

Bab II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Definisi dan Proses 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*) adalah istilah yang paling sering disebut sebagai asal-usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna atau suatu pesan dianut secara sama. Akan tetapi definisi-definisi kontemporer menyarankan bahwa komunikasi merujuk pada cara berbagai hal-hal tersebut, seperti dalam kalimat “kita berbagi pikiran”, “kita mendiskusikan makna” dan “kita mengirim pesan”.

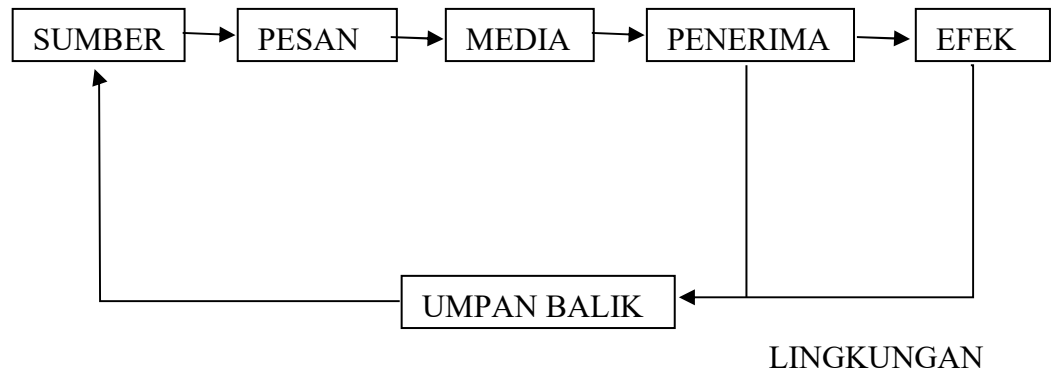
Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya *Dinamika Komunikasi*, pengertian paradigmatis, komunikasi mengandung tujuan tertentu, ada yang dilakukan secara lisan, secara tatap muka, atau melalui media baik media massa seperti surat kabar, radio, televisi, atau film. Jadi, komunikasi dalam pengertian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

kepada pesan yang akan dikomunikasikan dan pada komunikan yang menjadi sasaran.

Mengenai pengertian komunikasi secara paradigmatis ini banyak definisi yang dikemukakan oleh para ahli, tetapi dari sekian banyak definisi itu dapat disimpulkan secara lengkap dengan menampilkan maknanya yang hakiki, yaitu: Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku. Baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media. (Effendy, 1993: 5).

Proses komunikasi adalah bagaimana seorang komunikator menyampaikan pesan kepada komunikannya sehingga dapat menciptakan suatu persamaan makna diantara keduanya. Proses komunikasi dapat terjadi jika terdapat interaksi antar manusia dan ada penyampaian pesan untuk mewujudkan motif komunikasi.

Berikut merupakan unsur-unsur dalam komunikasi menurut Joseph de Vito, K Sereni, dan Erika Vora (dalam Cengara, 2012:27)



Gambar 2.1. Unsur dalam Proses Komunikasi

(Sumber : Cangara,2012:27)

a. Sumber (*Source*)

Sumber adalah dasar yang digunakan didalam penyampaian pesan, yang digunakan dalam rangka memperkuat pesan. Sumber bisa terdiri dari satu orang tapi juga bisa dalam bentuk kelompok misalnya seperti partai, lembaga atau organisasi. Sumber sering disebut pengirim, komunikator, atau dalam bahasa inggrisnya disebut *source*, *sender* atau *encoder*.

b. Pesan (*Message*)

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Dalam bahasa Inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata *message*, *content*, atau *information*.

c. Saluran Media (*channel*)

Saluran media yang dimaksud disini adalah alat yang dipakai untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Beberapa contoh saluran komunikasi yaitu telepon, surat, telegram, koran, majalah, buku, brosur dan internet.

d. Penerima (*recaiver*)

Penerima merupakan pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara.

e. Hasil/pengaruh (*effect*)

Effect adalah hasil akhir dari suatu komunikasi, yakni sikap dan tingkah laku orang, sesuai atau tidak dengan yang kita inginkan sebelum dan setelah menerima pesan.

f. Umpan Balik (*feedback*)

Feedback merupakan tanggapan atas pesan ayang diterima *receiver*. Ada yang beranggapan bahwa *feedback* sebenarnya adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima, akan tetapi sebenarnya *feedback* juga bisa berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski belum sampai pada penerima.

g. Lingkungan

Lingkungan atau situasi merupakan faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi.

Jadi secara singkat proses komunikasi adalah penyampaian pesan oleh sumber/komunikator kepada komunikan/*receiver* melalui saluran media, bisa berupa telepon, *SMS*, maupun surat, yang menghasilkan efek dan mendapat umpan balik yang tentunya dalam penyampaian dipengaruhi oleh lingkungan. Contoh penyampaian pesan yang terkendala karena lingkungan yaitu apabila saat kita telepon namun kita berada diluar jangkauan sinyal tentunya pesan yang akan diterima akan berbeda karena suara terputus-putus dan tidak jelas. Komunikasi dikatakan efektif apabila ada kesamaan pengertian antara komunikator dengan komunikan.

2.1.2. Komunikasi Anti Kekerasan

Menurut Rosenberg (2003:8) *Non Violent Communication* (komunikasi anti kekerasan) atau disebut komunikasi nirkekerasan. Komunikasi nirkekerasan adalah suatu cara komunikasi yang membimbing komunikator untuk memberi dari hati. Komunikasi anti kekerasan menyampaikan pesan dengan mengedepankan tiga mode komunikasi, yaitu *self empathy*, *receiving emphatically* dan *expressing honestly*. Komunikasi anti kekerasan didasarkan pada keterampilan bahasa dan komunikasi yang memperkuat kemampuan komunikator untuk tetap manusiawi, meskipun dalam kondisi yang penuh dengan tekanan.

Komunikasi anti kekerasan adalah penyampaian pesan dengan mengedapankan tiga mode komunikasi yaitu *self empathy*, *receiving emphatically* dan *expressing honestly*.

a. ***Self-emphaty*** adalah melibatkan perasaan kasih yang tinggi berhubungan dengan apa yang terjadi di dalam diri kita. Mungkin saja mencangkup hal-hal seperti, tanpa menyalahkan, memperhatikan pikiran dan mempertimbangkan perasaan ketika mengalami sesuatu, dan yang paling kritis adalah, menghubungkan dengan kebutuhan yang mempengaruhi kita.

b. ***Receiving emphatically***, adalah melibatkan hubungan dengan apa hidup orang lain dan apa yang akan membuat hidup indah bagi mereka. Ini bukan pemahaman sendiri di mana kita hanya secara mental memahami apa yang orang lain katakan. Koneksi empatik pemahaman tentang perasaan di mana kita melihat keindahan pada orang lain, energi ilahi dalam orang lain, kehidupan yang masih hidup di dalamnya, itu tidak berarti kita harus merasakan perasaan yang sama seperti orang lain. Itu simpati, ketika merasa sedih bahwa orang lain marah ini tidak berarti kita memiliki perasaan yang sama. Jika perasaan kita mencoba memahami orang lain, kita tidak perlu dalam keadaan yang sama. Menerima dengan empati atau empatik melibatkan, mengosongkan

pikiran dan mendengarkan dengan seluruh keberadaan kita komunikasi nirkekerasan menunjukkan bahwa bagaimanapun orang lain mengekspresikan diri mereka, kita fokus pada mendengarkan untuk mendasari pengamatan, perasaan, kebutuhan, dan permintaan. Disarankan bahwa hal itu dapat berguna untuk mencerminkan sebuah kiasan dari apa yang orang lain telah katakan. Menyoroti komponen komunikasi nirkekerasan tersirat dalam pesan mereka, seperti perasaan dan kebutuhan yang diekspresikan.

c. Expressing honestly adalah kemungkinan akan melibatkan mengekspresikan pengamatan, perasaan, kebutuhan, dan permintaan. Mengekspresikan kejujuran atas kebutuhan terhadap sesuatu melalui komunikasi dapat terlihat. Sebuah observasi dapat dihilangkan jika ada konteks yang cukup. Dikatakan bahwa penamaan kebutuhan selain perasaan membuat mereka bertanggung jawab atas perasaan anda.

Komunikasi anti kekerasan membimbing komunikator dalam memformulasi ulang bagaimana komunikator mengungkapkan maksud yang diinginkannya dan mendengarkan orang lain (komunikasikan). Komunikasi anti kekerasan membimbing seseorang untuk mengekspresikan dengan jujur dan jelas serta memberikan perhatian dan rasa empati kepada orang lain. Dengan

komunikasi anti kekerasan komunikator belajar untuk mendengar kebutuhan terdalam dari diri komunikator sendiri dan juga kebutuhan terdalam dari orang lain sebagai komunikan

Penggunaan komunikasi anti kekerasan tidak mengharuskan kepada siapa seseorang berkomunikasi, baik orang tersebut paham dengan konsep komunikasi anti kekerasan atau hanya sekedar termotifasi untuk berkomunikasi dengan penuh kasih. Jika orang tersebut tetap berpegang pada prinsip komunikasi anti kekerasan, yaitu hanya bertujuan untuk memberi dan menerima dengan penuh kasih, dan melakukan apapun yang bisa dilakukan untuk membiarkan orang lain tau bahwa tidak ada maksud lain yang tersembunyi dari diri komunikator dan hanya untuk hal tersebut tujuan dari komunikasi yang dilakukan. Maka komunikan akan bergabung dengan proses yang dilakukan komunikator tersebut dan akhirnya mereka akan mampu untuk saling merespon dengan kasih antara satu sama lainnya.

2.1.3. Representasi

Representasi merupakan sebuah cara dimana memaknai apa yang diberikan pada benda yang digambarkan, konsep lama mengenai representasi ini didasarkan pada premis bahwa ada sebuah gap representasi yang menjelaskan perbedaan antara makna yang diberikan oleh representasi dan arti benda yang sebenarnya digambarkan. Chris Barker menyebutkan bahwa representasi

merupakan kajian utama dalam *cultural studies*, representasi sendiri dimaknai sebagai bagaimana dunia dikonstruksikan secara sosial dan disajikan kepada kita dan oleh kita di dalam pemaknaan tertentu. *Cultural studies* memfokuskan diri kepada bagaimana proses pemaknaan representasi itu sendiri.

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

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

Menurut Stuart Hall ada dua proses representasi. Pertama, representasi mental, yaitu konsep tentang 'sesuatu' yang ada di kepala kita masing-masing (peta konseptual). Representasi mental masih merupakan sesuatu yang abstrak. Kedua, 'bahasa' yang berperan penting dalam proses konstruksi makna. Konsep abstrak yang ada dalam kepala kita harus diterjemahkan dalam 'bahasa' yang lazim, supaya kita dapat menghubungkan konsep dan ide-ide

kita tentang sesuatu dengan tanda dari simbol-simbol tertentu (Wibowo, 2011: 122).

Menurut Stuart Hall (1997), representasi adalah salah satu praktek penting yang memproduksi kebudayaan. Kebudayaan merupakan konsep yang sangat luas, kebudayaan menyangkut "pengalaman berbagi". Seseorang dikatakan berasal dari kebudayaan yang sama jika manusia-manusia yang ada disitu membagi pengalaman yang sama, membagi kode-kode kebudayaan yang sama, berbicara dalam "bahasa" yang sama, dan saling berbagi konsep-konsep yang sama. Bahasa adalah medium yang menjadi perantara dalam memaknai sesuatu, memproduksi dan mengubah makna. Bahasa 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 gambaran-gambaran 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 gambaran 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.

2.1.4. Pengertian dan Fungsi Film

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

Film merupakan wadah untuk menginformasikan suatu pesan dengan cara mempresentasikan kedalamnya, seperti dalam bahasa semiotika film dapat didefinisikan sebagai sebuah teks yang pada tingkat penanda terdiri atas serangkaian gambaran yang mempresentasikan aktivitas dalam kehidupan nyata, sedangkan pada tingkat petanda, film adalah sebuah metamorfosis kehidupan,

representasi dapat didefinisikan lebih jelasnya sebagai penggunaan tanda (gambar, bunyi dan lain-lain) untuk menghubungkan, menggambarkan, memotret atau memproduksi sesuatu yang dilihat, diindera, dibayangkan atau dirasakan dalam bentuk fisik tertentu (Danesi, 2012 : 20).

Adapun syarat-syarat film sebagai media massa adalah sebagai berikut (Soehoet, 2003;95) :

- a. Komunikannya terdiri dari banyak orang.
- b. Isi pernyataannya diajukan kepada orang tertentu, golongan manusia tertentu, tetapi isi pernyataan boleh diketahui oleh umum.
- c. Penyampaian isi pernyataan (pemutaran film) haruslah di tempat umum. Diantaranya ada yang memungut bayaran, yaitu bioskop.

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

dan film yang diangkat dari kehidupan sehari-hari secara berimbang. (Ardianto, 2007: 145).

2.1.5. Karakteristik Film

Berdasarkan menurut Ardianto (2007: 145-147) faktor-faktor yang dapat menunjukkan karakteristik film adalah layar lebar, pengambilan gambar, konsentrasi penuh dan identifikasi psikologis.

1. Layar yang luas/lebar

Film dan televisi sama-sama menggunakan layar, namun kelebihan media film adalah layarnya yang berukuran luas. Saat ini ada layar televisi yang berukuran jumbo, yang bisa digunakan pada saat-saat khusus dan biasanya di ruangan terbuka, seperti dalam pertunjukan musik dan sejenisnya. Layar film yang luas telah memberikan keleluasaan penontonnya untuk melihat adegan-adegan yang disajikan dalam film. Apalagi dengan adanya kemajuan teknologi, layar film di bioskop-bioskop pada umumnya sudah tiga dimensi, sehingga penonton seolah-olah melihat kejadian nyata dan tidak berjarak.

2. Pengambilan Gambar

Sebagai konsekuensi layar lebar, maka pengambilan gambar atau shot dalam film bioskop memungkinkan dari jarak jauh atau *extreme long shot*,

dan *panoramic shot*, yakni pengambilan pemandangan menyeluruh. *Shot* tersebut dipakai untuk member kesan artistik dan suasana yang sesungguhnya, sehingga film menjadi lebih menarik.

3. Konsentrasi Penuh

Dari pengalaman kita masing-masing, di saat kita menonton film di bioskop, bila tempat duduk sudah penuh atau waktu main sudah tiba, pintu-pintu ditutup, lampu dimatikan, tampak didepan kiata layar luas dengan gambar-gambar cerita film tersebut. Dalam keadaan demikian emosi kita juga terbawa suasana, kita akan tertawa ternahak-bahak dimana adegan film lucu, atau menjerit ketakutan bila adegan menyeramkan. Namun dapat pula menangis melihat adegan menyedihkan.

4. Identifikasi Psikologis

Kita semua dapat merasakan bahwa suasana di gedung bioskop telah membuat pikiran dan perasaan kita larut pada cerita yang disajikan. Karena penghayatan kita yang amat mendalam, seringkali secara tidak sadar kita menyamakan (mengidentifikasi) pribadi kita dengan salah satu seorang pemeran dalam film itu, sehingga seolah-olah kitalah yang berperan. Gejala ini menurut

ilmu jiwa sosial disebut sebagai Identifikasi Psikologis.
(Effendy, 1981: 192).

2.1.6. Film Sebagai Media Komunikasi

Komunikasi massa dilakukan dengan menggunakan media massa. Awal perkembangannya komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa). Media merupakan sumber dominan bagi individu atau kelompok untuk memperoleh gambaran dan citra realitas, sedangkan massa lebih merujuk kepada penerima pesan dimana sikap dan perilakunya berkaitan dengan media massa seperti khalayak, audiens, penonton, pemirsa, dan pembaca. (Nurudin, 2014: 4)

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

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

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

2.1.7. Videografi

Thompson & Bowen (2009) menyimpulkan sejumlah teknik shot kamera yang digunakan oleh media ini dalam mengkonstruksi realitas virtual-nya. Masing-masing teknik shot kamera ternyata memiliki arti sendiri. Ada sembilan teknik shot

kamera, dimana setiap teknik memiliki fungsi dan makna yang berbeda, yaitu:

- a. *Long shoot/Wide Shot (LS/WS)*: Dengan teknik ini bisa diketahui siapa, dimana dan kapan berkaitan dengan subjek. Selain itu, juga bisa diketahui gendernya, kostum, gerakan subjek, dan ekspresi wajah.
- b. *Medium shots (MS)*: Dengan teknik ini bisa diketahui siapa, dimana dan kapan berkaitan dengan subjek. Selain itu, juga bisa diketahui gendernya, kostum, gerakan subjek, dan ekspresi wajah.
- c. *Close-up (CU)*: Disebut juga intimate shot. Untuk menghasilkan gambaran orang, objek, atau tindakan yang terlihat besar, sehingga bisa mendapatkan informasi yang detail tentang objek, serta bisa menunjukkan ekspresi seseorang.
- d. *Extreme Long Shot (XLS)*: Digunakan untuk menunjukkan lingkungan urban, suburban, rural, pegunungan, gurun, laut, dan lain-lain. Juga digunakan untuk menunjukkan siang, malam, musim dingin, musim panas, dll.
- e. *Very Long Shot (VSL)*: Memperlihatkan lebih jelas lagi tentang siapa dan dimana subjek berada.
- f. *Medium Close Up (MCU)*: Memberi informasi tentang cara bicara, cara mendengarkan atau tindakan dari karakter

Ekspresi wajah, arah pandang, emosi, warna rambut, make-up tampak jelas.

- g. *Big Close Up (BCU)*: Lebih untuk memperlihatkan bagian wajah, terutama hidung, mata dan mulut. Untuk memperlihatkan siapa subjek itu, dan bagaimana ekspresinya (marah, sedih, terharu, dll).
- h. *Extreme Close Up (ECU)*: Gambar ini biasanya digunakan untuk film dokumenter, berkaitan dengan medis atau ilmu alam, bisa juga digunakan untuk film naratif fiksi, atau film art.

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

- a. *Backlight Shot* : teknik pengambilan gambar terhadap objek dengan pencahayaan dari belakang.
- b. *Reflection Shot* : teknik pengambilan yang tidak diarahkan langsung ke objeknya tetapi dari cermin/air yang dapat memantulkan bayangan objek.
- c. *Door Frame Shot* : gambar diambil dari luar pintu sedangkan adegan ada di dalam ruangan.
- d. *Artificial Framing Shot* : benda misalnya daun atau ranting diletakkan di depan kamera sehingga seolah-olah objek diambil dari balik ranting tersebut.

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

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

2.1.8. Semiotika

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. Suatu tanda menandakan sesuatu selain dirinya sendiri, dan makna ialah hubungan antara suatu objek atau ide dan suatu tanda. Konsep dasar ini mengikat bersama seperangkat teori yang amat luas berurusan dengan simbol, bahasa, wacana, dan bentuk-bentuk non-verbal, teori-teori yang menjelaskan bagaimana tanda berhubungan dengan maknanya dan bagaimana tanda disusun. Secara umum, studi tentang tanda merujuk pada semiotika (Sobur,2009:15-16).

Dalam Liliweri (2011: 454) singkatnya semiotika adalah studi tentang proses “tanda” (semiosis), tentang makna dan komunikasi, tentang tanda- tanda dan simbol-simbol yang dibagi menjadi tiga cabang:

1. Sematik, cabang semiotika yang mempelajari hubungan antara tanda dan hal-hal yang dirujuk oleh tanda atau yang biasa disebut “denotata”

2. Sintaksis, cabang semiotika yang mempelajari sifat-sifat formal suatu tanda dan simbol, atau lebih tepat sintaksis mempelajari “aturan-aturan yang mengatur bagaimana kata-kata dikombinasikan untuk membentuk ungkapan dan kalimat”.
3. Pragmatis, adalah cabang semiotika yang mempelajari pengaruh tanda terhadap orang yang menggunakannya, umumnya pragmatis berkaitan dengan aspek-aspek biotik dari simiosis yang bersumber dari semua fenomena psikologis, biologis, dan sosiologis yang mempengaruhi terbentuknya dan/atau penggunaan tanda-tanda tersebut.

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.

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 semiotik menggunakan kata kerja seperti; menciptakan, memunculkan, atau negosiasi mengacu pada proses ini. Negosiasi mungkin merupakan istilah yang paling berguna yang mengindikasikan hal-hal seperti kepada-dan-dari, member-dan-menerima antara manusia/orang dan pesan. Makna adalah hasil interaksi dinamis antara tanda, konsep mental (hasil interpretasi), dan objek muncul dalam konteks historis yang spesifik dan mungkin berubah seiring dengan waktu. (Fiske, 2012: 76)

2.1.9. Teori “Code of Television”

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

Semiotika merupakan salah satu cabang ilmu mengenai makna tanda yang berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti

“tanda”. Teori kode pertelevisian dikemukakan oleh tokoh semiotika John Fiske. Fiske menyebutnya *The Code of Television* atau teori tentang kode-kode televisi. Dalam teori ini, disebutkan bahwa teori tidak muncul begitu saja melalui kode-kode yang muncul, namun diolah dengan menggunakan penginderaan sesuai referensi yang dimiliki penonton, sehingga kode akan dipersepsi secara berbeda oleh setiap penonton yang berbeda pula. Selain digunakan dalam analisis televisi, model teori *code of television* ini juga dapat digunakan untuk menganalisis teks media lainnya termasuk film. (Mulyana, 2014:34)

Dalam representasi hal utama yang perlu diperhatikan adalah bagaimana realitas sebuah objek tersebut ditampilkan. Menurut John Fiske, saat menampilkan objek, peristiwa, gagasan, kelompok, atau seseorang paling tidak terdapat tiga proses yang harus dihadapi. Proses tersebut dijabarkan dalam sebuah tabel berdasarkan teori *the code of television* (Eriyanto, 2001:155) sebagai berikut:

Tabel 2.1
Teori Code of Television

PERTAMA	<p>REALITAS</p> <p>Dalam bahas tulis seperti dokumen, wawancara, transkrip dan sebagainya. Sedangkan dalam televisi seperti penampilan (<i>appearance</i>), pakaian (<i>dress</i>), tata rias (<i>make up</i>), lingkungan (<i>environment</i>), perilaku (<i>behavior</i>), bicara (<i>speech</i>), gerakan (<i>gesture</i>), ekspresi (<i>expression</i>), dan lain-lain.</p>
KEDUA	<p>REPRESENTASI</p> <p>Elemen-elemen tadi ditandakan secara teknis. Dalam bahas tulis seperti kata, proposisi, kalimat, foto, <i>caption</i>, grafik, dan sebagainya. Sedangkan dalam televisi seperti kamera (<i>camera</i>), tata cahaya (<i>lighting</i>), penyuntingan (<i>editing</i>), musik dan suara (<i>music and sound</i>), dan sebagainya. Elemen- elemen tersebut ditranmisikan ke dalam kode representasional yang menjelaskan diantaranya bagaimana objek digambarkan: narasi (<i>narrative</i>), konflik (<i>conflict</i>), karakter (<i>character</i>), aksi (<i>action</i>), dan percakapan (<i>dialog</i>).</p>
KETIGA	<p>IDEOLOGI</p> <p>Semua elemen diorganisasikan dalam koherensi dan kode-kode ideologi, seperti individualisme, liberalisme, sosialisme, patriarki, ras, kelas, materialisme, kapitalisme, dan sebagainya.</p>

Sumber : John Fiske dalam Eriyanto (2001: 115)

2.1.10. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti yaitu adalah penelitian dari Tri Utami, 2012, mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta jurusan Komunikasi Penyiaran Islam dengan judul *Gambaran Perempuan Dalam Film Berbagi Suami*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggambaran perjuangan istri dalam film *Berbagi Suami*. penggambaran ini terlihat dalam cuplikan adegan yang ada pada setiap *scene* ataupun dialog-dialog yang diucapkan oleh para pemeran dalam film tersebut. Hasil dari penelitian ini yakni setiap perempuan mempunyai pilihan dalam hidupnya. Memilih mempertahankan kehidupan poligami ataupun memilih untuk hidup bebas.

Penelitian terdahulu yang kedua adalah Representasi *True love* dalam Film *Breaking Dawn Part 2* karya Galih Miftah Sani mahasiswa jurusan ilmu komunikasi konsentrasi jurnalistik Universitas Komputer Indonesia Bandung, 2013. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menjelaskan dan mendeskripsikan Bagaimana Representasi *True love* Dalam Film *Breaking Dawn Part 2*. Hasil dari penelitian ini yakni merupakan film yang mempresentasikan pesan *true love* melalui enam *sequence* yang dianalisis peneliti. Bahwa sebuah film bisa memberikan contoh terhadap penontonnya. Pesan *true love* yang disampaikan disini

tidak hanya kasih sayang kepada seorang kekasih saja, melainkan kepada keluarga, saudara dan teman juga kepada sesama dan makhluk yang berbeda. Dalam film fiksi ini juga menyampaikan tentang pesan *true love* yang ada dalam budaya mereka yaitu tentang cinta sejati walaupun berbeda jenis antara *vampire*, manusia dan *werewolf*.

Penelitian ketiga adalah penelitian yang di lakukan Rini Puspita Sari mahasiswa jurusan ilmu komunikasi Universitas Sahid Surakarta, 2015. Dengan judul Representasi Kekerasan Terhadap Anak - anak Dalam Film *Despicable Me*, penelitian ini bertujuan mengetahui dan mendeskripsikan apa saja bentuk- bentuk kekerasan terhadap anak dalam film *Despicable Me* dan menjelaskan bagaimana makna-makna kekerasan terhadap anak yang digambarkan dalam film *Despicable Me* yang ditandai dengan denotasi dan konotasi.

Ketiga penelitian di atas memiliki garis besar kesamaan dengan penelitian yang akan diteliti, yaitu ketiga-ketiganya menggunakan metode semiotika model John Fiske, dan juga menggunakan film sebagai objek penelitian. Tetapi tema yang di angkat oleh ketiganya dan penelitian ini berbeda, penulis mengangkat tema representasi nilai anti kekerasan sedangkan ketiga peneliti tersebut mengangkat tema penggambaran perempuan, representasi *true love*, representasi kekerasan. Tema

representasi nilai anti kekerasan sengaja diangkat karena komunikasi nirkekerasan atau anti kekerasan berasal dari keadaan alami belas kasih ketika ketidakhadiran sebuah kekerasan di dalam hati manusia. Komunikasi nirkekerasan memberikan pelajaran kepada manusia untuk mendengar kebutuhan terdalam diri sendiri maupun orang lain. Komunikasi ini membantu manusia untuk mengungkapkan kesadaran bahwa setiap manusia berusaha untuk menghormati nilai-nilai universal dan kebutuhan di setiap harinya.

2.2. Kerangka Pemikiran

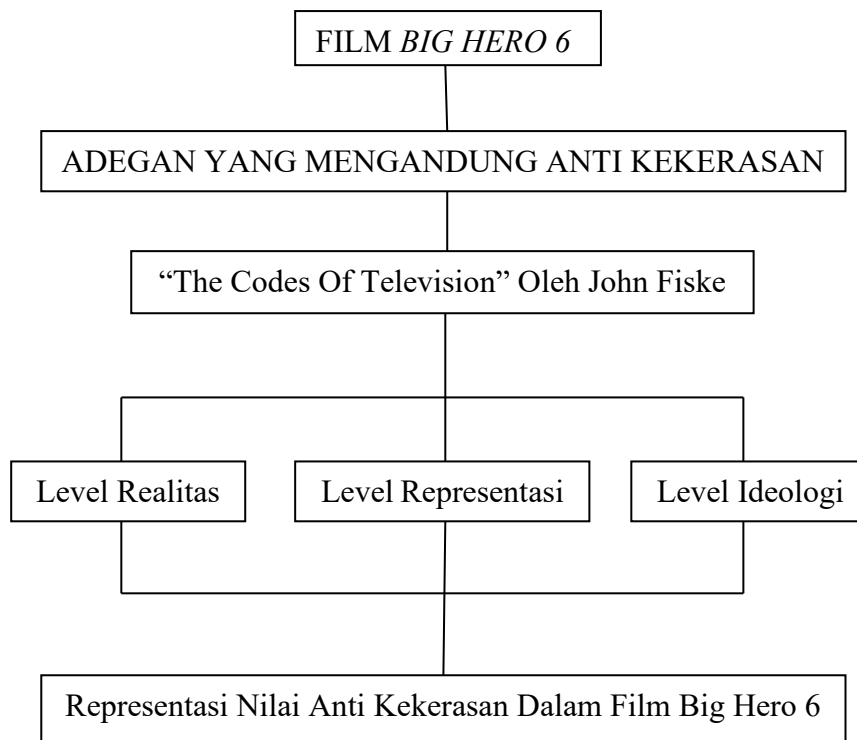
Sebagian besar film adalah gambaran dari fenomena-fenomena yang terjadi di masyarakat. Dalam film *Big Hero 6* karya Don Hall dan Chris Williams ini komunikator ingin menjelaskan bagaimana nilai anti kekerasan yang terdapat dalam film. Dalam film ini penonton dapat melihat bagaimana nilai anti kekerasan tersebut dilakukan oleh pemeran yang digambarkan dengan tindakan melalui tanda.

Terdapat beberapa scene yang memunculkan tentang nilai anti kekerasan yang akan di analisis dari film *Big Hero 6* ini dengan konsepsi pemikiran John Fiske. Semiotik yang dikaji oleh John Fiske antara lain membahas pertandaan dan makna dari sistem tanda, ilmu tentang tanda, dan bagaimana makna dibangun dalam teks media, atau studi tentang bagaimana tanda dari jenis karya apapun dalam masyarakat yang mengkonsumsi makna dalam suatu objek yang peneliti akan teliti.

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

Fiske berpendapat bahwa realitas adalah produk pokok yang dibuat oleh manusia. Dari ungkapan tersebut diketahui bahwa Fiske berpandangan apa yang ditampilkan di layar kaca, seperti film, adalah merupakan realitas sosial. Fiske kemudian membagi pengkodean dalam tiga level pengkodean tayangan televisi, yang dalam hal ini juga berlaku pada film, yaitu level realitas meliputi penampilan (*appearance*), pakaian (*dress*), tata rias (*make up*), lingkungan (*environment*), perilaku (*behavior*), ucapan (*speech*), gerakan (*gesture*), dan ekspresi (*expression*). Level representasi meliputi dua kode yaitu kode teknik diantaranya kamera (*camera*), tata cahaya (*lighting*), penyuntingan (*editing*), music dan suara (*music and sound*) dan kode representasional yaitu naratif (*narrative*), konflik (*conflict*), karakter (*character*), aksi (*action*), dialog (*dialogue*). Selain itu, level ideologi individualisme, liberalisme, sosialisme, patriarki, ras, kelas, materialisme, kapitalisme, dan sebagainya. Posisi pembacaan ada pada posisi sosial yang mana penggabungan antara kode-kode televisual, sosial, dan ideologi menjadi satu untuk membuatnya menjadi berhubungan, penyatuan rasa : untuk membuat 'rasa' dari program kita dengan cara ini kita dimanjakan pada ideologi praktis diri kita, kita memelihara dan mengesahkan ideologi dominan, dan penghargaan kita untuk kesenangan yang mudah dari pengenalan akan hal yang lazim dan cukup.

Pemaknaan dari film tersebut memakai analisis semiotika yang memungkinkan adanya perbedaan makna antara satu dengan yang lain. Hal ini dikarenakan adanya perbedaan latar belakang budaya dan latar belakang pengalaman antara satu dengan yang lainnya, sehingga munculah sifat pemaknaan subjektif. Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian dengan alur kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 2.2. Bagan Kerangka Pikir