

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PENELITIAN

#### 2.1 Kajian Pustaka

Dalam kajian pustaka, periset memulai dengan menelaah riset terdahulu yang mempunyai keterkaitan dengan riset yang dicoba. Dengan demikian, periset memperoleh referensi pendukung, aksesoris dan perbandingan yang mencukupi sehingga penyusunan skripsi ini lebih mencukupi. Perihal ini dimaksudkan buat menguatkan kajian pustaka berbentuk riset yang terdapat. Tidak hanya itu, sebab pendekatan yang digunakan dalam riset ini merupakan pendekatan kualitatif yang menghargai bermacam perbandingan yang terdapat dan metode pandang menimpa objek- objek tertentu, sehingga walaupun ada kesamaan ataupun perbandingan merupakan sesuatu perihal yang normal serta bisa disinergikan buat silih memenuhi.

##### 2.1.1 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Metode Yang Digunakan	Objek Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Dengan Proposal Ini
1.	Representasi Otoritarianisme Dalam Film <i>Inglourious Basterds</i> Karya Quentin Tarantino (Analisis Semiotik John Fiske Representasi Otoritarianisme Dalam Film <i>Inglourious Basterds</i> Karya	Windu Puji Indriani (UNIKOM 2014)	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian yang digunakan analisis semiotika John Fiske.	Film <i>Inglourious Bastard</i> Karya Quentin Tarantino, Dimana Didalam Film ini Peneliti Tentang Representasi Otoritarianisme	Persamaan dari penelitian ini adalah terletak pada objek penelitian, yaitu film. Metode penelitian yang dilakukanpun sama, yaitu metode semiotika dari John Fiske. Perbedaannya terletak pada film yang dianalisis, Windu meneliti film " <i>Inglourious Basterds</i> " sedangkan Peneliti Menganalisis Film

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Metode Yang Digunakan	Objek Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Dengan Proposal Ini
	Quentin Tarantino)				“Once Upon A time In Hollywood” Windu Mempresentasikan Otoritarianisme sedangkan peneliti mempresentasikan pertemanan.
2.	Representasi Cinta Tanah Air dalam Film 5 cm (Analisis Semiotika John Fiske mengenai Representasi Cinta Tanah Air dalam Film 5 cm)	Gita Larasati (UNIKOM 2013)	Metode analisis tekstual dengan menggunakan analisis semiotika The Codes of Television dari John Fiske	Film 5 CM yang merupakan film yang tersimpan makna nasionalis. Dengan meneliti makna cinta tanah air.	Persamaan dari penelitian ini terletak pada objek penelitian, yaitu film. Metode penelitian yang dilakukanpun sama, yaitu metode semiotika dari John Fiske. Perbedaannya terletak pada 17 film yang dianalisis. Gita menganalisis film “5 CM”. Sedangkan peneliti menganalisis film Once Upon A Time In Hollywood, gita mempresentasikan makna cinta tanah air, sedangkan peneliti mempresentasikan pertemanan
3.	Representasi Hedonisme Dalam Film The Bling Ring	Setya Agung Permana (Unikom 2016)	Penelitian menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis semiotika John Fiske The Code Of Television	Film The Bling Ring merupakan film yang diteliti oleh peneliti tentang Representasi Hedonisme	Persamaan dari penelitian ini terletak pada objek yaitu film. Metode penelitian pun sama yaitu semiotika John Fiske. Perbedaan terletak pada film yg di analisis dan Representasi dari peneliti.

## **2.2 Studi Kepustakaan**

### **2.2.1 Tinjauan Komunikasi**

Dalam kehidupan satu hari– hari tidak hendak terlepas dari komunikasi, baik itu secara langsung maupun tidak langsung. Baik dalam kehidupan nyata maupun dalam suatu film. Dimana komunikasi tersebut memiliki tujuan selaku pertukaran kabar serta pesan dari komunikator terhadap komunikan. Tetapi tujuan dari komunikasi tidak cuma sebatas itu saja. Sebagaimana yang telah dikutip oleh Onong U. Effendy dalam bukunya Ilmu komunikasi Teori dan Praktek fungsi komunikasi, dalam buku Aneka Suara, satu Dunia (Many Voices One World) dengan MacBride sebagai editornya, diterangkan dengan cukup gambling. Diuraikan bahwa komunikasi dipandang dalam arti yang lebih luas, tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan, tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar – menukar data, fakta, dan ide, maka fungsinya dalam tiap sistem sosial adalah sebagai berikut :

1. Informasi : Pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta dan pesan, opini dan komentar yang dibutuhkan agar orang dapat mengerti dan bereaksi secara jelas terhadap kondisi internasional, lingkungan, dan orang lain, dan agar dapat mengambil keputusan.
2. Sosialisasi (pemasyarakatan) : Penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat.
3. Motivasi : Menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.

4. Perdebatan dan diskusi : Menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik, menyediakan bukti – bukti yang relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum dan agar masyarakat lebih melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kegiatan bersama di tingkat internasional, nasional, dan lokal.
5. Pendidikan : Pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, dan pendidikan keterampilan serta kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.
6. Memajukan kebudayaan : penyebarluasan hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, perkembangan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang, membangunkan imajinasi dan mendorong kreativitas serta kebutuhan estetikanya.
7. Hiburan : Penyebarluasan sinyal, simbol, suara dan citra (image) dari drama, tari, kesenian, kesusasteraan, musik, komedi, olah raga, permainan, dan sebagainya untuk rekreasi dan kesenangan kelompok dan individu.
8. Integrasi : Menyediakan bagi bangsa, kelompok, dan individu kesempatan memperoleh berbagai pesan yang diperlukan mereka agar mereka dapat saling kenal dan mengerti dan menghargai kondisi, pandangan, dan keinginan orang lain. (Effendy, 2005)

### **2.2.2 Pengertian Komunikasi**

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku “Ilmu Komunikasi dalam Teori dan Praktek”. “Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris “Communications” berasal dari kata latin “Communicati”, dan bersumber dari kata “Communis” yang berarti “sama”, maksudnya adalah sama makna. Kesamaan makna disini adalah mengenai sesuatu yang dikomunikasikan, karena

komunikasi akan berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan atau dikomunikasikan, Suatu percakapan dikatakan komunikatif apabila kedua belah pihak yakni komunikator dan komunikan mengerti bahasa pesan yang disampaikan”.(Effendy, 2005)

Sebagaimana yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy dalam buku Dimensi-dimensi Komunikasi mendefinisikan bahwa “Komunkasi adalah penyampaian lambing yang berarti oleh seseorang kepada orang lain, baik dengan maksud agar mengerti maupun agar berubah perilaku”.

Sedangkan Menurut Edward Depari, yang dikutip oleh Widjaja dalam buku Ilmu Komunikasi Pengantar Studi, memberikan pengertian komunikasi adalah proses penyampaian gagasan, harapan dan pesan yang disampaikan melalui lambang tertentu, mengandung arti, dilakukan oleh penyampai pesan ditujukan kepada penerima pesan (Widjaja, 2000)

Adapun yang dikutip oleh Marhaeni Fajar dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik. Menurut Harold D. Laswell (1948) Menggambarkan tiga fungsi komunikasi sebagai berikut :

1. Pengawasan lingkungan, yang mengingatkan masyarakat akan bahaya dan peluang dalam lingkungan.
2. Hubungan berbagai bagian terpisah dalam masyarakat yang merespon lingkungan.
3. Transmisi warisan sosial dari suatu generasi ke generasi lainnya. (Fajar, 2009)

Menurutnya tidak semua komunikasi bersifat dua arah, dengan suatu aliran yang lancar dan umpan balik yang terjadi antara penerima dan pengirim. Ia menyimpulkan bahwa penting bagi masyarakat untuk menemukan dan mengendalikan faktor – faktor yang mengganggu komunikasi yang efesiens. Dan juga pertanyaan yang berupa ungkapan verbal, yaitu : “Who, say What, In Which Channel, To Whom, With What Effect”. Maksud dari pernyataan tersebut, yaitu :

1. Who (siapa), komunikator yakni orang yang menyampaikan mengatakan, atau menyiatkan pesan-pesan baik secara lisan maupun tulisan. Dalam hal ini komunikator melihat dan menganalisa faktor yang memprakasai dan membimbing kegiatan komunikasi.
2. Say What (mengatakan apa), pesan yaitu: ide, informasi, opini yang dinyatakan sebagai isi pesan dengan menggunakan simbol atau lambang yang berarti.
3. In which channel (melalui saluran apa) media ialah alat yang dipergunakan komunikator untuk menyampaikan pesan agar pesan lebih mudah untuk diterima dan dipahami, biasanya komunikator menggunakan pers, radio, televisi, dan lain-lain.
4. To Whom (kepada siapa) komunikan ialah orang yang menjadi sasaran komunikator dalam menyampaikan pesan. Untuk itu seorang komunikator harus mengetahui betul sifat dan kondisi komunikan dimanapun berada.
5. Effeck (efek) yakni efek atau pengaruh kegiatan komunikasi yang di lakukan komunikator kepada komunikan, sehingga terlihat adanya perubahan yang terjadi dalam diri komunikan.

Berdasarkan uraian pengertian komunikasi di atas, maka dapat di simpulkan bahwa pada dasarnya komunikasi itu merupakan proses penyampaian pesan dari seseorang atau kelompok (komunikator) kepada orang lain (komunikan), dengan harapan dapat menimbulkan perubahan sikap dan pendapat dari orang yang menjadi sasaran, komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi.

### **2.2.3 Proses Komunikasi**

Berangkat dari paradigma Lasswell dalam Onong Uchjana Effendy membedakan proses komunikasi menjadi dua tahap, yaitu:

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 pesan verbal (bahasa), dan pesan nonverbal (kial/ gesture, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya) yang secara langsung dapat/mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Seperti disinggung di muka, komunikasi berlangsung apabila terjadi kesamaan makna dalam pesan yang diterima oleh komunikan. Dengan kata lain , komunikasi adalah proses membuat pesan yang setala bagi komunikator dan komunikan. Prosesnya sebagai berikut, pertama-tama komunikator menyandi (encode) pesan yang akan disampaikan disampaikan kepada komunikan. Ini berarti komunikator memformulasikan pikiran dan atau perasaannya ke dalam lambang (bahasa) yang diperkirakan akan dimengerti oleh komunikan. Kemudian giliran komunikan untuk menterjemahkan (decode) pesan dari komunikator. Ini berarti ia menafsirkan lambang yang mengandung pikiran dan atau perasaan komunikator tadi dalam konteks pengertian. Yang penting dalam proses penyandian (coding) adalah komunikator dapat menyandi dan komunikan dapat menerjemahkan sandi tersebut (terdapat kesamaan makna).
2. Proses Komunikasi secara Sekunder Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampain pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada ditempat yang relatif jauh ataupun jumlahnya banyak. Surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunkasi. Pada umumnya kalau kita berbicara

dikalangan masyarakat, yang dinamakan media komunikasi itu adalah media kedua sebagaimana diterangkan diatas. Jarang sekali orang menganggap bahasa sebagai media komunikasi. Hal ini disebabkan oleh bahasa sebagai lambing (symbol) beserta isi (content) – yakni pikiran dan atau perasaan – yang dibawanya menjadi totalitas pesan (message), yang tampak tak dapat dipisahkan. Tidak seperti media dalam bentuk surat, telepon, radio, dan lainlainnya. Yang jelas tidak selalu dipergunakan. Tampaknya seolah-olah orang tak mungkin berkomunikasi tanpa bahasa, tetapi orang mungkin dapat berkomunikasi tanpa surat, atau telepon, atau televisi, dan sebagainya. (Effendy, 2003)

#### **2.2.4 Tinjauan Komunikasi Massa**

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Rakhmat, 2003) yakni : komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (mass communication is message communicated through a mass medium to a large number of people). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar dilapangan luas yang dihadiri oleh ribuan, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah : radio siaran dan televisi, keduanya dikenal sebagai media elektronik, surat kabar dan majalah, keduanya disebut sebagai media cetak, serta media film. Film sebagai media komunikasi massa adalah bioskop.

Definisi komunikasi massa yang lebih perinci dikemukakan oleh ahli komunikasi lain, yaitu Gerbner. Menurut Gerbner (1967) “Mass Communication is the tehnologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies”. (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang



berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan, yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri (Rakhmat, 2003).

Dari definisi Gerbner tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan – pesan komunikasi. Produk tersebut disebar, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, dwimingguan, atau bulanan. Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industry.

### **2.2.5 Tinjauan Semiotika**

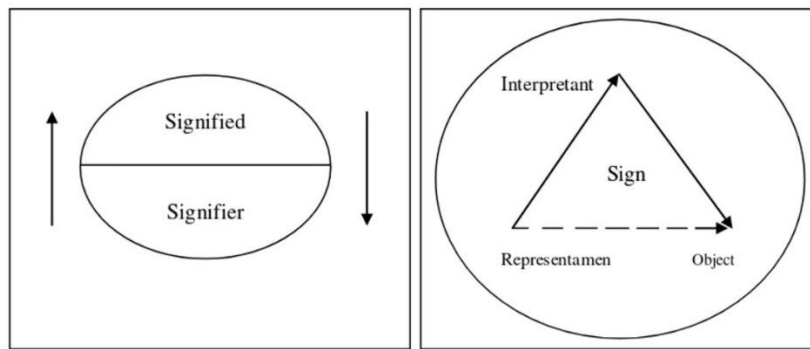
Manusia memakai bahasa sebagai alat komunikasi. Bahasa dibentuk oleh tanda – tanda, dan ilmu yang mempelajari tanda disebut semiotika. Istilah semiotika berasal dari bahasa Yunani, semeiotikos, berarti penerjemahan dari tanda – tanda. Kata “semiotika” untuk pertama kalinya diperkenalkan oleh Henry Stubbes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

Studi tentang bagaimana suatu masyarakat menghasilkan makna dan nilai – nilai dalam suatu sistem komunikasi disebut semiotika. Semiotika merupakan istilah dari bahasa Yunani semion atau “tanda”. Di sini “tanda” memiliki arti khusus, mengacu kepada konteks sosial dan budaya di mana sebuah tanda digunakan agar kita memperoleh signifikansi atau makna tertentu.

Bahasa dan sistem simbolis lainnya seperti musik dan gambar disebut sistem “tanda”, karena mereka diatur, dipelajari, dan ditularkan berdasarkan aturan dan konvensi bersama oleh suatu masyarakat.

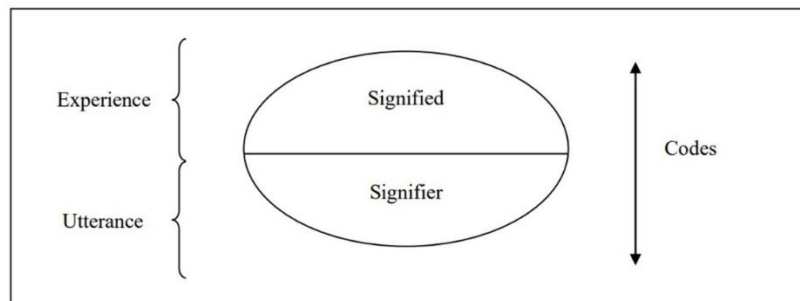
Charles Sanders Peirce menyatakan satuan itu dalam “Model Triadic” sebagaimana terlihat pada gambar berikut:

**Gambar 2. 1**  
**Model Triadic Pierce**



(Liliweri, 2011)

**Gambar 2. 2**  
**Model deskriptif dari Saussure**



(Liliweri, 2011)

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

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

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

Semiotik melihat komunikasi sebagai penciptaan/pemunculan makna di dalam pesan-baik oleh pengirim maupun penerima. Makna tidak bersifat absolut, bukan suatu konsep statis yang bisa ditemukan terbungkus rapi di dalam pesan. Makna adalah sebuah proses yang aktif: para ahli semiotic menggunakan kata kerja seperti; menciptakan, memunculkan, atau negosiasi mengacu pada proses ini. Negosiasi mungkin merupakan istilah yang paling berguna yang mengindikasikan hal-hal seperti kepada-dan-dari, member-dan-menerima antara manusia/orang dan pesan. Makna adalah hasil interaksi dinamis antara tanda, konsep mental (hasil interpretasi), dan objek: muncul dalam konteks historis yang spesifik dan mungkin berubah seiring dengan waktu. (John Fiske, 2012).

Analisis semiotika *The Codes Of Television* dari John Fiske mengatakan bahwa peristiwa yang dinyatakan telah dikodekan oleh kode kode sosial sebagai berikut:

1. Level Realitas yang meliputi penampilan, kostum, riasan, lingkungan, perilaku, cara berbicara, gerakan, dan ekspresi

2. Level Representasi yang meliputi kamera, pencahayaan, musik, suara, dan yang mengirimkan kode representasi konvensional, yang membentuk representasi misalnya: narasi
3. Level Ideologi disusun kedalam hubungan dan diterima secara sosial oleh kode kode ideologi, seperti: individualisme, patriarki, ras, otoritarianisme, kelas sosial, materialisme, kapitalisme, dan lain lain.

### **2.2.6 Tinjauan Solidaritas**

Menurut Emile Durkheim Solidaritas adalah perasaan saling percaya antara para anggota dalam suatu kelompok atau komunitas. Kalau orang saling percaya, maka mereka akan menjadi satu atau menjadi persahabatan, menjadi saling hormat menghormati, menjadi terdorong untuk bertanggung jawab dan memperhatikan kepentingan sesamanya (Soedjati, 1999)

Dari pengertian ini, maka solidaritas dapat dimengerti sebagai adanya rasa saling percaya, memiliki cita cita bersama, kesetiakawanan, dan memiliki rasa sepenanggungan di antara individu sebagai anggota kelompok, karena adanya perasaan emosional dan moral yang dianut bersama, yang dapat membuat individu merasa nyaman dengan kelompok atau komunitas dalam masyarakat.

Dalam perspektif sosiologi, keakraban hubungan antara kelompok masyarakat tidak hanya merupakan alat untuk mencapai atau mewujudkan cita citanya, tetapi keakraban hubungan sosial tersebut juga merupakan salah satu tujuan utama dari kehidupan kelompok masyarakat yang ada. Keadaan kelompok yang semakin kokoh selanjutnya akan menimbulkan rasa saling memiliki dan emosional yang kuat diantara anggotanya.

Salah satu komponen utama masyarakat yang menjadi perhatian Durkheim adalah bentuk solidaritasnya. Durkheim membagi dua bentuk solidaritas, yaitu solidaritas mekanik (*mechanical solidarity*) dan solidaritas organik (*organic solidarity*)

#### 1. Solidaritas Mekanik

Solidaritas Mekanik adalah rasa solidaritas yang didasarkan pada suatu kesadaran kolektif yang menunjuk kepada totalitas kepercayaan yang rata-rata ada pada masyarakat yang sama, yaitu mempunyai pekerjaan yang sama, pengalaman yang sama, sehingga banyak pula norma-norma yang dianut bersama.

Emile Durkheim juga memberikan contoh terhadap kelompok masyarakat yang berkumpul atas keinginan bersama, yaitu adanya ikatan sosial yang mengikat individu itu dengan kelompoknya, tentu bukan karena paksaan fisik, melainkan ikatan utamanya adalah kepercayaan bersama, cita-cita dan komitmen moral.

Dengan demikian, suatu masyarakat yang ditandai oleh solidaritas mekanik adalah bersatu, karena merasa semua orang yang ada disekitarnya adalah sama. Yang menjadi ikatan pengikat di antara orang-orang itu adalah karena mereka semua terlibat dalam kegiatan-kegiatan yang hampir sama antara satu dengan yang lain.

#### 2. Solidaritas Organik

Solidaritas organik muncul karena pembagian kerja bertambah besar. Solidaritas itu didasarkan pada tingkat saling ketergantungan yang tinggi.

Saling ketergantungan itu bertambah hasil dari bertambahnya spesialisasi dan pembagian pekerjaan yang memungkinkan dan menggairahkan bertambahnya perbedaan di kalangan individu

Menurut George Ritzer, solidaritas organik dipersatukan oleh perbedaan di antara orang-orang, oleh fakta bahwa semuanya mempunyai tugas-tugas dan tanggung jawab yang berbeda. Karena dalam masyarakat organik melaksanakan setiap pekerjaan yang relative sempit, mereka banyak membutuhkan tenaga dari orang lain agar dapat memenuhi kelangsungan hidupnya.

### **2.2.7 Tinjauan Representasi**

Representasi ialah suatu metode dimana memaknai apa yang diberikan pada barang yang ditafsirkan, konsep lama menimpa representasi ini didasarkan pada premis kalau terdapat suatu gap representasi yang menarangkan perbandingan antara arti yang diberikan oleh representasi serta makna barang yang sesungguhnya ditafsirkan. Chris Barker mengatakan kalau representasi ialah kajian utama dalam cultural studies, representasi sendiri dimaknai selaku gimana dunia dikonstruksikan secara sosial serta disajikan kepada kita serta oleh kita di dalam pemaknaan tertentu. Cultural studies memfokuskan diri kepada gimana proses pemaknaan representasi itu sendiri.

Representasi ialah khasiat dari ciri Marcel Danesi mendefinisikannya selaku pengetahuan, ataupun pesan dalam sebagian metode raga. Bisa didefinisikan lebih pas selaku khasiat dari ciri ialah buat menyambungkan, melukiskan, meniru suatu yang dirasa, dipahami, diimajinasikan ataupun dialami dalam sebagian wujud raga.

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

Menurut Stuart Hall ada dua proses representasi. Pertama, representasi mental, yaitu konsep tentang 'sesuatu' yang ada di kepala kita masing-masing (peta konseptual). Representasi

mental masih merupakan sesuatu yang abstrak. Kedua, ‘bahasa’ yang berperan penting dalam proses konstruksi makna. Konsep abstrak yang ada dalam kepala kita harus diterjemahkan dalam ‘bahasa’ yang lazim, supaya kita dapat menghubungkan konsep dan ide-ide kita tentang sesuatu dengan tanda dari simbol-simbol tertentu. (Wibowo, 2011)

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

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

konstruksionis. Dalam pendekatan ini dipercaya bahwa individu mengkonstruksi makna lewat bahasa yang dipakai.

### **2.3 Kerangka Pemikiran**

Manfaat dari kerangka pemikiran adalah memberikan arah bagi proses penelitian dan terbentuknya persepsi yang sama antara peneliti dan orang lain (dalam hal ini pembaca, atau orang yang membaca hasil penelitian ini) terhadap alur – alur berpikir peneliti dalam rangka membentuk hipotesis riset secara logis. Serupa dengan pemikiran diatas, kerangka berpikir dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila penelitian tersebut berkenaan atau berkaitan dengan variabel atau fokus penelitian. Maksud dari kerangka berpikir sendiri adalah supaya terbentuknya suatu alur penelitian yang jelas dan dapat diterima secara akal. (Sugiyono, 2008)

Secara etimologis, istilah semiotika berasal dari kata Yunani Semeion yang berarti tanda. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai suatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain. Tanda pada awalnya dimaknai sebagai suatu hal yang menunjuk pada adanya hal lain. Contohnya asap menandai adanya api. Semiotika atau semiologi adalah kajian mengenai tanda dan cara tanda – tanda tersebut bekerja, dan kajian ini akan menyediakan fokus alternatif. Semiotika sebagaimana kita menyebutnya, memiliki tiga wilayah kajian :

1. Tanda itu sendiri. Wilayah ini meliputi kajian mengenai berbagai jenis tanda yang berbeda, cara – cara berbeda dari tanda – tanda di dalam menghasilkan makna, dan cara tanda – tanda tersebut berhubungan dengan orang yang menggunakannya. Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami di dalam kerangka penggunaan/konteks orang – orang yang menempatkan tanda – tanda tersebut.



2. Kode – kode atau sistem dimana tanda – tanda diorganisasi. kajian ini melingkupi bagaimana beragam kode telah dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat atau budaya, atau untuk mengeksploitasi saluran – saluran komunikasi yang tersedia bagi pengiriman kode – kode tersebut.
3. Budaya tempat dimana kode – kode dan tanda – tanda beroperasi. hal ini pada gilirannya bergantung pada penggunaan dari kode – kode dan tanda – tanda untuk eksistensi dan bentuknya sendiri.

Disini periset tertarik mengangkut pesan yang ada dalam suatu film. Dalam perihal ini ialah menimpa solidaritas pertemanan dalam suatu film yang bertajuk *once upon a time*. Periset berkomentar kalau dalam tiap media komunikasi antar individu ada pesan yang tercantum di dalamnya, spesialnya di dalam sebuah film, mempunyai tujuan yang sama, ialah mengantarkan pesan kepada komunikan ataupun khalayak yang menyaksikan film tersebut. Sebab dalam tiap film sarat hendak arti serta pesan didalamnya. Dalam film *Inglourious basterds* sarat hendak kepemimpinan yang otoriter, dimana aktor dalam film ini merupakan Hans Landa, ia seseorang Kolonel Komando Keamanan yang di tugaskan oleh Hitler buat memburu seluruh kalangan yahudi yang terletak di Perancis. Dengan Kepemimpinan yang otoriter serta kediktatoran Hitler terhadap bawahannya, Hans Landa menjajaki seluruh perintah yang Hitler perintahkan. Walaupun yang berfungsi disini tidaklah Hitler secara langsung dalam pemburuan yahudi, tetapi sangat jelas nampak, tindak kekerasan serta pembunuhan terhadap kalangan Yahudi ialah titah langsung dari Hitler. Film ini menggambarkan bagaiman kekejaman kalangan Nazi terhadap Yahudi serta pula menggambarkan gimana pembalas dendaman kalangan Yahudi terhadap Nazi. Semacam yang dipaparkan diatas kerangka pemikiran membagikan arah untuk proses riset serta terjadinya anggapan yang sama antara periset serta oranglain( dalam perihal ini pembaca, ataupun orang yang

membaca hasil riset ini) terhadap alur- alur berpikir periset dalam rangka membentuk hipotesis studi secara logis.

