

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan juga informasi dibidang keilmuan yang terkait,peneliti juga berharap bahwa penelitian ini dapat membantu pihak akademisi dalam proses pembelajaran guna memahami implementasi ilmu komunikasi.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka

Kajian Pustaka memiliki tujuan untuk melihat topik yang terkait dengan penelitian yang telah diteliti sebelumnya,sehingga tidak terjadi pengulangan atau replikasi dalam penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini merujuk pada beberapa literatur dari hasil penelitian sebelumnya yang relevan terkait dengan judul yang diteliti.

2.1.1 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu

2.1.1.1 Fitriani, Hamidah Nur, Muhammad Raihan Herdiansyah, and Najmi

Sai'dah, 2021, Representasi Sensualitas Perempuan dalam Iklan AXE Effect Call Me versi Sauce, *Jurnal Audiens* .

Pada penelitian ini peneliti telah melakukan peninjauan terhadap penelitian

terdahulu yang telah dilakukan. Maksud dari tinjauan pustaka ini untuk memperkuat penelitian yang akan dilakukan. Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan masalah yang diteliti yaitu: *“Representasi Sensualitas Perempuan dalam Iklan AXE Effect Call Me versi Sauce”*. Sensualitas perempuan pada era ini seringkali dimanfaatkan dalam iklan-iklan komersil dengan tujuan untuk meningkatkan daya tarik audiens. Iklan Axe Effect Call Me Sauce yang dibahas dalam jurnal ini merupakan contoh iklan yang menunjukkan bagaimana sebuah iklan menggunakan sensualitas perempuan sebagai elemen untuk menarik perhatian penontonnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengulik tentang sensualitas perempuan dalam iklan Axe Effect Call Me versi Sauce yang memperlihatkan objektifikasi sensual dari tubuh perempuan. Jurnal ini menggunakan metode semiotika dengan menganalisis objek melalui tanda yang ditampilkan oleh Asmirandah sebagai perempuan dalam iklan ini. Penelitian ini menggunakan teori semiotika oleh Roland Barthes yang membahas tanda makna konotasi dan denotasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada iklan ini menampilkan eksploitasi terhadap tubuh perempuan, gerakan sensualitas yang ditampilkan oleh perempuan untuk menggoda laki-laki menunjukkan bahwa perempuan dijadikan sebagai objek pandangan bagi kaum laki-laki. Hal ini selaras dengan banyaknya iklan yang menampilkan model perempuan untuk dijadikan objek jual-beli. Sensualitas perempuan juga mengarahkan stereotip perempuan sebagai objek seksual. Secara operasional, dalam penelitian ini semiotika dipraktikkan dengan cara melakukan kajian terhadap tanda-tanda yang terdapat dalam iklan Axe Effect Call Me versi Sauce. Iklan Axe Effect Call Me yang

diteliti ditempatkan sebagai teks yang merupakan rajutan dari berbagai tanda. Tanda-tanda yang ada baik dalam bentuk gambar, tulisan, maupun suara diambil dari shoot dan scene yang ada didalam iklan Axe Effect Call Me. Pada tahap hasil penelitian, peneliti akan menyampaikan pemaknaan secara denotatif dan konotatif, yang kemudian dilanjutkan dengan pembahasan yang menganalisis temuan penelitian dengan intertekstualitas dengan berbagai teori yang relevan.

2.1.1.2 Alfiyah, 2021, Representasi Konflik Sosial Dalam Film Pendek Tilik, Diss UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021.

Pada penelitian ini peneliti telah melakukan peninjauan terhadap penelitian terdahulu yang telah dilakukan. Maksud dari tinjauan pustaka ini untuk memperkuat penelitian yang akan dilakukan. Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan masalah yang diteliti yaitu: "*Representasi Konflik Sosial Dalam Film Pendek Tilik*". Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan mendeskripsikan representasi konflik sosial yang terdapat dalam film pendek Tilik. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis teks media dengan pendekatan kritis kemudian dianalisis dengan model semiotika Roland Barthes. Hasil dari penelitian ini ialah representasi konflik sosial dalam film pendek Tilik menggambarkan mengenai realitas konflik sosial yang terdapat dalam film pendek Tilik diantaranya: (1) Konflik sosial dalam bentuk perselisihan

(2) Konflik Sosial dalam bentuk suap (3) Konflik sosial dalam bentuk penyebaran berita hoax (4) Konflik sosial dalam bentuk pelanggaran lalu lintas. Penelitian ini hanya terbatas pada kajian semiotik yang berfokus pada representasi konflik sosial dalam film pendek Tilik. Oleh karena itu peneliti merekomendasikan bagi peneliti selanjutnya bahwa masih ada peluang untuk diadakan penelitian lebih lanjut.

2.1.1.3 Rafidati, T., Fitri, M. P., & Fadilla, S. A. (2022). Eksploitasi Sensualitas Perempuan dalam Iklan Permen Sukoka. *Jurnal Audiens*, 3(1), 61-71.

Penelitian yang berjudul “ Eksploitasi Sensualitas Perempuan dalam Iklan Permen Sukoka “ ini bertujuan untuk mengetahui penyebab suatu produk memerlukan perempuan untuk dieksploitasi dalam iklan permen Sukoka. Latar belakang masalah dalam penelitian ini menampilkan iklan di televisi sebagai salah satu strategi dari perusahaan atau pemilik usaha untuk mempromosikan sebuah produk, namun pada kenyataannya masih terdapat iklan televisi yang belum merepresentasikan produk tersebut. Penelitian ini dibuat untuk menganalisis iklan permen Sukoka yang melanggar etika periklanan, dimana iklan tersebut menampilkan eksploitasi terhadap perempuan sehingga dapat mengetahui penyebab iklan tersebut mengeksploitasi sensualitas terhadap perempuan. Strategi

dalam iklan tersebut menampilkan sensualitas terhadap tubuh perempuan, dimana strategi ini merupakan sasaran utama bagi para pengiklan untuk menarik perhatian audiens yang dapat menimbulkan hasrat seksual laki – laki serta tubuh perempuan menjadi daya tarik yang memiliki nilai jual. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan kajian kritis dan juga menggunakan metode semiotika untuk menganalisis obyek penelitian. Hasil dari penelitian ini yaitu iklan permen Sukoka menggunakan seorang perempuan untuk dieksploitasi sensualitasnya, dimana sensualitas ini menurut pengiklan dapat menarik perhatian audiens walaupun hal tersebut tidak ada kaitannya dengan produk yang ditawarkan.

MATRIKS

Tabel 2.1 Matriks Fitriani Hamidah Nur, Muhammad Raihan Herdiansyah, dan Najmi Sai'dah, 2021

NO	ITEM	PENELITI
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Fitriani Hamidah Nur, Muhammad Raihan Herdiansyah, and Najmi Sai'dah, 2021, Representasi Sensualitas Perempuan dalam Iklan AXE Effect Call Me versi Sauce, Yogyakarta.
2.	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang sensualitas perempuan dalam iklan Axe Effect Call Me yang memperlihatkan objektivitas sensual dari tubuh perempuan.
3.	Pendekatan Penelitian	Pendekatan Kualitatif Deskriptif
4.	Teori	Semiotika Ferdinand de Saussure
5.	Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada iklan ini menampilkan eksploitasi terhadap tubuh perempuan, gerakan sensualitas yang ditampilkan oleh

		perempuan untuk menggoda laki-laki menunjukkan bahwa perempuan dijadikan sebagai objek pandangan bagi kaum laki-laki. Hal ini selaras dengan banyaknya iklan yang menampilkan model perempuan untuk dijadikan objek jual-beli. Sensualitas perempuan juga mengarahkan stereotip perempuan sebagai objek seksual.
6.	Persamaan dan Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama sama menggunakan analisis semiotika dan membahas mengenai sensualitas. Perbedaannya adalah penelitian ini subjeknya membahas sensualitas terhadap iklan dan teori yang digunakan juga berbeda.
7.	Kritik	Penelitian ini tidak menjelaskan metode penelitian apa yang digunakan.

MATRIKS

Tabel 1.2 Matriks Alfiyah,2021

NO	ITEM	PENELITI
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Alfiyah,2021, Representasi Konflik SosiAL Dalam Film Pendek Tilik,Surabaya.
2.	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan mendeskripsikan representasi konflik social yang terdapat dalam fil pendek Tilik.
3.	Pendekatan Penelitian	Pendekatan Kualitatif
4.	Teori	Semiotika
5.	Hasil Penelitian	Hasil dari penelitian ini adalah representasi konflik sosial dalam film pendek Tilik menggambarkan mengenai realitas konflik sosial yang terdapat dalam film pendek Tilik diantaranya: (1) Konflik sosial dalam bentuk perselisihan (2) Konflik Sosial dalam bentuk suap (3) Konflik sosial dalam bentuk

		penyebaran berita hoax (4) Konflik sosial dalam bentuk pelanggaran lalu lintas.
6.	Persamaan dan Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama sama menggunakan teori semiotika Roland Barthes dan merepresentasika konflik social. Perbedaan dalam penelitian ini adalah peneliti menggunakan 2 objek dan subjek film series sedangkan penelitian terdahulu dalam film pendek.
7.	Kritik	Penelitian ini tidak menjelaskan teori penelitian yang digunakan.

MATRIKS

Tabel 2.3 Matriks Tsabita R,Mila P,Shafira Aisa,2022

NO	ITEM	PENELITI
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Rafidati, T., Fitri, M. P., & Fadilla, S. A. (2022). Eksploitasi Sensualitas Perempuan dalam Iklan Permen Sukoka,Yogyakarta
2.	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penyebab suatu produk memerlukan perempuan untuk dieksploitasi dalam iklan permen Sukoka. Iklan tersebut menjadi objek yang paling menggunakan perempuan yang bertemu laki-laki,perempuan dalam iklan menjadi objek yang paling menonjol.
3.	Pendekatan Penelitian	Pendekatan Kualitatif
4.	Teori	Semiotika

5.	Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukan iklan sukoka memberikan gambaran eksploitasi sensualitas dari bagian tubuh seorang perempuan. Hal tersebut memunculkan stigma dari masyarakat terkhusus laki-laki bahwa bagian tubuh perempuan dapat menjadi objek sensualitas sehingga cenderung melecehkan perempuan. Dalam iklan ini visualisasi yang digunakan dalam menyampaikan pesan iklan menampilkan interaksi antara perempuan dan laki-laki dengan mengeksploitasi bagian tubuh sensualitas perempuan.
6.	Persamaan dan Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama sama menggunakan Teori Semiotika Roland Barthes. Perbedaannya adalah penelitian ini terletak pada objek penelitian.
7.	Kritik	Kritik terhadap penelitian ini adalah tidak ada data narasumber dan informan sehingga kurang lengkap dan dalam penjelasan teori hanya sedikit penjelasan.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Kerangka Teoritis

2.2.1.1 Tinjauan Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan proses berbagai makna dalam bentuk pesan komunikasi antara pelaku komunikasi. Pesan Komunikasi bisa serupa gagasan atau ide pikiran yang diwujudkan dengan simbol yang mengandung makna secara sama oleh pelaku komunikasi (Hariyanto, 2021)

Komunikasi adalah salah satu aktivitas yang sangat fundamental bagi setiap manusia, kebutuhan wajib manusia dalam kehidupan sehari-hari dan kebutuhan untuk berhubungan dengan sesamanya yang diakui oleh hampir semua agama telah ada sejak diciptakannya Adam dan Hawa (Cangara, 2018)

Pengertian komunikasi dibagi menjadi dua bagian yaitu pengertian komunikasi secara etimologis dan juga komunikasi secara terminologis. Jika dilihat dari secara etimologis, komunikasi berasal dari kata Latin yakni *communication* yang bersumber dari kata *communis* yang berarti sama, kata sama yang dimaksudkan disini berarti memiliki dalam kesamaan makna.

Sedangkan pengertian komunikasi secara terminologis yakni berarti suatu proses penyampaian suatu pernyataan atau pesan terhadap orang lain, yang mana ini memberikan pemahaman bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang dan juga sering disebut *Human Communication* (Komunikasi antar manusia).

Komunikasi merupakan proses interaksi antara manusia dengan manusia dan juga antar manusia dengan lingkungan. Dua atau lebih individu saling berinteraksi

dan mempengaruhi gagasan, opini, kepercayaan dan sikap satu sama lain. Mereka bisa saling tukar menukar informasi melalui pembicaraan, tanda, body language maupun ekspresi.

Komunikasi dapat dikatakan efektif apabila pesan/informasi yang dikirim komunikator dapat diterima oleh komunikan dan memberikan efek sesuai dengan yang diharapkan oleh komunikator. Komunikasi dapat satu arah apabila hanya komunikator saja yang menyampaikan pesan/informasi tanpa mendapatkan umpan balik (feedback) dari komunikan. Perlu diperhatikan juga bahwa dalam komunikasi itu tidak selalu sama semua informasi dari komunikator secara persis diterima dengan sama oleh komunikan.

Komunikasi juga dapat membantu seseorang mengetahui, mempelajari, mengenal dengan lebih baik diri sendiri, orang lain dan peristiwa yang terjadi dilingkungan dekat maupun yang jauh. (Yasir,2020).

Untuk memahami pengertian komunikasi tersebut sehingga dapat dilancarkan secara efektif, bahwa para peminat komunikasi seringkali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam suatu karyanya, *the structure and function of communication in society*. Laswell mengatakan bahwa cara dia untuk menjelaskan komunikasi komunikasi adalah menjawab pertanyaan sebagai berikut : *who says what in which channel to whom with what effect?*

Paradigma Laswell diatas menunjukan bahwa komunikasi meliputi 5 unsy sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan, yaitu:

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

3. Media (*media*)
4. Komunikan (*communican*)
5. Efek (*efek*)

Jadi menurut *Laswell* secara proses komunikasi adalah pihak komunikator membentuk (*encode*) pesan dan meyampaikannya melalui suatu saluran tertentu kepada pihak penerima yang menimbulkan efek tertentu (Effendy, 2017).

b. Ruang Lingkup Komunikasi

Ruang lingkup komunikasi yang dimaksud yakni ruang lingkup komunikasi antarmanusia atau biasa disebut dengan *human communication*. Dimana sesuatu yang berbentuk komunikasi yang dilakukan oleh setiap manusia yang satu dengan yang lainnya, yang dapat menjadi kajian ilmu sosial atau ilmu kemasyarakatan.

Manusia dalam kehidupan memang hakikatnya harus berkomunikasi, manusia memerlukan orang lain serta membutuhkan kelompok atau masyarakat dan yang paling terdekat adalah keluarga untuk berinteraksi. Komunikasi sangat berperan dalam kehidupan manusia karena suatu peristiwa yang paling dominan terjadi dalam kehidupan manusia.

c. Proses Komunikasi

Melihat dari paradigma *Lasswell*, (Effendy, 2017) proses komunikasi terjadi dibagi menjadi dua tahap, yaitu:

1. Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran atas perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah

pesan verbal (bahasa), dan pesan nonverbal (gesture, isyarat, gambar, warna, dll) yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran dan perasaan komunikator terhadap komunikan.

2. Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Sebagai seorang komunikator dengan menggunakan media kedua dalam menyampaikan komunikasi sebagai sasaran berada ditempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Media kedua yang sering digunakan adalah seperti surat, telepon, surat kabar, televisi, film, dan masih banyak lagi.

d. Unsur-unsur Komunikasi

Komunikasi dapat berlangsung apabila didalamnya terdapat suatu unsur-unsur yang membangun proses komunikasi. Unsur-unsur ini adalah suatu komponen bagian yang digunakan untuk membangun suatu pengetahuan. Suatu proses komunikasi ini tidak akan pernah bisa lepas dari unsur komunikasi, dan juga tidak dapat bisa berlangsung tanpa adanya dukungan dari unsur-unsur komunikasi itu sendiri, antara lain; pengirim, pesan, saluran/media, penerima, pengaruh. Menurut Lasswell unsur yang membangun komunikasi secara spesifik sebagai berikut :

- Sumber (*Source*)

Sumber komunikasi merupakan suatu pembuat atau pengirim informasi, di dalam komunikasi antarmanusia sumber bisa terdiri dari satu orang atau juga

sumber bisa terdiri dari suatu kelompok atau komunitas, sumber juga sangat dikenal dengan kata lain yakni komunikator.

- Pesan

Pesan ini yang dimaksud adalah sesuatu informasi yang disampaikan saat proses komunikasi oleh pengirim kepada penerima, pesan juga bisa disampaikan secara terbuka dengan secara lisan ataupun tertulis tetapi dapat juga dengan bahasa tubuh maupun dengan menggunakan media komunikasi.

- Media

Media yang dimaksud adalah alat yang digunakan untuk mengirim atau memindahkan pesan dari sumber kepada penerima pesan. Komunikator akan mengirimkan pesan baik secara verbal maupun non verbal. Seiring berjalannya kemajuan teknologi ,media komunikasi juga ikut berkembang pesat maka dalam komunikasi massa, media merupakan suatu alat yang dapat menghubungkan antara pemberi pesan dengan penerima pesan yang mana memiliki sifat secara terbuka, setiap orang dapat melihat, membaca dan mendengarnya.

- Penerima (*Receiver*)

Penerima adalah komunikan atau pihak yang menjadi sasaran pesan yang disampaikan oleh sang pemberi pesan atau sumber pesan, penerima ini bisa saja satu orang atau merupakan suatu kelompok. Penerima ini bisa disebut dengan istilah komunian dari disiplin ilmu komunikasi, dalam proses komunikasi itu sendiri, telah mutlak dan dapat dipahami bahwa keberadaan penerima adalah

bentuk akibat dari adanya sumber, maka dengan demikian tidak akan ada penerima pesan jika tidak ada sumber pesan atau komunikator.

- Efek

Efek atau pengaruh adalah suatu perbedaan yang dirasakan oleh penerima saat setelah dan sesudah menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator, pengaruh ini dapat terjadi pada pengetahuan seseorang, sikap dan tingkah laku seseorang.

- Umpan Balik (*feedback*)

Umpan balik yakni reaksi dari komunikan terhadap suatu pesan yang disampaikan. Feedback yang positif dari komunikan akan membuat komunikasi terus berlangsung sehingga tercapai tujuan komunikasi, sedangkan ketika mendapatkan feedback negatif maka membuat komunikasi terhenti atau komunikan menghentikan perilaku komunikasi dari seorang komunikator.

d. Fungsi Komunikasi

Betapa pentingnya komunikasi dalam kehidupan manusia sehari-hari, komunikasi sudah menjadi kebutuhan pokok yang sudah tidak bisa dihindari lagi, *Harold D. Laswell* mengemukakan bahwa fungsi dari komunikasi antara lain, mengontrol lingkungannya, adaptasi terhadap lingkungan, melakukan transformasi warisan sosial kepada generasi sebelumnya. (Sugiyono, 2019)

Di dalamnya bukunya (Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, 2018) mengemukakan bahwa fungsi komunikasi dapat ditelusuri dari tipe komunikasi, komunikasi dibagi menjadi empat bagian, komunikasi dengan diri sendiri, komunikasi antar pribadi, komunikasi publik, komunikasi massa.

- Komunikasi dengan diri sendiri berfungsi untuk mengembangkan kreatifitas imajinasi, memahami dan mengendalikan diri, serta meningkatkan kematangan berpikir sebelum mengambil keputusan
- Komunikasi antar pribadi berfungsi sebagai salah satu upaya meningkatkan hubungan insani, menghindari dan mengatasi konflik-konflik pribadi, mengurangi ketidakpastian sesuatu, serta berbagi pengetahuan dan pengalaman dari orang lain.
- Komunikasi publik berfungsi dalam proses menumbuhkan semangat solidaritas, mempengaruhi orang lain, memberikan suatu informasi, mendidik serta menghibur.
- Komunikasi massa ini dapat berfungsi untuk menyebarluaskan informasi, meratakan pendidikan, merangsang pertumbuhan ekonomi, dan menciptakan kegembiraan dalam kehidupan orang lain.

2.2.1.2 Tinjauan Public Relation

Public Relation merupakan suatu fungsi manajemen yang khas mendukung pembinaan dan pemeliharaan jalur bersama organisasi dengan publiknya mengenai komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama dengan melibatkan manajemen dalam permasalahan dan persoalan membantu manajemen memberikan penerangan dan tanggapan dalam hubungan dengan opini public. (Sari, 2017)

Public Relation (PR) memiliki peranan penting di dalam suatu organisasi, terutama jika suatu organisasi tersebut sering melakukan interaksi dengan masyarakat luas. Seorang PR memiliki fungsi untuk membangun sebuah *trust*

(kepercayaan) dengan peranannya di dalam fungsi manajemen melalui komunikasi sebagai alat utama dan juga peran dalam mengatur strategi perencanaan komunikasi maupun pemecahan masalah dalam perusahaan dalam membangun kepercayaan public atau masyarakat.

Peran seorang *Public Relation* tidak lepas dari akan dirinya *personal relations* kemampuan dalam hubungan secara pribadi seperti halnya yang dilakukan oleh para praktisi PR yang memiliki kemampuan dalam membina hubungan secara *continue*.

Public Relation merupakan suatu proses Interaksi antara organisasi dengan publik yang mana *public relation* melakukan upaya dalam menciptakan opini publik sebagai masukan yang menguntungkan untuk kedua belah pihak yakni organisasi dan publik itu sendiri dan menghasilkan suatu pengertian, motivasi serta dalam mencapai tujuan organisasi dengan benar dan keinginan terus maju serta partisipasi publik untuk meningkatkan kepercayaan serta citra positif bagi perusahaan, instansi maupun lembaga pemerintahan. (Triamanah & Wulandari, 2018)

Praktik PR bertujuan untuk membentuk dan mempertahankan perasaan, serta perilaku positif masyarakat luar terhadap organisasi, lembaga atau perusahaan. Membuat publik dan keduanya saling mengenal baik kebutuhan, kepentingan, harapan, maupun budaya masing-masing (Sari, 2017)

Kegiatan *Public Relation* pada hakikatnya adalah kegiatan komunikasi. Tetapi berbeda dengan jenis kegiatan komunikasi lainnya, kegiatan komunikasi dalam *Public Relations* mempunyai ciri-ciri tertentu, disebabkan karena fungsi, sifat

organisasi dari lembaga dimana itu berada dan berlangsung, sifat-sifat manusia yang terlibat, terutama publik yang menjadi sasaran,

Ciri pokok dari komunikasi dalam *Public Relations* adalah komunikasi yang bersifat timbal balik (*two-way traffic*). Komunikasi yang bersifat timbal balik ini sangat penting dan mutlak harus ada dalam kegiatan *Public Relations*, dan terciptanya feedback merupakan prinsip pokok dalam *Public Relations*. Pengertian *Public Relations* merupakan bagian integral dari suatu kelembagaan dan bukan suatu fungsi atau bagian yang berdiri sendiri.

2.2.1.2.1 Fungsi Public Relation

Fungsi Utama Public Relations diantaranya :

1. Menumbuhkan dan mengembangkan komunikasi atau hubungan baik antara lembaga/ organisasi dengan publiknya, baik publik intern maupun ekstern dalam rangka menanamkan pengertian.
2. Menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam rangka menciptakan iklim pendapat publik yang menguntungkan organisasi/ lembaga.
3. Mengabdikan kepada kepentingan umum.
4. Menitikberatkan moral dan tingkah laku yang baik.
5. Komunikasi alat untuk mencapai tujuan harmoni public opini.

2.2.1.2.2 Tugas Public Relation

Berdasarkan beberapa kegiatan atau tugas humas yang telah diuraikan diatas bisa disimpulkan ruang lingkup tugas public relation dalam sebuah instansi atau organisasi meliputi sebagai berikut:

1. Membina Hubungan kedalam (*Public Internal*)

Public Internal adalah public yang paling inti didalam sebuah perusahaan ataupun organisasi seorang PR harus mampu mengidentifikasi mengenai gambaran buruk dimasyarakat sebelum menjalankana kebijakan suatu organisasi.

2. Membina Hubungan ke luar (*Public Eksternal*)

Public Eksternal adalah public umum atau masyarakat. Seoran PR harus mampu menumbuhkan sikap yang positif public terhadap suatu organisasi atau perubahan. (Sari, 2017)

2.2.1.3 Teori Semiotika Roland Barthes

2.2.1.3.1 Semiotika

Penelitian komunikasi telah dilakukan oleh para ahli . Para ahli bertanya tentang siapa, apa yang sedang dikatakan, menggunakan chanel sama dimana ditujukan, dan dengan efek apa. Tetapi seiring berjalannya waktu, muncul pertanyaan yang lebih mendasar tentang bagaimana komunikasi dan 'efeknya' dimediasikan dalam wacana. Pertanyaan yang muncul bukan hanya apa yang dilakukan media kepada penonton atau apa yang penonton lakukan ke media, tapi lebih tentang bagaimana media dan audiens berinteraksi sebagai agen kehidupan tanda dalam masyarakat, dengan implikasi untuk nilai-nilai kehidupan sehari-haridan struktur sosial.

Tanda sebagai objek kajian dapat berupa beberapa artefak yang telah diartikan secara holistik sebagai bentuk, gaya, atau klasifikasi yang ditinjau dari

penyelidikan sosial disebut teks. Dalam semiotika, sebuah teks mewakili sebuah seri koherensi penanda (Mudjiyanto & Nur, 2013)

Semiotika adalah studi mengenai tanda (*sign*) dan *symbol* yang merupakan tradisi penting dalam pemikiran tradisi komunikasi. Tradisi semiotika dapat mencakup teori utama mengenai bagaimana tanda mewakili objek, ide, situasi, keadaan, perasaan, dsb yang berada diluar diri. Studi mengenai tanda ini tidak saja memberikan jalan atau cara dalam mempelajari komunikasi, tetapi memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap semua aspek yang digunakan dalam sebuah teori komunikasi. (sobur, 2017)

Kajian semiotika sampai sekarang telah membedakan dua jenis semiotika yaitu semiotika komunikasi dan semiotika signifikasi. Yang pertama menekankan pada teori mengenai produksi tanda yang salah satu diantaranya mengasumsikan adanya enam faktor dalam komunikasi yang diantaranya pengirim, penerima, pesan, saluran komunikasi, dan acuan. Sedangkan yang ke dua memberikan tekanan terhadap teori tanda dan pemahamannya dalam satu konteks tertentu.

Semiotika merupakan suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Dalam istilah salah satu tokoh semiotika yaitu Barthes *semiotic* atau *semiology* pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*Humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampur adukan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai hanya sebagai objek, tidak hanya membawa informasi dalam hal mana objek itu berkomunikasi, tetapi mengkonstitusi system terstruktur dari tanda (sobur, 2017)

Dengan semiotika berarti keberlangsungan dengan tanda. Menurut Lechte (2001:191) semiotika adalah teori tentang tanda dan penandaan. Tanda (*signs*) merupakan basis dari seluruh komunikasi . Manusia dengan perantaraan tanda-tanda,dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya.

2.2.1.3.2 Semiotika Roland Barhtes

Roland Barhtes dikenal sebagai salah satu pemikir strukturalis yang rajin mempraktikan model linguistik dan semiologi Saussurean. Roland Barthes adalah salah satu pengikut dari Ferdinand de Saussure, yang pertama kali merancang model sistematis,dengan model tersebut negosiasi, ide pemaknaan interaktif dapat dianalisis. Inti dari teori Barthes adalah gagasan mengenai dua tatanan signifikasi (*order of signification*). Barthes menyebut kajian keilmuan ini dengan nama *semiology*.

Tataran signifikasi yang pertama adalah studi yang mana dilakukan oleh Saussure. Pada tatanan ini menjelaskan relasi antara penanda (*signifier*) dan penanda (*signified*) di dalam tanda,dan antara tanda dengan objek yang diwakilinya dalam realitas eksternalnya. Barthes menyebutnya dengan sebagai Denotasi. Denotasi merujuk pada apa yang diyakini akal sehat orang banyak (*commonsense*) makna yang teramati dari sebuah tanda. (sobur, 2017)

Salah satu area penting yang dikelola Barthes dalam studinya tentang tanda adalah peran pembaca (*the reader*). Konotasi walaupun merupakan sifat asli tanda, hal ini membutuhkan pembaca supaya dapat berfungsi.Sistem kedua oleh Barthes disebut dengan konotatif yang didalam mitos nya secara tegas dibedakan dari denotatif atau sistem pemaknaan tataran pertama.

Tabel 2.4

Peta Tanda Roland Barthes

1. Signifier (Penanda)	2. Signified (Petanda)
1. Denotative Sign (Tanda Denotatif)	
2. Connotative Signifier (Penanda Konotatif)	5. Connotative Signified (Petanda Konotatif)
6. Connotative Sign (Tanda Konotatif)	

Dari peta Barthes di atas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Denotasi dalam pandangan Barthes merupakan tataran pertama yang maknanya bersifat tertutup. Tataran Denotasi menghasilkan makna eksplisit, langsung dan pasti. Denotasi merupakan makna sebenarnya yang disepakati bersama secara sosial, yang rujukannya pada realitas.

Barthes menjadi tokoh yang begitu identik dengan kajian semiotik. Pemikiran semiotika Barthes bisa dikatakan paling banyak digunakan dalam sebuah penelitian. Konsep pemikiran Barthes terhadap semiotik terkenal dengan konsep mythologies atau mitos. “Sebagai penerus pemikiran Saussure, Roland Barthes menekankan interaksi antara teks dengan pengalaman personal dari kultural penggunaannya, interaksi antara konvensi dalam teks dengan konvensi yang dialami dan diharapkan oleh penggunaannya” (Prasetya, 2019).

Konsep pemikiran Barthes yang operasional ini dikenal dengan Tatanan Pertandaan (*Order of Signification*). Secara sederhana kajian semiotika Barthes bisa dijelaskan sebagai berikut:

1. Denotasi merupakan makna sesungguhnya ,atau sebuah fenomena yang tampak dengan panca indra,atau bisa juga disebut deskripsi dasar. Contohnya adalah lampu lalu lintas. Secara denotasi hanya sebuah lampu yang berwarna merah,kuning dan hijau yang berada di jalan raya.
2. Konotasi merupakan makna-makna kultural yang muncul atau bisa juga disebut makna yang muncul karena adanya konstruksi budaya sehingga ada sebuah pergeseran,tetapi tetap melekat pada symbol atau tanda tersebut. Pada tataran konotasi,lampu lalu lintas memiliki makna yang beragam dan tiap warnanya memiliki arti tersendiri .

Dua aspek kajian diatas merupakan kajian utama dalam meneliti mengenai semiotic. Barthes juga menyertakan aspek mitos,yakni Ketika aspek konotasi menjadi pemikiran populer dimasyarakat,maka mitos telah terbentuk terhadap tanda tersebut. (Prasetya, 2019)

2.2.2 Kerangka Konseptual

2.2.2.1 Representasi

Representasi adalah sebuah konsep yang memiliki beberapa pengertian, yaitu eksposisi social menangani. Representasi menunjuk dengan baik ke eksposisi serta produk dari makna sebuah tanda. Eksposisi perubahan konsep ideologi abstrak dalam bentuk konkret. Konsep yang digunakan dalam eksposisi

sosial makna melalui sistem penandaan yang tersedia. Representasi adalah produksi makna melalui bahasa. (Mukti, 2019)

Representasi bujan berarti haya diartikan sebagai “*to introduce*”, “*to picture*”, atau “*to potray*”. Konsep lama representasi ini didasarkan pada premis bahwa ada lubang dalam representasi yang menjelaskan perbedaan antara makna yang diberikan oleh representasi dan makna dari hal yang sebenarnya digambarkan. Ini terjadi antara representasi dan objek yang digambarkan. Representasi menghubungkan antara beberapa konsep (*concept*) menggunkana bahasa yang memungkinkan untuk mengartikan benda,orang,kejadian yang nyata (*real*) dan dunia imajinasi dari objek,orang,benda dan kejadian yang tidak nyata (*fictional*). (Hall,2003)

Representasi termasuk kedalam salah satu cara untuk menghasilkan makna. Representasi bekerja melalui sistem representasi yang terdiri dari dua komponen penting, yaitu konsep dalam pemikiran dan bahasa. Kedua komponen saling berkaitan tentang sesuatu yang dimiliki, membuat manusia atau seseorang mengetahui arti dari sesuatu. Namun, makna tidak dapat dikomunikasikan tanpa Bahasa.

Representasi merupakan sebuah cara yang mana memaknai apa yang diberikan terhadap benda yang digambarkan.. Stuart Hall beragumentasi bahwa representasi harus dipahami dari peran aktif dan kreatif orang memaknai hal tersebut.

Salah satu hal yang dapat direpresentasikan atau digambarkan adalah film. Dikatakan demikian karena film dapat membentuk dan mempengaruhi masyarakat

berdasarkan muatan pesan (*message*) di belakangnya, tanpa pernah sebaliknya adalah benar. Film merupakan suatu potret masyarakat dimana film itu dibuat. Film selalu merekam kenyataan yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat an lalu proyeksikan ke layar.

Sebagai refleksi dari realitas ,film hanya sekedar “memindah” realitas ke layar tanpa mengubah sebuah realitas. Selain itu,sebagai representasi dari realitas suatu film membentuk dan menghadirkan Kembali realitas berdasarkan kode,ideologi dan kebudayaan.

Jadi representasi merupakan sebuah proses perubahan konsep ideologi yang abstrak dalam bentuk konkret. Representasi dalam film secara tidak langsung membangun sebuah ideologi menjadi suatu perwujudan hubungan didalam masyarakat.

Representasi yang berhubungan dengan judul peneliti adalah menyampaikan sebuah realitas yang sering terjadi dari kehidupan masyarakat. Namun dalam hal ini representasi diartikan sebagai cara untuk menyampaikan makna pesan yang tertanam dan yang mendasar. Bagaimana sebuah sensualitas dan konflik direpresentasikan dalam sebuah film dengan melihat bagaimana fenomena yang terjadi dimasyarakat.

2.2.2.2 Konsep Sensualitas

Bilamana dikatakan ketika gambaran sebagai seksualitas, ketika paras sebagai sensualitas & ketika wanita sebagai objek. Perlu diingat komodifikasi bisa digambarkan menjadi perubahan fungsi/guna sebagai nilai tukar (sobur, 2017) yang kemudian menjadi suatu cara pandang, dimana media menjadi menjadi salah

satu cara untuk menyampaikan suatu pesan dan informasi terhadap masyarakat atau public.

Sensualitas disini menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2019) merupakan segala sesuatu yang menegenai badan bukan rohani.Sensualitas diartikan juga sebagai suatu kesadaran seseorang akan indra yang dimiliki baik itu perasa, penciuman, sentuhan, pendengaran, penglihatan serta pemikiran yang dapst mneimbulkan perasaan senang melalui indra-indra tersebut

Sensualitas sendiri lebih kepada dominn membahas mengenai perempuan .Perempuan seringkali menjadi objek untuk dieksploitasi sensualitasnya. Sebenarnya hal tersebut terjadi karena sesuai dengan teori sosio-biologis (Rafidati & Fitri, 2022)

Menurut Kamus Bahasa Inggris Oxford online (2014) mengungkapkan bahwa sensualitas adalah “the enjoyment,expression,or pursuit of physical,especially sexual, pleasure” yang artinya ensualitas adalah suatu kenikmatan, ekspresi, kesenangan atau pencarian fisik terutama sevara seksual.

Sensualitas tidak hanya dianggap sebagai perempuan saja yang paling menonjol tetapi sensuالتas juga dianggap sebagai kenikmatan yang ditujukan kepada dalam teorinya menyatakan bahwa keunggulan seseorang ditentukan olehh gabungan faktor biologis dan sosial dengan demikian dalam teorinya menempatkan laki-laki lebih unggul daripada perempuan.Secara fisik laki-laki memang lebih unggul daripada perempuan. Sebaliknya,perempuan dianggap sebagai faktor penghambat sehingga mereka tidak mengimbangi kekuatan dan peran laki-laki.

Dari definisi diatas terdapat dua penekanan yang sangat penting dalam sebuah makna sensualitas yaitu sesuatu yang berkaitan dengan emosi dan inderawi yang diandalkan serta sifat/karakter sehingga dapat berpotensi menimbulkan birahi. Jadi, bahwa sensualitas merupakan bagian dari seksualitas secara khusus berhubungan dengan segala aktifitas yang diperlihatkan baik itu melalui verbal (audio dan audio-visual) maupun non verbal (visual).

Beberapa definisi sederhana dari sensualitas : sifat/karakter yang sensual atau sesuatu yang menimbulkan birahi, sesuatu yang diandalkan untuk memuaskan selera /nafsu jasmaniah , suatu keasyikan yang berlebihan karena tubuh dan kepuasan atas birahinya. Adapun film-film yang mengandung nuansa sensual dapat dikategorikan sebagai berikut :

1. Menggunakan figur (laki-laki/perempuan) yang berpakaian minim atau bahkan hampir telanjang.
2. Mimik wajah yang menggoda atau sensual.
3. Bahasa atau posisi tubuh yang mengandung konotasi sensual.
4. Menfokuskan pandangan khalayak pada bagian vital laki-laki/perempuan dengan sengaja.
5. Menampilkan simbol-simbol yang berhubungan atau yang dapat dipersepsi mengandung unsure sensual.
6. Terdapat kata-kata yang secara langsung ataupun tidak langsung menimbulkan konotasi seksual.

Sebuah sensualitas pada umumnya dapat dilihat dalam sebuah iklan, majalah, foto bahkan sekarang dalam sebuah film sering ditunjukkan. Representasi sensualitas dalam sebuah media salah satunya film menjadi penting karena sebuah film seringkali memberikan gambaran yang bias mengenai perempuan dan laki-laki terlebih menonjolkan seorang perempuan.

Definisi konsep sensualitas yang berkembang di media massa tidak berhasil dirumuskan dalam definisi yang begitu jelas. Sensualitas yang berkembang menyatakan sebagai sebuah bentuk aksi sensual yang sengaja diperlihatkan atau dipertontonkan untuk mengundang sebuah imajinasi seksual seperti pakaian minim, terawang, dan terbuka.

Meskipun definisi sensualitas berbeda-beda dan perspektif dari masyarakat juga berbeda tetapi sebuah sensualitas masih memiliki kekhususan yang dapat dibedakan dengan kata-kata yang dianggap tumpang tindih seperti seksualitas dan erotisme. Jadi, dapat disimpulkan definisi sensualitas selalu mengarah kepada perasaan senang yang dirasakan seseorang karena adanya kontak fisik.

Diungkapkan oleh Oktavianai dalam jurnal studi grounded theory mengenai konsep sensualitas (2014:10) bentuk-bentuk sensualitas yaitu:

- Menyentuh (*Touching*) yang artinya “menyinggung sedikit dan menjamah”.
- Memeluk (*Hugging*) artinya meraih seseorang kedalam dekapan kedua tangan yang dilingkarkan.
- Memeluk dengan kasih sayang (*Cuddling*) yang artinya berpegang erat pada lengan seseorang sebagai cara untuk memperlihatkan cinta dan sebuah perasaan.

- Perhatian (*Caring*) artinya memperlihatkan kebaikan dan mengutamakan orang lain.

Selain menyampaikan empat bentuk diatas Joanning dan Keoughan juga menambahkan perilaku berpegangan tangan, membelai atau mengelus pasangan menyebut sebagai bentuk perilaku dari sensualitas.

2.2.2.3 Konflik Sosial

a. Pengertian Konflik Sosial

Konflik berasal dari bahasa latin yaitu “*con*” dan “*figere*” dimana kata “*con*” memiliki arti yaitu bersama sedangkan “*figere*” berarti memukul. Menurut KBBI konflik diartikan sebagai percekocan, perselisihan dan pertentangan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konflik merupakan suatu kondisi dimana ketika dua atau lebih kepercayaan, pandangan, kepentingan dan kebutuhan yang berbeda tidak selaras atau tidak sejalan.

Umumnya sebuah konflik datang dari sebuah perbedaan yang ada didalam sebuah kehidupan sehari hari seperti adanya perbedaan pendapat ,perbedaan kebudayaan, kepentingan, sebuah nilai, kepentingan dan pola-pola perilaku antar individu maupun kelompok yang ada pada masyarakat. Perbedaan tersebut akan memuncak menjadi sebuah konflik ketika suatu sistem sosial masyarakatnya tidak bisa mengakomodasikan perbedaan yang ada pada masyarakat itu sendiri.

Konflik sebagai salah satu proses sosial oleh individu per individu atau kelompok manusia yang berupaya memenuhi tujuannya dengan cara menentang pihak lawan yang disertai dengan kekerasan ataupun ancaman (Soekanto, 2021)

Konflik sosial merupakan sebuah konflik yang disebabkan oleh adanya kontak sosial antar manusia atau masalah-masalah yang muncul akibat adanya hubungan antar manusia. Dalam perpektif secara umum konflik dianggap identik dengan kekerasan. Anggapan tersebut berawal dari sebuah pemikiran yang menganggap bahwa konflik hanya mencakup konflik fisik seperti kerusuhan dan pemberontakan. Dalam hal tersebut konflik berarti dilibatkan dengan benda-benda fisik dalam menyelesaikan suatu perbedaan. Anggapan tersebut tidaklah salah dan juga tidak mutlak kebenarannya sebab Adapun konflik yang selain fisik yaitu konflik lisan.

Konflik lisan terjadi apabila sebuah konflik pertentangan atau perbedaan belum sampai pada penggunaan benda-benda fisik. Konflik lisan dapat berupa debat, polemic, perbedaan antar pendapat,dll yang melibatkan hanya sebatas menyerang dengan kata-kata saja. Terkadang konflik lisan juga bisa saja dimulai dari perslingkuhan antar pasangan yang akhirnya terjadi percekcoakan panjang.

Keberadaaan dari sebuah konflik memeberikan banyak ruang dan telah menjadi bagian dari dalam kehidupan sosial masyarakat karena dimanapun berada dan kapanpun manusia tiadak akan pernah terlepas dari sebuah konflik. Pada dasarnya manusia tidak akan terlepas dari manusia lainhya yang mana dalam kehidupan sosial konflik ini dapat ditimbulkns dari berbagain latar belakang baik kecemburuan,iri hati ,kebencian dan ketidakpuasan batin. (Alfiyah, 2021)

Konflik merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam kehdidupan bermasyarakat. Dlam hal ini konflik akan selalu mewarnai fenomena soaial yang terefleksi sebagai fakta sosial. Konflik sebagai suatu proses yang selalu

berlangsung dalam kehidupan bermasyarakat karena masyarakat bersifat dinamis. Dinamika ini yaitu tuntunan kehidupan baik secara pribadi maupun kelompok berlangsung sejalan dengan dinamika masyarakat.

Definisi dan pemahaman tentang tanda yang menyertai konflik pada dasarnya menunjukkan bahwa konflik selalu melibatkan perubahan kondisi psikologis dan emosi individu, dimulai dari yang paling sederhana yaitu perubahan raut wajah.

b. Faktor Konflik Sosial

Konflik adalah perselisihan antara dua orang atau lebih yang disebabkan adanya perbedaan-perbedaan yang tidak searah. Dalam kasus konflik banyak terjadi karena adanya berbagai persepsi kurang atau negatif yang berkembang dalam masyarakat yang meliputi rasa curiga yang mana jika terus menerus akan mengakibatkan ketidakharmonisan dan juga relasi sosial berkurang.

Adapun faktor yang melatarbelakangi terjadinya konflik diantaranya yaitu:

1. Perbedaan antar Individu

Perbedaan antar individu ini mencakup berupa perbedaan perasaan, perbedaan suatu pendapat karena sejatinya setiap manusia tidak pernah ada kesamaan yang baku antara orang satu dengan yang lainnya. Dalam menjalani pola interaksi tidak akan mungkin seseorang akan selalu sejalan dengan individu lain.

2. Perbedaan Kepentingan

Dalam suatu kelompok maupun individu memiliki kepentingan yang berbeda beda yang terkadang individu dapat melakukan hal yang sama namun dengan tujuan yang berbeda. Hal tersebut menimbulkan terjadinya konflik sosial karena adanya perbedaan kepentingan dari setiap individu maupun kelompok.

3. Perbedaan Kebudayaan

Perbedaan kebudayaan mempengaruhi pola pemikiran dan tingkh laku . Setiap individu dalam masyarakat dibesarkan dengan lingkungan kebudayaan yang berbeda, hal tersebut dapat menimbulkan resiko timbulnya konflik sosial ketika individu saling berinteraksi setiap hari. Konflik dalam hal ini bisa terjadi ketika perbedaan tata sikap dan perilaku sosialnya.

4. Perubahan Sosial yang terlalu cepat didalam masyarakat.

Konflik social ini dapat terjadi karena berupa dampak perubahan sial yang terlalu cepat di masyarajat. Dimana perubahan tersebut dapat mengakibatkan terjadinya disorganisasi dan perbedaan pendirian mengenai reorganisaasi dari sisstem nilai yang baru. Konflik ini dimana hal utama yang mengakibatkan suatu perubahan sosial. Perubahan yang terjadi secara tepat ini karena revolusi dijadikan sebagai acuan da perubahan iini akan membuat keguncangan di dalam masyrakat. Dari beberapa pemaparan diatas factor utama penyebab timbulnya konflik disebabkan oleh beberapa perbedaan. Perbedaan-perbedaan itulah yang seering terjadi pada sitasuasi perubahan social. Dengan demikian perubahan sosal secara tidak langsung dapat dilihat sebagai penyebab terjadinya peningkatan-peningkatan konflik.

2.2.2.4 Film

a. Pengertian Film

Perfilman diindonesia megalami perkembangan yang pesat pada awal tahun 1980. Berbagai film dengan genre remaja hingga action. Berawal dari keterpurukan film Indonesia dari serbuan impor perlahan namun pasti perfilman Indonesia mulai bangkit kembali

Perkembangan film diindonesia juga tidak hanya berhenti sampai disitu. Pada awal millennium ke-2 mulai muncul film-film bertema keluarga seperti film yang berjudul “Petualangan sherina”, ”Joshua Oh Joshua”, hingga film yang bertemakan percintaan reamaja seperti “Ada Apa Dengan Cinta” yang ramai pada tahun 2002 yang sangat mendominasi industry perfilman saat itu. Tidak hanya filmnya saja para pelaku atau seniman film seolah tidak tertinggal menunjukkkan bakat mereka dalam sebuah karya film yang bernilai. (Prasetya, 2019)

Film merupakan salah satu bentuk media massa audio visual yang sudah dikenal oleh masyarakat. Khalayak untuk menonton film tentunya adalah untuk mendapatkan hiiburan seusai bekerja, beraktivitas atau hanya sekedar untuk mengisi waktu luang. Aakan tetapi dalam sebuah film terkandung fungsi informatif maupun edukatif bahkan persuasive (Prasetya, 2019)

Film yang sering diartikan sebagai potongan gambar yang disatukan menjadi kesatuan tentu tidak luput dari sejarah panjang awal munculnya film. Adanya kemunculan film tentu tidak lepas dari perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan sehingga mampu menghasilkan sebuah pencapaian yang besar dalam Bahasa visual dalam seni film. Dengan seni audio visual yang dimiliki oleh film

dan kemampuannya dalam menangkap realita sekitar, tentu membuat film menjadi wadah alternatif untuk menyampaikan sebuah pesan kepada penonton.

Secara harfiah film adalah *cinematographie*. *Cinematographie* berasal dari kata *cinema* yang memiliki arti “gerak”. *Tho* atau *phytos* yang memiliki arti (cahaya). Oleh karena itu, film juga dapat diartikan sebagai melukis sebuah gerak dengan memanfaatkan cahaya. Selanjutnya, film juga memiliki arti sebagai dokumen sosial dan budaya yang membantu mengkomunikasikan zaman ketika film itu dibuat bahkan sekalipun ia tak pernah dimaksudkan untuk itu (ibrahim, 2021)

Menurut Effendy, film diartikan sebagai hasil budaya dan alat ekspresi kesenian. Film sebagai komunikasi massa yang merupakan gabungan dari berbagai teknologi seperti fotografi dan rekaman suara, kesenian baik seni rupa dan seni teater sastra dan arsitektur serta seni musik. Film merupakan penjelmaan keterpaduan antara berbagai unsur, sastra, teater, seni rupa, teknologi dan sarana publikasi, maka film erat kaitannya dengan aktivitas imajinatif dan proses simbolis yakni kegiatan manusia.

Seiring dengan kebangkitan sebuah film banyak yang muncul film-film mengumbar seks, kriminal dan kekerasan. Hal tersebutlah yang kemudian melahirkan berbagai studi komunikasi massa. Sayangnya perkembangan awal studi komunikasi kerap berkutat disekitar kajian mengenai dampak media.

Kekuatan dan kemampuan film menjangkau banyak segmen sosial. Kemampuan film dalam menyampaikan pesan terletak dari jalan cerita yang

dikandungnya lantas membuat para ahli bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayaknya.

Dua tema yang umumnya menimbulkan kecemasan dan perhatian masyarakat adalah berupa ketika menampilkan adegan-adegan kekerasan dan hal sensitif sensualitas. Terkadang perhatian ini dikemukakan karena penggambarannya bertentangan dengan standar selera baik dari masyarakat. Tetapi, kecemasan masyarakat sering kali berasal dari keyakinan bahwa isu seperti itu mempunyai efek moral, psikologis, dan sosial yang merugikan, khususnya terhadap generasi muda dan menimbulkan perilaku anti sosial.

Film merupakan bidang kajian yang amat relevan bagi suatu analisis semiotika dimana film dibangun dengan tanda-tanda. Tanda-tanda itu termasuk berbagai sistem tanda yang bekerja sama dengan baik untuk mencapai efek yang diharapkan. Berbeda dengan sistem fotografi rangkaian gambar dalam film menciptakan imajinasi dan sistem penandaan.

Sebuah film mampu menyedot perhatian khalayak banyak yang menjadikan film mudah untuk dimanipulasi oleh kalangan tertentu. Sudah menjadi keharusan dimana film juga harus memiliki kemampuan edukatif. Pentingnya pemanfaatan film dalam pendidikan sebagian didasari oleh pertimbangan bahwa film memiliki kemampuan untuk menarik perhatian orang lain dan sebagian lagi didasari oleh alasan bahwa film memiliki kemampuan mengantar pesan yang unik. Kenikmatan ini dalam menyampaikan pesan tentu saja terletak pada aspek audio visualnya (Prasetya, 2019)

b. Unsur- unsur Film

Film merupakan suatu karya yang dihasilkan bersama dan dikerjakan secara loyal. Dengan begitu pembuatan film pasti saja tidak hanya melibatkan satu orang tetapi pasti melibatkan kerja sejumlah profesi. Unsur yang dominan didalam proses pembuatan film yaitu:

1. Produser

Bagian terpenting dari tim produksi film adalah produser. Produser yang memegang atau menyiapkan dana untuk membiayai produksi sebuah film. Produser adalah pihak yang bertanggungjawab atas segala banyak hal dalam proses pembuatan film. Selain pendanaan, ide seorang produser atau kontributor ide harus bisa menyediakan naskah untuk difilmkan.

2. Sutradara

Sutradara adalah pihak atau orang yang paling bertanggungjawab terhadap proses pembuatan film diluar hal-hal yang berkaitan dengan dana dan peropeti lainnya. Kreana sutradara menempati posisi sebagai orang yang penting kedua dalam suatu tim kerja produksi film. Sutradara mengarahkan seluruh alur dan proses pemindahan suatu cerita atau informasi dari naskah skenario.

3. Penulis Skenario

Skenario dalam film merupakan cerita yang ditulis dengan berpegang pada standar aturan-aturan tertentu. Skenario atau naskah cerita film ditulis dengan tekanan yang lebih mengutamakan visualisasi dari sebuah situasi atau peristiwa melalui adegan yang jelas pengungkapannya.

4. Penata Kamera

Penata kamera adalah seseorang yang bertanggung jawab dalam proses perekaman gambar didalam kerja pembuatan film.

5. Penata Artistik

Penata artistic bertugas untuk menampilkan citra rasa artistic pada sebuah film yang diproduksi.

6. Penata Musik merupakan seseorang yang bertanggung jawab sepenuhnya terhadap pegisisan usra music tersebut.

7. Editor merupakan seseorang bertanggungjawab dalam pengeditan gambar demi gambar dalam film.

8. Pemeran merupakan hal yang paling utama dalam sebuah pembuatan film. Dimana mereka memrankan tokoh yang ada didalam cerita atau scenario yang ada.

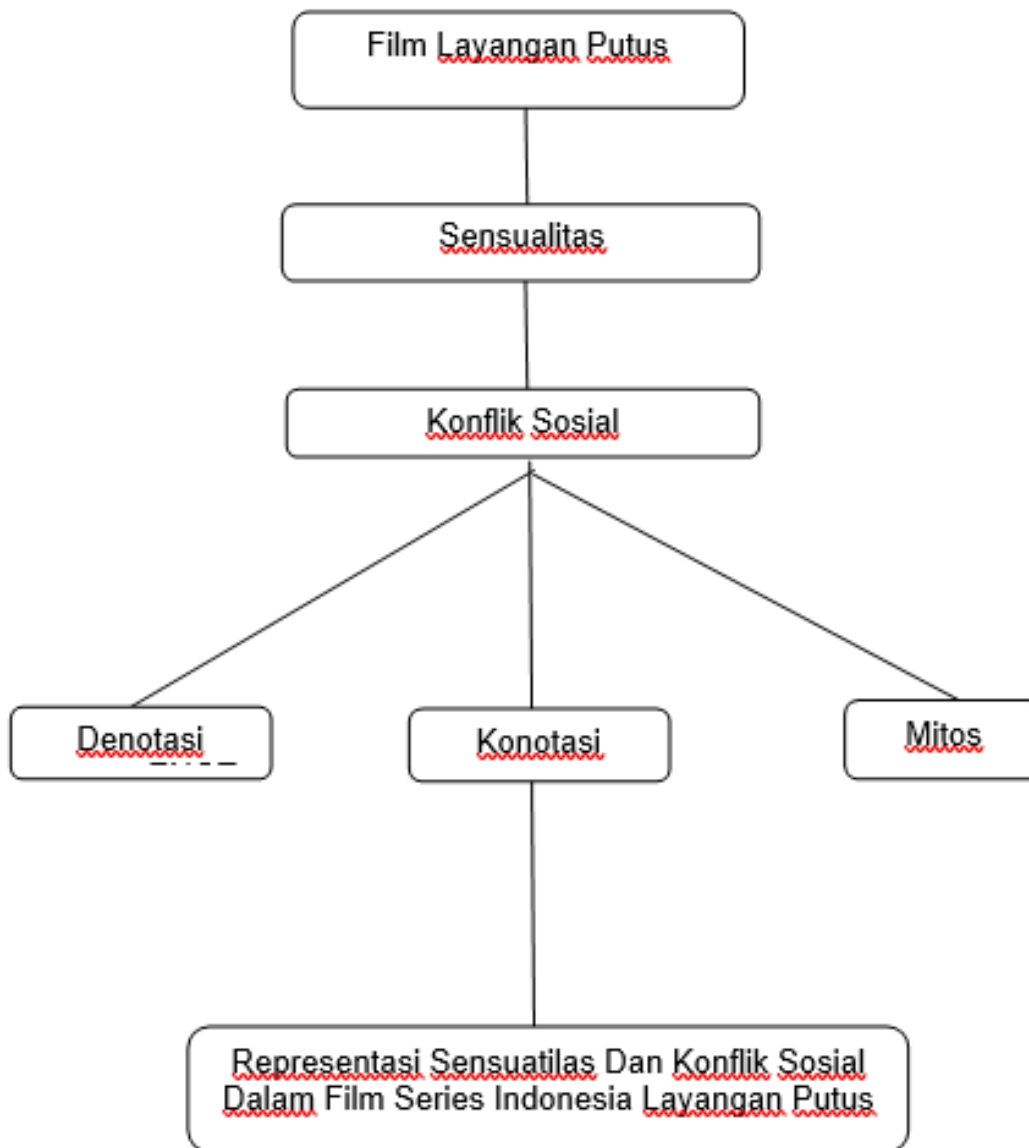
c. Jenis-Jenis Film

Menurut Onong Uchiana dalam bukunya ilmu,teori dan filsafat komunikasi membagi beberapa jenis film berdasarkan sifatnya yang diantaranya yaitu :

1. Film Cerita merupakan jenis film yang mengandung suatu cerita yang lazim dipertunjukkan seperti digedung-gedung bioskop dengan oara bintang film terkenal dan dengan topik berupa cerita fiktif atau berdarakan kisah nyata yang telah dimodifikasi.
2. Film Berita merupakan jenis film yang mengenai fakta,peristiwa yang benar benar terjadi dimasyarakat. Maka film yang disajikan harus mengandung unsur atau nilai berita (*newsvalue*).

3. Film Dokumenter merupakan film hasil interpretasi pribadi dari pembuatnya mengenai kenyataan . Berbeda dengan jenis film berita yang hanya rekaman kenyataan-kenyataan tetapi film dokumenter ini berupa intrepertasi puitis yang bersifat pribadi dai kenyataan tersebut.
4. Film Kartun merupakan jenis film yang dibuat untuk konsumsi anak anak,berupa perpaduan gambar kartun yang digerakan oleh komputer.
5. Film pendek merupakan jenis film yang film cerita durasinya pendek hanya dibawah 60 menit. Meskipun berhubungan dengan cerita yang pendek namun pada suatu kenyataanya membuat film pendek lebih sulit daripada film cerita panjang karena cerita yang disajikan mampu menyampaikan pesan yang efektiif.
6. Film Panjang atau serial merupakan jenis film yang berdurasi lebih dari 60 menit dan biasanya film panjang dibuat dalam jumlah tertentu dan dapat pula dalam beberapa episode yang selalu bersambung dan dibuat secara series berkala.

2.2.3 Bagan Kerangka Pemikiran



Bagan Kerangka Pemikiran