (dalam

Jalaluddin Rakmat, 2004) menyarankam bahwa kohesi diukur dari beberapa faktor sebagai berikut: ketertarikan anggota secara interpersonal pada satu sama lain; ketertarikan anggota pada kegiatan dan fungsi kelompok; sejauh mana anggota tertarik pada kelompok sebagai alat untuk memuaskan kebutuhan personal.

Kohesi kelompok erat hubungannya dengan kepuasan anggota kelompok, makin kohesif kelompok makin besar tingkat kepuasan anggota kelompok. Dalam kelompok yang kohesif, anggota merasa aman dan terlindungi, sehingga komunikasi menjadi bebas, lebih terbuka, dan lebih sering. Pada kelompok yang kohesifitasnya tinggi, para anggota terikat kuat dengan kelompoknya, maka mereka makin mudah melakukan konformitas. Makin kohesif kelompok, makin mudah anggota-anggotanya tunduk pada norma kelompok, dan makin tidak toleran pada anggota yang devian.

d. Kepemimpinan

Kepemimpinan adalah komunikasi yang secara positif mempengaruhi kelompok untuk bergerak ke arah tujuan kelompok. Kepemimpinan adalah faktor yang paling menentukan kefektifan komunikasi kelompok. Klasifikasi gaya kepemimpinan yang klasik dilakukan oleh White dan Lippit (1960). Mereka mengklasifikasikan tiga gaya kepemimpinan: otoriter; demokratis; dan laissez faire. Kepemimpinan otoriter ditandai dengan keputusan dan kebijakan yang seluruhnya ditentukan oleh pemimpin. Kepemimpinan

demokratis menampilkan pemimpin yang mendorong dan membantu anggota kelompok untuk membicarakan dan memutuskan semua kebijakan. Kepemimpinan laissez faire memberikan kebebasan penuh bagi kelompok untuk mengambil keputusan individual dengan partisipasi pemimpin yang minimal.

2. Faktor personal karakteristik kelompok:

a. Kebutuhan interpersonal

William C. Schultz (1966) merumuskan Teori FIRO (Fundamental Interpersonal Relations Orientatation), menurutnya orang menjadi anggota kelompok karena didorong oleh tiga kebutuhan intepersonal sebagai berikut:

1) Ingin masuk menjadi bagian kelompok (*inclusion*).

2) Ingin mengendalikan orang lain dalam tatanan hierakis (*control*).

3) Ingin memperoleh keakraban emosional dari anggota kelompok yang lain.

b. Tindak komunikasi

Mana kala kelompok bertemu, terjadilah pertukaran informasi. Setiap anggota berusaha menyampaiakan atau menerima informasi (secara verbal maupun nonverbal). Robert Bales (1950) mengembangkan sistem kategori untuk menganalisis tindak komunikasi, yang kemudian dikenal sebagai *Interaction Process Analysis* (IPA).

c. Peranan

Seperti tindak komunikasi, peranan yang dimainkan oleh anggota kelompok dapat membantu penyelesaian tugas kelompok, memelihara suasana emosional yang lebih baik, atau hanya menampilkan kepentingan individu saja (yang tidak jarang menghambat kemajuan kelompok). Beal, Bohlen, dan audabaugh (dalam Rakhmat, 2004: 171) meyakini peranan-peranan anggota-anggota kelompok terkategorikan sebagai berikut:

1) Peranan Tugas Kelompok. Tugas kelompok adalah memecahkan masalah atau melahirkan gagasan-gagasan baru. Peranan tugas berhubungan dengan upaya memudahkan dan mengkoordinasi kegiatan yang menunjang tercapainya tujuan kelompok.

2) Peranan Pemiliharaan Kelompok. Pemeliharaan kelompok berkenaan dengan usaha-usaha untuk memelihara emosional anggota-anggota kelompok.

3) Peranan individual, berkenaan dengan usahan anggota kelompokuntuk memuaskan kebutuhan individual yang tidak relevan dengan tugas kelompok.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran sangat penting dalam memberikan arah bagi peneliti dalam proses penelitiannya dan menyamakan persepsi antara peneliti dan orang maupun yang membaca hasil penelitian ini.

Maksud dari kerangka berpikir sendiri adalah “supaya terbentuknya suatu alur penelitian yang jelas dan dapat diterima secara akal.” (Sugiyono, 2009:92)

2.2.1 Pengertian Representasi

Representasi biasanya dipahami sebagai gambaran sesuatu yang akurat atau realita yang terdistorsi. Representasi tidak hanya berarti “to present”, “to image”, atau “to depict”. Kedua, gambaran politis hadir untuk merepresentasikan kepada kita. Kedua ide ini berdiri bersama untuk menjelaskan gagasan mengenai representasi. “representasi” adalah 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. Hal ini terjadi antara representasi dan benda yang digambarkan. Berlawanan dengan pemahaman standar itu, Stuart Hall berargumentasi bahwa representasi harus dipahami dari peran aktif dan kreatif orang memaknai dunia.

Hall menunjukkan bahwa sebuah imaji akan mempunyai makna yang berbeda dan tidak ada garansi bahwa imaji akan berfungsi atau bekerja sebagaimana mereka dikreasi atau dicipta. Hall menyebutkan “Representasi sebagai konstitutif”. Representasi tidak hadir sampai setelah selesai direpresentasikan, representasi tidak terjadi setelah sebuah kejadian. Representasi adalah konstitutif dari sebuah kejadian. Representasi adalah bagian dari objek itu sendiri, ia adalah konstititif darinya.

Ada tiga pendekatan representasi menurut Stuart Hall (1997) hingga suatu objek (yang dalam hal ini dituliskan sebagai bahasa) dapat dikatakan mempresentasikan sebuah nilai.

1. *Reflective Approach* (Pendekatan Reflektif)

   Dalam pendekatan reflektif, suatu arti atau makna dipertimbangkan berada dalam suatu benda, orang, ide, atau kejadian di dunia nyata dan fungsi bahasa seperti sebuah cermin untuk mereflesikan arti atau makna yang sebenarnya ketika sudah ada di dunia. Makna diproduksi oleh manusia melalui ide, media objek dan pengalaman-pengalaman di dalam masyarakat secara nyata.

2. *Intentional Approach* (Pendekatan Maksud dan Tujuan)

   Pendekatan ini menganggap bahwa penulis yang menentukan arti atau makna uniknya pada bahasa. Bahasa dugunakan untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan segala sesuatu yang khusus atau unik pada kita. Namun, kita tidak bisa menjadi sumber arti atau makna yang tunggal dalam bahasa karena itu akan berarti bahwa kita bisa mengungkapkan diri kita sendiri seluruhnya dalam bahasa pribadi. Tetapi esensi bahasa adalah komunikasi dan itu secara bergiliran bergantung pada kaidah linguistik yang sama – sama digunakan. Bahasa tidak pernah menjadi seluruhnya sebuah permainan pribadi. Bahasa adalah benar – benar sebuah system sosial. Ini berarti bahwa gagasan atau pikiran pribadi kita harus berunding dengan semua arti atau maknalain untuk berbagai kata atau gambar yang telah tersimpan

dalam bahasa dimana secara tidak terelakkan pengunaan sistem bahasa kita akan mencetuskan tindakan.

3. *Constructionist Approach* (Pendekatan Konstruktif)

Pendekatan ini mengakui karakter publik atau sifat publik bahasa. Ini menyatakan bahwa baik segala sesuatu pada diri mereka sendiri maupun para pemakai bahasa secara perorangan dapat menetapkan arti atau makna dalam bahasa. Pendekatan konstruktif mengatakan keberadaan sistem bahasa atau sistem apa saja yang kita gunakan untuk memrepresentasikan konsep kita. Ini adalah para aktor sosial yang menggunakan sistem konseptual mengenai budaya dan linguistik mereka, serta sistem representasi lain untuk menciptakan arti atau makna, untuk membuat dunia menjadi bermakna dan untuk mengkomunikasikan tentang dunia yang bermakna bagi orang lain.

2.2.2 Pengertian Kepahlawanan

Kepahlawanan dapat didefinisikan sebagai sosok yang memiliki keyakinan, dan dengan keyakinan itu ia terdorong untuk memperjuangkan sesuatu . Karena kepahlawanan identik dengan nilai positif,maka sesuatu yang diperjuangkan pun pasti suatu hal yang positif.

> ”Mereka hanya manusia biasa yang berusaha memaksimalkan seluruh kemampuannya untuk memberikan yang terbaik bagi orang-orang di sekelilingnya. Mereka merakit kerja-kerja kecil jadi sebuah gunung. Karya kepahlawanan adalah tabungan jiwa dalam masa yang lama .” (Matta, 2004 : 13)

Simbol Sosial adalah suatu objek yang meliputi segala sesuatu hal yang dapat dirasakan atau dialami, yang menunjukkan nilai-nilai yang

berlaku dalam relasi sosial, dimana dalam relasi sosial dapat berperan sebagai pembentuk individu dalam masayarakat. Pada penelitian ini peneliti menggunakan simbol-simbol sosial yang merepresentasikan nilai-nilai kepahlawanan, antara lain :

A. Keberanian

Keberanian adalah kekuatan yang tersimpan dalam kehendak jiwa, yang mendorong seseorang untuk maju menunaikan tugas, baik tindakan maupun perkataan, demi kebenaran dan kebaikan, atau untuk mencegah suatu keburukan dan dengan menyadari sepenuhnya semua kemungkinan resiko yang diterimanya. (Matta, 2004 : 13)

B. Kesabaran

Tidak ada keberanian yang sempurna tanpa kesabaran. Sebab kesabaran adalah nafas yang menentukan lama tidaknya sebuah keberanian bertahan dalam diri seorang pahlawan.

Kesabaran merupakan aspek defensif dari naluri kepahlawanan, bila keberanian merupakan aspek ekspansifnya. Kesabaran adalah daya tahan psikologis yang menentukan sejauh apa kita mampu membawa beban idealisme kepahlawanandan sekuat apa seseorang mampu bertahan dalam menghadapi tekanan hidup. (Matta, 2004 : 24)

C. Rela Berkorban

Nilai sosial setiap kita terletak pada apa yang kita berikan kepada masyarakat, atau pada kadar manfaat yang dirasakan

masyarakat dari keseluruhan *performance* kepribadian kita. Demikianlah, kita menobatkan seseorang menjadi pahlawan karena ada begitu banyak hal yang telah ia berikan kepada masyarakat. Maka, takdir seorang pahlawan adalah bahwa ia tidak pernah hidup dan berpikir dalam lingkup dirinya sendiri. Ia telah melampaui batas-batas kebutuhan psikologis dan biologisnya. Batas-batas kebutuhan itu bahkan telah hilang dan lebur dalam batas kebutuhan kolektif masyarakatnya dimana segenap pikiran dan jiwa yang tercurahkan. Dalam makna inilah pengorbanan menemukan dirinya sebagai kata kunci kepahlawanan seseorang. (Matta, 2004 : 27)

D. Pantang Menyerah

Pantang menyerah adalah sebuah wujud kepribadian seseorang yang tanpa rasa bosan bangkit dari kegagalan ke kegagalan lain dan akhirnya sukses mencapai keberhasilan. Seseorang yang pantang menyerah adalah orang yang memiliki daya imajinasi dan kreativitas yang Sumbertinggi karena dengan kedua daya itu, ia senantiasa berusaha member jawaban atas tantangan yang akan dihadapinya.

E. Kompetisi

Kompetisi adalah semangat yang melekat dalam diri para pahlawan, karena ini merupakan cara terbaik untuk mengeksploitasi potensi-potensi mereka. Maka, mereka membutuhkan medan kompetisi yang tak terbatas, sebab ketidakterbatasan itu akan

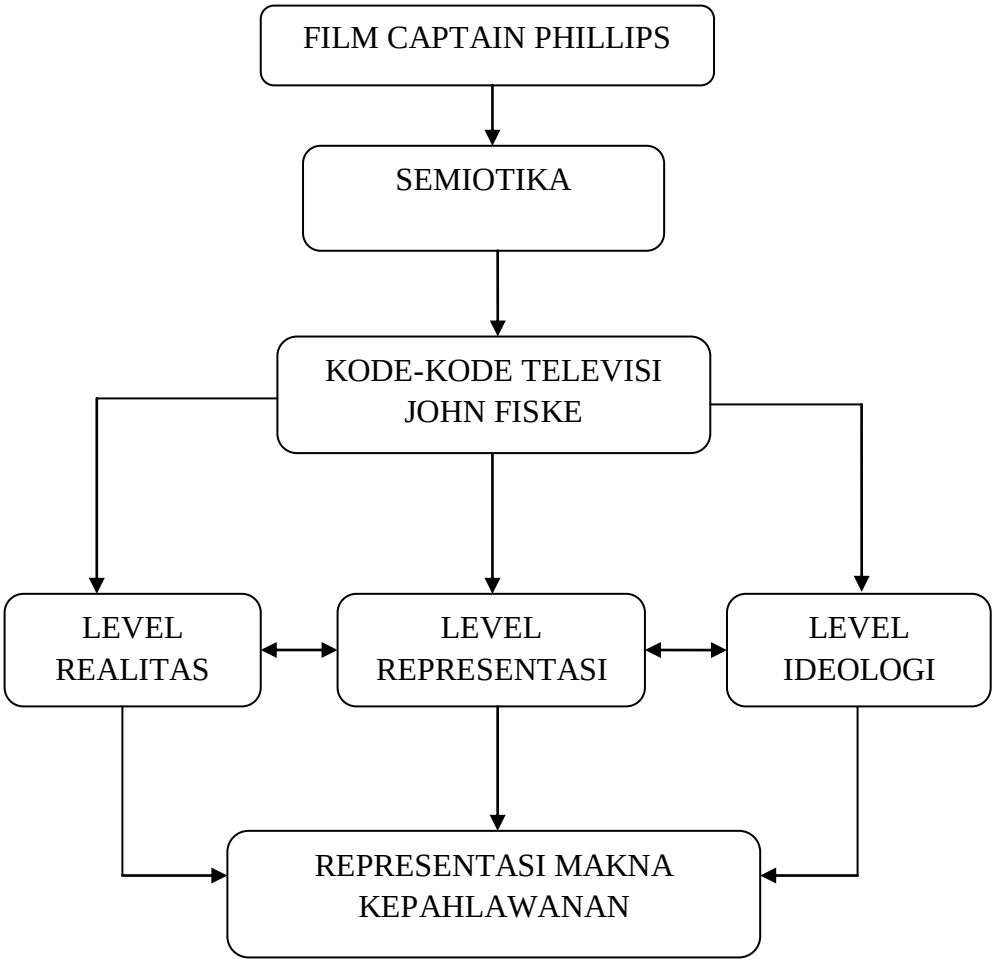
mendorong munculnya semua potensi tersembunyi dalam diri mereka. (Matta, 2004 : 30)

F. Kesetiakawanan Sosial

Dalam perjuangannya, seorang pahlawan tidaklah sendiri. Dia ditemani rekan-rekan seperjuangan serta orang-orang yang nasibnya sedang diperjuangkan. Demi mencapai tujuan bersama, seorang pahlawan haruslah mempunyai kesetiakawanan social yang tinggi. Kesetiakawanan social mengandung aspek-aspek solidaritas, tenggang rasa, empatidan bukan sebaliknya tak acuh, masa bodoh dengan orang lain atau egois. (Matta, 2004 : 57)

Gambar 2.2

Kerangka Pemikiran Analisis Semiotika "Representasi Makna Heroisme Dalam Film Captain Phillips"



Sumber : Peneliti, 2014