

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Pesan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Pesan dapat diartikan sebagai perintah, nasihat, permintaan, amanat yang disampaikan melalui orang lain. Kata “pesan” menurut Deddy Mulyana yaitu hal-hal yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima.<sup>1</sup> Menurut Onong Uchjana Effendi bahwa *message* (pesan) yaitu pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator. Pesan-pesan komunikasi disampaikan melalui simbol-simbol yang bermakna pada penerima pesan.<sup>2</sup> Sedangkan pesan menurut A.W Wijaya adalah keseluruhan dari apa yang ingin disampaikan oleh komunikator.<sup>3</sup>

Sedangkan menurut penulis sendiri pesan adalah sesuatu yang akan disampaikan oleh komunikator kepada khalayak baik itu pesan verbal, maupun pesan non verbal. Pesan verbal adalah suatu pesan yang disampaikan melalui lisan ataupun tulisan seperti pidato, seminar, spanduk pamflet, film, sandiwara, dan masih banyak lagi yang lainnya. Sementara itu pesan nonverbal adalah pesan yang disampaikan tanpa melalui lisan maupun tulisan, tetapi melalui bahasa tubuh dan sebagainya. Sebagaimana didefinisikan oleh Joseph A. Devito:

---

<sup>1</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung: PT Rosda Karya, 2002), h. 59.

<sup>2</sup> 13 Onong U. Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 1992), h. 18

<sup>3</sup> AW. Wijaya, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: PT Bina Aksara, 1986), h. 14

Komunikasi nonverbal dipusatkan pada pesan-pesan yang dikomunikasikan tanpa kata-kata dan mempertimbangkan aspek-aspek seperti komunikasi tubuh, wajah, dan mata serta komunikasi menurut ruang, sentuhan, parabahasa, dan waktu.<sup>4</sup>

Dalam ilmu komunikasi, pesan merupakan elemen atau komponen yang sangat fundamental dalam proses komunikasi dan tidak dapat dipisahkan dengan komunikator dan komunikan sebagai elemen penting lainnya. Banyak teori-teori komunikasi yang memasukkan pesan sebagai komponen utama dalam proses komunikasi, karena inti dari komunikasi itu sendiri adalah menyampaikan suatu pesan. Suatu pesan baik itu verbal maupun nonverbal adalah perilaku komunikasi yang memiliki tujuan dan maksud tertentu dari orang yang menyampaikannya. Tujuan selanjutnya adalah untuk memperjelas bagaimana suatu pesan yang disampaikan itu dapat diterima atau tidak oleh *audience*.

Pada umumnya sebelum pesan inti disampaikan, ada yang namanya umpan maju (*feedforward*), atau pesan pembuka, yaitu informasi yang diberikan sebelum pesan pokok disampaikan. Pesan pembuka ini meliputi banyak contoh seperti pengantar atau daftar isi sebuah buku, kalimat pembuka suatu bab, preview film, sampul majalah serta pengantar dalam pidato untuk umum.

## **B. Pengertian Komunikasi Antar Budaya**

Dalam setiap prosesnya komunikasi selalu melibatkan ekspektasi, persepsi, tindakan dan penafsiran.<sup>5</sup> Maksudnya adalah ketika kita berkomunikasi

---

<sup>4</sup>Joseph A. Devito, *Komunikasi Antarmanusia, diterjemahkan oleh Agus Maulana*, (Jakarta: Professional Books, 1997), h. 11

<sup>5</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 2003), h. 7

dengan orang lain maka kita dan orang yang menjadi komunikan kita akan menafsirkan pesan yang diterima baik berupa pesan verbal maupun non verbal dengan standar penafsiran dari budayanya sendiri. Kita pun dalam memaknai dan menyandikan tanda atau lambang yang akan kita jadikan pesan menggunakan standar budaya yang kita punyai. Pada dasarnya komunikasi antar budaya adalah komunikasi biasa, yang menjadi perbedaannya adalah orang-orang yang terlibat dalam komunikasi tersebut berbeda dalam hal latar belakang budayanya. Ada banyak pengertian yang diberikan para ahli komunikasi dalam menjelaskan komunikasi antar budaya, di antaranya adalah :

1. Menurut Aloweri, Andrea L. Rich dan Dennis M. Ogawa sebagaimana dikutip oleh Armawati Arbi, komunikasi antar budaya adalah komunikasi antara orang-orang yang berbeda kebudayaannya. Misalnya antara suku bangsa, etnik, ras dan kelas sosial.<sup>6</sup>
2. Menurut Guo-Ming Chen dan Willian J. Starosta sebagaimana dikutip oleh Deddy Mulyana berpendapat bahwa komunikasi antar budaya adalah proses negosiasi atau pertukaran sistem simbolik yang membimbing perilaku manusia dan membatasi mereka dalam menjalankan fungsinya sebagai kelompok.<sup>7</sup>
3. Menurut Deddy Mulyana, komunikasi antar budaya (*Inter Cultural Communication*) adalah proses pertukaran fikiran dan makna antara orang-orang yang berbeda budayanya.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Armawati Arbi, *Dakwah dan Komunikasi*, (Jakarta: UIN Press, 2003), h. 182

<sup>7</sup>*Ibid.*

<sup>8</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung, PT. Remaj a Rosdakarya, 2003), h. xi

4. Stewart L. Tubbs-Sylvia Moss mendefinisikan komunikasi antar budaya sebagai komunikasi antara orang-orang yang berbeda budaya (baik dalam arti ras, etnik atau perbedaan-perbedaan sosio ekonomi).<sup>9</sup>

Penulis berkesimpulan bahwa komunikasi antar budaya dapat diartikan sebagai komunikasi yang terjadi diantara orang-orang yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda. Ada beberapa istilah yang sering disepadankan dengan istilah komunikasi antar budaya, diantaranya adalah komunikasi antar etnik (*Inter ethnic communication*), komunikasi antar ras, komunikasi lintas budaya (*Cross Cultural Communication*), dan komunikasi Internasional.<sup>10</sup>

1. Komunikasi antar etnik adalah komunikasi antar anggota etnik yang berbeda atau dapat saja komunikasi antar etnik terjadi diantara anggota etnik yang sama tetapi memiliki latar belakang budaya yang berbeda atau sub kultur yang berbeda. Kelompok etnik adalah kelompok orang yang ditandai dengan bahasa dan asal-usul yang sama. Komunikasi antar etnik juga merupakan bagian dari komunikasi antar budaya, namun komunikasi antar budaya belum tentu merupakan komunikasi antar etnik.<sup>11</sup>
2. Komunikasi antar ras adalah sekelompok orang yang ditandai dengan arti-arti biologis yang sama. Dapat saja orang yang berasal dari ras yang berbeda memiliki kebudayaan yang sama, terutama dalam hal bahasa dan

---

<sup>9</sup> Stewart. L. Tubbs-Sylvia Moss, *Human Communication konteks-konteks komunikasi antar budaya*, (Bandung:PT. Remaja Rosda karya buku ke-2, 2001),h. 182

<sup>10</sup> Armawati Arbi, *Dakwah dan Komunikasi*, (Jakarta: UIN Press, 2003)., h.16

<sup>11</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 2003). h. xii

agama. Komunikasi antar ras dapat juga dimasukkan dalam komunikasi antar budaya, karena secara umum ras yang berbeda memiliki bahasa dan asal-usul yang berbeda juga. Komunikasi antar budaya dalam konteks komunikasi antar ras sangat berpotensi terhadap konflik, karena orang yang berbeda ras biasanya memiliki prasangka-prasangka atau stereotip terhadap orang yang berbeda ras dengannya. Dalam hal ini tentunya mempengaruhi orang-orang yang berbeda ras tersebut di dalam berkomunikasi.

3. Komunikasi Lintas Budaya adalah studi tentang perbandingan gagasan atau konsep dalam berbagai kebudayaan. Perbandingan antara aspek atau minat tertentu dalam suatu kebudayaan atau perbandingan antar suatu aspek atau umat tertentu dengan satu atau kebudayaan lain.<sup>12</sup>
4. Komunikasi Internasional, dapat diartikan sebagai komunikasi yang dilakukan antara komunikator yang mewakili suatu negara untuk menyampaikan pesan-pesan yang berkaitan dengan berbagai kepentingan

Serta Budaya adalah suatu konsep yang membangkitkan minat. Secara formal budaya didefinisikan sebagai tatanan pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, nilai, sikap, makna dan diwariskan dari generasi ke generasi, melalui usaha individu dan kelompok. Budaya menampakkan diri, dalam pola-pola bahasa dan bentuk-bentuk kegiatan dan perilaku, gaya berkomunikasi, objek materi,

---

<sup>12</sup> Armawati Arbi, *Dakwah dan Komunikasi*, (Jakarta: UIN Press, 2003), h. 186

seperti rumah, alat, dan mesin yang digunakan dalam industri dan pertanian, jenis transportasi, dan alat-alat perang.<sup>13</sup>

Budaya berkesinambungan dan hadir dimana-mana; budaya juga berkenan dengan bentuk fisik serta lingkungan sosial yang mempengaruhi hidup kita. Budaya kita, secara pasti mempengaruhi kita sejak dalam kandungan hingga mati dan bahkan setelah mati, kita dikuburkan dengan cara-cara yang sesuai dengan budaya kita. Budaya dipelajari tidak diwariskan secara genetik, budaya juga berubah ketika orang-orang berhubungan antara yang satu dengan yang lainnya.

Artinya budaya dan komunikasi tidak dapat dipisahkan, oleh karena budaya tidak hanya menentukan siapa bicara siapa, tentang apa, dan bagaimana komunikasi berlangsung, tetapi budaya juga turut menentukan orang menyandi pesan, makna yang ia miliki untuk pesan dan kondisi-kondisinya untuk mengirim, memperhatikan, dan menafsirkan pesan. Sebenarnya, seluruh perbendaharaan perilaku kita sangat tergantung pada budaya kita dibesarkan. Konsekuensinya, budaya merupakan landasan komunikasi. Bila budaya beraneka ragam, maka beragam pula praktik-praktik komunikasi.<sup>14</sup>

### **1. Unsur-unsur Komunikasi Antar Budaya**

Unsur-unsur Komunikasi Antar Budaya terkait erat dengan persoalan persepsi. Pengertian persepsi dalam konteks Komunikasi Antar Budaya ialah proses penyeleksian yang sangat dipengaruhi oleh kebudayaan, proses penyeleksian atau penyaringan adalah salah satu fungsi dari kebudayaan bagi anggota-anggota kelompok budaya yang memiliki budaya tersebut, dalam

---

<sup>13</sup>Sihabudin Ahmad, *KOMUNIKASI ANTARBUDAYA Satu Perspektif Multidimensi*. (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013) h.19

<sup>14</sup> *Ibid.* h.20

menghadapi lingkungan ekstern. Kebudayaan lalu menentukan apa-apa saja yang perlu diperhatikan dan yang perlu dihindari. Fungsi penyaringan disini diartikan melindungi sistem syaraf manusia dari kejenuhan informasi. Kejenuhan informasi atau information load ada kaitannya dengan sistem pemrosesan informasi untuk menggambarkan suatu situasi yang kacau dan macet pada seseorang karena bertimbunnya informasi yang masuk. Proses penyeleksian yang sangat dipengaruhi oleh kebudayaan ini, dikenal dengan istilah dan pengetahuan persepsi. Tentu saja persepsi itu bersifat subyektif sepanjang menentukan perilaku termasuk perilaku komunikasi.<sup>15</sup>

Persepsi adalah proses internal yang kita lakukan untuk memilih, mengevaluasi dan juga mengorganisasikan stimulasi (rangsangan) dari lingkungan eksternal. Diartikan juga sebagai proses internal untuk mengubah energi fisik lingkungan kita menjadi pengalaman yang bermakna yang membentuk perilaku tertentu. Keberhasilan dan cara mempersepsi dunia perilaku ini adalah hasil pengalaman budaya. Oleh karena itu Komunikasi Antar Budaya lebih dapat dipahami sebagai perbedaan budaya dalam mempersepsi peristiwa dan objek-objek tertentu. Sesuatu masalah dapat timbul karena rangsangan yang sama, kadang-kadang dipersepsi secara berbeda-beda oleh individu dalam kelompok berbeda. Masing-masing individu, kelompok budaya yang berbeda melihat dengan perspektifnya sendiri. Jika kita bermaksud meningkatkan kemampuan bergaul dengan orang-orang yang kebudayaannya berbeda-beda, perlulah kita memahami jawaban (respons) arah perseptual mereka. Perlu disadari bahwa

---

<sup>15</sup> Alex H. Rumondor, *Materi Pokok Komunikasi Antar Budaya*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 1995), h. 57

kebudayaan itulah yang umumnya menentukan standar ukuran-ukuran persepsi itu. Oleh karena itu dapat diartikan bahwa pemahaman tentang persepsi bermanfaat sebagai landasan memahami hubungan antar kebudayaan dan persepsi itu sendiri.<sup>16</sup>

Kembali pada pemahaman keterpaduan hubungan persepsi dengan unsur-unsur budaya dalam kita berkomunikasi. Unsur-unsur budaya disini laksana suatu stereo, setiap unsur budaya berfungsi saling berhubungan dan saling membutuhkan antara satu unsur dengan lainnya. Komunikasi Antar Budaya dipahami sebagai perbedaan budaya mempersepsi dunia, manusia dan peristiwa. Perlu dipahami benar bahwa masalah-masalah yang timbul dalam komunikasi dan berkomunikasi bersumber dari perbedaan-perbedaan persepsi. Oleh karena itu perlu kita memahami benar apa dan bagaimana kerangka persepsi orang lain tentang pemilihan, penilaian dan tindakannya terhadap dunia, manusia dan peristiwa di lingkungan eksternal. Dalam Komunikasi Antar Budaya diupayakan banyak persamaan pengalaman dan persepsinya sungguhpun ciri kebudayaan itu sendiri banyak menimbulkan perbedaan dalam pengalaman dan persepsi.<sup>17</sup>

Samover et.al (1981:38-48) membagi berbagai aspek kebudayaan kedalam tiga pembagian besar unsur-unsur sosial budaya yang secara langsung sangat mempengaruhi penciptaan makna untuk persepsi, yang selanjutnya menentukan tingkah laku komunikasi. Pengaruh-pengaruh terhadap komunikasi ini sangat beragam dan mencakup semua segi kegiatan sosial manusia. Dalam proses Komunikasi Antar Budaya unsur-unsur yang sangat menentukan ini bekerja dan

---

<sup>16</sup>*Ibid.* h.57-58

<sup>17</sup>*Ibid.*

berfungsi secara terpadu bersama-sama seperti komponen-komponen dari suatu sistem stereo—karena masing-masing saling berkaitan dan membutuhkan yang lainnya.<sup>18</sup>

Unsur-unsur komunikasi dalam kajian KAB, dikenal tiga unsur sosial budaya utama yang besar dan secara langsung pengaruhnya terhadap makna dalam persepsi kita ialah sebagai berikut:

- sistem kepercayaan/keyakinan (belief), nilai-nilai (values), sikap (attitude)
- pandangan dunia (worldview)
- organisasi sosial (social organization).

Pengaruh makna dalam persepsi dari tiga unsur utama sosial budaya tersebut selanjutnya mempengaruhi aspek-aspek makna yang bersifat pribadi dan subjektif, seperti orang melihat sesuatu objek (dunia, manusia dan peristiwa) secara umum melalui nama, istilah, dan tanggapan itu, sama. Tetapi dari segi pandangan kepribadian (subjektif) seseorang, berbeda.<sup>19</sup>

### **C. Analisis Isi**

Analisis isi (*content analysis*) adalah sebuah metode analisis isi pesan berita secara sistematis. Analisis ini adalah alat untuk menganalisis pesan dari

---

<sup>18</sup> Ilya Sunarwinadi, *Komunikasi Antar Budaya*, ( Jakarta: Pusat Antar Universitas Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Indonesia, Tanpa Tahun). h.25

<sup>19</sup> Alex H. Rumondor, *Materi Pokok Komunikasi Antar Budaya*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 1995), h. 58

komunikator tertentu. Analisis isi ini telah dianggap sebagai deskripsi yang objektif, sistematis, dan kuantitatif tentang isi komunikasi.<sup>20</sup>

Sebagai sebuah metode, analisis isi memiliki akar intelektual yang sangat panjang. Bahkan disebut sebagai metode tafsir yang paling tua. Sejatinya, secara praktik metode ini sudah lama dipakai para ahli di banyakbidang, mulai filsafat, agama, politik, dan retorika hinggabahasa, seni, sosiologi, antropologi, komunikasi, dan psikologi.

Analisis isi terbebas dari kerangka atau perspektif tertentu karena tidak berangkat dari renungan filosofis, melainkan dari sebuah kejadian atau peristiwa. Tetapi praktiknya merupakan metode kuantitatif. Metode ini berawal dari kesadaran manusia akan kegunaan simbol, angka, dan bahasa.

Analisis isi juga adalah suatu teknik untuk membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru (*replicable*) dan sah data dengan memperhatikan konteksnya. Sebagai suatu teknik penelitian, analisis isi mencangkup prosedur-prosedur khusus untuk pemerosesan dalam data ilmiah dengan tujuan memberikan pengetahuan, membuka wawasan baru, dan menyajikan fakta.<sup>21</sup>

Penggunaan analisis isi terdapat dalam tiga aspek. Pertama, analisis isi ditempatkan sebagai metode utama. Kedua, analisis isi dipakai sebagai salah satu metode saja dalam penelitian. Ketiga, analisis isi dipakai sebagai bahan

---

<sup>20</sup> Werner J. Severin, James W. Tankard; *Teori Komunikasi: sejarah, metode, & terapan di dalam media massa*; (Jakarta: Kencana, 2009) h.40

<sup>21</sup>Suprayogo, Imam dan Tobroni. *Metode Penelitian Sosial-Agama*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), h.71

pembandingan untuk menguji kesahihan dan kesimpulan yang telah didapat dari metode lain.<sup>22</sup>

Menurut Eriyanto dalam bukunya *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, ciri khas dari analisis isi adalah :

1. Objektif

Salah satu ciri penting dari analisis isi adalah objektif. Penelitian dilakukan untuk mendapatkan gambaran dari suatu isi secara apa adanya, tanpa adanya campur tangan dari peneliti. Penelitian menghilangkan bias, keberpihakan, atau kecenderungan tertentu dari peneliti. Ada dua aspek penting dari objektivitas, yakni validitas dan realibilitas.

2. Sistematis

Analisis isi selain objektif, juga harus sistematis. Sistematis ini bermakna, semua tahapan dan proses penelitian telah dirumuskan secara jelas, dan sistematis.

3. Replikabel

Salah satu ciri penting dari analisis isi yaitu ia harus replikabel. Penelitian dengan temuan tertentu dapat diulang dengan menghasilkan temuan yang sama pula. Hasil dari analisis isi sepanjang menggunakan bahan dan teknik yang sama, harusnya juga menghasilkan temuan yang sama.

---

<sup>22</sup> Eriyanto; *Analisis Isi*. (Jakarta: Kencana, 2011); h.10

#### 4. Isi yang tampak (*Manifest*)

Eriyanto berpendapat bahwa analisis isi hanya dapat dipakai untuk melihat isi yang tampak (*manifest*) saja. Analisis isi tidak dapat dipakai untuk menilai isi yang tidak tampak (*latent*). Sebab pertama, analisis isi harus dibedakan dari penelitian lain yang juga meneliti mengenai isi, seperti semiotika, framing, wacana, naratif, dan hermeneutik. Ciri khas dari analisis isi kuantitatif ialah ia hanya dapat dipakai untuk meneliti pesan yang tampak. Kedua, aspek penting dari analisis isi ialah harus objektif-intersubjektif, reliabel, valid, dan replikabel.

#### 5. Perangkuman (*Summarizing*)

Ciri lain dari analisis isi yaitu ditujukan untuk membuat perangkuman. Analisis isi umumnya dibuat untuk membuat gambaran umum karakteristik dari suatu isi/pesan. Analisis isi sebaliknya tidak berpretensi untuk menyajikan secara detail satu atau beberapa kasus isi. Analisis isi dapat dikategorikan sebagai penelitian yang bertipe nomotetik yang ditujukan untuk membuat generalisasi dari pesan, dan bukan penelitian jenis (*idiographic*) yang umumnya bertujuan membuat gambaran detail dari suatu fenomena.

#### 6. Generalisasi

Analisis isi tidak hanya bertujuan untuk melakukan perangkuman tetapi juga berpotensi untuk melakukan generalisasi. Initerutama jikalau analisis isi menggunakan sampel. Hasil dari analisis isi

dimaksudkan untuk memberikan gambaran populasi. Analisis isi tidak dimaksudkan untuk menganalisis secara detail satu demi satu kasus.<sup>23</sup>

#### **D. Tinjauan Umum Semiotika**

##### **1. Teori Semiotika**

Semiotika adalah studi tentang makna keputusan. Ini termasuk studi tentang tanda-tanda dan proses tanda (semiosis), indikasi, penunjukkan, kesamaan, analogi, metafora, simbolisme, makna, dan komunikasi. Semiotika berkaitan erat dengan bidang linguistik, yang untuk sebagian besar, mempelajari struktur dan makna bahasa yang lebih spesifik. Namun, hal itu berbeda dari linguistik, semiotika juga mempelajari sistem tanda non-linguistik.<sup>24</sup>

Semiotika adalah studi tentang tanda-tanda (sign), fungsi tanda, dan produksi makna. Tanda adalah sesuatu yang berarti sesuatu untuk orang lain. Studi semiotik tanda-tanda, penggunaan tanda dan segala sesuatu yang berkaitan dengan tanda. Dengan kata lain, ide semiotik (tanda, makna, denotatum dan interpretan) dapat diterapkan untuk semua bidang kehidupan selama tidak ada prasyarat terpenuhi, yaitu ada artinya diberikan, ada makna dan interpretasi.<sup>25</sup>

Semiotika sering dipandang memiliki dimensi antropologis penting: misalnya, setiap fenomena budaya dapat dipelajari sebagai komunikasi. Namun, beberapa ahli semiotik mengambil tanda-tanda atau sistem tanda sebagai objek studi: komunikasi informasi dalam organisme hidup tercakup dalam biosemiotik.

---

<sup>23</sup>Eriyanto; *Analisis Isi* (Jakarta: Kencana,2011); h.30

<sup>24</sup>Alex Sobur. *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya,2013), h.16

<sup>25</sup>Cristomy dan Lucky Yuwono, *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya*. (Jakarta: Komunitas Bambu, 2004). h.74

Pada dasarnya interpretasi menjadi sangat penting dalam semiotik karena kita dihadapkan pada semua gejala kebudayaan yang mungkin menjadi sebuah tanda bermakna yang memerlukan proses interpretasi (semiosis). Proses semiosis akan menjadi lebih baik lagi jika tidak hanya sekedar interpretasi belaka melainkan akan lebih bagus lagi jika interpretasi tersebut bisa diterima secara logika apalagi bisa diterima secara akademik. Berikut teori semiotika yang mengupas tentang makna suatu tanda.

## **2. Konsep Semiotika Roland Barthes**

Roland Barthes seorang tokoh pemikir strukturalis dan juga seorang tokoh dalam semiotik yang telah cukup banyak memberikan kontribusinya dalam pengembangan semiotik khususnya strukturalis. Barthes adalah penerus Saussure yang mengembangkan teori penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) menjadi lebih dinamis.

Setiap film pasti mempunyai makna yang tersembunyi, lewat hubungan antara tanda (*sign*), penanda (*signifier*), dan petanda (*signified*) akan menuntun kita ke arah makna yang tersembunyi dari film-film yang ditayangkan. Setiap tanda selalu memperoleh pemaknaan awal yang dikenal secara umum (denotasi) dan oleh Barthes disebut sistem primer, sedangkan segi pengembangannya disebut sistem sekunder. Sistem sekunder yang ke arah ekspresinya disebut metabahasa.

Dalam semiotika Roland Barthes dikenal dengan sistem makna, makna dapat dibagi menjadi dua yaitu makna konotasi dan makna denotasi. Konotasi adalah makna baru yang diberikan pemakai tanda sesuai dengan keinginan, latar

belakang pengetahuannya, atau konvensi baru yang ada dalam masyarakat. Barthes melihat manusia dalam memaknai suatu hal tidak sampai pada tataran makna denotasi, melainkan manusia menggunakan kognisinya melalui beberapa pemaknaan dan penafsiran sehingga menimbulkan makna konotasi.

Kalau makna denotatif hampir bisa dimengerti banyak orang, maka makna konotatif hanya bisa dicerna oleh orang yang jumlahnya lebih kecil. Barthes menggunakan konsep *connotation*-nya Hjelmslev untuk meyakinkan makna-makna yang tersembunyi. Salah satu cara yang digunakan para ahli untuk membahas lingkup makna yang lebih besar adalah dengan membedakan antara makna denotatif dan konotatif, makna denotatif pada dasarnya meliputi hal-hal yang ditunjukkan oleh kata-kata yang disebut sebagai makna referensial, makna denotatif suatu kata adalah makna yang biasa ditemukan dalam kamus. Sedangkan makna konotatif adalah makna yang denotatif ditambah dengan segala gambaran, ingatan, dan perasaan yang ditimbulkan.

1. Signifier (Penanda)	2. Signified (Petanda)
3. Denotative sign (tanda Denotatif)	
4. Connotative Signifier (penanda konotatif)	5. Connotative Signified (petanda konotatif)
6. Connotative (tanda konotatif)	

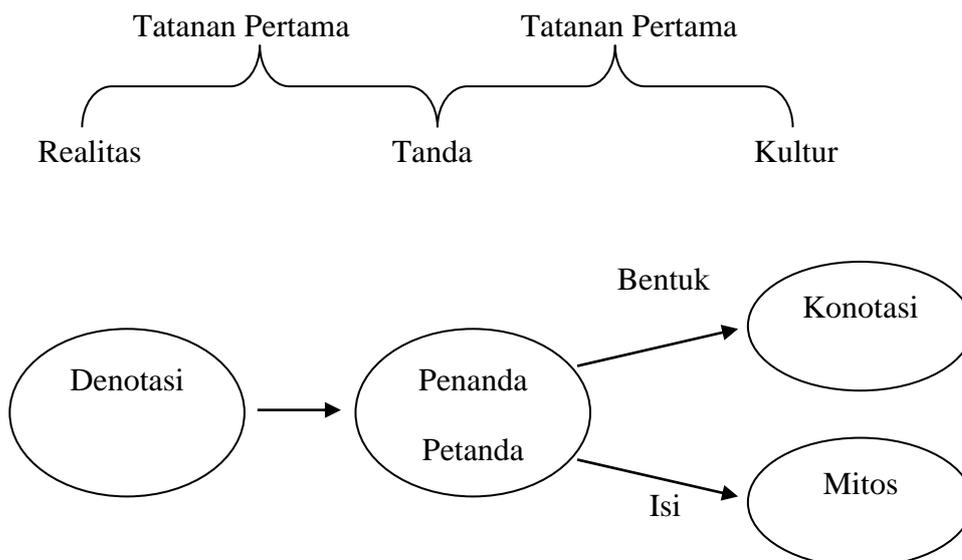
Gambar : Peta Tanda Roland Barthes

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

Dari peta Barthes diatas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Dengan kata lain, hal tersebut merupakan unsur meterial: hanya saja kalau mengenal tanda “*sign*” , barulah konotasi seperti harga diri, kegarangan, dan keberanian menjadi mungkin.

Jadi, dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan, namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Sesungguhnya, inilah sumbangan Barthes sangat berarti bagi penyempurnaan semiologi Saussure, yang berhenti pada penandaan dalam tataran denotatif.

Namun Roland Barthes membuat sebuah modal sistematis dalam menganalisis makna dari tanda-tanda. Fokus perhatian Barthes tertuju pada gagasan tentang signifikasi dua tahap (*two order of signification*) seperti pada gambar dibawah ini.



Gambar : Signifikasi Dua Tahap Barthes

Sumber : John Fiske, *Introduction to Communication Studies*, 1990, h.88 (Sobur, 2001:12)

Melalui gambar ini, Barthes yang dikutip Fiske, menjelaskan: signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* dan *signified* didalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal. Dari sini muncul tiga makna yaitu:

#### 1.) Makna Konotasi

Konotasi adalah bagaimana menggambarkan sebuah objek yang mempunyai makna subjektif atau paling tidak intersubjektif. Misalnya, kata “penyuapan” dengan “memberi uang pelicin”<sup>26</sup>.

#### 2.) Makna Denotasi

Denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek dan makna denotasi merupakan makna paling nyata dari tanda<sup>27</sup>.

#### 3.) Mitos

Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Seperti mitos primitif misalnya mengenal hidup dan mati, manusia dan dewa, dan sebagainya. Sedangkan mitos masa kini, misalnya mengenai feminitas, maskulinitas, ilmu pengetahuan, dan kesuksesan.<sup>28</sup>

Dalam penelitian ini, penulis memilih teori menurut Roland Barthes, karena teorinya memiliki model sistematis dalam menganalisis makna dari tanda-tanda yang timbul atau tampak pada sebuah objek dari setiap potongan gambar dan

---

<sup>26</sup>Alex Sobur, *Analisis Teks Media (Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing)*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), h.128

<sup>27</sup>*Ibid*

<sup>28</sup>*Ibid*

dialog percakapan dalam film *Crazy Rich Asians*. Akan dianggap sesuai dengan teori landasan agar tercapai tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu denotasi, konotasi, dan mitos.

## **E. Tinjauan Umum Film**

### **1. Definisi Film**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, film dapat diartikan dalam dua pengertian. Pertama, film merupakan selaput tipis yang dibuat dari seluloid untuk tempat gambar negatif (yang akan dibuat potret) atau untuk tempat gambar positif (yang akan dimainkan dibioskop). Yang kedua, film diartikan sebagai lakon (cerita) gambar hidup.<sup>29</sup>

Film hadir ke tengah kehidupan masyarakat sebagai suatu hasil produksi yang melibatkan banyak tenaga, modal dan peralatan. Tenaga yang diperlukan membutuhkan kualifikasi tertentu. Pada tingkat tertentu tenaga-tenaga yang terlibat dalam produksi film harus merupakan tenaga yang professional. Sebagai suatu hasil produksi, film sebagaimana juga hasil produksi lainnya dituntut untuk memuaskan masyarakat. Dan masyarakat sebagai konsumen mempunyai faktor-faktor determinan yang ikut menentukan arah dan lenturnya tuntutan pada suatu hasil produksi.<sup>30</sup>

Film adalah bagian kehidupan sehari-hari dalam banyak hal. Bahkan ketika kita sedang bicara sangat dipengaruhi oleh metafora film. Pada mulanya film

---

<sup>29</sup> Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), h.242

<sup>30</sup> Ton Kertapati, *Dasar-dasar Publisistik*, (Jakarta: Bina Aksara, 1986), h.209

tumbuh dengan menyerap penemuan-penemuan yang telah atau yang tengah terjadi, baik sains, teknologi, dan estetika, seperti fotografi, kinetograf, dan fonograf. Hasil dari beberapa penemuan itu terwujud dalam senimatograf, sebuah mesin yang sekaligus bisa difungsikan sebagai kamera dan proyektor, sehingga memungkinkan sebuah film bisa ditonton oleh banyak orang dalam satu waktu.<sup>31</sup>

Selama ini kita dapat mengikuti perkembangan film sebagai suatu transformasi yang memperoleh sukses. Sejak dimulai dengan apa dengan apa yang disebut nickelodeon, hingga mencapai tingkatan seni *stereoscopic*, film senantiasa populer dikalangan masyarakat. Dan sebagai suatu karya seni, maupun alat hiburan atau komersial film selalu berada ditengah-tengah masyarakat manusia. Kemudian film juga memiliki keunggulan-keunggulan yang khusus didalam menciptakan ruang dan waktu tertentu dalam dunia imajinasi publik penontonnya. Sejalan dengan impressi visual yang semakin sempurna, tehnik suara yang dibawakan oleh film pun semakin maju. Dunia dari suara telah dapat disaring dan dipecah-pecah sampai ke unsur-unsurnya, untuk kemudian secara selektif diciptakan kembali dalam suatu bentuk suara *synthesis* yang harmonis dan memberikan kesegaran dan kepuasan baru bagi *mass audience* nya.<sup>32</sup>

Film memiliki definisi yang beragam, tergantung dari sudut pandang orang yang mendefinisikannya. Menurut UU No. 23 Tahun 2009 tentang Perfilman, Pasal 1 menyebutkan bahwa film adalah karya seni budaya yang merupakan

---

<sup>31</sup>Misbach Yusa Biran, *Sejarah Film 1900-1950: bikin film jawa*, (Jakarta: Komunitas Bambu, 2009) h. xv11

<sup>32</sup> Ton Kertapati, *Dasar-dasar Publisistik*, (Jakarta: Bina Aksara, 1986), h.267

pranata sosial dan media komunikasi massa yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi dengan atau tanpa suara dan dapat dipertunjukkan.

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam Kamus Komunikasi, film adalah media yang bersifat visual atau audio visual untuk menyampaikan pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul disuatu tempat.

Amura dalam bukunya *Perfilman Indonesia dalam Era Baru*, mengatakan bahwa film bukan semata-mata barang dagangan melainkan alat penerangan dan pendidikan. Film merupakan karya sinematografi yang dapat berfungsi sebagai alat *Cultural Education* atau Pendidikan Budaya. Dengan demikian film juga efektif untuk menyampaikan nilai-nilai budaya.

Secara umum film memiliki empat fungsi yaitu film sebagai alat hiburan, film sebagai sumber informasi, film sebagai alat pendidikan, dan film sebagai pencerminan nilai-nilai sosial budaya suatu bangsa.

## **2. Sejarah Film**

Awal industri film kebanyakan dibangun oleh wirausaha yang ingin mendapatkan uang dengan menghibur semua orang. Laumiere bersaudara adalah ahli mesin yang hebat, dan ayah mereka memiliki pabrik pembuat plat fotografis. Film mereka yang pertama lebih kecil dari pada film hitam-putih. Film yang ditampilkan hanya berisi kisah-kisah yang sederhana. Tidak ada penyunting, kameranya hanya dinyalakan, kemudian dimatikan saja. Tidak ada transisi pudar, hapus atau kilas balik. Tidak ada grafis komputer, tidak ada dialog, dan tidak ada musik. Namun demikian, banyak penonton yang takut melihat lokomotif

sistematis yang seperti berjalan kearah mereka. Mereka sama sekali buta dengan bahasa film.

Khalayak untuk menonton film pertama Lumiere tidak dapat berbicara bahasa film. Menonton film bagaikan sedang terdampar di negeri asing yang tidak anda ketahui bahasa dan budayanya. Anda harus dapat berhasil dengan setiap pengalaman baru yang membantu anda memahami bahasa dan orang-orangnya dengan lebih baik. Mereka harus mengembangkan pemahaman perubahan sinematik dalam ruang dan waktu. Mereka harus mempelajari bagaimana gambar dan suara digabungkan untuk menciptakan suatu makna. Pembuat film dan penonton harus tumbuh secara bersama-sama.<sup>33</sup>

### **3. Jenis dan Klasifikasi Film**

#### **a. Jenis-Jenis Film**

Secara umum jenis-jenis dari suatu film dibagi menjadi beberapa jenis berdasarkan dengan cara bertuturnya, yakni naratif (cerita) seperti film fiksi dan non-naratif (non-cerita) seperti film dokumenter dan film eksperimental. Berikut adalah penjelasan dari jenis-jenis film tersebut, antara lain:

1. Film Dokumenter adalah film dengan penyajian fakta berhubungan dengan orang-orang, tokoh, peristiwa dan lokasi yang nyata. Film dokumenter dapat digunakan untuk berbagai macam maksud dan tujuan seperti informasi atau berita, biografi, pengetahuan, pendidikan, sosial, politik (propaganda) dan sebagainya.

---

<sup>33</sup> Stanleyn J. Baran, *Pengantar Komunikasi Massa Melek Media & Budaya*, (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2012) h.211

2. Film Fiksi adalah film yang menggunakan cerita rekaan di luar kejadian nyata, terkait oleh plot dan memiliki konsep pengadegan yang telah dirancang sejak awal. Struktur cerita film juga terkait hukum kausalitas. Cerita fiksi sering kali diangkat dari kejadian nyata dengan beberapa cuplikan dari rekaman gambar peristiwa aslinya (fiksi-dokumenter).
3. Film Eksperimental adalah film yang berstruktur tetapi tidak beralur. Film ini tidak bercerita tentang apapun (anti naratif) dan semua adegannya menentang logika sebab dan akibat (anti-rasionalitas).<sup>34</sup>

#### **b. Klasifikasi Film**

Menurut Ekky Imanjaya dalam buku *Who Not: Remaja Doyan Nonton* klasifikasi film dibagi menjadi lima jenis klasifikasi. Berikut adalah penjelasan dari klasifikasi tersebut, yaitu:

1. Komedi adalah film yang mendeskripsikan kelucuan, kekonyolan dan kebonyolan dari para pemain (aktor/aktris). Sehingga alur cerita dalam film tidak kaku, hambar, hampa serta ada bumbu kejenaakaan yang dapat membuat penonton tidak bosan.
2. Drama adalah film yang mendeskripsikan realita (kenyataan) disekeliling hidup manusia. Dalam film drama, alur ceritanya terkadang dapat membuat penonton dapat tersenyum, sedih dan meneteskan air mata.
3. Horor adalah film yang mendeskripsikan aroma mistis, alam ghaib dan spiritual. Alur ceritanya dapat membuat jantung yang menonton dapat berdegup kencang, merasa ketegangan dan berteriak histeris.

---

<sup>34</sup>Pratista. Himawan, *Memahami Film* (Jogjakarta: Homerian Pustaka, 2008) h.4-8

4. Musikal adalah film yang mendeskripsikan suasana yang penuh dengan nuansa musik. Alur ceritanya sama seperti drama, hanya saja di beberapa bagian adegan dalam film, para pemain (aktor/actris) bernyanyi, berdansa dan bahkan beberapa dialog menggunakan musik seperti bernyanyi.
5. Laga adalah film yang mendeskripsikan sebuah aksi, perkelahian, tembak-menembak, kejar-kejaran dan adegan-adegan yang berbahaya yang mendebarkan. Alur ceritanya sederhana tetapi dapat menjadi luar biasa setelah dibumbui aksi-aksi yang membuat penonton tidak beranjak dari kursi.

Adapun film *Crazy Rich Asians* masuk pada kategori film drama komedi romantis, karena ceritanya mendeskripsikan tentang kehidupan seseorang. Film ini juga dibumbui oleh pesan dan juga mengenai kultural.

#### **4. Sinematografi**

Yaitu perlakuan terhadap kamera dan filmnya serta hubungan antara kamera dan objek yang akan di ambil gambarnya. *Cut, close up, two shot, zoom in, slow motion*, dan lain-lain, itu semua merupakan istilah-istilah dalam bidang sinematografi. Berikut penjelasan masing-masing istilah sinematografi:

- 1) *Acting* adalah sebuah proses pemahaman dan penciptaan tentang perilaku dan karakter pribadi dari seseorang yang diperankan.
- 2) *Action* adalah gerak laku pemeran, yang terjadi dalam suatu adegan.
- 3) *Addes scene* yaitu penambahan adegan.
- 4) *Angle* adalah sudut pengambilan gambar .

- 5) *Animator* adalah sebutan bagi seorang yang berprofesi sebagai pembuat animasi.
- 6) *Art department* atau bagian artistik bertanggung jawab terhadap rancangan set film secara visual.
- 7) *Art director* yaitu pengarah artistik dari sebuah produksi .
- 8) *Asisten producer* adalah seorang yang membantu produser dalam menjalankan tugas
- 9) *Camera department* adalah orang yang bertanggung jawab untuk merawat dan menjaga semua peralatan kamera yang dibutuhkan untuk memfilamkan sebuah *motion picture*. *Camera departement* juga bertanggung jawab untuk penanganan film, pengisian film, dan berhubungan dengan laboratorium pemrosesan.
- 10) *First Cameraman* atau Penata Fotografi (*Director of Photography*), bertanggung jawab terhadap pergerakan dan penempatan kamera dan juga pencahayaan dalam suatu adengan.
- 11) *Second cameraman* bertindak sesuai intstruksi dari kameramen utama dan melakukan penyesuaian pada kamera atau mengoperasikan kamera selama syuting.
- 12) *Costume designer* yaitu orang yang merancang dan memastikan produksi kostum secara sementara maupun permanen untuk sebuah film.

- 13) *Cut atau Hold* merupakan perintah dari sutradara agar adegan diberhentikan namun pemain tetap berada dalam posisi awal pada saat syuting berlangsung.
- 14) *Cut Back* yaitu tehnik mengubah gambar dalam film secara cepat dari adegan yang sekarang ke adegan lain yang telah dilihat sebelumnya.
- 15) *Fade in* adalah transisi gambar dari gelap ke terang dengan cara lambat.
- 16) *Fade out* adalah transisi gambar dari terang ke gelap dengan cara lambat.<sup>35</sup>

#### **a. Film Sebagai Media Massa**

Film dibuat dengan tujuan tertentu, kemudian hasilnya tersebut ditayangkan untuk dapat ditonton oleh masyarakat dengan peralatan teknis. Saat ini film tidak lagi dimaknai sebagai karya seni (*film as art*) saja, tetapi lebih sebagai “komunikasi massa”. Terjadinya pergeseran dan perspektif ini, paling tidak telah mengurangi bias normatif dari teoritis film yang cenderung lokalisasi dan karena itu film mulai diletakkan secara obyektif.<sup>36</sup> Film merupakan produk komunikasi massa yang sangat berpengaruh bagi kehidupan manusia. Kerjanya ibarat jarum hipodermik atau peluru yang banyak dicetuskan oleh pakar ilmu komunikasi, di mana kegiatan mengirimkan pesan

---

<sup>35</sup>Zoebazary. Ilham, *Kamus Istilah Televisi & Film*; ( Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), h.101

<sup>36</sup> Budi. Irwanto, *Film, Ideology: Hegemoni Militer dalam Sinema Indonesia* (Yogyakarta: Aksara, 2005), h.11

sama halnya dengan tindakan menyuntikkan obat yang dapat langsung merasuk ke dalam jiwa penerima pesan<sup>37</sup>

Sebagai salah satu karya seni visual, film tidak hanya menampilkan "citra bergerak" (*moving pictures*), tetapi juga menjadi sarana dalam bentuk penyampaian pesan kultural. Sebuah film telah disisipkan berbagai macam materi pesan kultural yang terkandung di dalamnya, kemudian divisualisasikan pada alur cerita berupa adegan-adegan dalam film. Namun, penonton pada umumnya terkadang kurang menyadari terkait makna yang terkandung dalam film tersebut.

#### **b. Hubungan Film Dengan Kebudayaan**

Film mempunyai kesanggupan untuk menciptakan suatu realitas rekaan sebagai bandingan terhadap realitas. Realitas yang ditampilkan dalam film adalah realitas yang dibangun oleh pembuat film dengan mengangkat nilai-nilai atau unsur budaya yang terdapat di dalam masyarakat. Atau sebaliknya, realitas rekaan yang ditampilkan dalam film kemudian menjadikan sebuah bentukan budaya yang diikuti oleh penonton.

Deddy Mulyana menyatakan hubungan film dan budaya bersifat timbal balik. Sama halnya dengan komunikasi dan budaya mempunyai hubungan timbal balik, seperti dua sisi mata uang. Budaya menjadi bagian dari perilaku komunikasi dan pada gilirannya komunikasi pun turut menentukan, memelihara, mengembangkan atau mewariskan budaya seperti yang dikatakan Edward T.

---

<sup>37</sup> Morrisan, *Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi* (Tangeran: Ramdina Prakasa, 2005), h.12

Hall bahwa komunikasi adalah budaya dan budaya adalah komunikasi. Pada satu sisi komunikasi merupakan suatu mekanisme untuk mensosialisasikan norma-norma budaya masyarakat, baik secara horizontal dari suatu masyarakat kepada masyarakat lainnya, ataupun secara vertikal dari suatu generasi ke generasi berikutnya.

Film adalah bagian dari produk budaya yang didalamnya juga memuat nilai-nilai budaya, sehingga film juga menjadi media efektif untuk menanamkan nilai budaya. Menurut Deddy Mulyana hubungan film dan budaya saling mempengaruhi. Di satu sisi, film seperti media massa pada umumnya merupakan cerminan kondisi masyarakat. Nilai, norma, dan gaya hidup yang berlaku pada masyarakat akan disajikan dalam film yang diproduksi. Namun, di sisi lain film juga berkuasa menetapkan nilai-nilai yang penting dan perlu dianut oleh masyarakat, bahkan nilai-nilai yang rusak sekalipun. Artinya tidak setiap film dapat dijadikan media pendidikan, sebab banyak film-film yang isinya dapat merusak moral dan budaya anak bangsa.

Tidak semua film dapat dijadikan media pembelajaran atau pendidikan karakter. Meskipun sesungguhnya setiap film yang diproduksi dan beredar selalu mencerminkan budaya masyarakat pada masanya. Film-film yang bertema hantu, sebenarnya merupakan rekaman budaya masyarakat. Artinya di dalam film-film tersebut terkandung nilai-nilai budaya. Namun unsur entertainment atau hiburannya mendapat porsi yang lebih dominan, sehingga kurang tepat dijadikan media pendidikan budi pekerti atau karakter. Karena ingin menghibur,

tak jarang film-film ini memasukkan unsur adegan yang berbau seks yang vulgar, sehingga dapat mempengaruhi mental remaja yang menontonnya.<sup>38</sup>

Film bertema cinta juga mengandung nilai-nilai budaya pada masanya. Namun, film-film yang mengangkat budaya populer kerap kali terjebak pada unsur hiburan semata dan jatuh pada tema roman picisan, sehingga kurang memberikan pendidikan berharga bagi penontonnya. Film-film dengan tema hantu dan cinta memang dibuat untuk tujuan komersil saja sehingga tak jarang film-film seperti itu lebih mengedepankan sisi hiburannya saja.

---

<sup>38</sup> Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009), h. 13