

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

II.1 Kajian Pustaka

Kajian pustaka terfokus kepada penelitian terdahulu yang dimaksudkan untuk memperkuat kajian penelitian yang ada hingga hal-hal substansi dari penelitian terdahulu yang belum sempat diteliti dapat dilakukan dengan penelitian yang akan datang.

II.1.1 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu

II.1.1.1 Penelitian Dalam Perspektif 1

Muhammad Sulthan Tazakka, Rama Purba, Ananda A'raaf Putrotudi. (2020). Studi Semiotika Representasi Nilai-Nilai Budaya Jawa Pada Film “Mantan Manten” Karya Farishad Latjuba. UPN Veteran. Jawa Timur. DOI : 10.36418/syntax-literate.v5i4.1080

Penelitian terdahulu ini dilatar belakangi oleh adanya budaya masyarakat Jawa khususnya tentang budaya pernikahan masyarakat Jawa yang terdapat pada film Mantan Manten, dalam film Mantan Manten menampilkan adat dan pelaksanaan pernikahan yang sama dengan adat pernikahan yang biasa dilakukan oleh masyarakat Jawa. Penelitian terdahulu ini mengeksplorasi terkait sebuah makna kebudayaan dari daerah Jawa yang terkandung dalam film. Tujuann dari penelitian terdahulu ini dapat digunakan untuk mengetahui makna dari nilai-nilai budaya Jawa yang terkandung dalam proses pernikahan adat Jawa yang ada dalam film Mantan Manten.

Metode penelitian terdahulu ini menggunakan metode deskriptif kualitatif semiotika Roland Barthes dengan metode pengumpulan data observasi dan dokumentasi. Informasi dalam penelitian seperti analisa aspek bahasa, sosial, kepercayaan, bahasa dan kesenian dikumpulkan secara langsung dari film *Mantan Manten* sebagai objek penelitian (Sulthan Tazakka, 2020).

Hasil dalam penelitian terdahulu ini ingin menunjukkan bahwa adegan yang mencerminkan rasa hormat oleh seorang anak pada ibu dan bapak yang dilakukan dengan cara sungkem, tanggung jawab yang ditunjukkan oleh seorang suami kepada istri yang disampaikan melalui adegan dulangan, dan seorang istri yang harus menjaga nilai kekeluargaan menjadi tanda bahwa pemaknaan dari nilai-nilai budaya Jawa khususnya dalam adegan pernikahan adat Jawa. Penelitian ini memberikan pemahaman mengenai sebuah arti atau pemaknaan kepada masyarakat dari nilai-nilai budaya Jawa yang terdapat dalam setiap adegan film *Mantan Manten* yang ingin menunjukkan bahwa dalam film tersebut mencerminkan sebuah pernikahan adat Jawa yang memiliki hubungan rumah tangga harmonis. Disisi lain, film ini secara visual mampu memenuhi kriteria yang layak untuk dianalisis baik secara konotasi, denotasi dan mitos terkait nilai-nilai budaya Jawa dalam film *Mantan Manten*.

II.1.1.2 Penelitian Dalam Perspektif 2

Alit Kumala Dewi, Arya Pageh Wibawa. (2015). Representasi

Nilai-Nilai Budaya Bali Dalam Film Eat Pray Love. Institut Seni

Indonesia. Denpasar. DOI: 10.31091/sw.v3i0.209

Penelitian terdahulu ini dilatar belakangi oleh kisah toko utama dalam kisah film *Eat Pray Love* yang melakukan perjalanan dengan maksud untuk berkeliling dunia termasuk Bali, Indonesia untuk misi pencarian makna hidup. Tokoh utama berusaha untuk menggali setiap unsur kehidupan dengan latar budaya pada masing-masing tempat. Pelaksanaan proses syuting yang mana latar setting tempat dalam film *Eat Pray Love* dilakukan di Bali, isi pada film mendeskripsikan mengenai kearifan dari budaya lokal Bali. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana representasi nilai-nilai budaya Bali yang ditampilkan dalam film *Eat Pray Love*.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan analisis semiotika dari Roland Barthes dan menggunakan pendekatan keilmuan seperti sinematografi, budaya, bahasa tubuh, untuk analisis setting, kostum upacara dan lainnya dengan mengumpulkan secara langsung informasi, menganalisa bahasa, sistem religi, sosial, dan juga kesenian dari film *Eat Pray Love* sebagai objek dari penelitian (Alit Kumala Dewi, 2015).

Hasil dalam penelitian terdahulu ini menunjukkan bahwa *scene-scene* dalam film *Eat Pray Love* menunjukkan bahwa ketika pemeran utama berada di Bali nilai keagamaan ditunjukkan dalam adegan seperti persembahyangan, menyampaikan penghormatan, dan gebogan di stujukan untuk mencapai serta memenuhi kebutuhan spiritual pribadi yakni pemeran utama. Dengan begitu penelitian terdahulu ini ingin menambah pengetahuan serta pemahaman akan masyarakat Bali dan juga penonton dari setiap makna yang direpresentasikan dalam tiap cuplikan-cuplikan film. *Scene-scene* yang mengandung unsur budaya

Bali ditunjukkan ketika sang tokoh utama melakukan *scene* dengan tempat *shooting* yang berlokasi di Bali.

II.1.1.3 Penelitian Dalam Perspektif 3

Ronaldo Herwendo. (2014). Analisis Semiotika Representasi Perilaku Masyarakat Jawa Dalam Film Kala. Universitas Prof. Dr. Moestopo. Jakarta. DOI: 10.32509/wacana.v13i3.151

Penelitian terdahulu ini dilatar belakangi oleh rasa keingintahuan peneliti dalam penelitian tersebut tentang latar tempat yang tidak dijelaskan dalam film Kala. Tetapi kemudian peneliti menemukan beberapa unsur Jawa dari beberapa dialog penting yang menggunakan bahasa Jawa, dan diperlihatkan orang-orang (pemeran) tersebut mengerti saat dialog bahasa Jawa muncul. Dalam film tersebut, peran bahasa Jawa sangatlah penting selain dijadikan sebagai dasar cerita, film ini juga bergulir karena sebuah ramalan Jawa yakni Jayabaya yang menjadi dasar cerita dan sudah dikenal sebagai ramalan Jayabaya mengenai Ratu Adil yang terkenal di kalangan masyarakat Jawa. Tujuan utama dari penelitian ini untuk menjelaskan perilaku masyarakat Jawa yang dicerminkan dari film Kala seperti orang Jawa yang menggunakan bahasa Jawa yang dicerminkan bersifat penyabar, dan lain sebagainya, serta untuk mengetahui makna dari budaya Jawa dalam film Kala.

Penelitian terdahulu ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang diperoleh yaitu dengan cara observasi, wawancara mendalam dan studi pustaka. Sedangkan teori yang digunakan ialah

semiotika Roland Barthes, teori konstruksi realitas, dan teori interaksionisme (Herwendo, 2014).

Hasil dalam penelitian terdahulu ini menunjukkan bahwa perilaku masyarakat Jawa pada umumnya berbeda-beda, dalam adegan seorang polisi dan dan 2 orang laki-laki tanpa dialog sedang saling memperhatikan menunjukkan sebagai perilaku masyarakat Jawa yang disebut dengan istilah Rumangsan yang artinya bahwa segala gerak-gerik yang dilakukan oleh orang Jawa selalu diperhatikan sehingga memunculkan rasa khawatir dan takut ketika akan mengungkapkan sesuatu dan lebih berhati-hati dalam berucap. Kemudaiian *scene* dimana berlokasi di perpustakaan seorang polisi yang melihat sesosok berkumis dengan celana putih yang mengajak berbicara kepadanya, namun pria tersebut tidak merasa ketakutan bahkan setelah sosok itu melayang. Adegan tersebut dapat dikaitkan dengan realitas di Jawa bahwa masyarakat Jawa selalu mempercayai kehadiran makhluk astral yang ada di beberapa daerah di Jawa yang mereka hormati sebagai sosok-sosok leluhur. Salah saltu perilaku masyarakat Jawa lainnya dalam hal gaib ialah dengan mempercayai mistisme atau klenik atau takhayul, ini menjadi ciri khas dari perilaku masyarakat Jawa yang paling kental dan tidak bisa dibantah. Penggunaan dialog Jawa dalam film Kala merupakan unsur utama yang penting karena pondasi dalam cerita yang terinspirasi dari budaya Jawa, ditemukan nama-nama karakter Jawa seperti Bambang dan Wibowo, dan judul film yang menggunakan bahasa Sansekerta. Dan perilaku masyarakat jawa sendiri yang paling dominan ditemui dalam film ini adalah mengenai kepercayaan akan ramalan, takhayul atau mistisme.

Tabel 2.II.1

Matriks Penelitian Terdahulu dalam Pendekatan Kualitatif tentang Studi Semiotika Representasi Nilai-Nilai Budaya Jawa Dalam Film “Mantan Manten” Karya Farishad Latjuba

No	Item	Penelitian 1
1.	Nama, Tahun, Judul, Lembaga, Kota	Tazakka MS, Rama PD, A'raaf AP. (2020). Studi Semiotika Representasi Nilai-Nilai Budaya Jawa Dalam Film “Mantan Manten” Karya Farishad Latjuba. UPN Veteran. Jawa Timur.
2.	Tujuan Penelitian	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui 1) Representasi nilai budaya masyarakat Jawa yang mana akan lebih difokuskan kepada budaya pernikahan masyarakat Jawa. 2) Apa makna yang terkandung dalam film Mantan Manten
3.	Pendekatan Penelitian	Kualitatif
4.	Teori	Semiotika Roland Barthes.
5.	Hasil	Hasil dalam penelitian menunjukkan bahwa dalam film Mantan Manten terdapat <i>scene</i> yang memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai pemaknaan dari nilai-nilai budaya jawa yang terkandung dan merupakan sebuah cerminan dari pernikahan adat Jawa yang harmonis dengan menggambarkan nilai-nilai kekeluargaan dalam rumah tangga seperti rasa tanggung jawab dari seorang suami kepada keluarga, seorang istri yang menjaga nilai kekeluargaan, adegan sungkem, dsb.
6.	Perbedaan dan Persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan	Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah objek penelitian. Objek penelitian yang dilakukan oleh Muhammad, Rama, dan Ananda yaitu film dengan kategori drama sedangkan peneliti meneliti film kategori animasi <i>Raya And The Last Dragon</i> . Persamaan dari penelitian ini yaitu sama sama menggunakan teori Semiotika Roland Barthes.
7.	Kritik	Tidak ada informan/narasumber.

Tabel 2.II.2

Matrik Penelitian Terdahulu dalam Pendekatan Kualitatif tentang Representasi Nilai – Nilai Budaya Bali Dalam Film Eat Pray Love

No	Item	Penelitian 2
1.	Nama, Tahun, Judul, Lembaga, Kota	Alit K, Arya P. (2015). Representasi Nilai-Nilai Budaya Bali Dalam Film Eat Pray Love. Institut Seni Indonesia. Denpasar.
2.	Tujuan Penelitian	Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana proses pencarian makna hidup melalui perjalanan seorang tokoh utama dengan merepresentasi nilai-nilai budaya dari setiap Negara khususnya Bali, Indonesia.
3.	Pendekatan Penelitian	Kualitatif
4.	Teori	Semiotika Roland Barthes
5.	Hasil	Hasil dalam penelitian terdahulu ini menunjukkan bahwa untuk memenuhi kebutuhan spiritual baik pribadi seseorang untuk mencapai pencerahan spiritual dapat dilakukan seperti halnya dalam film Eat Pray Love yang ditunjukkan dengan adegan sebuah pemahaman akan budaya Bali dalam film yang direpresentasikan seperti dalam adegan ketika menyampaikan penghormatan, persembahyangan dan beryadnya yang termasuk dalam konteks nilai spiritual atau kegamaan dalam bentuk banten soda dalam kabaen dan gebongan.
6.	Perbedaan dan Persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan	Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah objek penelitian. Objek penelitian yang dilakukan oleh Alit Kumala Dewi dan Arya Pageh yaitu film dengan kategori drama <i>romance</i> sedangkan peneliti meneliti film kategori animasi <i>Raya And The Last Dragon</i> . Persamaan dari penelitian ini yaitu sama sama menggunakan teori Semiotika Roland Barthes.
7.	Kritik	Tidak ada informan/narasumber.

Tabel 2.II.3

Matrik Penelitian Terdahulu dalam Pendekatan Kualitatif tentang Analisis Semiotika Representasi Perilaku Masyarakat Jawa Dalam Film Kala

No	Item	Penelitian 3
1.	Nama, Tahun, Judul, Lembaga, Kota	Rionaldo Herwendo. (2014). Analisis Semiotika Representasi Perilaku Masyarakat Jawa Dalam Film Kala. Universitas Prof. Dr. Moestopo. Jakarta.
2.	Tujuan Penelitian	Tujuan dari penelitian terdahulu ini ialah untuk mengetahui bagaimana perilaku masyarakat Jawa pada umumnya, serta bagaimana unsur-unsur Jawa yang direpresentasikan dalam film Kala.
3.	Pendekatan Penelitian	Penelitian terdahulu ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang diperoleh yaitu observasi, wawancara mendalam dan studi pustaka.
4.	Teori	Sedangkan teori yang digunakan ialah teori interaksionisme simbolik, teori konstruksi realitas dan semiotika Roland Barthes
5.	Hasil	Unsur-unsur budaya Jawa dalam film Kala berupa bahasa yang digunakan dalam beberapa dialog penting, pondasi dalam cerita yang terinspirasi dari budaya Jawa, ditemukan nama-nama karakter Jawa seperti Bambang dan Wibowo, dan judul film yang menggunakan bahasa Sansekerta. Dan perilaku masyarakat jawa sendiri yang paling dominan ditemui dalam film ini adalah mengenai kepercayaan akan ramalan, takhayul atau mistisme
6.	Perbedaan dan Persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan	Perbedaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah teori yang digunakan. Penelitian terdahulu ini menggunakan 3 teori yaitu teori interaksionisme simbolik, teori konstruksi realitas dan semiotika Roland Barthes sedangkan peneliti hanya menggunakan teori semiotika Roland Barthes. Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan teori Semiotika Roland Barthes.

7.	Kritik	Peneliti sebelumnya menggunakan 3 teori untuk mencari makna denotasi, konotasi, dan mitos. Menurut peneliti unsur budaya Jawa dalam film Kala bisa dianalisis hanya dengan 1 teori saja teori Semiotika Roland Barthes.
----	--------	---

II.2 Kerangka Pemikiran

Penelitian merupakan hasil berpikir peneliti yang dijadikan dasar pemikiran untuk memperkuat indikator yang dapat menjadi latar belakang penelitian. Peneliti akan menjelaskan masalah pokok dari penelitian dengan menyusun dan menggabungkan teori dan masalah yang terdapat dalam penelitian ini.

II.2.1 Kerangka Teoretis

Kerangka teoretis dari penelitian ini ialah:

II.2.1.1 Tinjauan Ilmu Komunikasi

Dalam bahasa Inggris, istilah komunikasi yaitu *communications* yang memiliki banyak arti. Secara etimologis, yaitu *communis* yang artinya “sama”, *communication* yang merupakan kata Latin. *Communication* dan *communicate* yang artinya “membuat sama” (*to make common*). (Mulyana, 2013).

Berikut definisi komunikasi dari para ahli yaitu:

1. Carl I, Komunikator dapat dimungkinkan untuk dapat menyampaikan rangsangan untuk mengubah perilaku orang lain (komunikate) dalam proses komunikasi.
2. Everret M, Proses pengalihan ide dari sumber pada penerima yang mampu mengubah tingkah laku.
3. Mary B & Molefi K, Mempengaruhi khalayak adalah tujuan dari komunikasi.
4. Bernard Berelson & Gary A. Steiner, Komunikasi ialah suatu ide gagasan yang digunakan melalui simbol kata, grafik, figure, gambar

dimana proses transmisi tersebut disebut dengan komunikasi (Mulyana, 2013).

2.2.1.1.1 Unsur – Unsur Komunikasi

5 unsur yang saling bergantung satu sama lain dalam ilmu komunikasi, diantaranya:

1. Sumber (*Source*), ialah pengirim pesan yang mempunyai kebutuhan untuk berbicara atau berkomunikasi.
2. Pesan (*Message*) yaitu maksud, perasaan ataupun gagasan yang dapat berupa simbol nonverbal maupun verbal dan pesan ialah suatu hal yang biasanya sumber komunikasikan kepada penerima.
3. Saluran atau Media (*channel*) adalah umumnya saluran terbagi menjadi langsung/tatap muka dan melalui media, dan berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan pesan.
4. Penerima (*Receiver*) adalah sumber yang ditujukan untuk menerima pesan.
5. Efek akan terjadi setelah penerima menerima pesan, seperti bertambahnya pengetahuan, rasa terhibur, adanya sikap yang berubah, keyakinan, perilaku, dan lainnya (Mulyana, 2013).

2.2.1.1.2 Fungsi Komunikasi

4 bagian dalam fungsi komunikasi, antara lain:

1. Fungsi Komunikasi Sosial, dalam membangun konsep diri maka diperlukan komunikasi untuk mendapat kebahagiaan dan terhindar dari kecemasan.
2. Fungsi Komunikasi Ekspresif, sebagai contoh dalam komunikasi nonverbal kita dapat mengungkapkan perasaan atau emosi sejauh komunikasi tersebut menjadi instrument.
3. Fungsi Komunikasi Ritual, biasanya dilakukan dengan menegaskan kembali sebuah komitmen kepada suku, bangsa agama ataupun ideologi dan biasanya dilakukan dengan cara kolektif.
4. Fungsi Komunikasi Instrumental, mempunyai tujuan untuk memberikan sebuah perubahan seperti perubahan sikap, perubahan perilaku dan bisa juga sebagai fungsi hiburan (Mulyana, 2013).

2.2.1.1.3 Tujuan Komunikasi

Dalam berkomunikasi tentu saja perlu memperhatikan rencana untuk berinteraksi atau kah komunikasi mampu dijalankan dengan alamiah saja. Menurut (Liliweri, 2011) tujuan komunikasi harus memperhatikan unsur-unsur utama komunikasi berikut:

1. Pengirim: pengirim pesan (*encoder*).
2. Penerima: *decoder* ialah penginterpretasi *message*.
3. Saluran: sebuah metode untuk mengirim pesan baik termediasi, verbal, nonverbal.
4. Pesan: proses stimulasi informasi yang dikirim.
5. Umpan balik: penerima pesan memberikan respon kepada pengirim.

6. Lingkungan: tempat terjadinya interaksi.
7. Gangguan: dalam peristiwa komunikasi yaitu sebuah hambatan yang datang.

2.2.1.1.4 Jenis Komunikasi

Adapun jenis komunikasi, yaitu sebagai berikut:

1. Komunikasi verbal yaitu suatu komunikasi secara lisan atau tulisan dengan memakai kata-kata, simbol. Jika melalui kata-kata, komunikasi verbal dapat dilangsungkan seperti berbicara, diskusi, ceramah, dan lain-lain. Selain itu, media seperti koran, tulisan, surat, majalah dan lain sebagainya dapat digunakan untuk komunikasi verbal.
2. Komunikasi Nonverbal yaitu suatu komunikasi dengan menggunakan isyarat seperti ekspresi wajah, gerak tubuh dan tidak menggunakan kata-kata (Mulyana, 2013).

2.2.1.1.5 Konteks – Konteks Komunikasi

Berikut beberapa konteks komunikasi, diantaranya:

- a. Komunikasi Intrapribadi (*intrapersonal communication*) kegiatan seperti berpikir yang dilakukan dengan diri sendiri.
- b. Komunikasi Antarpribadi (*interpersonal communication*) reaksi yang secara langsung baik verbal maupun nonverbal dapat kita rasakan ketika berkomunikasi dengan bertatap muka.
- c. Komunikasi Publik (*public communication*) ketika khalayak dan seorang pembicara terlibat dalam berkomunikasi.

- d. Komunikasi Organisasi (*organizational communication*) biasanya dilakukan dalam jangkauan yang luas misal dalam suatu organisasi baik secara formal ataupun informal.
- e. Komunikasi Massa (*mass communication*) yaitu pesan yang dikomunikasikan kepada sejumlah besar orang dengan perantara sebuah media massa (Mulyana, 2013).

II.2.1.2 Tinjauan Public Relations

Public Relations ialah seni untuk menciptakan penilaian dari khalayak yang lebih baik, yang akan memperdalam kepercayaan dari publik terhadap suatu individu maupun organisasi (Mukarom & Laksana, 2015).

Peranan *Public Relations* amat penting terutama dalam organisasi dikarenakan *Public Relations* adalah salah satu *front liner* atau garda terdepan yang penting dalam melakukan komunikasi dengan masyarakat.

Pada suatu organisasi dan perusahaan PR mempunyai peran dalam yang memelihara dan menciptakan alur komunikasi, pengertian, dukungan, serta kerjasama dengan publiknya (fungsi manajemen). Tujuan tercapainya dari kebijakan, kegiatan dan juga kemajuan dalam setiap organisasi atau perusahaan khususnya dalam membangun citra baik diharuskan adanya suatu respon ketika berkomunikasi antar lembaga dengan publik ataupun pihak luar. Disini fungsi PR berperan besar, dan PR juga harus ikut serta mengawasi dan memberi masukan kepada kebijakan yang ada pada lembaga dan organisasi (Soemirat, 2012).

Kegiatan *Public Relations* ini merupakan salah satu tugas yang ingin di capai oleh seorang PR dalam menjalankan fungsinya. Dalam fakta dilapangan,

humas dapat berkomunikasi melalui interaksi secara verbal maupun nonverbal dengan menggunakan simbol ataupun tidak.

a. Kegiatan Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal akan efektif jika dengan melibatkan perspektif ganda, ini melibatkan peran keberpusatan pada orang-orang sehingga menyadari perspektif lain dan menggunakannya untuk berkomunikasi. Berikut merupakan kegiatan komunikasi verbal, yaitu (Wood, 2013):

- 1) Penulisan sebuah proposal
- 2) Penulisan untuk artikel
- 3) Karya tulis untuk membuat laporan
- 4) Penulisan persentasi
- 5) Pembuatan rilis berita
- 6) Pembuatan rekomendasi

Berikut merupakan komunikasi verbal lisan, yaitu:

- 1) Jumpa pers
- 2) Petunjuk/Memandu
- 3) Penyiar
- 4) Pembawa acara
- 5) Informasi tertulis

b. Kegiatan Komunikasi Nonverbal

Kegiatan komunikasi nonverbal dapat berupa penelitian, acara seminar, *special event*, pers, dan juga pameran (Mukarom & Laksana,

2015). Aktivitas komunikasi nonverbal ini dilaksanakan oleh *Public Relations* dalam upaya membangun citra positif organisasi/perusahaan atau lembaga dilingkungan masyarakat luas, dengan demikian masyarakat akan lebih yakin dan percaya terhadap organisasi/perusahaan atau lembaga.

2.2.1.2.1 Fungsi Utama Public Relations

Fungsi utama dari PR ialah untuk menguntungkan sebuah lembaga dalam upaya menciptakan sebuah opini public yang dilakukan dengan cara lembaga organisasi dan public sama sama mengembangkan dan menumbuhkan hubungan baik untuk menciptakan pengertian (Liliweri, 2011).

2.2.1.2.2 Unsur Utama Public Relations

Adapun unsur – unsur utama dalam *Public Relations*, yaitu:

1. Hubungan Masyarakat, manfaat yang didapat sebuah organisasi dan masyarakat yang dilaksanakan melalui proses keikutsertaan masyarakat yang aktif untuk meningkatkan lingkungan dan proses perencanaan dan komunikasi yang berkelanjutan.
2. Hubungan Media, pada sebuah organisasi di perlukan publisitas. Maka organisasi dan media harus menjalin hubungan baik.
3. *Public Affairs*, agar dapat menyesuaikan diri dengan harapan public, semua manajemen harus menerapkan kebijakan publik yang dapat membantu organisasi secara efektif.
4. Publisitas, dalam media, publisitas atau penyebaran informasi sangat diperlukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat luas.

5. *Counseling*, yang menyediakan sarana agar seorang PR tau apa yang harus dikerjakan. Dan juga untuk hal kenijakan dan hubungan komunikasi yang ditujukan untuk manajemen organisasi.

Dalam fenomena film sebagai alat komunikasi massa serta termasuk kedalam mata kuliah komunikasi massa, film berperan sebagai satu dari sekian banyak media massa yang memiliki dampak atau efek besar dalam kemampuannya menjangkau banyak segmen sosial maka relevansi fenomena dengan *Public Relations* adalah seorang *Public Relations* harus mengetahui dan memahami berbagai fenomena serta suatu opini dan isu yang sering dimuat dalam film, seorang *Public Relations* harus bisa memberi masukan dan nasihat terhadap lembaga terkait seperti misalnya kepada lembaga film maupun rumah produksi dari film.

II.2.1.3 Teori Semiotika Roland Barthes Sebagai Landasan Teori (Apply Theory)

Semiotika merupakan ilmu yang dipergunakan untuk mencari makna dalam setiap tanda-tanda, pada dasarnya atau *semiology* yang hendaknya ingin mengamati juga mempelajari tentang bagaimana kehidupan kemanusiaan dalam memaknai sebuah hal (*humanity in things to signify*). Peran pembaca (*the reader*) menjadi area penting menurut Barthes khususnya dalam tataran kedua atau konotasi, karena dalam konotasi dibutuhkan keaktifan dari pembaca, dan konotasi sangat berdampingan dengan mitos dalam tugasnya sebagai pengungkap dan pemberi penjelasan akan hal tertentu dan biasanya berisi sebuah pesan. Sedangkan

untuk tataran pertama yaitu denotasi (Sobur, 2017). Barthes menciptakan peta tentang bagaimana tanda bekerja:

Tabel 2.4

Peta Tanda Roland Barthes

1. Signifer (penanda)	2. Signified (petanda)
3. Denotative sign (tanda denotatif)	
4. Connotative signifier (penanda konotatif)	5. Connotative signified (petanda konotatif)
6. Connotative sign(tanda konotatif)	

Sumber: Sobur, 2017

Dapat diketahui bahwa dalam peta Barthes, penanda (1) dan petanda (2) merupakan bagian dari tanda denotatif (3) yang secara bersamaan tanda denotatif tersebut juga penanda konotatif (4). Dapat dikatakan jika anda mengenal tanda “singa”, barulah konotasi seperti garang, berani dan juga harga diri menjadi mungkin (Sobur, 2017).

Tanda konotatif tataran tingkat kedua yang kedua bagian tanda denotatif mendasari keduanya jadi tidak hanya sekedar memiliki makna tambahan. Dalam

konsep ini dikemukakan bahwa denotasi mempunyai ketertutupan makna sebagai sistem signifikansi tingkat pertama (Sobur, 2017).

2.2.1.3.1 Makna

Makna sendiri sesungguhnya sebuah proses dalam berkomunikasi dan komunikasi sendiri merupakan proses pembentukan dari makna diantara dua atau lebih banyak orang. Komunikasi merupakan proses memahami dan berbagi makna (Sobur, 2017).

Berikut proses makna, diantaranya:

- a. Kata-kata yang diungkapkan oleh manusia sebenarnya merupakan sebuah makna yang ingin dikomunikasikan.
- b. Kata-kata yang digunakan pastinya akan terus berubah-ubah maka makna pun akan berubah khususnya pada dimensi emosional.
- c. Diperlukan acuan dalam menghadirkan makna.
- d. Acuan dalam makna sangat diperlukan, maka dalam berkomunikasi sebisa mungkin untuk meminimalisir sebuah penyingkatan dikarenakan akan merubah makna.
- e. Makna tidak terbatas jumlahnya.
- f. Tidak semua makna bisa dijelaskan (Sobur, 2017).

2.2.1.3.2 Denotasi

Makna sebenarnya atau makna yang lugas dan bersifat faktual merupakan makna denotasi. Kata-kata atau sebuah arti dan biasanya terdapat dalam buku kamus adalah sebuah makna denotatif. Kata mawar di dalam kamus memiliki arti

'*sejenis bunga*' itu merupakan makna denotatif yang bersifat lugas, faktual dan memiliki arti yang sebenarnya (Sobur, 2017).

2.2.1.3.3 Konotasi

Konotasi pada umumnya merupakan sebuah penambahan dari makna denotasi yang berupa sindiran dan bukan makna sebenarnya, kemudian mengalami beberapa penambahan makna berupa perasaan, ingatan dan gambaran dari pembaca. Misalnya kata mawar jika diberi makna konotasi bisa saja menjadi bunga merah cantik nan berduri (Sobur, 2017).

2.2.1.3.4 Mitos

Pengungkapan nilai—nilai yang berlaku dan mengandung sebuah isi atau pesan dapat disebut dengan mitos. Mitos merupakan sistem tataran kedua yang dibangun oleh 3 dimensi yakni penanda, petanda dan tanda (Sobur, 2017).

Dalam suatu mitos dapat menggambarkan gambaran yang seolah terjadi secara ilmiah yang mengungkap dan memberikan nilai-nilai kepada suatu masyarakat yang di dalamnya mengandung sebuah pesan. Mitos dapat digambarkan melalui cara bagaimana pesan tersebut disampaikan, misalnya dalam menceritakan sebuah narasi seorang pembaca dapat menyampaikan mitos tersebut dari konotasi yang dimainkan sehingga dapat melahirkan makna baru bahkan bisa juga memunculkan mitos (Sobur, 2017).

2.2.1.3.5 Aplikasi Semiotika

Aplikasi semiotika dalam dunia komunikasi, diantaranya:

- a. Media, sarana baik media cetak dan elektronik untuk mengungkapkan seperti apa dan tujuan serta asal pesan dan makna.
- b. Komunikasi Periklanan, sebuah pesan yang disampaikan melalui warna, bunyi dan gambar.
- c. Tanda Nonverbal, sebuah komunikasi tanpa kata-kata. Seperti mengacungkan jempol, dll.
- d. Film, alat komunikasi massa visual yang merupakan sebuah gambar bergerak.
- e. Komik-Kartun-Karikatur, sebuah gambar dan teks yang dijadikan sebagai sarana untuk menyampaikan kritik atau informasi.
- f. Sastra, secara tulis sastra dipandang sebagai sebuah tanda.
- g. Musik, sebuah pesan yang disampaikan melalui alunan alunan dan visual serta juga tulisan dari music tersebut (Sobur, 2017).

II.2.2 Kerangka Konseptual

II.2.2.1 Kebudayaan

Budi atau akal manusia merupakan arti sebenarnya dari budaya yang bermula dari *Buddhayah* bahasa Sansekerta. Sesuatu bersifat kompleks dan berkaitan dengan manusia dapat berupa sebuah gagasan, hasil karya dan juga tindakan dari manusia yang dijadikan sebagai dasar hidup dan kebiasaan dari manusia itu sendiri (Indra, 2019).

Budaya atau kebudayaan tidak hanya sekedar sesuatu yang sudah ditetapkan dan diakui oleh dunia dan lembaga saja, tetapi budaya juga berupa

suatu kebiasaan atau adat dalam masyarakat yang biasa dilakukan dan terus dikembangkan juga dilestarikan oleh masyarakat.

2.2.2.1.1 Wujud Kebudayaan

Wujud dari kebudayaan ada 3, antara lain:

- a. Sistem Ide, hal yang terjadi dan dirasakan dalam kehidupan manusia seperti kebiasaan, norma, adat istiadat dan hukum.
- b. Wujud Kebudayaan Sebagai Sistem Aktivitas, terjadi dalam suatu masyarakat yang menjalin aktivitas sosial dengan saling berinteraksi dan memiliki hubungan.
- c. Wujud Kebudayaan Sistem Artefak, barang-barang budaya yang masih ada bentuk dan wujudnya dan dihasilkan dari kebudayaan masyarakat (Indra, 2019).

2.2.2.1.2 Unsur-Unsur Kebudayaan

Adapun unsur-unsur kebudayaan ialah sebagai berikut:

- a. Sistem Bahasa, sarana untuk berinteraksi dan menjalin hubungan antara manusia dengan sesamanya.
- b. Sistem Pengetahuan, perkembangan teknologi yang terwujud dari ide manusia.
- c. Sistem Sosial, usaha untuk memahami manusia ataupun masyarakat di dalam kelompok sosial.
- d. Sistem Peralatan Hidup dan Teknologi, sebuah peralatan dan benda-benda yang lahir dan digunakan untuk kebutuhan manusia.

- e. Sistem Mata Pencaharian Hidup, perekonomian yang digunakan untuk mencukupi kebutuhan hidup.
- f. Sistem Religi, kepercayaan akan keberadaan tuhan yang timbul dari dalam pribadi masing-masing manusia dan berkaitan dengan hal supranatural
- g. Kesenian, merupakan suatu karya salahsatunya film sebagai seni modern (Tjahyadi, 2019).

2.2.2.1.3 Fungsi Kebudayaan

Rasa yang didapatkan untuk menjaga kelangsungan hidup manusia guna meningkatkan rasa nyaman, lebih baik dan bahagia merupakan fungsi dari kebudayaan. Adat istiadat merupakan sebuah sistem ide dan gagasan yang dapat digunakan untuk menata hidup manusia baik itu dalam setiap tindakan ataupun tingkah laku yang dapat dijalankan untuk mencapai sebuah fungsi kebudayaan dalam sistem kehidupan manusia yang memiliki tujuan kehidupan harmonis (Tjahyadi, 2019). Sebagai suatu sarana dalam pengembangan produk budaya yang diminati oleh publik, maka fungsi budaya dapat dimanfaatkan dalam era digital seperti sekarang ini dalam menjangkau segmen pasar akan produk-produk budaya (Xiao, 2012).

II.2.2.2 Film

Dalam komunikasi visual sebuah gambar yang bergerak dalam bentuk dominan adalah film, sebuah karya seni yang dapat memperoleh estetika dan diproduksi dengan kreatif dan penuh imajinasi. Selain itu, film juga berfungsi sebagai sarana yang lebih dulu ada dari radio yang biasa digunakan untuk

menyampaikan informasi dan juga sarana hiburan yang mampu menjadi lading bisnis yang memberikan keuntungan (Elvinaro, 2012).

Media seperti film dapat memengaruhi kepercayaan dan sikap dunia nyata audiensnya (Cui, 2017). Audiens atau penonton film dapat terpengaruh oleh film yang dilihat baik dari isi film tersebut ataupun sikap dari karakter tokoh yang diperankan. Film sebagai budaya merupakan media yang dapat mewakili dan menggambarkan kondisi sosial film juga sebagai sarana media hiburan yang populer yang semakin diminati oleh masyarakat luas (Filosa, 2019).

2.2.2.2.1 Sejarah Film

Pengembangan dari prinsip-prinsip fotografi dan proyektor merupakan asal usul dari lahirnya film atau *motion pictures*. Sejarah perfilman, lahirnya bintang serta pusat perfilman yang dikenal sebagai *Hollywood* dalam dunia perfilman pertama terjadi di Amerika Serikat pada tahun 1903 dengan lahirnya karya dari Edwin S Porter yaitu film cerita pertama berjudul *The Great Train Robbery* dengan durasi 11 menit (Elvinaro, 2012).

2.2.2.2.2 Perfilman Di Indonesia

Lady Van Java, Bandung 1926 menjadi film bisu pertama di Indonesia diproduksi oleh David. Selanjutnya pada 1941 Jepang menguasai perfilman dan memproduksi film yang berjudul “Terang Bulan” hasil tulisan dari tangan orang Indonesia. Pada masa ini Jepang juga memproduksi film-film *documenter* dan juga *feature* yang mereka manfaatkan sebagai sarana propaganda.

06 Oktober 1945 ketika Indonesia sudah merdeka kemudian mengambil alih pusat perfilman Jepang secara resmi yang diterima Pemerintahan Republik Indonesia. Kemudian mulai saat itu mulai memproduksi Berita Film Indonesia (BFI) yang kemudian berganti nama menjadi Perusahaan Film Nasional (Elvinaro, 2012).

2.2.2.2.3 Fungsi Film

Misi perfilman Indonesia memiliki fungsi bahwasannya film sebagai sarana informatif, edukatif dan juga sarana hiburan bagi masyarakat. Fungsi edukatif, informatif dan juga hiburan disuguhkan dalam berbagai jenis genre film yang ingin kita nikmati tergantung fungsi apa yang ingin kita dapatkan dalam film tersebut (Elvinaro, 2012).

2.2.2.2.4 Karakteristik Film

Faktor-faktor yang dapat menunjukkan karakteristik film yaitu:

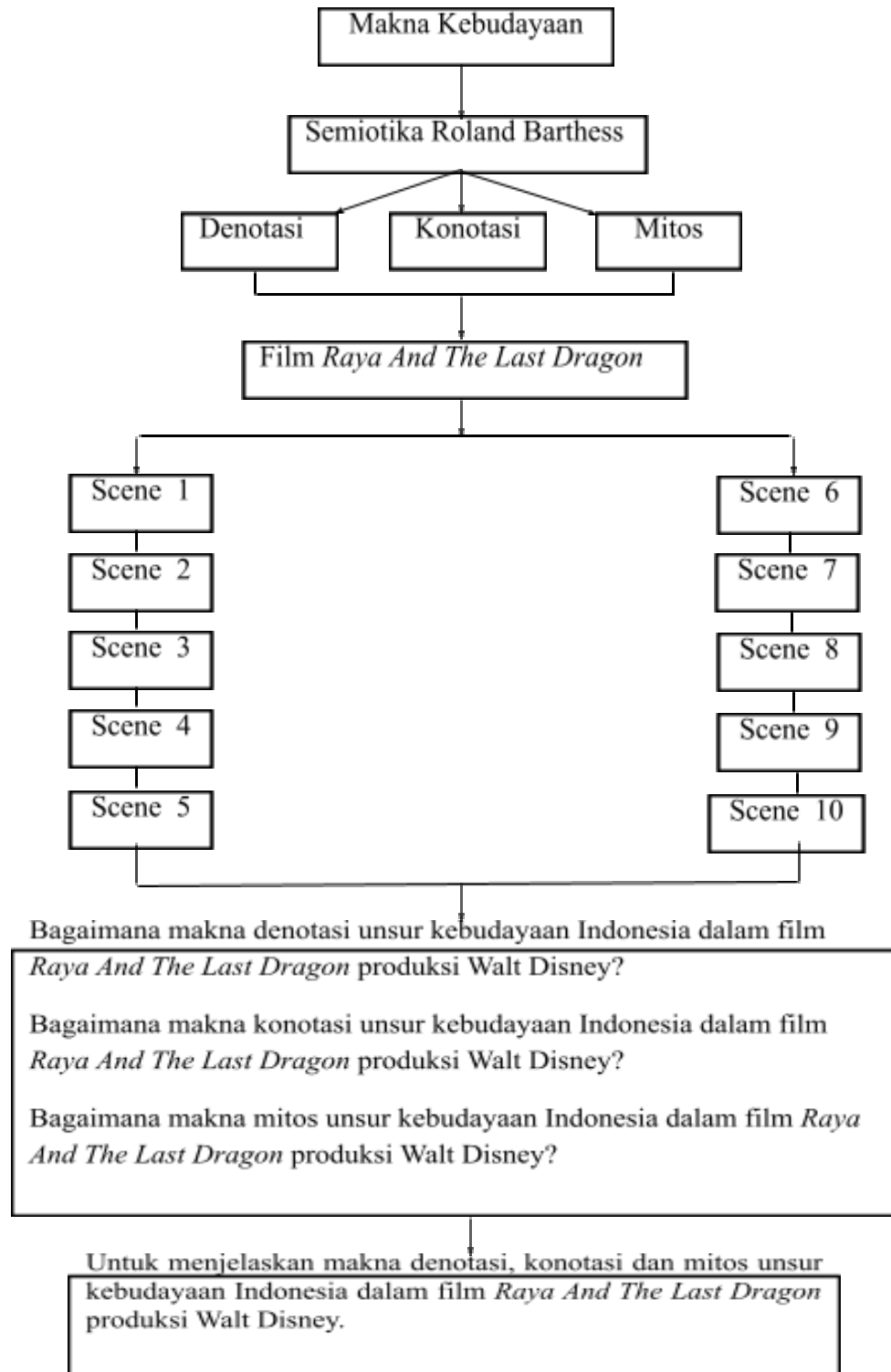
- a. Luasnya layar.
- b. Segi pengambilan Gambar, terdapat beragam macam seperti *panoramic shot*.
- c. Konsentrasi Penuh, hanya terfokus kepada apa yang ingin kita lihat/tonton.
- d. Identifikasi Psikologis, akibat yang dirasakan dan dapat mengubah perilaku atau jiwa dari penonton (Elvinaro, 2012).

2.2.2.2.5 Jenis-Jenis Film

Berikut jenis-jenis film yang perlu diketahui, yaitu:

- a. Film Cerita, mengisahkan perjalanan cerita dari sang tokoh dalam film.
- b. Film Berita, mengisahkan keadaan atau peristiwa sebenarnya.
- c. Film Dokumenter, sebuah cerita kenyataan dari sang pembuat cerita atau tokoh.
- d. Film animasi, adalah film karya tangan yang bergerak. Gambar 2D dan 3D yang bergerak dapat berupa orang, hewan maupun objek nyata lainnya.
- e. Film Kartun, sarana hiburan untuk konsumsi anak-anak dengan menampilkan karakter-karakter lucu dan penuh warna (Elvinaro, 2012).

II.2.3 Bagan Kerangka Pemikiran



Bagan 1 Kerangka Konseptual**Sumber: Modifikasi Peneliti (2022)**