

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Setiap makhluk sosial, komunikasi merupakan unsur penting dalam kehidupan manusia. Kegiatan komunikasi akan timbul jika seorang manusia mengadakan interaksi dengan manusia lain, jadi dapat dikatakan bahwa komunikasi timbul sebagai akibat dari adanya hubungan sosial. Pengertian tersebut mengandung arti bahwa komunikasi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan umat manusia, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok. Komunikasi juga membentuk suatu sistem sosial yang saling membutuhkan, sehingga komunikasi tidak dapat dipisahkan dari masyarakat.

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa latin *communis* yang artinya “sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling sering di dengar sebagai asal-usul usul komunikasi yang merupakan akar dari kata-kata latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama (Mulayana, 2005:4)

Dari pengertian diatas, komunikasi adalah sejeni transfer informasi, tujuannnya adalah untuk menyamakan persepsi atau makna antara

komunikator dan komunikan. Sementara banyak ahli tentang “istilah” telah berusaha untuk mendefinisikannya, termasuk Hovland, Janis dan Kelley, sebagaimana Forsdale menyebutnya, “komunikasi adalah proses dimana individu secara verbal mengirim rangsangan untuk mengubah perilaku orang lain”.

Kesamaan bahasa yang digunakan dalam percakapan tidak serta merta mengarah pada makna yang sama. Dengan kata lain, hanya memahami bahasa tidak berarti memahami apa yang disampaikan. Jelas, dialog antara keduanya dapat dikatakan sebagai komunikasi. Lebih lanjut, Hovland mencotohkannya bahwa konotasi anjing adalah binatang najis bagi para pendera, pembunuh, penguntit bagi polisi dan teman sekamar di kala sepi bagi seorang aktivis HAM Amerika.

Untuk dapat berkomunikasi dengan baik dan efektif, kita dituntut untuk tidak hanya memahami prosesnya, tetapi juga mampu menerapkan pengetahuan kita secara kreatif. Komunikasi dikatakan efektif apabila komunikasi yang terjadi bersifat dua arah yaitu dimana makna yang distimulasikan sama atau serupa dengan yang dimaksudkan oleh komunikator atau pengirim pesan.

Pengertian komunikasi menurut Berelson dan Starainer yang dikutip oleh Fisher dalam bukunya, Teori-teori Komunikasi adalah penyampaian informasi, ide, emosi, keterampilan dan seterusnya melalui penggunaan simbol, kata, angka, grafik dan lain-lain (Fisher,1990:10)

Komunikasi adalah pemindahan informasi dari satu tempat ke tempat yang lain dengan menyampaikan informasi, ide, emosi, keterampilan dan informasi lainnya melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, angka dan grafik serta ucapan dan tulisan yang meyakinkan. Komunikasi adalah proses atau tindakan penyampaian pesan (*message*) dan pengirim (*sender*) kepada penerima (*receiver*) melalui suatu media (saluran) yang biasanya terganggu (*noise*). Dalam definisi ini komunikasi harus disengaja dan membawa perubahan.

Menurut penjelasan Eduard de Parry, komunikasi adalah proses penyampaian pikiran, harapan dan informasi melalui simbol-simbol tertentu yang mengandung makna yang dilakukan oleh pengirim informasi dan dikirimkan kepada penerima informasi. Tujuan pesan disini adalah untuk menyampaikan tugas melalui komunikasi langsung atau tatap muka dengan penerima pesan. Komunikasi adalah hubungan antara orang-orang, baik individu maupun kelompok. Disadari atau tidak dalam kehidupan sehari-hari komunikasi itu sendiri merupakan bagian dari kehidupan manusia.

Menurut Wilbur Schram, jika kita berkomunikasi maka kita harus mencapai kesetaraan dengan orang lain. Kita tahu bahwa pada dasarnya komunikasi adalah sebuah proses. Sebuah proses komunikasi yang dinamis daripada statis. Menurut Cherry, kata berkomunikasi berasal dari bahasa latin *communis* yang berarti menciptakan kesatuan atau

menciptakan kesatuan antara dua orang atau lebih dan *communis* yang berarti berbagi.

Berdasarkan definisi diatas, peneliti menyimpulkan bahwa komunikasi adalah pemindahan informasi, ide atau informasi dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk menjalin komunikasi yang baik. Komunikasi adalah suatu transaksi, suatu proses simbolik yang menuntut orang untuk mengatur lingkungannya sendiri, membangun hubungan antar sesama melalui pertukaran informasi untuk memperkuat sikap dan perilaku orang lain dan berusaha mengubah sikap orang lain.

Adapun komunikasi menurut para ahli diantaranya yaitu :

1) Gordon Zimmerman

Komunikasi jelasnya membantu setiap tugas penting yang kita butuhkan, serta menyediakan makanan dan pakaian untuk diri kita sendiri, memuaskan rasa ingin tahu kita tentang lingkungan kita, dan menikmati hidup. Juga hal terpenting dalam komunikasi adalah membangun dan memelihara hubungan dengan orang lain di sekitar kita.

2) Thomas M Shedell

Menurutnya, manusia biasanya berkomunikasi dan mendukung identitas diri mereka dan menciptakan interaksi sosial dengan orang-orang di sekitar mereka dan mempengaruhi orang lain untuk berpikir, merasa atau bertindak seperti yang diharapkan.

3) Rudolf F Widberg

Dalam pandangannya, komunikasi memiliki fungsi yaitu fungsi sosial dan fungsi pengambilan keputusan. Fungsi sosial dirancang untuk bersenang-senang, menunjukkan koneksi dan membangun serta memelihara hubungan dengan orang lain. Dan fungsi pengambilan keputusan adalah memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada waktu tertentu.

2.1.2 Unsur-unsur Komunikasi

Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society* (Effendy, 2019: 10), mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: “*Who says What in Which Channel to Whom With What Effect*” atau “siapa yang menyampaika, apa yang disampaikan, melalui apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya”.

Paradigma Lasswell di atas menunjukan bahwa komunikasi meliputi lima unsur yakni:

- a. Pengirim Pesan atau Komunikastor (*communicator, source, sender*)

Dalam proses komunikasi, komunikator memegang peranan penting, karena dipahami atau tidaknya pihak lain tergantung dari cara komunikator berkomunikasi, komunikator bertindak sebagai *encoder*, yaitu sebagai orang yang merumuskan informasi dan kemudian mengkomunikasikannya kepada orang lain, sedangkan

orang yang menerima informasi bertindak sebagai komunikator sebagai *decoder* yaitu sebagai simbol yang menerjemahkan informasi dalam konteks mereka sendiri memahami.

Sinonim makna sangat bergantung pada komunikator, sehingga diperlukan syarat-syarat bagi komunikator antara lain :

- 1) Memiliki kredibilitas yang tinggi bagi komunikator
- 2) Memiliki keterampilan komunikasi
- 3) Memiliki pengetahuan yang luas
- 4) Sikap
- 5) Berpenampilan menarik dengan kemampuan mengubah sikap atau pengetahuan komunikator.

b. Pesan (*message*)

Pesan dalam proses komunikasi adalah informasi yang akan dikirimkan kepada penerima. Pesan ini bisa verbal atau non- verbal. Pesan lisan dapat berbentuk tulisan, seperti suratm buku, majalah, memo, sedangkan pesan lisan dapat berupa percakapan tatap muka, percakapan telepon, siaran dan sejenisnya. Informasi nonverbal dapat berupa gerak tubuh, ekspresi wajah dan intonasi.

Ada banyak bentuk pesan, antara lain:

- 1) Informatif, yaitu memberikan informasi yang kemudian komunikator dapat menarik kesimpulannya sendiri.
- 2) Persuasi, yaitu menggunakan bujukan untuk membangkitkan pemahaman dan kesadaran seseorang,

yaitu apa yang kita sampaikan akan memberikan suatu bentuk pendapat atau sikap, sehingga terjadi suatu perubahan tetapi perubahan tersebut merupakan kehendak sendiri

- 3) Koersif, yaitu penggunaan sanksi, bentuk ini disebut agitasi yaitu penekanan menimbulkan tekanan internal terhadap sesama dan masyarakat.

Ketiga bentuk informasi ini sering kita jumpai dalam kehidupan sehari-hari seperti penggunaan komunikasi informasi oleh guru dalam kegiatan mengajar dan penggunaan komunikasi paksa jika siswa tidak mengetahui aturannya.

c. Media (*channel*)

Media adalah sarana atau alat yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan informasi atau informasi kepada komunikator, atau alat yang digunakan untuk memberikan umpan balik dari komunikator kepada komunikan. Medium sendiri merupakan bentuk jamak dari kata medium yang berarti perantara, pemancar atau penyalur.

- d. Penerima pesan atau Komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*)

Penerima adalah pihak yang menjadi tujuan pengiriman sumber pesan. Penerima dapat terdiri dari satu orang atau lebih dan dapat berupa kelompok, partai politik atau Negara. Penerima

sering disebut dengan berbagai istilah, seperti audiens, target, penyebar, atau dalam bahasa Inggris, *audience* atau penerima. Dalam perjalanan komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah hasil dari keberadaan sumber. Jika tidak ada sumber, tidak ada penerima

Penerima merupakan unsur penring dalam proses komunikasi karena ia adalah objek komunikasi.jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima, maka dapat menimbulkan berbagai macam masalah, baik pada sumbernya, pesannya, maupun salurannya yang perlu sering diubah.

Komunikasi yang efektif harus didukung oleh komunikator dan komunikan. Komunikan harus mampu mendengarkan dan memahami pesan yang disampaikan. Begitu pula sebaliknya, komunikator harus mampu menyampaikan pesan yang baik.

e. Efek atau Umpan Balik (*effect, impact, influence, feedback*)

Pengaruh atau efek adalah perbedaan cara penerima berpikir, merasa dan berperilaku sebelum dan sesudah menerima pesan dan pengaruh ini dapat terjadi pada pengetahuan, sikap dan perilaku seseorang. oleh karena itu, pengaruh juga dapat diartikan sebagai perubahan atau penguatan persepsi penerima informasi terhadap sikap dan perilakunya sendiri.

Dampak dapat dikategorikan menurut tingkatannya, yaitu:

- 1) Pengaruh kognitif, yang ditimbulkan pada komunikator untuk membuatnya mengerti atau meningkatkan kecerdasannya.
- 2) Pengaruh efektif, lebih tinggi daripada pengaruh komunikator. Tetapi ia akan tergerak hatinya sehingga menimbulkan perasaan tertentu, seperti kasihan, terharu, sedih, bahagia, marah dan perasaan lainnya.
- 3) Pengaruh perilaku (konatif), tingkat tertinggi tampak pada komunikator dalam bentuk perilaku, tindakan atau aktivitas

Jadi berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Untuk lebih jelasnya, selanjutnya akan dibahas dalam proses komunikasi.

2.1.3 Fungsi Komunikasi

Menurut William I Gordon (Mulyana, 2005) ada empat fungsi komunikasi, yaitu komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual dan komunikasi instrumental.

1) Komunikasi Sosial

Komunikasi sebagai fungsi komunikasi sosial berarti bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep diri, realisasi diri, kelangsungan hidup, mencapai kebahagiaan, menghindari stress dan ketegangan, dll. Melalui komunikasi menghibur dan mempromosikan hubungan dengan orang lain. melalui komunikasi,

bekerja sama dengan anggota masyarakat untuk mencapai tujuan bersama.

Tanpa komunikasi, orang tidak akan mengetahui pedoman untuk memahami dan menjelaskan situasi mereka. ia tidak akan makan dan minum, berbicara dan memperlakukan orang lain secara beradab, karena perilaku tersebut harus dipelajari dari pola asuh dan hubungan dengan orang lain yang pada dasarnya adalah komunikasi.

2) Komunikasi Ekspresif

Komunikasi ekspresif, baik secara individu maupun kolektif erat kaitannya dengan komunikasi sosial. Komunikasi ekspresif tidak secara otomatis dirancang untuk mempengaruhi orang lain, tetapi selama komunikasi digunakan sebagai alat untuk menyampaikan perasaan (emosi)kita, maka hal itu dapat dilakukan. Perasaan ini terutama disampaikan melalui pesan non-verbal. Misalnya ibu-ibu mengungkapkan kasih sayang kepada anaknya melalui sentuhan, siswa melakukan mogok makan untuk memprotes kebijakan pemerintah dan sebagainya. Puisi, lagu, tarian, lukisan, pertunjukan dramatic juga merupakan bentuk ekspresi dari fungsi komunikasi.

3) Komunikasi Ritual

Terkait erat dengan komunikasi ekspresif adalah komunikasi ritual, yang biasanya dilakukan secara kolektif. Upacara kelahiran, khitanan, ulang tahun, pertunangan, siraman, perkawinan, upacara

kemarian, doa-doa, misa, upacara bendera adalah contoh dari komunikasi ritual. Selama peristiwa ini, orang biasanya mengatakan sesuatu atau melakukan beberapa perilaku simbolis. Komunikasi ritual sering kali juga ekspresif, misalnya orang menangis dan berdoa, dan bahkan dalam kasus ekstrem seperti samurai melakukan bunuh diri karena melakukan kesalahan.

Kegiatan ritual ini memungkinkan peserta untuk berbagi komitmen emosional yang bertindak sebagai perekat kohesi dan dedikasi kepada tim. Yang terpenting dalam kegiatan tersebut bukan bentuknya, melainkan perasaan senasib yang menyertainya, perasaan bahwa kita terikat, diakui dan diterima oleh kelompok bahkan oleh sesuatu yang lebih besar daripada diri kita sendiri yang bersifat abadi.

4) Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental memiliki beberapa tujuan umum, yaitu menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan mengubur. Kesemua tujuan tersebut dapat membujuk (persuasi)

Sebagai instrument, komunikasi tidak saja digunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan namun juga untuk menghancurkan. Komunikasi berfungsi sebagai instrument untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu yang bersifat pribadi dan pekerjaan. Baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang.

Tujuan jangka pendek misalnya untuk memperoleh pujian, menumbuhkan kesan yang baik, memperoleh simpati, empati, keuntungan, material, ekonomi, politik yang antara lain dapat diperoleh melalui pengelolaan kesan (*impression management*), yaitu teknik-teknik verbal dan non verbal seperti berbicara sopan, mengobrol janji, mengenakan pakaian necis dan sebagainya. Taktik itu sering kita lihat, misalnya saat orang melakukan kampanye politik. Tujuan jangka panjang dapat dicapai lewat keahlian berkomunikasi, misalnya keahlian pidato, berunding, berbahasa asing atau keahlian menulis.

Kedua tujuan tersebut berkaitan dalam arti bahwa pengelolaan kesan secara kumulatif dapat digunakan untuk mencapai tujuan jangka panjang berupa keberhasilan dalam karir, misalnya dalam memperoleh jabatan, kekuasaan, penghormatan sosial, dan keyakinan. Thomas Harrel, seorang professor bidang bisnis di *Stanford University*, mengutip pendapat John Callen, bahwa hal terpenting bagi seorang CEO sesudah keahliannya adalah kemampuan berkomunikasi.

Keempat fungsi diatas tidaklah benar-benar terpisah anatara satu dengan yang lain. melainkan saling berhubungan, walaupun tetap ada satu fungsi yang lebih dominan.

2.1.4 Proses Komunikasi

Proses komunikasi adalah bagaimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan, sehingga dapat diciptakan suatu persamaan makna antara komunikan dengan komunikatornya. Proses komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif. Proses komunikasi dapat terjadi apabila ada interaksi antara manusia dan media penyampaian pesan untuk mewujudkan tujuan komunikasi.

Tahapan proses komunikasi adalah sebagai berikut:

1) Penginterpretasian

Hal yang diinterpretasikan adalah motif komunikasi, terjadi di dalam diri komunikator. Maka proses komunikasi tahap pertamanya bermula sejak motif komunikasi muncul hingga akal budi komunikator berhasil menginterpretasikan apa yang ia pikirkan serta rasakan ke dalam pesan atau masih abstrak. Proses penerjemahan motif komunikasi ke dalam pesan bisa disebut dengan interpreting.

2) Penyandian

Tahap ini masih ada dalam komunikator dari pesan yang bersifat abstrak berhasil diwujudkan oleh akal budi manusia ke dalam lambang komunikasi. Tahap ini disebut *encoding*, akal budi manusia yang berfungsi sebagai *encoder* atau alat penyandi yang dapat merubah pesan abstrak menjadi konkret.

3) Pengiriman

Proses ini terjadi ketika komunikator melakukan tindakan komunikasi, mengirim lambang komunikasi dengan peralatan jasmaniah yang disebut *transmitter* atau alat pengiriman pesan.

4) Perjalanan

Tahapan ini terjadi antara komunikator dan komunikan sejak pesan dikirim hingga pesan diterima oleh komunikan

5) Penerimaan

Tahapan ini ditandai dengan diterimanya lambang komunikasi melalui peralatan jasmaniah komunikan

6) Penyandian balik

Tahap ini terjadi pada diri komunikan sejak lambang komunikasi diterima melalui peralatan yang berfungsi sebagai *receiver* hingga akal budinya berhasil menguraikan (*decoding*)

7) Pengintrespretasian

Tahap ini terjadi pada komunikasn, sejak lambang komunikasi berhasil diurai dalam bentuk pesan

Sementara itu menurut Onong Uchjana Effendy proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap yaitu :

1) Proses Komunikasi secara primer

Proses pencapaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*simbol*) sebagai media. Kambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah

bahasa, kiat, isyarat, gambar, warna dan sebagainya yang secara langsung dapat menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Media primer atau lambang yang paling banyak digubakan dalam komunikasi adalah bahasa.

2) Proses komunikasi secara sekunder

Proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Media kedua yang sering digunakan diantaranya adalah surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan lain-lain (Effendy 1984:11-17).

Pentingnya peranan media yakni media sekunder dalam proses komunikasi, disebabkan oleh efisiensinya dalam mencapai komunikan dalam jumlah yang amat banyak. Jelas efisien karena dengan menyiarkan sebuah pesan satu kali saja, sudah dapat tersebar luas kepada khlayak yang begitu banyak jumlahnya, seperti misalnya podato kepala Negara yang disiarkan melalui radio atau televise.

2.1.5 Hambatan Komunikasi

Menurut Fajar (2009) terdapat beberapa hambatan dalam komunikasi yaitu:

1) Hambatan dari pengirim pesan

Misalnya pesan yang akan disampaikan belum jelas bagi dirinya atau pengirim pesan, hal ini dipengaruhi oleh perasaan atau situasi

emosional sehingga mempengaruhi motivasi, yaitu mendorong seseorang untuk bertindak sesuai dengan keinginannya, kebutuhan dan kepentingan

2) Hambaran dalam penyandian/symbol.

Hal ini dapat terjadi karena bahasa yang dipergunakan tidak jelas sehingga mempunyai arti lebih dari satu, symbol yang digunakan antara si pengirim pesan dengan si penerima pesan tidak sama atau terkendala bahasa yang di gunakan sulit

3) Hambatan media

Terjadi dalam penggunaan media komunikasi, misalnya gangguan suara radio sehingga tidak dapat mendengarkan pesan dengan jelas.

4) Hambaran dalam bahasa sandi

Hambatan ini biasa terjadi dalam menafsirkan sandi oleh si penerima.

5) Hambaran dari penerima pesan.

Misalnya kurang perhatian pada saat menerima pesan, adanya sikap prasangka dan tanggapan yang keliru serta tidak mencari informasi lebih lanjut.

Wirsanto (2005) meringkas hambatan komunikasi terdiri dari tiga macam yaitu :

1) Hambaran yang bersifat teknis

Hambatan yang disebabkan oleh berbagai faktor, seperti :

- a. Kurangnya sarana dan prasarana yang diperlukan dalam proses komunikasi
- b. Penguasaan tekni dan metode berkomunikasi yang tidak sesuai
- c. Kondisi fisik yang tidak memungkinkan terjadinya proses komunikasi yang dibagi menjadi kondisi fisik manusia, kondisi fisik yang berhubungan dengan waktu atau situasi/kondisi dan kondisi peralatan

2) Hambatan semantic

Hambatan yang disebabkan kesalahan dalam menafsirkan, kesalahan dalam memberikan pengertian terhadap bahasa (kata-kata, kalimat, kode-kode) yang dipergunakan dalam proses komunikasi.

3) Hambatan perilaku

Hambatan perilaku disebut juga dengan hambatan kemanusiaan. Hambatan yang disebabkan berbagai bentuk sikap atau perilaku baik dari komunikator maupun komunikan. Hambatan perilaku tampak dalam berbagai bentuk, seperti :

- a. Pandangan yang sifatnya apriori
- b. Prasangka yang didasarkan pada emosi
- c. Suasana otoriter
- d. Ketidaknyamanan untuk berubah
- e. Sifat egosentris

2.2 Tinjauan Analisis Semiotika

2.2.1 Pengertian Semiotika

Semiotika berasal dari bahasa Yunani, *Semion* yang berarti tanda. Tanda itu sendiri di definisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dan dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain. Kemudian diturunkan dalam bahasa Inggris menjadi *Semiotics*. Dalam bahasa Indonesia, semiotika atau semiology diartikan sebagai ilmu mengenai tanda.

Semiotik dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederhana luas objek-objek, peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda. Sedangkan ahli sastra Teew (1984:6) mendefinisikan semiotik adalah tanda sebagai tindak komunikasi dan kemudian disempurnakan menjadi model sastra yang mempertanggung jawabkan semua faktor dan aspek hakiki untuk pemahaman gejala kesusastraan sebagai alat komunikasi yang khas di dalam masyarakat manapun.

Dengan studi tentang tanda-tanda (*sign*), fungsi tanda serta produksi makna. Tanda merupakan sesuatu yang berarti untuk orang lain. Studi semiotik merupakan studi yang mempelajari tanda-tanda, penggunaan tanda dan segala sesuatu yang berkaitan dengan tanda. Dengan kata lain, semiotik (tanda, makna, denotatum dan interpretan) mempelajari hakikat tentang keberadaan suatu tanda dan tanda itu sendiri di definisikan sebagai sesuatu yang dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya serta dapat diterapkan untuk semua bidang

kehidupan, selama tidak ada prasyarat terpenuhi, yaitu ada artinya diberikan dan mempunyai makna dan interpretasi.

Lechte mengatakan bahwa semiotika adalah teori tentang tanda dan penandaan. Lebih jelasnya, semiotika adalah suatu disiplin yang menyelidiki semua bentuk komunikasi yang terjadi dengan saran *sign* atau tanda-tanda dan berdasarkan *sign system* atau system tanda.

Dalam berperilaku dan berkomunikasi tanda adalah unsur yang terpenting karena bisa memunculkan berbagai makna sehingga pesan dapat dimengerti. Bertujuan untuk menggali hakikat system tanda yang beranjak keluar dari kaidah tata bahasa dan sintaksis dan yang mengatur arti teks yang rumit, tersembunyi dan bergantung pada kebudayaan. Hal ini yang menimbulkan perhatian pada makna tambahan (*connotative*) dan arti penunjukan (*denotative*) atau kaitan dan kesan yang ditimbulkan dan diungkapkan melalui penggunaannya dan kombinasi tanda. (Alex Sobur, 2013: 126-127)

Semiotika digunakan sebagai pendekatan untuk menganalisis teks media dengan asumsi bahwa media itu sendiri di komunikasikan melalui seperangkat tanda. Teks media tersusun atas seperangkat tanda tersebut dan tidak pernah membawa makna tunggal (Alex Sobur, 2013 : 95). Sebuah teks film berarti dapat ditafsirkan dengan bermacam-macam makna oleh khalayak. Maka semiotika memberikan kebebasan dalam berinterpretasi, namun dengan syarat seseorang tersebut mempunyai preferensi yang relevan dalam mendasari interpretasinya.

Dalam setiap teks terdiri dari beraneka ragam tanda yang telah terorganisir ke dalam suatu system tanda dan itulah yang disebut dengan kode.

Suatu tanda dengan pemberian makna di dalamnya itu tergantung dengan konteksnya. Konteks adalah kaitan antara teks dengan pengalaman atau bisa juga dengan pengetahuan. Dalam hal ini yang hendak dimunculkan adalah konteks sosial-situasional mengenai multiculturalisme budaya. Tanda yang dihubungkan kemudian menjadi kata-kata kunci dalam menganalisis semiotika. Struktur bahasa dianalisis dengan cara memperhatikan penggunaannya beserta latar belakang penggunaan bahasa itu. Usaha-usaha itu dilakukan guna menggali makna teks kemudian dihubungkan dengan aspek-aspek lain di luar bahasa itu sendiri atau juga sering disebut sebagai konteks. Teks dan konteks menjadi dua kata yang tidak dapat dipisahkan. Keduanya erat menjadi satu membentuk makna. Konteks menjadi penting dalam interpretasi, yang keberadaanya dapat dipilah menjadi dua itu *instratekstualitas* yang menunjuk kepada tanda-tanda didalam teks, sehingga produksi makna bergantung pada bagaimana hubungan antartanda dalam sebuah teks dan *intertekstualitas* menunjuk pada hubungan antarteks alias teks yang satu dengan teks yang lain. Makna yang seringkali tidak dapat dipahami kecuali menghubungkan teks satu dengan teks yang lain.

Menurut Jhon Fiske dalam Alex Sobur (2001:94) terdapat tiga area penting dalam studi semiotika, yaitu :

- a. Tanda itu sendiri, hal ini sangat berkaitan dengan adanya beragam tanda yang berbeda, seperti cara mengantakan makna serta cara menghubungkannya dengan orang yang menggunakannya. Tanda adalah buatan manusia yang hanya bias dan dimengerti oleh orang-orang yang menggunakannya.
- b. Kode atau system yang mana lambang-lambang disusun. Studi ini meliputi bagaimana cara beragam kode yang berbeda dibangun untuk dipertemukan dengan kebutuhan masyarakat dalam sebuah kebudayaan
- c. Kebudayaan dimana kode dan lambang beroperasi.

Dalam definisi Saussure, semiology merupakan sebuah ilmu yang mengkaji kehidupan tanda-tanda di tengah masyarakat, dan dengan demikian menjadi bagian dari disiplin psikologi sosial. Dengan tujuan untuk menunjukkan bagaimana terbentuknya tanda-tanda beserta kaidah yang mengaturnya (Alex Sobur, 2006 : 12)

Pada dasarnya interpretasi menjadi sangat penting dalam semiotic karena di hadapkan pada semua gejala kebudayaan yang mungkin menjadi sebuah tanda yang 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.

2.2.2 Konsep Semiotika Roland Barthes

Roland Barthes adalah seorang tokoh pemiki strukturalis dan juga merupakan seorang tokoh dalam semiotic yang banyak memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu semiotic. Barthes merupakan penerus dari Saussure yang mengembangkan teori penanda (*signfer*) dan petanda (*signified*) menjadi lebih dinamis.

Dalam setiap film pastinya mempunyai makna yang tersembunyi, lewat hubungan antara tanda (*sign*), penanda (*signifier*), dan petanda (*signified*) akan menuntun ke arah makna yang tersembunyi, lewat hubungan antara tanda (*sign*), penanda (*signifier*), dan petanda (*signified*) akan menuntun kita kearah 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 Hjemlev untuk meyakini 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. Denotasi sign (Tanda Denotatif)	
4. Connotative Signifier (Penanda Konotatif)	5. Connotatif Signified (Petanda Konotatif)
6. Connotative Sign (Tanda Konotatif)	

Gambar 2. 1 Peta Tanda Roland Barthes

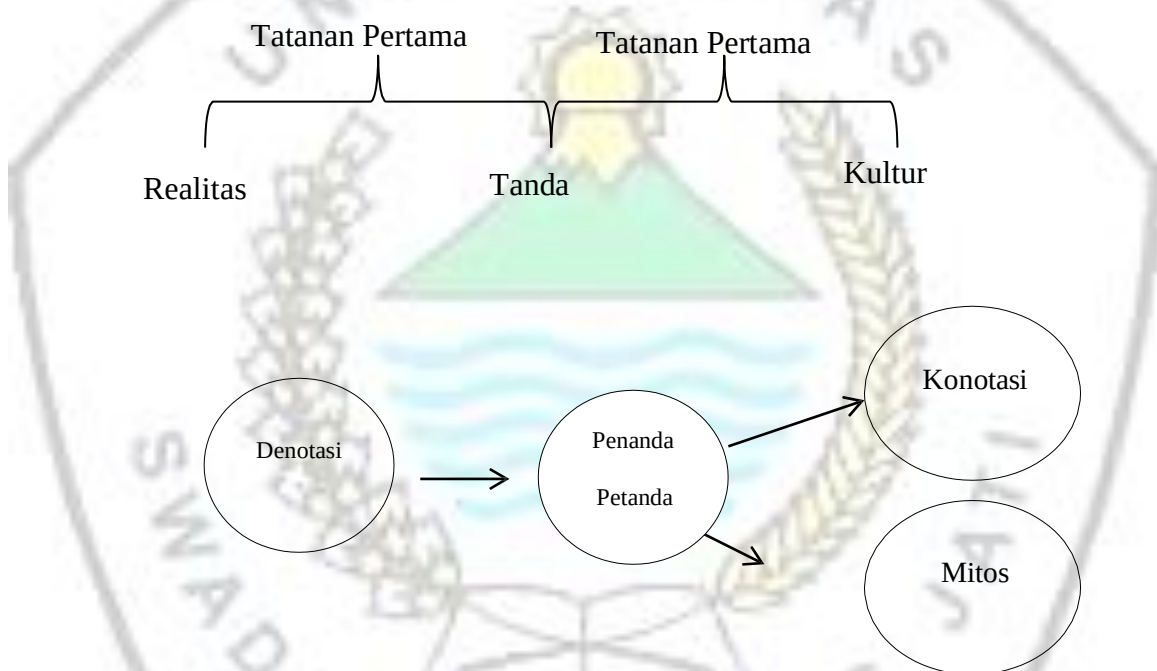
Sumber : Paul Cobley Litza Jansz 1999 , *Introducing Semiotics*,
NY :Totem Book h.51 (dalam Sobur, 2013: 69)

Dari peta tersebut, terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Namun, pada saat bersamaan tanda denotative itu adalah penanda konotatif (4). Dengan kata lain, hal tersebut merupakan unsur material, yang hanya saja kalau mengenal tanda atau *sign*, maka konotasi seperti harga diri, kegarangan dan keberanian bisa menjadi mungkin.

Menurut Terminologi Barthes, jenis budaya populer apapun dapat diurai kodenya dengan membaca tanda-tanda di dalam teks. Tanda-tanda tersebut adalah hak otonom dari si pembaca atau penonton. Saat sebuah karya selesai dibuat, makna yang terkandung karya itu bukan lagi miliknya, melainkan milik pembaca atau penontonnya untuk meninterpretasikannya begitu rupa.

Representasi menurut Barthes menunjukkan bahwa pembentukan makna tersebut mencakup sistem tanda menyeluruh yang mendaur ulang berbagai makna yang tertanam dalam di budaya Barat misalnya, dan menyelewengkan ke tujuan-tujuan komersil. Hal ini yang kemudian disebut sebagai struktur. Sehingga, dalam semiotik Barthes, proses representasi itu berpusat pada makna denotasi, konotasi dan mitos. Dicontohkan ketika mempertimbangkan sebuah laporan, akan menjadi jelas bahwa tanda linguistic, visual dan jenis tanda lain mengenai bagaimana berita itu dipresentasikan seperti tata letak, rubrikasi dan sebagainya tidaklah sesederhana mendenotasikan suatu hal, tetapi juga menciptakan konotasi yang dilampirkan pada tanda. Barthes menyebut

fenomena ini (membawa tanda dan konotasinya untuk membagi pesan tertentu) sebagai penciptaan mitos. Barthes meneruskan pemikiran Saussure yang berhenti pada penandaan dalam tataran denotative dengan menekankan interaksi antara konvensi dalam teks dengan konvensi yang dialami dan diharapkan oleh penggunanya. Gagasan Barthes ini dikenal dengan “*Two Order of Signification*” (Penandaan Dua Tahap).



Gambar 2. 2 : Signifikasi Dua Tahap Barthes

Sumber : John Fiske, *Introduction to Communication Studies*, 1990 h. 88 (dalam Sobur 2013 : 12)

Dengan melalui gambar ini, Sobur (dalam Analisis Teks Media, 2013: 128) menerangkan bahwa Barthes menjelaskan signifikansi tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* dan *signified* di dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal. Barthes menyebutnya

sebagai denotasi. Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk signifikasi tahap kedua. Hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari penonton serta nilai-nilai kebudayaannya. Konotasi mempunyai makna yang subjektif. Pemilihan kata-kata kadang merupakan pilihan terhadap konotasi, misalnya kata “penyuapan” dengan “memberi uang pelicin”. Maka dengan kata lain, denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek, sedangkan konotasi adalah bagaimana menggambarkannya.

1. Makna Denotasi

Makna denotative pada dasarnya meliputi hal-hal yang ditunjuk oleh kata-kata (yang disebut sebagai makna referensial). Denotasi adalah hubungan yang digunakan di dalam tingkat pertama pada sebuah kata yang secara bebas memegang peranan penting dalam ujaran, makna denotasi bersifat langsung, yaitu makna khusus yang terdapat dalam sebuah tanda dan pada intinya dapat disebut sebagai gambaran sebuah petanda. Makna denotative bukanlah sesuatu yang bisa dipastikan dengan tepat. Makna ini adalah generalisasi. Dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia makna ini berkaitan dengan konotasi, yaitu bermakna kata atau kelompok kata yang didasarkan atas penunjukan yang lugas pada sesuatu atas konvensi tertentu dan bersifat objektif.

Makna denotasi bersifat langsung. Jika kita memperhatikan sebuah objek misalkan orang Korea, maka makna denotasi yang terkandung adalah “seseorang yang berwagarnegara Korea”. Pada tahapan ini hanya informasi data saja yang disampaikan, karena makna denotasi merupakan tingkat makna lapisan pertama yang deskriptif dan literal serta dipahami oleh hampir semua anggota suatu kebudayaan tertentu tanpa harus melakukan penafsiran terhadap tanda denotative tersebut.

Penanda dan petanda tingkat denotasi ini kemudian menjadi satu dan membentuk penanda tersendiri yang kemudian dimaknai pada tingkat kedua yaitu konotasi. Barthes pun menjelaskan bahwa kehidupan bermasyarakat didominasi oleh konotasi.

2. Makna Konotasi

Kata konotasi berasal dari bahasa latin yaitu *connotare* “menjadi tanda” dan mengarah kepada makna-makna kultural yang terpisah atau berbeda dengan kata (dan bentuk-bentuk lain dari komunikasi). Kata konotasi melibatkan simbol-simbol historis dan hal-hal yang berhubungan dengan emosional.

Konotasi itu cukup kuat karena membangkitkan perasaan dan persepsi tentang segala sesuatu. Seperti yang dikemukakan oleh filsuf Amerika Serikat, Susanne Langer di dalam karangannya yang diterbitkan pada tahun 1948, menyatakan bahwa bentuk-

bentuk artistic memiliki kekuatan tertentu karena kira “merasa” bahwa mereka memiliki banyak hal yang bisa dikatakan kepada kita, jauh lebih banyak daripada yang kelihatan pertama kali secara sekilas.

Konotasi adalah pengembangan segi pertanda oleh pemakai tanda sesuai sudut pandangnya. Makna konotatif akan sedikit berbeda dengan makna denotative dan akan dihubungkan dengan kebudayaan yang tersirat didalam pembungkusnya tentang makna yang terkandung didalamnya. Kemudian dihubungkan dengan kebudayaan dan gambaran yang akan dipancarkan serta akibat yang akan ditimbulkan dan lain sebagainya.

Roland Barthes mengembangkan dua sistem petandaan bertingkat, yang disebut sistem denotasi dan konotasi. Barthes menggunakan istilah “*order of signification*”. *First order signification* adalah denotasi, sedangkan konotasi adalah *second orde signification*. Tatahan pertama mencakup penanda dan perabda yang berbentuk tanda. Tanda inilah yang disebut denotasi. Kemudian tanda tersebut muncul pemaknaan lain yaitu sebuah konsel mental lain yang melekat pada tanda (yang kemudian dianggap sebagai petanda). Penandaan baru inilah yang disebut konotasi.

Makna denotasi bersifat objektif yang dapat diberikan terhadap lambang-lambang, yakni dengan mengaitkan secara langsung

antara lambang dengan realitas atau gejala yang ditunjuk. Kemudian maka konotasi adalah makna-makna yang dapat diberikan pada lambang-lambang dengan mengacu kepada nilai-nilai budaya yang karenanya berada pada tingkatan kedua.

3. Mitos

Pada kerangka Barthes, konotasi identic dengan operasi ideology yang disebut dengan mitos dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu.

Mitos adalah suatu bentuk pesan atau tuturan yang harus diyakini kebenarannya tetapi tidak dapat dibuktikan. Mitos bukan konsepa atau ide tapi merupakan suatu cara pemberian arti. Secara etismologi, mitos merupakan suatu cara yang jelas tuturannya namun bukan sembarang tuturan. Mitos adalah suatu pesan komunikasi, tetapi mitos tidak dapat didefinisikan oleh objek pesan melainkan dengan cara menuturkan pesan tersebut, misalnya dalam mitos bukan hanya menjelaskan tentang objek pohon secara kasat mata, tetapi yang penting adalah cara menuturkan tentang pohon tersebut.

Di dalam mitos terdapat pola tiga dimensi, yaitu penanda, petanda dan tanda. Dapat dijelaskan bahwas signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara penanda dan peranda yang disebut denotasi yaitu makna sebenarnya dari tanda. Sedangkan

signifikasi tahap kedua digunakan istilah konotasi yaitu makna yang subjektif atau paling tidak intersubjektif yang berhubungan dengan isi, tanda bekerja melalui mitos. Mitos merupakan lapisan pertanda dan makna yang paling dalam.

Mitos berurusan dengan semiology telah berkaitan dengan dua istilah yakni penanda (*signifies*) dan petanda (*signified*) dan kemudian bertautan dengan kembali dengan istilah *sign*.

Dalam penelitian ini, penulis memilih teori Roland Barthes, krena teorinya memiliki model sistematis dalam menganalisis makna dari tanda-tanda yang Nampak pada sebuah objek dari setiap potongan gambar dan dialog percakapan dalam film *Minari*. Akan dianggap sesuai dengan teori landasan agar teecapai tujuan dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti.

2.3 Tinjauan Makna Pesan Komunikasi Antar Budaya

2.3.1 Pengertian Makna Pesan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pesan dapat diartikan sebagai perintam nasihat, permintaan atau amanat yang disampaikan melalui orang lain. kata “pesan” menurut Mulayana (2015 : 59) dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar yaitu hal yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan adalah serangkaian isyarat atau simbol yang diciptakan oleh seseorang dengan maksud tertentu dengan harapan bahwa penyampaian isyarat

atau simbol itu akan berhasil dalam menimbulkan sesuatu. Sedangkan pesan menurut A.W Wijaya adalah menggunakan keseluruhan dari apa yang ingin disampaikan oleh komunikator.

Menurut Effendi, (2008 : 15) *message* (pesan) merupakan seperangkat lambing yang mempunyai makna untuk disampaikan oleh komunikator. Pesan-pesan komunikasi disampaikan melalui simbol-simbol yang bermakna kepada penerima pesan. Komunikasi dalam kehidupan manusia terasa sangat penting karena dengan komunikasi dapat menjembatani pesan yang akan disampaikan seseorang. Dalam melakukan komunikasi, ada unsur penting diantaranya adalah pesan. Jika pesan disampaikan melalui media yang tepat, bahasa yang dimengerti dan sesuai dengan apa yang dimaksud serta tujuan pesan yang akan disampaikan akan mudah dicerna oleh komunikan. Onong Effendi menyatakan bahwa pesan adalah “suatu komponen dalam proses komunikasi berupa perpaduan antara pikiran dan perasaan seseorang dengan menggunakan lambah, bahasa serta lambing-lambang lainnya yang disampaikan kepada orang lain.

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan secara verbal maupun non verbal. Pesan verbal sendiri adalah pesan yang disampaikan melalui lisan maupun tulisan seperti seminar, pidato, melalui pamphlet, spanduk, film dan lain sebagainya. Pesan nonverbal merupakan pesan yang disampaikan tanpa melalui lisan ataupun tulisan melainkan melalui bahasa tubuh dan sebagainya.

Hal yang sama juga didefinisikan oleh Joseph A Devito yang mengatakan bahwa komunikasi nonverbal dipusatkan pada pesan-pesan yang akan di komunikasikan tanpa kata-kata dan juga mempertimbangkan aspek-aspek seperti komunikasi tubuh, wajah dan mata dan komunikasi menurut ruang, sentuhan, parabahasa dan waktu.

Ilmu Komunikasi menjelaskan bahwa pesan merupakan elemen atau komponen yang sangat fundamental karena di dalamnya ada proses komunikasi dan tidak bisa dipisahkan dengan komunikator serta komunikan sebagai elemen penting. Teori komunikasi memasukan pesan sebagai komponen utama dalam proses komunikasi, karena inti dari komunikasi adalah menyampaikan suatu pesan. Sebuah pesan yang baik melalui verbal maupun nonverbal merupakan perilaku komunikasi yang mempunyai tujuan dan maksud dari orang yang menyampaikannya. Tujuan selanjutnya adalah untuk memperjelas bagaimana suatu pesan yang disampaikan dapat diterima atau tidak oleh pendengarnya.

Pada umumnya sebelum pesan inti disampaikan, 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 dari sebuah buku. Kalimat pembuka suatu bab, preview film, sampul majalah dan juga pengantar dari sebuah pidato.

Onong Uchjana juga mengatakan dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek (2008: 18), pesan dapat diartikan pernyataan yang dihadirkan dalam bentuk lambang atau simbol-simbol yang mempunyai arti. Hal tersebut dapat terbentuk melalui beberapa unsur diantaranya :

1. Verbal simbol diucapkan/tertulis.
2. Non verbal simbol disampaikan tertulis dan diucapkan juga dalam bentuk gerak-gerak garis dan isyarat/ gambar lukisan dan warna.

Jadi, pesan merupakan suatu hal yang dijadikan sebagai isyarat dalam kegiatan berkomunikasi, karena dengan suatu pesan hubungan komunikasi seseorang dengan lainnya akan berjalan dengan baik untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Pesan dapat dimengerti dalam tiga unsur yaitu kode pesan, isi pesan dan wujud pesan.

- a. Kode pesan adalah sederetan simbol yang disusun sedemikian rupa sehingga bermakna bagi orang lain. Contoh bahasa Indonesia adalah kode yang mencakup unsur bunyi, suara, huruf dan kata yang disusun sedemikian rupa sehingga mempunyai arti.
- b. Isi pesan adalah bahan untuk atau materi yang dipilih yang ditentukan oleh komunikator untuk mengomunikasikan maksudnya.

- c. Wujud pesan adalah sesuatu yang membungkus inti pesan itu sendiri, komunikator memberi wujud nyata agar komunikan tertarik akan isi pesan didalamnya. (Siahaan,1991:62).

Pesan juga dapat dilihat dari segi bentuknya, Menurut A.W. Widjaja dan M. Arisyk Wahab terdapat tiga bentuk pesan yaitu:

- a. Informatif

Yaitu untuk memberikan keterangan fakta dan data kemudian komunikan mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri, dalam situasi tertentu pesan informatif tentu lebih berhasil dibandingkan persuasif.

- b. Persuasif

Yaitu berisikan bujukan yakni membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan sikap berubah. Tetapi berubahnya atas kehendak sendiri. Jadi perubahan seperti ini bukan terasa dipaksakan akan tetapi diterima dengan keterbukaan dari penerima.

- c. Koersif

Menyampaikan pesan yang bersifat memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi bentuk yang terkenal dari penyampaian secara inti adalah agitasi dengan penekanan yang menumbuhkan tekanan batin dan ketakutan dikalangan publik. *Koersif* berbentuk perintah-perintah, instruksi untuk penyampaian suatu target.(Widjaja Wahab,1987:61)

Untuk menciptakan komunikasi yang baik dan tepat antara komunikator dan komunikan, pesan harus disampaikan sebaik mungkin, hal yang perlu dipertimbangkan dalam penyampaian pesan yaitu:

- 1) Pesan itu harus cukup jelas (*clear*). Bahasa yang mudah dipahami, tidak berbelit-belit tanpa denotasi yang menyimpang dan tuntas.
- 2) Pesan itu mengandung kebenaran yang sudah diuji (*correct*). Pesan itu berdasarkan fakta, tidak mengada-ada dan tidak meragukan.
- 3) Pesan itu ringkas (*concise*) tanpa mengurangi arti sesungguhnya.
- 4) Pesan itu mencakup keseluruhan (*comprehensive*). Ruang lingkup pesan mencakup bagian-bagian yang penting yang patut diketahui komunikan.
- 5) Pesan itu nyata (*concrete*), dapat dipertanggung jawabkan berdasarkan data dan fakta yang ada dan tidak sekedar kabar angin.
- 6) Pesan itu lengkap (*complete*) dan disusun secara sistematis.
- 7) Pesan itu menarik dan meyakinkan (*convincing*). Menarik karena dengan dirinya sendiri menarik dan meyakinkan karena logis.
- 8) Pesan itu disampaikan dengan segar.

- 9) Nilai pesan itu sangat mantap, artinya isi di dalamnya mengandung pertentangan antara bagian yang satu dengan yang lainnya. (Siahaan, 1991:73)

2.3.2 Pengertian Komunikasi Antar Budaya

Dalam prosesnya, komunikasi melibatkan sebuah ekspetasi, presepsi hingga tindakan dan juga penafsiran. Dengan maksud ketika berkomunikasi dengan orang lain, maka komunikator dan komunikan akan menafsirkan pesan yang diterima baik, bisa berupa pesan secara verbal maupun non verbal dengan menggunakan standar penafsiran dari budaya sendiri.

Komunikasi dan kebudayaan tidak sekedar Dalam memaknai dan juga mennyandakan sebuah tanda maupun lambang yang dijadikan sebagai pesan tetap menggunakan standar dari budaya yang dimiliki. Komunikasi antar budaya sendiri adalah komunikasi yang biasa dengan perbedaan orang-orang yang terlibat mempunyai latar belakang budaya yang berbeda.

Larry Samovar memberikan definisi tentang komunikasi antar budaya yang melibatkan interaksi antara orang-orang yang persepsi budaya dan simbolnya cukup berbeda dalam suatu komunikasi (Samovar dan porter, 2010;13). Menurut Deddy Mulayana, komunikasi antar budaya adalah proses pertukaran pikiran dan makna antara orang-orang yang berbeda budayanya. Komunikasi dan

kebudayaan tidak sekedar dua kata tetapi dua konsep yang tidak dapat dipisahkan (Lilweri, 2003;8).

Ada beberapa istilah yang 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. (Dedy Mulayana, ilmu komunikasi suatu pengantar bandung pt remaja).

1. Komunikasi antar etnik adalah komunikasi antar anggota etnik yang berbeda atau dapat saja komunikasi antar etnik terjadi diantara anggota etnik yang sama namun memiliki latar belakang budaya yang berbeda ataupun sub kultur yang berbeda. Kelompok etnik sendiri adalah kelompok orang yang ditandai dengan bahasa dan asal-usul yang sama. Komunikasi antar etnik juga merupakan dari komunikasi antar budaya namun komunikasi antar budaya belum tentu merupakan komunikasi antar etnik.
2. Komunikasi antar ras, merupakan sekelompok orang yang ditandai dengan arti biologis yang sama. Bisa saja orang yang berasal dari ras yang sama namun memiliki kebudayaan yang sama, terutama dalam bahasa dan agama. Komunikasi antar ras juga dimasukkan kedalam komunikasi antar budaya, karena secara umum ras yang berbeda memiliki bahasa dan asal-usul yang berbeda. Komunikasi antar budaya dalam konteks komunikasi antar ras sangat berpotensi konflik. Karena orang yang berbeda

ras biasanya memiliki pransangka atau stereotip terhadap orang yang berbeda ras dengannya. Dalam hal ini tentu mempengaruhi orang-orang dengan ras yang berbeda dalam hal berkomunikasi.

3. Komunikasi lintas budaya, merupakan studi mengenai perbandingan gagasan atau konsep dalam berbagai kebudayaan maupun perbandingan antar suatu aspek atau masyarakat tertentu dengan kebudayaan satu dengan kebudayaan lain.
4. Komunikasi internasional, diartikan sebagai komunikasi yang biasa dilakukan antara komunikator yang mewakili suatu Negara untuk menyampaikan pesan-pesan yang berkaitan dengan berbagai kepentingan.

Budaya merupakan suatu konsep yang membangkitkan minat. Secara formal, budaya bisa didefinisikan sebagai sebuah tatanan pengetahuan, pengalaman, kepercayaan nilai dan sikap serta makna yang diwariskan dari sebelumnya ke generasi berikutnya. Dengan melalui usaha individu dan kelompok. Budaya menampilkan diri dalam pola-pola bahasa dan bentuk-bentuk kegiatan serta perilaku, gaya berkomunikasi, objek materi, seperti rumah, alat dan mesin yang digunakan dalam industry dan pertanian, kemudian jenis transportasi hingga alat-alat perang.

Budaya selalu berkesinambungan dan hadir dimana-mana, budaya juga berkenan dengan bentuk fisik dan juga lingkungan sosial yang dapat mempengaruhi hidup. Budaya dengan pasti dapat

mempengaruhi, sejak dalam kandungan hingga setelah meninggal. Dengan penanganan cara-cara penguburan sesuai dengan budaya masing-masing. Budaya yang dipelajari tidak diwartikan secara genetis, budaya dapat berubah ketika orang-orang saling berhubungan antara yang satu dengan yang lain. Maka budaya dan komunikasi tidak dapat dipisahkan, karena budaya tidak hanya menentukan siapa yang berbicara siapa, tentang apa dan bagaimana komunikasi berlangsung. Budaya juga turut menentukan orang yang menyandi pesan, makna yang dimiliki untuk pesan serta kondisi-kondisinya untuk mengirim, memperhatikan dan menafsirkan pesan. Seluruh pembendaharaan perilaku sangatlah bergantung terhadap budaya yang membesarkan kita. Konsekuensinya budaya merupakan landasan komunikasi. Maka bila budaya beraneka ragam, beragam pula praktik-praktik komunikasinya.

Studi komunikasi antar budaya dapat diartikan sebagai studi yang menekankan pada efek budaya terhadap komunikasi. Komunikasi dan kebudayaan merupakan elemen penting dalam mendorong seseorang dapat beradaptasi.

Komunikasi antar budaya meliputi komunikasi yang melibatkan peserta komunikasi yang mewakili pribadi, antarpribadi dan kelompok dengan tekanan pada perbedaan latar belakang kebudayaan yang mempengaruhi perilaku komunikasi para peserta. Apabila ditambahkan dimensi perbedaan kebudayaa didalamnya, maka itu

adalah komunikasi antar budaya. Seringkali dikatakan bahwa komunikasi antar budaya merupakan komunikasi antarpribadi dengan perhatian khusus pada faktor-faktor kebudayaan yang mempengaruhinya.

Dalam keadaan demikian, dihadapkan dengan masalah yang ada dalam suatu situasi dimana pesan di sandi dalam suatu budaya dan harus disandi balik dalam budaya lain. budaya juga mempengaruhi orang yang berkomunikasi, serta budaya bertanggung jawab atas seluruh perbendaharaan perilaku komunikatif dan makna yang dimiliki setiap orang. Dengan konsekuensi pembendaharaan- pembendaharaan yang dimiliki dua orang yang berbeda budaya akan juga berbeda, dan dapat menimbulkan berbagai macam kesulitan, (Mulayana dan Rakhmat, 2005).

Komunikasi antar budaya memiliki dua fungsi, baik secara pribadi maupun sosial. Dengan adanya fungsi pribadi ditunjukkan melalui perilaku komunikasi yang bersumber dari seorang individu, antara lain menyatakan identitas sosial, integrasi sosial dan menambah pengetahuan. Sedangkan untuk fungsi sosialnya adalah sebagai pengawasan, sosialisasi nilai, hiburan dan juga jembatan atas perbedaan antar pribadi

2.3.3 Unsur Komunikasi Antar Budaya

Komunikasi antar budaya yang berlangsung dalam konteks sosial yang hidup, berkembang dan berubah-ubah berdasarkan waktu, situasi

dan kondisi tertentu tergantung keberlangsungan efektifitas dalam unsur-unsur komunikasi tersebut. Unsur-unsur proses komunikasi antar budaya menurut Alo Liliweri (2011) meliputi:

1. Komunikator

Komunikator dalam komunikasi antar budaya adalah pihak yang mempelopori komunikasi, artinya yang mengawali pengiriman pesan terbentuk kepada pihak lain yang disebut komunikan. Dalam komunikasi antar budaya, seorang komunikator berasal dari latar belakang kebudayaan tertentu seperti latar belakang etnis, ras, faktor demografis (umur, jenis kelamin, hingga latar belakang sistem politik), misalnya komunikator akan berkebudayaan berbeda dengan berkubudayaan komunikan.

2. Komunikan

Komunikan dalam komunikasi antar budaya adalah pihak yang menerima pesan tertentu, dia menjadi tujuan atau sasaran komunikasi dari komunikator. Tujuan komunikasi akan tercapai manakala komunikan dapat menerima dan memahami makna pesan dari komunikator, dan memperhatikan (*attention*) serta menerima pesan secara menyeluruh (*comprehension*). Kedua aspek ini penting karena berkaitan dengan kesuksesan pertukaran pesan antara komunikator dan komunikan. *Attention* merupakan proses awal dari seorang komunikan untuk bisa memulai

mendengarkan pesan, menonton atau membaca pesan tersebut. Seorang komunikator berusaha agar pesan itu diterima sehingga seperangkat pesan tersebut perlu mendapat perlakuan agar menarik perhatian. Sedangkan *comprehension* yaitu meliputi cara penggambaran pesan secara lengkap sehingga mudah dipahami dan dimengerti oleh komunikan.

Menurut Alo liliweri, komunikasi ketika menerima atau memahami isi pesan sangat tergantung dari tiga bentuk pemahaman, yakni:

- a. Kognitif, komunikasi menerima isi pesan sebagai sesuatu yang benar;
 - b. Afektif, komunikasi percaya bahwa pesan itu tidak hanya benar tetapi baik dan disukai; dan
 - c. *overt action* atau tindakan nyata, di mana seorang komunikasi percaya atas pesan yang benar dan baik sehingga mendorong tindakan yang tepat.
3. Pesan atau simbol dalam proses komunikasi,

Pesan berisi pikiran, ide, atau gagasan, perasaan yang dikirim komunikator kepada komunikan dalam bentuk simbol. Simbol adalah sesuatu yang digunakan untuk mewakili maksud tertentu, misalnya dalam kata-kata verbal yang diucapkan atau ditulis, atau simbol non verbal yang diperagakan melalui gerak-gerik tubuh atau anggota tubuh, warna, artefak, gambar, pakaian dan lain-lain

yang semuanya dipahami secara konotatif. Dalam model komunikasi antar budaya, pesan adalah apa yang ditekankan atau yang dialihkan komunikator kepada komunikan. Setiap pesan mengandung aspek utama : *content* dan *treatment*, yaitu isi dan perlakuan. Isi pesan meliputi aspek daya tarik pesan, misalnya kontroversi, keaktualan (baru), argumentatif, rasional atau emosional. Sedangkan perlakuan atas pesan berkaitan dengan penjelasan atau penataan isi pesan oleh komunikator. Pilihan isi dan perlakuan atas pesan tergantung dari keterampilan komunikasi, sikap, tingkat pengetahuan, posisi dalam sistem sosial dan kebudayaan.

4. Media

Dalam proses komunikasi antar budaya, media merupakan tempat, saluran yang dilalui oleh pesan atau simbol yang dikirim melalui media tertulis misalnya surat, telegram, faksimili. Juga media massa baik cetak maupun elektronik seperti majalah, surat kabardan buku, internet, radio, televisi, video, film dan lain sebagainya. Akan tetapi terkadang pesan-pesan itu dikirim tidak melalui media, terutama dalam komunikasi antar budaya tatap muka.

Para ilmuwan sosial menyepakati dua tipe saluran; (1) *sensory channel* atau saluran sensoris, yakni saluran yang memindahkan pesan sehingga akan ditangkap oleh lima indra,

yaitu mata, telinga, tangan, hidung dan lidah. (2) *institutionalized means*, atau saluran yang sudah sangat dikenal dan digunakan manusia, misalnya percakapan tatap muka dan media massa. Setiap saluran institusional memerlukan dukungan satu atau lebih saluran sensoris untuk memperlancar pertukaran pesan dari komunikator kepada komunikan.

5. Efek atau Umpan Balik

Manusia mengkomunikasikan pesan karena dia mengharapkan agar tujuan dan fungsi komunikasi itu tercapai. Tujuan dan fungsi komunikasi, termasuk komunikasi antar budaya, antara lain memberikan informasi, menjelaskan atau menguraikan tentang sesuatu, memberikan hiburan, memaksakan pendapat atau mengubah sikap komunikan. Dalam proses tersebut, umumnya akan menghendaki reaksi balikan/umpan balik. Umpan balik merupakan tanggapan balik dari komunikan kepada komunikator atas pesan-pesan yang telah disampaikan. Tanpa umpan balik atas pesan-pesan dalam komunikasi antar budaya maka komunikator dan komunikan tidak bisa memahami ide, pikiran dan perasaan yang terkandung dalam pesan tersebut.

Dalam kasus komunikasi tatap muka, umpan balik lebih mudah diterima. Komunikator dapat mengetahui secara langsung apakah serangkaian pesan itu dapat diterima oleh komunikan atau tidak. Komunikator pun dapat mengatakan sesuatu secara

langsung jika dia melihat komunikan kurang memberi perhatian atas pesan yang sedang disampaikan. Reaksi-reaksi verbal dapat diungkapkan secara langsung oleh komunikan melalui kata-kata menerima, mengerti bahkan menolak pesan, sebaliknya reaksi pesan dapat dinyatakan dengan pesan nonverbal.

6. Suasana (*Setting* dan *Context*)

Satu faktor penting dalam komunikasi antar budaya adalah *setting of communication* yakni suasana tempat (ruang, *space*) dan waktu (*time*) serta suasana (sosial, psikologis) ketika komunikasi antar budaya berlangsung. Suasana itu berkaitan dengan waktu (jangka pendek / panjang, jam / hari/ minggu / bulan / tahun) yang tepat untuk bertemu/berkomunikasi, sedangkan tempat (rumah, kantor, rumah ibadah) untuk berkomunikasi, kualitas relasi (formalitas dan informalitas) yang berpengaruh terhadap komunikasi antar budaya.

7. Gangguan (*Noise* atau *Interference*)

Gangguan dalam komunikasi antar budaya adalah segala sesuatu yang menjadi penghambat laju pesan yang ditukar antara komunikator dengan komunikan, atau mengurangi makna pesan antar budaya. Gangguan menghambat komunikan menerima pesan dan sumber pesan. Gangguan (noise) dapat bersumber dari unsur-unsur komunikasi yang mengurangi usaha bersama untuk memberikan makna yang sama atas pesan.

2.2.4 Tujuan Komunikasi Antar budaya

Secara umum sebenarnya tujuan komunikasi antar budaya antara lain untuk menyatakan identitas sosial dan menjembatani perbedaan antar budaya melalui perolehan informasi baru, mempelajari sesuatu yang baru yang tidak pernah ada dalam kebudayaan, serta sekedar mendapatkan hiburan atau melepaskan diri. Komunikasi antar budaya yang intensif dapat mengubah persepsi dan sikap orang lain, bahkan dapat meningkatkan kreativitas manusia. Berbagai pengalaman atas kekeliruan dalam komunikasi antar budaya sering membuat manusia makin berusaha mengubah kebiasaan berkomunikasi, paling tidak melalui pemahaman terhadap latar belakang budaya orang lain. Banyak masalah komunikasi antar budaya sering kali timbul hanya karena orang kurang menyadari dan tidak mampu mengusahakan cara efektif dalam berkomunikasi antar budaya (Alo Liliweri, 2002).

Menurut William Howel (1982) dalam Alo Liliweri(2002) setiap individu mempunyai tingkat kesadaran dan kemampuan yang berbeda-beda dalam berkomunikasi antar budaya. Tingkat kesadaran dan kemampuan itu terdiri atas empat kemungkinan, yaitu:

1. Seorang sadar bahwa dia tidak mampu memahami budaya orang lain. Keadaan ini terjadi karena dia tahu diri bahwa dia tidak mampu memahami perbedaan-perbedaan budaya yang dihadapinya. Kesadaran ini dapat mendorong orang untuk melakukan eksperimen bagi komunikasi antar budaya yang efektif.

2. Dia sadar bahwa dia mampu memahami budaya orang lain.

Keadaan ini merupakan yang ideal artinya kesadaran akan kemampuan itu dapat mendorong untuk memahami, melaksanakan, memelihara dan mengatasi komunikasi antar budaya.

3. Dia tidak sadar bahwa dia mampu memahami budaya orang lain.

Keadaan ini dihadapi manakala orang tidak sadar bahwa dia sebenarnya mampu berbuat untuk memahami perilaku orang lain, mungkin orang lain menyadari perilaku komunikasi dia.

4. Dia tidak sadar bahwa dia tidak mampu menghadapi perbedaan anatarbudaya, keadaan ini terjadi manakala seseorang sama sekali tidak menyadari bahwa sebenarnya dia tidak mampu menghadapi perilaku budaya orang lain.

Komunikasi antar budaya sangat penting karena juga memiliki tujuan antara lain yang pertama membangun saling percaya dan saling menghormati sebagai bangsa berbudaya dalam upaya memperkuat hidup berdampingan secara damai dengan jalan mempersempit misunderstanding dengan cara mencairkan prasangka-prasangka rasial, etnik, primordial dari satu bangsa atas bangsa lain. Litvin (dalam Purwasito, 2003:47) mengatakan bahwa dengan adanya komunikasi multikultural akan mempengaruhi secara langsung baik pengaruh yang bersifat kognitif maupun yang bersifat afektif yaitu:

1. Memberi kepekaan terhadap diri seseorang tentang budaya asing sehingga dapat merangsang pemahaman yang lebih baik tentang budaya sendiri dan mengerti bias-biasnya.
2. Memperoleh kemampuan untuk benar-benar terlibat dalam tindak komunikasi dengan orang lain yang berbeda-beda latar belakang budayanya sehingga tercipta interaksi yang harmonis dan langgeng.
3. Memperluas cakrawala budaya asing atau budaya orang lain, sehingga lebih menumbuhkan empati dan pengalaman seseorang, yang mampu menumbuhkan dan memelihara wacana dan makna kebersamaan.
4. Membantu kesadaran diri bahwa sistem nilai dan budaya yang berbeda dapat dipelajari secara sistematis, dapat dibandingkan dan dipahami. Kedua kritis terhadap cultural domination dan cultural homogenization, menerima perbedaan budaya sebagai sebuah berkah bukan bencana (Purwasito, 2003:44).

2.4 Tinjauan tentang Film

2.4.1 Pengertian Film

Film menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dapat diartikan kedalam 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). Pengertian film secara harfiah film (sinema) adalah berupa

rangkaian dari gambar hidup yang bisa juga diartikan sebagai gambar yang bergerak, atau sering juga disebut dengan *movie*.

Merupakan gambar bergerak, biasa disebut sebagai *intermittent movement*, atau gerakan yang muncul karena keterbatasan kemampuan mata dan otak manusia yang hanya bisa menangkap sejumlah pergantian gambar dalam sepersekian detik. Film merupakan media massa favorit bagi masyarakat. Mempunyai beberapa kelebihan, film yang hingga saat ini yakni bagian dari kehidupan modern yang bisa tersedia dengan berbagai macam wujud. Bisa dalam bioskop, penayangan di televisi, dalam bentuk kaset hingga dalam layanan streaming baik gratis maupun berbayar. Film mempunyai waktu putar tertentu dan berdurasi rata-rata dari satu jam hingga dua jam. Bahkan hingga saat ini ada beberapa film yang mempunyai durasi waktu sampai 3 jam. Film juga bukan hanya menyajikan pengalaman mengasyikan dalam visualnya namun juga bisa memberikan pengalaman kehidupan sehari-hari yang dikemas secara menarik.

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

Film merupakan bagian dari komunikasi massa secara teoritis dan sudah terbukti dalam praktiknya. Film merupakan alat komunikasi massa yang paling dinamis, dalam bentuk visualnya film bisa lebih cepat dimengerti dibandingkan dengan membaca yang perlu penghayatan untuk mendapatkan makna. Film juga merupakan sebuah bentuk komunikasi massa yang mempunyai kekuatan yang sama dengan televisi ataupun koran dalam menyampaikan sebuah pesan. Sebagai bentuk komunikasi massa, film telah dipakai untuk berbagai tujuan. Namun pada intinya sebagai bagian dari komunikasi massa, film bermanfaat untuk menyiarkan informasi, mendidik, menghibur dan mempengaruhi (Effendy, 1986).

Film hadir ke tengah kehidupan masyarakat sebagai suatu hasil produksi yang melibatkan banyak tenaga, modal dan peralatan. Tenaga yang diperlukan dalam pembuatan film membutuhkan kualifikasi tertentu. Dalam tingkatan tertentu, tenaga-tenaga yang terlibat dalam produksi film harus merupakan tenaga profesional. Sebagai suatu hasil dari sebuah produksi, film juga merupakan hasil produksi yang dituntut untuk memuaskan masyarakat. Masyarakat sebagai konsumen mempunyai faktor-faktor determinan yang ikut menentukan arah dan lenturnya sebuah tuntutan pada suatu hasil produksi.

Film ialah bagian dari kehidupan sehari-hari dalam banyak hal. Bahkan ketika berbicara sangat dipengaruhi oleh metafora film. Pada

mulanya film tumbuh dengan menyerap penemuan-penemuan yang telah maupun yang tengah terjadi, baik sains, teknologi dan estetika seperti fotografi, kinetograf dan fonograf. Hasil dari beberapa penemuan itu terwujud dalam senimatograf, yakni sebuah mesin yang sekaligus dapat difungsikan sebagai kamera dan proyektor, sehingga memungkinkan sebuah film dapat ditonton oleh banyak orang dalam satu waktu. (Biran, 2009 :11)

Himawan dalam bukunya Memahami Film (2008), menyebutkan terdapat unsur-unsur pembentukan film, yaitu

1. Unsur Naratif

Unsur naratif berhubungan dengan aspek cerita atau tema film. Elemen-elemen yang terdapat dalam unsur naratif terdiri dari tokoh, masalah, konflik, lokasi, waktu dan lain sebagainya. Elemen tersebut saling berinteraksi dan berkesinambungan antara satu dengan yang lain guna memberntuk sebuah jalinan cerita yang memilik maksud dan tujuan. Sebuah jalinan cerita tersebut terikat oleh sebuah aturan yang disebut dengan hukum kuasalitas (logika sebab-akibat). Aspek kausalitas inilah yang bersama dengan unsur ruang dan waktu elemen pokok pembentuk naratif.

2. Unsur sinematik

Unsur sinematik merupakan aspek-aspek teknis dalam sebuah produksi sebuah film. Seluruh unsur atau aspek tersebut saling terkait, mengisi serta berkesinambungan satu sama lain dalam

membenruk sinematik secara keseluruhan. Aspek-aspek tersebut antara lain :

A. *Mise-en-scene*

Mise-en-scene adalah pengungkapan gagasan yang dituangkan melalui kata-kata menjadi bentuk gambaran atau dengan kata lain merubah yang bersifat auditif menjadi bahan yang bersifat visual. Dijelaskan juga bahwa *Mise-en-scene* merupakan semua hal yang terletak di depan kamera yang akan diambil gambarnya dalam sebuah produksi film. *Mise- en-scene* juga mempunyai empat apek utama yaitu :

a) *Setting*

Suatu yang tampak di depan kamera bersama dengan segala properti. Property ini adalah sesuatu yang tidak bergerak seperti pintu, jendela, perabot, kursi, lampu dan sebagainya. Mudahnya kita dapat memahami bahwa *setting* adalah tempat dimana film itu di ambil dan diproduksi.

b) Kostum dan tata rias wajah

Hal yang dikenakan pemain bersama dengan seluruh aksesorisnya. Diantaranya meliputi topi, perhiasan, kacamata, sepatu, dan lain sebagainya.

c) Pencahayaan

Cahaya dibutuhkan untuk membuat film agar bisa dilihat dengan nyaman. Tanpa adanya cahaya, benda tidak terlihat memiliki wujud. Dengan itu tanpa adanya cahaya maka film tidak bisa terwujud.

d) Aktor

Dalam aspek *mise-en-scene*, seorang sineas selain harus bisa memilih aktor, mereka juga harus mempunyai keterampilan dalam mengontrol pemain dan juga pergerakannya.

B. Sinematografi

Sebuah produksi film ketika seluruh aspek *mise-en-scene* telah terpenuhi dan sebuah adegan siap untuk di ambil penggambarannya maka di tahap ini unsur sinematografi mulai berperan. Sinematografi secara umum bisa dibagi menjadi tiga aspek yaitu kamera dan filmnya, *framing*, dan durasi gambar.

C. Editing

Dalam tahap ini, shot gambar yang telah diambil akan dipilih serta diolah menjadi serangkaian kesatuan yang utuh. Aspek inilah yang bersama dengan penggerak kamera merupakan satu-satunya unsur sinematik murni yang dimiliki oleh seni film. Definisi editing dalam tahap produksi adalah

proses pemilihan serta penyambungan gambar yang sudah diambil. Sementara definisi editing setelah film jadi biasa disebut *pasca* produksi adalah teknik-teknik yang digunakan untuk menggunakan tiap bagian *shot*-nya.

D. Suara

Suara dalam film dapat dipahami sebagai seluruh suara yang keluar dari gambar, bisa dari dialog, musik latar dan efek suara.

Kedua unsur film diatas saling berinteraksi dan berkesinambungan antara satu dengan yang lain dalam pembentukan sebuah film. Keduanya tidak akan bisa berfungsi apabila berdiri sendiri. Unsur naratif digunakan sebagai bahan atau materi yang akan diolah, sedangkan unsur sinematik merupakan cara untuk mengolahnya. (Prastista, 2008 h.1-2).

2.4.2 Sejarah Film

Pada tahun 1816, seorang penemu yang berasal dari Prancis bernama Joseph Nicephore Niepce menentukan bahwa film lahir dari konsep fotofrafi. Niepce adalah orang pertama yang menciptakan penggunaan yang praktis dari sebuah kamera dan film. Meskipun pada saat itu sudah banyak dilakukan percobaan dalam dunia pembuatan gambar, namun sayangnya gambar dan cerakannya hanya bertahan dalam waktu yang singkat. Sebelum satu tahun berselang, William Dickson dari laboratorium Thomas

Edison mengembangkan kamera film yang dapat menangkap 16 gambar perdetik. Thomas Alfa Edison pada tahun 1887 berhasil menciptakan mekanisme film untuk merancang alat yang merekam serta memproduksi gambar. Dickson dan Thomas menggunakan seluloid film yang kemudian disempurnakan oleh George Eastman, dialah yang memperkenalkan kamera Kodak.

Awal industri film kebanyakan dibangun oleh wirausaha yang ingin mendapatkan uang dengan menghibur semua orang. Pada natal tahun 1895 di *Grand Café* dengan kursi dan juga meja yang disusun oleh Lumire bersaudara (Auguste dan Louis) mengadakan acara pemutaran film untuk pertama kalinya. Film yang diputar berjudul *La Sortie de usines Lumiere (Quiting Time at Factory)*; *Le Repasde Bebe*. Dalam film tersebut menampilkan anak Lumiere makan. Dan *L'Arrive d'un train en gare*, yang menampilkan kedatangan sebuah kereta api ke stasiun.(Baran, 2016:207).

Laumire bersaudara adalah ahli mesin yang hebat dan ayah mereka memiliki pabrik pembuat plat fotografis. Dengan menggunakan temuan alat sinematografi Thomas Alfa Edison yang telah dimodifikasi sehingga membuat alat tersebut sangat besar dan membuat sulit untuk dibawa kemana-mana. Yang diciptakan oleh Luimere bersaudara adalah alat sinematograf (kamera film). Menggabungkan beberapa alat seperti kamera, proyektor dan mesin cetak yang besar namun bisa dibawa kemana-mana. Alat tersebut

pun dipatenkan dan di namakan Cinematographe dengan berat 5 kg dan pengoperasian dengan engkol tangan.

Film yang dibuat mereka pertama lebih kecil dari pada film hitam-putih. Film yang ditampilkan hanya berisi kisah-kisah yang sederhana. Tidak ada penyunting, kamera hanya dinyalakan kemudian dimatikan saja. Tidak ada transisi pudar, hapus atau kilas balik. Tidak ada grafis computer, tidak ada dialog, dan tidak ada music. 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 Lumeire tidak dapat berbicara bahasa film. Menonton film bagaikan sedang terdampat di negeri asing yang tidak diketahui, bahasa dan budayanya. Anda harus dapat berhasil dengan setiap pengalaman baru yang membantu memahami bahasa dan orang-orangnya dengan lebih baik. Mereka mengembangkan pemahaman perubahan sinematik dalam ruang dan waktu mereka harus mempelajari bagaimana gambar dan suara digabungkan untuk menciptak suatu makna. Pembuat film dan penonton harus tumbuh secara bersama.

2.4.3 Jenis dan Klasifikasi Film

1. Jenis-jenis Film

Film dikategorikan ke dalam tiga pembagian jenis dengan cara bertuturanya 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

a. Film Dokumenter

Film dokumenter merupakan dokumentasi berbentuk film, bisa mengenai suatu peristiwa sejarah atau suatu aspek seni budaya yang punya makna khusus guna alat penerang dan alat pendidikan. Dapat digunakan untuk berbagai macam maksud dan tujuan seperti informasi atau berita, biografi, pengetahuan, pendidikan, sosial, politik (propaganda) dan sebagainya. Film dokumenter merupakan film non fiksi yang mengisahkan kisah nyata dan bukti otentik dari kejadian yang pernah terjadi di kehidupan. Film dokumenter juga menjadi suatu sebutan yang diberikan untuk film pertama dari Lumiere. John Grierson, seorang pembuat film dan kritikus juga memberikan pendapat yang sama mengenai pengertian film dokumenter. Film dokumenter menyajikan realitas melalui berbagai cara dan pembuatannya guna mencapai tujuannya seperti penyebaran informasi, pendidikan dan juga propaganda bagi kelompok ataupun orang tertentu.

b. Film Fiksi

Film yang menggunakan cerita rekaan di luar kejadian nyata, terikat oleh plot dan memiliki konsep pengadegan yang telah dirancang sejak awal. Struktur film cerita juga terkait hukum kausalitas. Cerita fiksi sering sekali diangkat dari kejadian nyata dengan beberapa cuplikan dari rekaman gambar peristiwa aslinya (fiksi-dokumenter). Film cerita adalah film yang diproduksi berdasarkan cerita yang dikarang, dan dimainkan oleh pemeran aktor dan aktris. Pada umumnya, film cerita bersifat komersial, artinya dipertunjukan bioskop dengan harga karcis tertentu, diputar di televise dengan dukungan sponsor iklan tertentu, ataupun layanan streaming gratis maupun berbayar dengan jangka waktu. Film cerita mempunyai berbagai jenis atau genre. Dalam hal ini genre diartikan sebagai jenis film yang ditandai oleh gaya, bentuk, atau isi tertentu. Ada yang disebut film drama, horror, perang, sejarah, fiksi ilmiah, komedi, laga, musical dan koboi. (Sumarno, 1996)

c. Film Eksperimental

Film yang berstruktur tetapi tidak beralur. Film ini tidak berceria tentang apapun (anti naratif) dan semua

adegannya menentang logika sebab dan akibat (anti-rasionalitas). Dengan tujuan untuk mengadakan eksperimentasi dan menciptakan pengucapan baru lewat film. Umumnya dibuat oleh sineas yang kritis terhadap perubahan, biasanya sineas dari kalangan seniman film dengan tanpa mengutamakan sisi komersialisme namun lebih ke sisi kebebasan dalam berkarya.

Film juga masih dapat dibedakan lagi berdasarkan keperluan produksinya, yaitu antara lain

a. Film Cerita Pendek (*short movie*)

Berdurasi biasanya dibawah 60 menit, bahkan bisa hanya 1 menit. Film pendek bercerita secara lugas dan singkat. Biasanya film pendek hanya di putar di festival film, baik lokal, nasional, ataupun internasional. Film pendek banyak dibuat oleh pembuat film independen dengan anggaran rendah atau tanpa anggaran sama sekali.

b. Film Cerita Panjang (*feature-length films*)

Berdurasi lebih dari 60 menit, antara 90 – 100 menit. Jenis film ini banyak diputar di bioskop. Di produksi oleh perusahaan besar atau rumah produksi. Tujuan pembuatan adalah untuk kebutuhan hiburan dan menghasilkan profit yang besar.

c. Film Profile Perusahaan (*corporate profile*)

Diproduksi untuk kepentingan institusi tertentu yang berkaitan dengan kegiatan yang dilakukan. Film ini berfungsi sebagai alat bantu presentasi.

d. Iklan Televisi (*TV Commercial*)

Di produksi untuk penyebaran informasi, mengenai produk (iklan produk) ataupun layanan masyarakat (iklan layanan masyarakat)

e. Video Klip (*music video*)

Video klip menjadi sarana bagi produser music untuk memasarkan produknya melalui media video. Bisa di putar di televisi maupun platform *YouTube*

2. Klasifikasi Film

Klasifikasi film dibagi menjadi lima jenis klasifikasi. Berikut adalah penjelasan dan klasifikasi tersebut, yaitu :

1. Komedi adalah film yang mendeskripsikan kelucuan dan kekonyolan dari para pemain. Sehingga alur ceritanya dalam film tidak kaku, hambar karena ada bumbu kejenakaan yang dapat membuat penontonnya tidak bosan
2. Drama, adalah film yang mendeskripsikan realita kenyataan disekeliling hidup manusia. Didalam film drama, alur ceritanya kadang bisa membuat penonton tersenyum, sedih, bahkan hingga menangis.

3. Horror, adalah film yang mendeskripsikan mistis, alam gaib dan spiritual. Alur ceritanya dapat membuat jantung penonton dapat berdegup kencang dan merasakan ketegangan hingga berteriak histeris.
4. Musical, adalah film yang mendeskripsikan suasana yang penuh dengan nuansa music. Alur ceritanya sama seperti drama, hanya dibeberapa bagian adegan dalam film, para pemainnya bernyanyi, menari dan bisa di dalam dialognya menggunakan nyanyian.
5. Laga, adalah film yang mendeskripsikan penuh dengan aksi, perkelahian, tembak-menembak, dan adegan berbahaya. Alur ceritanya sederhana namun bisa menjadi luar biasa setelah di beri bumbu aksi yang membuat penontonnya tidak meniunggalkan kursi,

Adapun film Minari yang masuk pada kategori film drama keluarga, karena ceritanya mendeskripsikan tentang kehidupan seseorang. Film ini juga dibumbui oleh pesan dan juga mengenai kultural.

2.4.4 . Pengertian Sinematografi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, sinematografi adalah teknik perfilman atau suatu teknik pembuatan film. Istilah sinematografi merupakan kata serapan dari bahasa Inggris yaitu, Cinematography dengan definisi yang sama. Secara etimologis

sinematografi berasal dari bahasa Yunani yang merupakan gabungan dari dua kata, *kinema* yang berarti gerakan dan *Graphein* yang berarti merekam. Sinematografi juga merupakan bagian dari seni menulis dengan gerakan atau suatu metode penciptaan gambar yang bisa dilihat di layar. Setiap *shot* atau bidikan kamera akan membentuk narasi kohesif, yang ketika disusun akan membentuk suatu cerita yang diinginkan. Dengan demikian sinematografi dijelaskan sebagai perlakuan kamera dan filmnya yang mempunyai hubungan antara kamera dan objek yang akan diambil gambarnya. *Cut, closeup, two shot, zoom in, slow motion*, dan lainnya merupakan istilah dalam bidang sinematografi. Berikut penjelasan masing-masing istilah dalam sinematografi :

- 1) *Acting*, adalah sebuah proses pemahaman dan penciptaan mengenai perilaku dan karakter pribadi dari seseorang yang diperankan
- 2) *Action*, adalah gerak laku pemeran yang terjadi dalam sebuah adegan
- 3) *Addes scene*, adalah penambahan adegan
- 4) *Angle*, adalah sudut pengambilan gambar
- 5) *Art department*, bagian *artistic* yang bertanggung jawab terhadap rancangan set film secara visual
- 6) *Art Director*, pengarah *artistic* dalam sebuah produksi

- 7) Asisten producer, seseorang yang membantu produser dalam melaksanakan tugas.
- 8) *Camera department*, bagian yang bertanggung jawab untuk merawat dan menjaga seluruh peralatan kamera yang dibutuhkan dalam pembuatan film.
- 9) *Director of Photography* (Penata Fotografi), bertanggung jawab dalam pergerakan dan penempatan kamera dan juga pencahayaan suatu adegan
- 10) *Costume designer*, orang yang merancang dan memastikan kostum dalam produksi film secara sementara maupun permanen
- 11) *Cut* atau *Hold*, perintah dari sutradara dalam produksi. Bisa berupa pemberhentian adegan ataupun perintah pemain agar tetap berada di set dalam posisi awal
- 12) *Cut back*, teknik mengubah gambar dalam film secara cepat dari adegan sekarang ke adegan sebelumnya
- 13) Transisi, terdiri dari *Fade in* dan *Fade Out*. Mempunyai tujuan untuk mengawali adegan maupun mengakhiri adegan.

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam Kamus Komunikasi, film adalah media yang bersifat visual atau audio visual untuk menyampaikan pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat. Film dibuat dengan maksud tujuan

tertentu, kemudian hasilnya ditayangkan agar bisa ditonton oleh khalayak masyarakat dengan menggunakan peralatan teknisnya.

Film saat ini tidak hanya dimaknai sebagai karya seni semata saja (*film as art*), namun lebih sebagai “komunikasi massa”. Terjadinya pergeseran dan perspektif ini paling tidak telah mengurangi bias normative dan teoritis film yang cenderung lokalisasi. Oleh karena itu film kini mulai diletakan secara objektif. Film merupakan produk komunikasi massa yang sangat berpengaruh bagi kehidupan manusia. Cara kerjanya bisa diibaratkan dengan jarum hipodermik atau peluru yang banyak dicetuskan oleh pakar ilmu komunikasi, dimana kegiatan yang mengirimkan pesan sama halnya dengan tindakan menyuntikan obat yang dapat langsung merasuk ke dalam jiwa penerima pesan

Sebagai salah satu karya seni visual, film bukan hanya menampilkan “gambar bergerak” (*moving picture*), namun juga menjadi salah satu sarana dalam bentuk pesan kultural. Dalam sebuah film telah disisipkan berbagai macam materi pesan kultural yang terkandung di dalamnya, kemudian divisualisasikan dengan alur cerita berupa adegan-adegan dalam sebuah film.