BAB II
KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

1. Tinjauan Tentang Komunikasi

a. Pengertian Ilmu Komunikasi

Menurut para ahli, Ilmu Komunikasi dianggap bagian dari ilmu sosial dan merupakan ilmu terapan (*applied science*), karena termasuk ke dalam ilmu sosial dan ilmu terapan, maka Ilmu Komunikasi sifatnya interdisipliner atau multidisipliner. Hal itu disebabkan oleh objek materialnya sama dengan ilmu-ilmu lainnya, terutama yang termasuk ke dalam ilmu sosial atau ilmu kemasyarakatan.

Definisi komunikasi menurutnya Onong Uchjana Effendy yaitu: "Proses pernyataan antara manusia yang dinyatakan adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya".[1] Berdasarkan pengertian komunikasi diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi terdiri dari proses yang di dalamnya terdapat unsur atau komponen. Menurut Effendy,[2] ruang lingkup Ilmu Komunikasi berdasarkan komponennya terdiri dari :

1) Komunikator (*communicator*)
2) Pesan (*message*)

---

[1] Onong Uchjana Effendy. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi.* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti. 2003), hlm. 28

[2] Ibid, hlm. 6

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Media (*media*)

4) Komunikan (*communicant*)

5) Efek (*effect*)

Untuk itu, Lass well memberikan pengertian bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

b. Fungsi dan Tujuan Komunikasi

Dalam bukunya Widjaja,[3] fungsi komunikasi dipandang dari 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 adalah:

1) Informasi: pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta dan pesan opini.
2) Sosialisasi (pemasyarakatan): penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak
3) Motivasi: menjelaskan tujuan setiap masyarakat, mendorong orang menentukan pilihan dan keinginannya.
4) Perdebatan dan diskusi: saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik, menyediakan bukti-bukti
5) Pendidikan: pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentuk watak dan pendidikan

[3] Prof. Drs. H.A.W. Widjaja, *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat Cetakan ke 5*, (Jakarta: Bumi Aksara. 2008) hlm. 91

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keterampilan dan kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.

6) Memajukan kebudayaan: penyebaran hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, perkembangan kebudayaan yang memperluas seseorang, membangun imajinasi dan mendorong kreativitas.
7) Hiburan: penyebarluasan sinyal, simbol, suara dan *image* dari drama, tari, kesenian, kesusastraan, musik, olah raga, permainan dan lain-lain untuk rekreasi, kesenangan kelompok dan individu.
8) Integrasi: penyedia kelompok dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang mereka perlukan agar mereka dapat saling kenal dan mengerti serta menghargai kondisi, pandangan dan keinginan orang lain.[4]

Tujuan komunikasi pada dasarnya tetap sama, bagaimanapun hebatnya revolusi elektronika dan revolusi-revolusi lain yang akan datang,[5] tujuan komunikasi adalah:

1) Menemukan: Salah satu tujuan utama komunikasi menyangkut penemuan diri (*personal discovery*).
2) Untuk berhubungan: Motivasi kita yang paling kuat adalah berhubungan dengan orang lain (membina dan memelihara hubungan dengan orang lain).

---

[4] Widjaja, Komunikasi dan....., hlm. 9-11.
[5] Arnold dan Bowers, 1984; Naisbit.1984 dalam Prof. Dr. Astrid S.Susanto-Sunarto: 1995

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Untuk meyakinkan: Sebagian besar media massa untuk meyakinkan agar mengubah sikap dan perilaku.

4) Untuk bermain: Berbagai perilaku komunikasi digunakan untuk bermain dan menghibur diri. Seperti mendengarkan pelawak, obrolan ringan, musik, dan film.

Keempat tujuan yang disebutkan di atas merupakan tujuan-tujuan yang utama.[6]

c. Jenis-Jenis Komunikasi

1) Komunikasi Personal: Merupakan komunikasi antar pribadi diantaranya yaitu komunikasi antar personal, komunikasi intra personal, komunikasi dengan isyarat, dan komunikasi transedental.

2) Komunikasi Kelompok: Komunikasi ini termasuk komunikasi tatap muka, karena komunikator dan komunikan saling berhadapan *(face to face).*

3) Komunikasi Massa: Definisi komunikasi massa yang paling sederhana menurut *Bittner,*[7] adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang.

d. Pesan Komunikasi

Dalam setiap melakukan komunikasi unsur penting diantaranya adalah pesan, karena pesan disampaikan melalui media yang tepat, bahasa yang di mengerti, kata-kata yang sederhana dan sesuai dengan maksud, serta tujuan pesan itu akan disampaikan dan mudah dicerna

---

[6] Prof. Dr. Astrid S.Susanto-Sunarto: 1995

[7] Ardianto, Elvinaro dan Komala, Lukita dan Karlina, Siti. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi.* (Bandung: Simbiosa Rekatama media. 2007) hlm.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

oleh komunikan. Pesan menurut Effendy adalah : "suatu komponen dalam proses komunikasi berupa paduan dari pikiran dan perasaan seseorang dengan menggunakan lambang, bahasa atau lambang-lambang lainnya disampaikan kepada orang lain".[8] Terkait dengan definisi tersebut pesan itu harus disampaikan dengan sengaja: ada motif yang melatarinya. Pengirim pesan disebut juga komunikator sedangkan penerima pesan disebut komunikan.

Pesan itu disampaikan untuk menghibur, memberi inspirasi, memberi informasi, meyakinkan atau mengajak untuk berbuat sesuatu. Agar dapat diterima dengan baik dan mendatangkan basil yang diinginkan, entah secara verbal atau nonverbal pesan itu dirumuskan dalam bentuk yang tepat, disesuaikan, dipertimbangkan berdasarkan keadaan penerima, hubungan pengirim dan penerima, dan dengan situasi waktu.

2. Tinjauan tentang Komunikasi Massa

a. Definisi Komunikasi Massa

Para ahli komunikasi berpendapat bahwa yang dimaksud dengan komunikasi massa adalah kegiatan komunikasi yang melibatkan unsur-unsur saling mendukung dan bekerja sama untuk terlaksananya kegiatan komunikasi melalui media massa. Kemudian para ahli komunikasi membatasi pengertian media massa pada komunikasi dengan menggunakan media massa seperti surat kabar,

[8] Effendy..... 1989: hlm 224

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

majalah, radio, televisi, atau film. Seperti yang dikatakan oleh Onong Uchjana Effendy " Yang dimaksud dengan komunikasi massa adalah komunikasi dengan menggunakan media massa, yang meliputi surat kabar, yang mempunyai sirkulasi yang luas, radio dan televisi yang siarannya ditujukan kepada umum dan film-film yang dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop".[9]

Sedangkan menurut Oemi Abdurrahman, *Massa Communication* (komunikasi massa) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, yaitu pers radio dan televisi dengan nama *Message* dapat diterima oleh komunikannya yang anonim dari heterogen secara *Timely* (tepat), massal dan simultaneously (bersamaan).[10] Sementara itu Astrid S. Susanto mengemukakan pendapatnya dengan orang banyak yang heterogen dengan latar belakang sosial pendidikan dan ekonomi".[11]

b. Ciri-ciri Komunikasi Massa

Seperti dikatakan oleh Severin dan Tankard, Jr, komunikasi massa adalah keterampilan, seni, dan ilmu, dikaitkan dengan pendapat Devito bahwa komunikasi massa ditujukan kepada massa melalui media massa, maka komunikasi massa memiliki ciri-ciri khusus antara lain :

1) Komunikasi massa berlangsung satu arah yaitu berbeda dengan komunikasi antar personal yang berlangsung dua arah,

[9] Effendy, 1990), hlm. 11
[10] Abdurrahman, 1989), hlm. 75
[11] Susanto, 1982), hlm. 79

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komunikasi massa berlangsung satu arah. Artinya tidak terdapat arus balik dari komunikan kepada komunikator atau tidak terjadinya *feed back* secara langsung.

2) Komunikator pada komunikasi massa melembaga, artinya media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga, yakni suatu institusi atau organisasi.

3) Pesan pada komunikasi massa bersifat umum (*public*) karena ditujukan pada perseorangan atau pada sekelompok orang tertentu.

4) Komunikan komunikasi massa bersifat heterogen artinya bahwa komunikan atau khalayak merupakan kumpulan anggota masyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi massa keberadaan terpencar-pencar, dimana satu sama lainnya tidak saling mengenal dan tidak memiliki kontak pribadi, masing-masing berbeda dalam segala hal, jenis kelamin, usia, agama, ideologi, pekerjaan, pendidikan, pengalaman, kebudayaan, pandangan hidup, keinginan, cita-cita, dan sebagainya.

c. Fungsi Komunikasi Massa

Harold D. Lasswell, pakar komunikasi menyampaikan pendapatnya mengenai fungsi komunikasi massa.[12] Dikatakan bahwa proses komunikasi di masyarakat menunjukkan tiga fungsi:

[12] Effendy, 1984), hlm. 27

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Pengamatan terhadap lingkungan, penyingkapan ancaman dan kesempatan yang mempengaruhi nilai masyarakat dan bagian-bagian unsur didalamnya.
2) Korelasi unsur-unsur masyarakat ketika menanggapi lingkungan.
3) Penyebaran warisan sosial. Disini berperan para pendidik, baik dalam kehidupan rumah tangganya maupun di sekolah, yang mewariskan kehidupan sosial pada keturunan berikutnya.

3. Tinjauan Tentang Film

a. Pengertian Film

Gambar bergerak (Film) adalah bentuk dominan dari komunikasi massa visual di belahan dunia ini. Lebih dari ratusan juta orang menonton film di bioskop, film televisi, dan film video laser setiap minggunya. (Agee, et. Al. 2001: 364).[13]

Struktur film menurut Joseph V Maschelli (1977) dalam Maarif (2005:27), terbentuk dari sekian banyak *shot*, *scene* dan *sequence*. Tiap *shot* membutuhkan penempatan kamera pada posisi yang paling baik bagi pandangan mata penonton dan bagi *setting* serta *action* pada satu saat tertentu dalam perjalanan cerita, itulah sebabnya seringkali film disebut gabungan dari gambar-gambar yang dirangkai menjadi satu kesatuan utuh yang bercerita kepada penontonnya. Rangkaian gambar-gambar ini biasa dikenal sebagai montase visual (*Visual Montage*).

[13] Dr. Elvinaro Ardianto dkk. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. (Bandung: Simbiosa Rekatama Media:2004), hlm. 134

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penuturan film adalah sebuah rangkaian kesinambungan cerita (*Image*) yang berubah, yang menggambarkan kejadian-kejadian dari berbagai sudut pandang. Rangkaian yang merupakan penyadapan sebebas-bebasnya dari media dan seni yang sudah ada, seni lukis, fotografi, musik, novel, drama panggung bahkan arsitektur.

b. Sejarah Film

Di lansir dari Wikipedia Indonesia, Menurut Sergei Eisenstein, tanggal kelahiran film secara resmi adalah 20 Desember 1895, yakni sewaktu Lumiere bersaudara mendemonstrasikan untuk pertama kali penemuan mereka di muka khalayak ramai di Grand Café, Paris. Saat itu pula lahirlah sebuah tontonan yang menakjubkan.[14]

Seiring dengan berkembangnya waktu, film tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, namun juga sebagai penerangan, pendidikan, dan alat propaganda. Salah seorang yang berpendirian demikian adalah Marcus Loew. Kemudian ia mendirikan perusahaan film dari gedung sandiwara ke gedung khusus. Film pun kemudian berkembang menjadi sebuah jalinan cerita yang utuh (*plot*). Pada tahun 1903 lahirlah film cerita pertama di AS, ciptaan Edwin S porter, berjudul *The Great Train Robbery*. Tahap berikutnya dengan penemuan Lee De Forest yang berhasil merekam suara dalam bentuk gambar dan cahaya.

Pertama kali sound film muncul di AS pada tahun 1927, pada sebagian film The Jazz Singer, kemudian tahun 1935, publik dikejutkan

[14] http:// www.wikipedia.com

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan munculnya film berwarna pada sebagian film Becky Sharp, di sanalah awal lahir film berwarna. Dibanding bentuk seni yang lain, seperti sastra atau rupa, keberadaan film relatif masih muda, yaitu sedikit lebih dari 100 tahun, sejak pertama kali dipertunjukkan di akhir 1800'an di sebuah kafe di Paris, namun film telah menunjukkan perkembangan popularitas yang luar biasa. Di satu sisi ia adalah karya seni mutakhir, disisi lain ia juga adalah mesin penggerak ekonomi. Di beberapa negara seperti India, Amerika Serikat, Cina dan kemudian Korea, film telah menjadi Industri, film dari negara-negara tersebut bahkan telah masuk dalam pasar global, dan telah menjadi bentuk nyata dari apa yang kemudian banyak disebut sebagai *the creative industry.*[15]

Fenomena perkembangan film yang begitu cepat dan tak terprekdisikan membuat film kini disadari sebagai fenomena budaya yang progresif. Bukan saja oleh negara-negara yang memiliki industri film besar, tapi juga oleh negara-negara yang baru akan memulai industri filmnya.

c. Jenis-Jenis Film

Jenis-jenis Produk Film:[16]

1) Film *Feature* (Cerita)
2) Film *non Feature* (non cerita)

Feature film atau film cerita terdiri dari

1) Film cerita panjang

[15] Riri Riza dalam artikelnya : *Film Indonesia cerdas Sejahtera. 2007.*
[16] Aril Ibnu Hajar

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Film cerita pendek (*Experiment*)

3) Film TV

4) Film serial TV

Non feature film atau film non cerita

1) Dokumenter

2) Berita

3) Dokumentasi

4) Iklan

5) Reality Show

6) Video clip

7) Profile

Sedangkan menurut Effendy Jenis-jenis Film berdasarkan sifatnya adalah:[17]

1) Film Cerita (*Story Film*)

Yaitu film yang mengandung unsur cerita artinya yaitu film yang lazim dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop dengan para bintang filmnya yang terkenal, sebagai cerita ia mengandung unsur-unsur yang dapat menyentuh rasa manusia. Film ini bersifat suditif visual yang dapat disajikan kepada publik dalam bentuk gambar dan dapat didengar suaranya. Biasanya mendistribusikan film ini sebagai barang dagangan yang diperuntukkan khalayak luas karena memang merupakan barang dagangan.

[17] Prof. Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi,*(Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003), hlm. 210-216

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Film Berita (*Newsreel*)

Adalah film mengenai fakta, peristiwa yang benar-benar terjadi. Karena sifatnya berita maka film yang disajikan pada publik juga harus mengandung nilai berita.

3) Film Dokumenter (*Documentary Film*)

Film dokumenter didefinisikan oleh Grierson sebagai karya ciptaan yang mengenai kenyataan (*creative treatment of actuality*). Sedangkan menurut Raymond Spottiswoode dalam bukunya *A Grammer Of The Film* menyatakan bahwa film dokumenter dilihat dari segi subjek dan pendekatannya adalah penyajian hubungan manusia yang di dramatisir dengan kehidupan kelembagaannya, baik lembaga industri, sosial, maupun politik. Film dokumenter adalah film yang mendokumentasikan kenyataan.

4) Film Kartun (*Cartoon Film*)

Timbulnya gagasan untuk menciptakan film kartun ini dari para seniman lukis. Setelah ditemukannya *cinematography* memunculkan adanya ide untuk menghidupkan gambar yang mereka lukis. Titik berat pembuatan film kartun ini adalah seni lukis yang terdiri dari beberapa lukisan kemudian di potret satu persatu lalu diputar dalam proyektor film maka lukisan-lukisan tersebut tampak hidup.

Penciptaan karya film dimulai dari: keinginan film maker menyampaikan pesan. film maker sebagai salah satu anggota

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masyarakat, masalah kehidupannya tidak bisa dipisahkan dengan gejala kehidupan disekitarnya.[18] Disini peneliti menganggap bahwa Film Takva merupakan Film Cerita atau Film Fiksi.

4. Film Sebagai Media dan Produk Komunikasi Massa

Dalam sejarah perkembangan film terdapat tiga tema besar dan satu atau dua tonggak sejarah yang penting.[19]

Tema pertama ialah pemanfaatan film sebagai alat propaganda. Tema ini penting terutama dalam kaitannya dengan upaya pencapaian tujuan aslinya dan masyarakat. Kedua tema lainnya dalam sejarah film ialah munculnya beberapa aliran seni film,[20] dan lahirnya aliran film dokumentasi sosial. Kedua kecenderungan tersebut merupakan suatu penyimpangan dalam pengertian bahwa keduanya hanya menjangkau minoritas penduduk dan berorientasi ke realism.

Sebagai komunikasi massa, film dimaknai sebagai pesan yang disampaikan dalam Komunikasi Filmis yang memahami hakikat, fungsi dan efeknya. Sedang dalam praktik sosial, film dilihat tidak sekedar ekspresi seni pembuatnya, tetapi interaksi antar elemen-elemen pendukung, proses produksi, distribusi maupun eksebisinya, bahkan lebih jauh dari itu, perspektif ini mengasumsikan interaksi antara film dengan ideologi serta kebudayaan dimana film diproduksi dan dikonsumsi.

---

[18] Materi Workhsop Film Jawa Timur dengan Tema "Film Sebagai Cermin Pencitraan Soial Budaya Jawa Timur" di Surabaya tanggal 22-23 Februari 2011 oleh Slamet Rahardjo Djarot

[19] McQuail, Dennis..*Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar.* Edisi Kedua. Terjemahan oleh Agus Dharma & Aminuddin Ram. 1994.(Jakarta: Erlangga 1987). hlm. 13

[20] Huaco,1963 dikutip dari McQuail, 1987. hlm. 51

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Seperti halnya media komunikasi massa yang lain, film terlahir sebagai sesuatu yang tidak bisa lepas dari akar lingkungan sosialnya. Media massa merupakan sebuah bisnis, sosial, budaya, sekaligus merupakan sebuah politik. Dalam konteks hubungan media dan publik, seperti halnya media massa yang lain, film juga menjalankan fungsi utama media massa seperti yang dikemukakan oleh Laswell,[21] sebagai berikut :

a. *The Surveillance of the environment.* Artinya media massa mempunyai fungsi sebagai pengamat lingkungan, yaitu sebagai pemberi informasi tentang hal-hal yang berada di luar jangkauan penglihatan masyarakat luas.
b. *The correction of the parts of society to the environment.* Artinya media massa berfungsi untuk melakukan seleksi, evaluasi dan interpretasi informasi. Dalam hal ini peranan media adalah melakukan seleksi mengenai apa yang pantas dan perlu untuk disiarkan.
c. *The transmission of the social heritage from one generation to the next.* Artinya media merupakan sarana penyampaian nilai dan warisan sosial budaya dari satu generasi ke generasi lainnya. Fungsi ini merupakan fungsi pendidikan oleh media massa.

Dalam penelitian ini, peneliti cenderung mengasumsikan film Takva berfungsi sebagai penerangan, karena dalam film tersebut memberikan informasi mengenai peradaban modern keagamaan di Turki.

[21] Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar, cetakan ke-14.*(Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2010.). hlm. 37

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Media dan Konstruksi Realitas

Kekuatan dan peranan besar yang dimiliki media massa membentuk realitas. Realitas merupakan hasil karya (konstruksi) media terhadap sebuah peristiwa atau fakta. Hamad (2004) menyebutkan bahwa setiap upaya menceritakan (konseptualisasi) sebuah peristiwa, adalah usaha mengkonstruksi realitas. Realitas yang dibangun oleh media massa berasal dari berbagai peristiwa yang terjadi hingga menjadi cerita atau wacana yang bermakna. Seluruh isi media tidak lain adalah realitas yang telah dikonstruksikan (*constructed reality)* dalam bentuk wacana yang bermakna.

Realitas yang diciptakan media merupakan realitas simbolik hasil produk atau rekayasa para pengelola (redaksi, wartawan, produser, dan semua orang yang bekerja di media). Eriyanto,[22] menyebutkan bahwa pekerjaan media pada hakekatnya adalah mengkonstruksi realitas, dan isi media adalah hasil karya para pekerja media mengkonstruksi berbagai realitas yang dipilihnya. Problemnya realitas yang dibentuk media ini dianggap sebagai kebenaran oleh audiens.[23]

Padahal menurut Paul Watson,[24] konsep kebenaran yang dianut media massa bukanlah kebenaran sejati, tetapi sesuatu yang dianggap masyarakat sebagai kebenaran, dengan kata lain kebenaran hasil bentukan

---

[22] Eriyanto. 2005, *Analisis Wacana : Pengantar Analisis Teks Media.* Yogyakarta: PT. LKiS Pelangi Aksara.

[23] Ibid

[24] Sobur, Alex. 2004. *Analisis Teks Media; Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

media massa. Peran media dalam mengkonstruksi realitas seperti sebuah pekerjaan yang harus dilakukan.

Eriyanto,[25] menyebutkan bahwa realitas ciptaan media bukan seperangkat fakta tetapi hasil pandangan tertentu dari pembentukan realitas. Konstruksi realitas lewat media menempatkan massalah representasi menjadi isu utama dalam penelitian kritis. Hall menyebutkan,[26] paradigma kritis bukan hanya mengubah pandangan mengenai realitas yang dipandang alamiah tersebut tetapi juga berargumen bahwa medialah kunci utama dari pertarungan kekuasaan tersebut, melalui nilai-nilai yang dimapankan, dibuat berpengaruh dan menentukan apa yang diinginkan oleh khalayak. Berger bersama Thomas Luckman memberikan tesis tentang konstruksi realitas,[27] bahwa manusia dan masyarakat adalah produk yang dialektis, dinamis dan plural secara terus menerus.

Dengan demikian realitas berwajah ganda, setiap orang mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas. Setiap orang yang mempunyai pengalaman, preferensi, pendidikan tertentu dan lingkungan pergaulan atau sosial tertentu akan menafsirkan realitas sosial itu dengan konstruksinya masing -masing. Konstruksi sosial bersifat jamak dan dinamis. Realitas sebagai kualitas yang terdapat di dalam realitas-realitas, yang diakui memiliki keberadaan *(being)* yang tidak tergantung

---

[25] Eriyanto. 2003. *Pengantar Analisis Teks Media. Cetakan ke-2.* Yogyakarta: LkiS Pelangi Aksara.

[26] Ibid

[27] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kepada kehendak sendiri. Isi media pada hakekatnya adalah hasil konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya.

Sobur lebih lanjut menyebutkan bahwa dalam banyak fakta bisa ditemukan berbagai kelompok yang memiliki kekuasaan mengendalikan makna di tengah-tengah pergaulan sosial melalui media massa.[28] Bahasa dalam media tidak lagi sebagai alat untuk menggambarkan realitas namun bisa menentukan citra (gambaran) yang akan muncul di benak khalayak. Keberadaan bahasa tidak lagi sebagai alat semata untuk menggambarkan sebuah realitas, melainkan menentukan gambaran (makna citra) mengenai suatu realitas media yang akan muncul di benak khalayak. Problemnya seluruh isi media baik cetak maupun elektronik merupakan hasil konstruksi melalui bahasa verbal berupa kata-kata tertulis, lisan, maupun melalui gambar, foto, grafis, gerak-gerik dan sebagainya.

6. Tinjauan Tentang Semiologi

a. Pengertian Semiologi

Semiologi berasal dari kata *semion* berarti tanda dan kata *logos* artinya ilmu. Jadi semiologi juga disebut dengan semiotika adalah ilmu tentang tanda dan segala hal yang berhubungan dengan tanda-tanda. Secara historis, semiologi merupakan buah dari kemajuan ilmu pengetahuan Barat, dari rasionalisme, empirisme, matematika dan linguistik yang menjadi ibu kandung semiotika.[29]

---

[28] Alex Sobur. *Semiotika Komunikasi.* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2004.)
[29] Purwasito, 2001) hlm. 1

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam penelitian ini menggunakan analisis semiologi berarti menafsirkan simbol-simbol tersebut karena penafsiran signifikansinya juga bagaimana tanda-tanda yang diciptakan tersebut mempunyai maksud-maksud atau tujuan tertentu yang lebih pragmatis. Baik ditujukan kepada dirinya sendiri maupun kepada komunikannya. Penafsiran Tanda-tanda dalam pesan sebagai upaya kritis mengetahui tujuan berkomunikasi inilah yang disebut Andrik Purwasito sebagai semiologi.

Sedangkan semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang dipakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika atau dalam istilah Barthes, semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan *(humanity)* memaknai hal-hal *(thing)*. Memaknai *(to sinify)* dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan *(to communicate)*. Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi system terstruktur dari tanda.[30] Jadi dalam penelitian ini mencoba mengkaji sebuah tanda, dengan menggunakan sebuah metode yaitu semiotika atau semiologi.

[30] Alex Sobur. *Semiotika Komunikasi.* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2004.), hlm. 15

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Semiotik mempelajari sistem-sistem, aturan-aturan, konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda-tanda tersebut mempunyai arti.[31]

Pada pengertian semiologi di atas, maka dapat diambil suatu kesimpulan bahwa semiologi adalah ilmu tentang tafsir tanda, termasuk sistem tanda. Definisi ini membuat aplikasi semiologi sangat luas, bisa digunakan berbagai bidang keilmuan, karena semiologi adalah metode tafsir untuk seluruh tanda yang diproduksi oleh manusia.

b. Pendekatan Terhadap Tanda-Tanda

Dalam sebuah pengkajian tanda atau simbol, perlu memahami tanda atau simbol dengan cara pendekatan terhadap tanda atau simbol itu sendiri. Ada dua pendekatan penting terhadap tanda-tanda. *Pertama,* adalah pendekatan yang didasarkan pada Ferdinand de Saussure yang mengatakan bahwa tanda-tanda disusun dari dua elemen, yaitu aspek citra tentang bunyi (semacam kata atau representasi visual) dan sebuah konsep di mana citra bunyi disandarkan. Dengan kata lain, di dalam tanda terungkap citra bunyi ataupun konsep sebagai dua komponen yang tak terpisahkan. *Kedua,* adalah pendekatan tanda yang didasarkan pada pandangan seorang filsuf dan pemikir Amerika yang cerdas, Charles Sanders Peirce. Bahwa tanda-tanda berkaitan dengan objek-objek yang menyerupainya, keberadaannya memiliki hubungan sebab-akibat

---

[31] Rachmat Kriyantono. *Teknik Praktis Riset Komunikasi.*(Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2008), hlm. 261

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan tanda-tanda atau karena ikatan konvensional dengan tanda-tanda tersebut. Peirce menggunakan istilah *ikon* untuk kesamaannya, *indeks* untuk hubungan sebab-akibat, dan simbol untuk asosiasi konvensional.[32]

Yang dimaksud "tanda" ini sangat luas. Peirce,[33] membedakan tanda atau lambang (*symbol*), ikon (*icon*), dan indeks (*index*). Dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Lambang yaitu suatu tanda di mana hubungan antara tanda dan acuannya merupakan hubungan yang sudah terbentuk secara konvensional. Lambang ini adalah tanda yang dibentuk karena adanya konsensus dari para pengguna tanda. Warna merah bagi masyarakat Indonesia adalah berani, mungkin di Amerika bukan.
2) Ikon yaitu suatu tanda di mana hubungan antara tanda dan acuannya berupa hubungan, berupa kemiripan. Jadi, ikon adalah bentuk tanda yang dalam berbagai bentuk menyerupai objek dari tanda tersebut. Patung kuda adalah ikon dari seekor kuda.
3) Indeks yaitu suatu tanda di mana hubungan antara tanda dan acuannya timbul karena ada kedekatan eksistensi. Jadi, indeks adalah suatu tanda yang mempunyai hubungan langsung (kausalitas) dengan objeknya. Asap merupakan indeks dari adanya api.

---

[32] Alex Sobur. *Semiotika Komunikasi.* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2004.) hlm. 31
[33] Fiske, 1990: 50 dalam Kriyantono, 2006) hlm. 262

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

7. Tinjauan Tentang Simbol

a. Pengertian Simbol

Secara etimologis, simbol (*symbol*) berasal dari kata Yunani "*sym-ballein*" yang berarti melemparkan bersama suatu (benda, perbuatan) dikaitkan dengan suatu ide. Ada pula yang menyebutkan "*symbolos*", yang berarti tanda atau ciri yang memberitahukan sesuatu hal kepada seseorang.[34] Biasanya simbol terjadi berdasarkan metonimi (*metonymy*), yakni nama untuk benda lain yang berasosiasi atau yang menjadi atributnya. Simbol juga metafora, pemakaian kata atau ungkapan lain untuk objek atau konsep lain berdasarkan kias atau persamaan.[35]

b. Makna Simbol

Konsep yang diungkapkan Peirce, simbol diartikan sebagai tanda yang mengacu pada objek tertentu di luar tanda itu sendiri. Hubungan antara simbol dengan penanda dengan petanda sifatnya konvensional. Berdasarkan konvensi itu pula masyarakat pemakainya menafsirkan ciri hubungan antara simbol dengan objek yang diacu dan menafsirkan maknanya. Dengan demikian, sebuah simbol dapat berdiri untuk sesuatu institusi, cara berpikir, ide, harapan, aspirasi, sikap dan banyak hal lain.[36] Simbol dapat berupa kata-kata (verbal) perilaku nonverbal dan objek yang maknanya disepakati bersama, misalnya

---

[34] Herusatoto, 2000: hlm. 10
[35] Kridalaksana, 2001: hlm. 136-138
[36] Alex Sobur. *Semiotika Komunikasi.* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2004.) hlm. 156

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memasang bendera di depan rumah sebagai tanda cinta terhadap negara.

Kata atau bahasa, di dalam wacana linguistik, diberi pengertian sebagai sistem simbol bunyi bermakna dan berartikulasi dihasilkan oleh alat ucap, yang bersifat arbitrer (berubah-ubah) dan konvensional, dipakai sebagai alat berkomunikasi oleh sekelompok manusia untuk melahirkan perasaan dan pikiran.

Bahasa adalah kombinasi kata yang diatur secara sistematis, sehingga bisa digunakan sebagai alat komunikasi. Kata itu sendiri, merupakan bagian integral dari simbol yang dipakai oleh kelompok masyarakatnya. Itu sebabnya, kata bersifat simbolis. Simbol itu menurut Robert Sibarani, mengutip pendapat Van Zoest, adalah sesuatu yang dapat menyimbolkan dan mmewakili ide, pikiran, perasaan, benda dan tindakan secara arbitrer, konvensional, dan representatif-interpretatif. Dalam hal ini, tidak ada hubungan alamiah antara yang menyimbolkan dan yang disimbolkan. Implikasinya berarti, baik yang batiniah (perasaan, pikiran atau ide), maupun lahiriyah (benda dan tindakan) dapat disimbolkan atau diwakili simbol.

8. Tinjauan Tentang Makna

a. Pengertian Makna

Makna adalah sebuah wahana tanda yaitu suatu kultural yang diperagakan oleh wahana-wahana tanda yang lainnya , dengan begitu secara semantik mempertunjukkan pula ketidaktergantungannya pada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

wahana tanda yang sebelumnya. Sedangkan menurut Brown, makna sebagai kecenderungan (disposisi) total untuk menggunakan atau bereaksi terhadap suatu bentuk bahasa.[37]

b. Konsep Makna

Bagi orang awam, untuk memahami makna tertentu ia dapat mencari kamus, sebab di dalam kamus terdapat makna yang disebut makna leksikal. Dalam kehidupan sehari-hari, orang sulit menerapkan makna yang terdapat dalam kamus, sebab makna sebuah kata sering bergeser jika dalam satuan kalimat. Dengan kata lain, setiap kata kadang-kadang mempunyai makna luas. Itu sebabnya kadang-kadang orang tidak puas dengan makna kata yang tertera di dalam kamus.[38]

Para ahli mengakui, istilah makna (*meaning*) memang merupakan kata dan istilah yang membingungkan. Dalam bukunya *The Meaning of Meaning*, Ogden dan Richards telah mengumpulkan tidak kurang dari 22 batasan mengenai makna. Bentuk makna diperhitungkan sebagai istilah, sebab bentuk ini mempunyai konsep dalam bidang ilmu tertentu, yakni dalam bidang linguistik.[39]

Brown mendefinisikan makna sebagai kecenderungan (disposisi) total untuk menggunakan atau bereaksi terhadap suatu bentuk bahasa. Terdapat banyak komponen dalam makna yang dibangkitkan suatu kata atau kalimat. Seperti kata Brown, "Seseorang

---

[37] Ibid.....hlm. 255-256

[38] Alex Sobur. *Analisis Teks Media; Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. . 2004) hlm. 19-20

[39] Ibid..... hlm. 255

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mungkin menghabiskan tahun-tahunnya yang produktif untuk menguraikan makna suatu kalimat tunggal dan akhirnya tidak menyelesaikan tugas itu".[40]

c. Makna Denotatif dan Konotatif

Salah satu cara yang digunakan para ahli untuk membahas lingkup makna yang lebih besar ini adalah membedakan antara makna denotatif dengan makna konotatif. Makna denotatif ialah makna yang biasa ditemukan dalam kamus. Sebagai contoh, didalam kamus, kata *mawar* berarti 'sejenis bunga'. Makna konotatif ialah makna denotatif ditambah dengan segala gambaran, ingatan dan perasaan yang ditimbulkan oleh kata *mawar* itu. Kata konotasi itu sendiri berasal dari bahasa Latin *connotare*, "menjadi tanda" dan mengarah kepada makna-makna kultural yang terpisah atau berbeda dengan kata (dan bentuk-bentuk lain dari komunikasi).

Jika denotasi sebuah kata adalah definisi objektif kata tersebut, maka konotasi sebuah kata adalah makna subjektif atau emosionalnya. Dikatakan objektif sebab makna denotatif ini berlaku umum. Sebaliknya, makna konotatif bersifat subjektif dalam pengertian bahwa ada pergeseran dari makna umum (denotatif) karena sudah ada penambahan rasa dan nilai tertentu.

Kalau makna denotatif hampir bisa dimengerti banyak orang, maka makna konotatif ini hanya bisa dicerna oleh mereka yang

[40] Mulyana, 2000: hlm. 256

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jumlahnya relatif lebih kecil. Jadi, sebuah kata disebut mempunyai makna konotatif apabila kata itu mempunyai "nilai rasa", baik positif maupun negatif .[41] Makna konotatif adalah suatu jenis makna di mana stimulus dan respons mengandung nilai-nilai emosional. Makna konotatif sebagian terjadi karena pembicara ingin menimbulkan perasaan setuju-tidak setuju, senang-tidak senang, dan sebagainya pada pihak pendengar, di pihak lain, kata yang dipilih itu memperlihatkan bahwa pembicaraannya juga memendam perasaan yang sama.[42]

B. Kajian Teori

1. Dasar Pemaknaan Tokoh Semiotik Dan Teorinya

Dalam memahami teori yang dipakai dalam penelitian ini maka peneliti memberikan beberapa teori berdasarkan tokoh semiotiknya:

a. Charles Sanders Peirce

Peirce mengemukakan teori segitiga makna atau *triangle meaning* yang terdiri dari tiga elemen utama, yakni tanda (*sign*), object, dan interpretant. Tanda adalah sesuatu yang berbentuk fisik yang dapat ditangkap oleh panca indera manusia dan merupakan sesuatu yang merujuk (merepresentasikan) hal lain di luar tanda itu sendiri. Tanda menurut Peirce terdiri dari Simbol (tanda yang muncul dari kesepakatan), Ikon (tanda yang muncul dari perwakilan fisik) dan Indeks (tanda yang muncul dari hubungan sebab-akibat).[43]

---

[41] Alex Sobur. *Semiotika Komunikasi.* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2004.) , hlm. 263-264
[42] Ibid..... hlm. 266
[43] Ibid..... hlm. 41-42

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sedangkan acuan tanda ini disebut objek. Objek atau acuan tanda adalah konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda atau sesuatu yang dirujuk tanda. Menurutnya tanda adalah sesuatu yang bagi seseorang berfungsi sebagai wakil dari sesuatu yang lain dalam hal atau kapasitas tertentu.[44] Interpretant atau pengguna tanda adalah konsep pemikiran dari orang yang menggunakan tanda dan menurunkannya ke suatu makna tertentu atau makna yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda. Hal yang terpenting dalam proses semiosis adalah bagaimana makna muncul dari sebuah tanda ketika tanda itu digunakan orang saat berkomunikasi.

b. Ferdinand De Saussure

Ferdinand De Saussure mengungkapkan bahwa tanda terdiri dari: bunyi-bunyian dan gambar, disebut *signifier* atau penanda, dan konsep-konsep dari bunyi-bunyian dan gambar, disebut *signified.* Dalam berkomunikasi, seseorang menggunakan tanda untuk mengirim makna tentang objek dan orang lain akan menginterpretasikan tanda tersebut. Saussure menyebut objeknya sebagai *referent.* Hampir serupa dengan Peirce yang mengistilahkan interpretant untuk *signified* dan objek untuk *signifier*, bedanya Saussure memaknai objek sebagai *referent* dan menyebutkannya sebagai unsur tambahan dalam proses penandaan. Begitulah,

[44] Eco, 2009: hlm. 21

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menurut Saussure, "*Signifier* dan *signified* merupakan kesatuan, tak dapat dipisahkan, seperti dua sisi dari sehelai kertas".[45]

c. **Roland Barthes**

Roland Barthes merupakan penerus pemikiran Saussure. Roland Barthes menekankan interaksi antara teks dengan pengalaman personal dan kultural penggunanya. Gagasan Barthes ini dikenal dengan "*order of signification*", mencakup denotasi (makna sebenarnya sesuai kamus) dan konotasi (makna ganda yang lahir dari pengalaman kultural dan personal). Di sinilah titik perbedaan Saussure dan Barthes, meskipun Barthes tetap mempergunakan istilah *signifier-signified* yang diusung Saussure.

Barthes melihat aspek lain dari penandaan yaitu "Mitos" yang menandai suatu masyarakat. Mitos menurut Barthes terletak pada tingkat penandaan kedua, jadi setelah terbentuk sistem *sign-signifier-signified*, tanda tersebut akan menjadi penanda baru yang kemudian memiliki petanda kedua dan membentuk tanda baru. Jadi, ketika tanda memiliki makna konotasi lalu berkembang menjadi makna denotasi, maka makna denotasi tersebut menjadi mitos.

Selain itu ada juga Perbedaan antara Barthes dengan Saussure yang lainnya yaitu Barthes mengkaji lima kode dalam setiap tanda; kode heurmenetik (teka-teki), kode semik (makna konotatif), kode simbolik, kode *proaretik* (logika tindakan), kode *gnomic* atau kode

[45] Alex Sobur. *Semiotika Komunikasi.* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2004.) , hlm. 260

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

cultural. Tujuan analisis Barthes ini adalah untuk menunjukkan bahwa tindakan yang paling masuk akal, rincian yang paling meyakinkan, atau teka-teki yang paling menarik, merupakan produk buatan dan bukan tiruan dari yang nyata.[46]

Sejumlah subyek yang pernah dibahas Barthes adalah iklan, buku panduan wisata, *fashion,* fotografi, tari telanjang, dan gulat. Tujuan utamanya adalah untuk mengupas secara kritis wilayah produk-produk dan praktik-praktik budaya yang dengan demikian melancarkan suatu "kritik ideology terhadap apa yang disebut bahasa budaya massa" dan "menganalisis" secara semiologis.[47] Dalam buku *Mythologies,* Barthes mencoba menggunakannya sebagai kritik idologi, berupaya mengungkap dilema etis yang muncul karena mengabaikan mitos yang tidak terkaji sebagai substratum budaya dari apa yang dianggap alami dan nyata dalam kehidupan.[48]

d. Umberto Eco

Stephen W. Littlejohn (1996) menyebut Umberto Eco sebagai ahli semiotikan yang menghasilkan salah satu teori mengenai tanda yang paling komprehensif dan kontemporer. Menurut Littlejohn, teori *Eco* penting karena ia mengintegrasikan teori-teori semiotika sebelumnya dan membawa semiotika secara lebih mendalam.[49]

Lechte, 2001: 196 dalam Sobur, 2006
Peter Pericles Trifonas diterjemahkan Sigit Djatmiko, 2003: hlm. 4
Peter Pericles Trifonas diterjemahkan Sigit Djatmiko, 2003: hlm. 8
Alex Sobur. *Semiotika Komunikasi.* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2004.) , hlm. 246

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Eco ingin memusatkan perhatian pada modifikasi sistem tanda. Eco kemudian mengubah konsep tanda menjadi konsep fungsi tanda. Eco menyimpulkan bahwa "satu tanda bukanlah entitas semiotik yang dapat ditawar, melainkan suatu tempat pertemuan bagi unsur-unsur independen (yang berasal dari dua sistem berbeda dari dua tingkat yang berbeda yakni ungkapan dan isi, dan bertemu atas dasar hubungan pengkodean". Eco menggunakan "kode-s" untuk menunjukkan kode yang dipakai sesuai struktur bahasa. Tanpa kode, tanda-tanda suara atau grafis tidak memiliki arti apapun, dalam pengertian yang paling radikal tidak berfungsi secara linguistik. Kode-s bisa bersifat "denotatif" (bila suatu pernyataan bisa dipahami secara harfiah), atau "konotatif" (bila tampak kode lain dalam pernyataan yang sama).

Dari beberapa tokoh di atas, peneliti mengambil dari teori Roland Barthes, karena dirasa tepat untuk penelitian ini. Roland Barthes melihat bahwa tanda atau simbol yang diproduksi secara massal akan bisa berubah menjadi asumsi umum dan asumsi umum ini bisa menjadi sebuah kebenaran. Menurut peneliti jika sebuah simbol dalam Film Takva yang di dalam penelitian ini mengambil contoh simbol realitas tanda diproduksi secara massal maka bisa memunculkan asumsi umum dan makna awal dari simbol tersebut akan tertutup.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Membaca Semiotika Roland Barthes

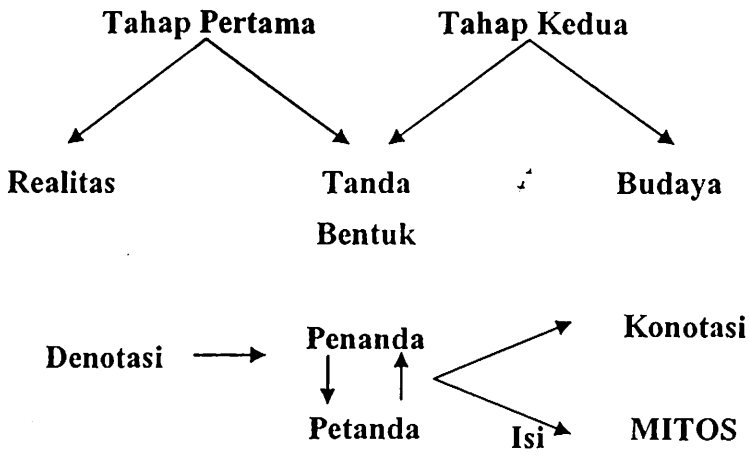
Semiotik pada perkembangannya menjadi perangkat teori yang digunakan untuk mengkaji kebudayaan manusia. Barthes dalam karyanya (1957) menggunakan pengembangan teori tanda *de Saussure (signifier and signified)* sebagai upaya menjelaskan bagaimana kita dalam kehidupan bermasyarakat didominasi oleh konotasi.[50] Konotasi adalah pengembangan segi petanda (makna atau isi tanda) oleh pemakai tanda sesuai dengan sudut pandangnya. Kalau konotasi sudah menguasai masyarakat, akan menjadi mitos. Salah satu contoh yang diambil oleh Barthes adalah 'olahraga' gulat di Perancis. Ternyata menurutnya, gulat bukan olahraga, tetapi tontonan.[51] Gulat adalah olahraga yang direkayasa. Namun, penonton tidak mempersoalkannya. Yang penting adalah bagaimana perilaku dan tampilan pegulat *(signifier)* dalam kognisi penonton diberi makna *(signified)* sesuai dengan keinginan penonton: yang menjadi favorit harus menang. Inilah konotasi, yakni perluasan petanda *(signified)* oleh pemakai tanda *(sign),* dalam kebudayaan.

Menurut Barthes, pada tingkat denotasi, bahasa menghadirkan konvensi atau kode -kode sosial yang bersifat eksplisit, yakni kode-kode yang tandanya bermuatan makna tersembunyi. Makna tersembunyi ini adalah makna yang menurut Barthes merupakan kawasan dari idelogi atau mitos.

---

[50] Hoed 2011: hlm. 5.
[51] Barthes dalam Hoed 2011: hlm. 5.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



Gambar , Model Dua Tahap Signifikasi Barthes

3. Semiotika Sebagai Jalan Memahami Film

Pada dasarnya studi media massa seperti film mencakup pencarian pesan dan makna-makna dalam materinya, karena sesungguhnya semiotika komunikasi sama seperti halnya studi komunikasi, adalah proses komunikasi, dan intinya adalah makna. Dengan kata lain, mempelajari media adalah mempelajari makna, darimana asalnya, seperti apa, seberapa besar tujuannya, bagaimanakah ia memasuki materi media, dan bagaimana ia berkaitan dengan pemikiran kita sendiri.[52] Maka dari itu, metode penelitian dalam komunikasi semestinya mampu mengungkapkan makna yang terkandung dalam materi pesan komunikasi.

Film merupakan bidang kajian yang amat relevan bagi analisis semiotik. Seperti dikemukakan Van Zoest,[53] dalam film dibangun dengan tanda semata-mata. Tanda-tanda itu termasuk berbagai sistem tanda yang bekerja sama dengan baik untuk mencapai efek yang diharapkan. Berbeda dengan fotografi statis, rangkaian gambar dalam film menciptakan imaji

[52] Alex Sobur. *Semiotika Komunikasi.* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2004.) hlm. 110.
[53] Alex Sobur. *Analisis Teks Media; Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. . 2004) hlm. 128

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan sistem penandaan. Memang ciri gambar-gambar film adalah persamaannya dengan realitas yang ditunjuknya. Gambar yang dinamis dalam film merupakan ikonis bagi realitas yang dinotasikannya. Dalam film pemberi arti dan yang diberi arti hampir identik. Sebuah gambar mempunyai hubungan langsung dengan apa yang ia beri arti, sedangkan kata tidak seperti itu melakukannya.

4. Teori Interaksi Simbol

a. Pengertian Interaksi Simbol

Dikatakan Susanne K. Langer dalam Buku Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar,[54] dimana salah satu kebutuhan pokok manusia adalah kebutuhan simbolisasi atau penggunaan lambang, dimana manusia adalah satu-satunya hewan yang menggunakan lambang. Ernst Cassirer mengatakan bahwa keunggulan manusia dari mahluk lain adalah keistimewaan mereka sebagai *animal symbolicum*.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia,[55] definisi interaksi adalah hal yang saling melakukan aksi, berhubungan, mempengaruhi; antar hubungan. Dan definisi simbolis,[56] adalah sebagai lambang; menjadi lambang; mengenai lambang.

Interaksi simbolik menurut Effendy,[57] adalah suatu faham yang menyatakan bahwa hakekat terjadinya interaksi sosial antara individu dan antar individu dengan kelompok, kemudian antara

---

[54] Deddy Mulyana. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar,* cetakan ke-14. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2010), hlm. 92

[55] *Kamus Besar Bahasa Indonesia. Edisi ke-3 – Cetakan 1.* (Jakarta: Balai Pustaka) hlm. 438

[56] Ibid .... hlm. 1066

[57] Uchjana Effendy.. *Kamus Komunikasi.*(Bandung: Mandar Maju. 1989) Kam. 2001. hlm. 352

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kelompok dengan kelompok dalam masyarakat, ialah karena komunikasi, suatu kesatuan pemikiran di mana sebelumnya pada diri masing-masing yang terlibat berlangsung internalisasi atau pembatinan.

b. Sejarah Teori Interaksi Simbolik

Generasi setelah Mead merupakan awal perkembangan interaksi simbolik, dimana pada saat itu dasar pemikiran Mead terpecah menjadi dua Mahzab (School). Kedua mahzab tersebut berbeda metodologi, yaitu

1) Mahzab Chicago (Chicago School) yang dipelopori oleh Herbert Blumer. Mahzab Chicago yang dipelopori oleh Herbert Blumer (pada tahun 1969 yang mencetuskan nama interaksi simbolik) dan mahasiswanya, Blumer melanjutkan penelitian yang telah dilakukan oleh Mead. Blumer melakukan pendekatan kualitatif, dimana meyakini bahwa studi tentang manusia tidak bisa disamakan dengan studi terhadap benda mati dan para pemikir yang ada di dalam mahzab Chicago banyak melakukan pendekatan interpretif berdasarkan rintisan pikiran George Harbert Mead.[58] Blumer beranggapan peneliti perlu meletakkan empatinya dengan pokok materi yang akan dikaji, berusaha memasuki pengalaman objek yang diteliti, dan berusaha untuk memahami nilai-nilai yang dimiliki dari tiap individu. Pendekatan

[58] Ardianto, Elvinaro dan Bambang Q-Anees.. *Filsafat Ilmu Komunikasi.* (Bandung: Simbiosa Rekatama Media. 2007) hlm. 135

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ilmiah dari Mahzab Chicago menekankan pada riwayat hidup, studi kasus, buku harian (Diary), autobiografi, surat, interview tidak langsung, dan wawancara tidak terstruktur (Wibowo. 2007).

2) Mahzab Iowa (Iowa School) yang dipelopori oleh Manfred Kuhn dan Kimball Young (Rogers. 1994: 171). Mahzab Iowa dipelopori oleh Manford kuhn dan mahasiswanya (1950-1960an), dengan melakukan pendekatan kuantitatif, dimana kalangan ini banyak menganut tradisi epistemologi dan metodologi post-positivis.[59] Kuhn yakin bahwa konsep interaksi simbolik dapat dioprasionalisasi, dikuantifikasi, dan diuji. Mahzab ini mengembangkan beberapa cara pandang yang baru mengenai "konsep diri" (West-Turner. 2008: 97-98). Kuhn berusaha mempertahankan prinsip-prinsip dasar kaum interaksionis, dimana Kuhn mengambil dua langkah cara pandang baru yang tidak terdapat pada teori sebelumnya, yaitu:

a) Memperjelas konsep diri menjadi bentuk yang lebih kongkrit
b) Untuk mewujudkan hal yang pertama maka beliau menggunakan riset kuantitatif, yang pada akhirnya mengarah pada analisis mikroskopis.[60]

Kuhn merupakan orang yang bertanggung jawab atas teknik yang dikenal sebagai "Tes sikap pribadi dengan dua puluh pertanyaan [*The Twenty Statement Self-Attitudes Test* (TST)]".

[59] Ibid hlm. 135
[60] John, Little. *Teori Komunikasi.* Terjemahan oleh Moh. Yusuf Hamdan. (Jakarta : Salemba Humanika.2009) hlm. 279

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tes sikap pribadi dengan dua puluh pertanyaan tersebut digunakan untuk mengukur berbagai aspek pribadi.[61]

Pada tahap ini terlihat jelas perbedaan antara Mahzab Chicago dengan Mahzab Iowa, karena hasil kerja Kuhn dan teman-temannya menjadi sangat berbeda jauh dari aliran interaksionisme simbolik.

c. Penjelasan Teori Interaksi Simbolik

Teori interaksi simbolik menekankan pada hubungan antara simbol dan interaksi, serta inti dari pandangan pendekatan ini adalah individu (Soeprapto. 2007). Banyak ahli di belakang perspektif ini yang mengatakan bahwa individu merupakan hal yang paling penting dalam konsep sosiologi. Mereka mengatakan bahwa individu adalah objek yang bisa secara langsung ditelaah dan dianalisis melalui interaksinya dengan individu yang lain.

Menurut Ralph Larossa dan Donald C. Reitzes (1993) dalam West-Turner (2008: 96), interaksi simbolik pada intinya menjelaskan tentang kerangka referensi untuk memahami bagaimana manusia, bersama dengan orang lain, menciptakan dunia simbolik dan bagaimana cara dunia membentuk perilaku manusia.

Interaksi simbolik ada karena ide-ide dasar dalam membentuk makna yang berasal dari pikiran manusia (Mind) mengenai diri (Self), dan hubungannya di tengah interaksi sosial, dan tujuan bertujuan

[61] Ibid hlm. 281

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

akhir untuk memediasi, serta mengiinterpretasi makna di tengah masyarakat (Society) dimana individu tersebut menetap. Seperti yang dicatat oleh Douglas (1970) dalam Ardianto.[62] Makna itu berasal dari interaksi, dan tidak ada cara lain untuk membentuk makna, selain dengan membangun hubungan dengan individu lain melalui interaksi.

Definisi singkat dari ke tiga ide dasar dari interaksi simbolik, antara lain:

1) Pikiran (*Mind*) adalah kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, dimana tiap individu harus mengembangkan pikiran mereka melalui interaksi dengan individu lain,
2) Diri (*Self*) adalah kemampuan untuk merefleksikan diri tiap individu dari penilaian sudut pandang atau pendapat orang lain, dan teori interaksionisme simbolis adalah salah satu cabang dalam teori sosiologi yang mengemukakan tentang diri sendiri (*the-self*) dan dunia luarnya,
3) Masyarakat (*Society*) adalah jejaring hubungan sosial yang diciptakan, dibangun, dan dikonstruksikan oleh tiap individu ditengah masyarakat, dan tiap individu tersebut terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela, yang pada akhirnya mengantarkan manusia dalam proses pengambilan peran di tengah masyarakatnya.

---

[62] Ardianto, Elvinaro dan Bambang Q-Anees. *Filsafat Ilmu Komunikasi.* (Bandung: Simbiosa Rekatama Media. 2007) hlm. 136

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id