

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Istilah komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin *communicatio* yang berakar dari kata *communis*, yang berarti “sama”, yaitu merujuk pada kesamaan makna antara pihak-pihak yang berkomunikasi

Jadi, Komunikasi antara dua orang, seperti percakapan, dapat berlangsung secara efektif apabila kedua pihak memiliki kesamaan makna terhadap pesan yang disampaikan. Kesamaan bahasa saja belum tentu menjamin terjadinya pemahaman yang sama, sebab seseorang mungkin memahami bahasa yang digunakan tetapi belum tentu menangkap makna yang terkandung di dalamnya. Komunikasi dapat dikatakan efektif apabila terdapat kesamaan makna antara komunikator dan komunikan terhadap pesan yang disampaikan. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi sangat bergantung pada kemampuan kedua belah pihak dalam memahami pesan secara utuh (Effendy, 2003: 8).

Proses komunikasi melibatkan beberapa unsur yang saling berkaitan. Dalam Effendy (2003) Lasswell merumuskan komunikasi melalui pertanyaan: *who says what in which channel to whom with what effect*. Rumusan ini menjelaskan bahwa komunikasi terdiri dari unsur komunikator (pengirim pesan), pesan (isi informasi), media atau saluran (alat penyampaian), komunikan (penerima pesan), serta efek (dampak yang ditimbulkan). Kelima unsur tersebut merupakan komponen penting yang menentukan keberhasilan suatu proses komunikasi.

2.2 Komunikasi Massa

Perkembangan media komunikasi pada masa kini menunjukkan perbedaan yang sangat signifikan dibandingkan dengan masa lalu. Pada zaman dahulu, proses komunikasi antarindividu yang berada di lokasi atau kota yang berbeda menghadapi berbagai kendala, baik dari segi waktu maupun sarana yang tersedia. Namun, seiring dengan kemajuan teknologi, manusia telah mengembangkan

berbagai bentuk media komunikasi yang bertujuan untuk mempermudah proses penyampaian pesan (Kusatiawan, dkk. 2022).

Menurut George Gerbner mendefinisikan komunikasi massa sebagai proses produksi dan distribusi pesan yang berlangsung secara berkelanjutan, berbasis teknologi, serta dilakukan oleh lembaga tertentu kepada khalayak luas dalam masyarakat industri. Dalam konteks ini, proses produksi komunikasi massa tidak dapat dilakukan secara individual, melainkan memerlukan dukungan institusi dan teknologi khusus. Adapun hasil dari proses tersebut berupa pesan-pesan yang disebarluaskan kepada publik secara terus-menerus dengan periode tertentu, seperti harian, mingguan, atau bulanan (Syafriana, 2022: 5).

2.2.1 Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa pada dasarnya mencakup penyampaian informasi, pendidikan, hiburan, serta pembentukan opini publik dalam masyarakat. Melalui media massa, pesan dapat disebarluaskan secara luas kepada khalayak yang heterogen sehingga memungkinkan terjadinya proses pertukaran informasi yang cepat dan efisien. Selain itu, komunikasi massa juga berfungsi sebagai sarana sosialisasi nilai dan norma yang berlaku dalam masyarakat (McQuail, 2010: 86)

Secara umum, terdapat berbagai pandangan yang menjelaskan mengenai fungsi komunikasi massa. Berikut ini merupakan beberapa fungsi komunikasi massa (Syafriana, 2022: 48-56).

a) Fungsi informasi

Fungsi informasi merupakan fungsi utama komunikasi massa yang berperan dalam menyampaikan fakta, peristiwa, dan data yang terjadi di masyarakat secara objektif. Media massa menjadi sarana penting dalam memenuhi kebutuhan khalayak akan informasi yang aktual dan relevan.

b) Fungsi Hiburan

Fungsi hiburan bertujuan memberikan kesenangan, relaksasi, dan pelepasan ketegangan bagi audiens. Media massa sering dimanfaatkan

masyarakat sebagai sarana rekreasi melalui berbagai konten seperti sinetron, komedi, dan program hiburan lainnya.

c) Fungsi Persuasi

Fungsi persuasi berkaitan dengan kemampuan media dalam memengaruhi sikap dan perilaku khalayak. Media dapat memperkuat sikap, mengubah pandangan, mendorong tindakan tertentu, serta memperkenalkan nilai atau etika kepada masyarakat.

d) Fungsi Transmisi Budaya

Fungsi ini berperan dalam menyebarkan dan melestarikan nilai, norma, serta budaya dari satu generasi ke generasi berikutnya, sekaligus memperkenalkan perubahan budaya baru dalam masyarakat.

e) Fungsi Kohesi Sosial

Fungsi kohesi sosial bertujuan menciptakan integrasi dan persatuan dalam masyarakat melalui penyajian informasi yang mendorong solidaritas. Namun, media juga berpotensi menimbulkan disintegrasi apabila tidak dikelola secara bijak.

f) Fungsi Pengawasan (Surveillance)

Fungsi pengawasan terbagi menjadi dua, yaitu pengawasan peringatan yang memberikan informasi terkait ancaman atau bahaya, serta pengawasan instrumental yang menyediakan informasi praktis yang berguna bagi kehidupan sehari-hari masyarakat.

g) Fungsi Korelasi

Fungsi korelasi berperan sebagai penghubung antara berbagai unsur dalam masyarakat, seperti antara pemerintah, media, dan publik, sehingga tercipta pemahaman yang lebih terintegrasi terhadap suatu peristiwa.

h) Fungsi Pewarisan Sosial

Fungsi ini berkaitan dengan penyebaran nilai, norma, dan pengetahuan dari satu generasi ke generasi berikutnya melalui media massa sebagai agen sosialisasi.

i) Fungsi Kontrol Sosial (Melawan Kekuasaan Represif)

Media massa berfungsi sebagai alat kontrol sosial yang mampu mengkritisi kekuasaan serta mengawasi jalannya pemerintahan, sehingga mendorong terciptanya transparansi dan keadilan.

j) Fungsi Menggugat Hubungan Trikotomi

Fungsi ini menggambarkan peran media dalam dinamika hubungan antara pemerintah, pers, dan masyarakat, terutama ketika terjadi perbedaan kepentingan yang dapat memengaruhi arah komunikasi dan kekuasaan dalam masyarakat.

2.2.2 Media dalam Komunikasi Massa

Media merupakan salah satu sarana yang digunakan dalam penyampaian sebuah pesan. Peran media sangat penting sehingga memberi pengaruh pada keberhasilan dan efektifitas sebuah komunikasi. Berikut ini merupakan bentuk media dalam komunikasi (Syafrina, 2022: 29-42)

a) Surat Kabar

Surat kabar atau pers merupakan salah satu bentuk media massa tertua dibandingkan dengan jenis media lainnya. Kemunculannya tidak terlepas dari penemuan mesin cetak oleh Johannes Gutenberg yang memungkinkan penyebaran informasi secara lebih luas. Surat kabar, yang juga dikenal dengan istilah koran, berasal dari kata *krant* dalam bahasa Belanda dan *courant* dalam bahasa Perancis (Vera, 2016).

b) Majalah

Menurut Wilcox, majalah merupakan salah satu bentuk media cetak yang terbit secara berkala, namun tidak setiap hari, serta memuat berbagai konten seperti artikel, berita, cerita, hingga kisah-kisah populer yang ditujukan untuk khalayak umum. (Vera, 2016), majalah adalah media cetak yang diterbitkan secara mingguan, bulanan, atau triwulanan, dengan karakteristik penyajian isi yang lebih mendalam dan spesifik dibandingkan dengan surat kabar.

c) Radio

Guglielmo Marconi mengembangkan teknologi penyiaran radio berbasis gelombang elektromagnetik pada tahun 1896. Pada masa awal penggunaannya, radio dimanfaatkan sebagai sarana penyampaian

informasi dan berita, terutama untuk kepentingan militer dan pemerintahan dalam menunjang urusan kenegaraan (Vera, 2016).

d) Televisi

Televisi berasal dari kata *tele* (bahasa Yunani) yang berarti “jarak” dan *visi* yang berarti “citra” atau “gambar”, sehingga televisi dapat dipahami sebagai media yang menyajikan gambar dan suara dari suatu tempat yang berjauhan (Vera, 2016).

Seiring dengan perkembangan teknologi, televisi mengalami kemajuan yang pesat dalam sistem penyiarannya. Berbagai metode penyampaian program televisi pun terus dikembangkan, di antaranya melalui siaran udara (*over the air*), jaringan stasiun lokal dan nasional, televisi kabel, kabel digital, kabel nirkabel, serta *Direct Broadcast Satellite* (DBS).

e) Film

Film merupakan karya seni dan budaya yang termasuk dalam media komunikasi massa berbasis audiovisual, yang diproduksi dengan prinsip sinematografi dan direkam menggunakan berbagai media seperti pita seluloid, pita video, piringan video, serta teknologi lainnya (Vera, 2016).

Dalam perkembangan awalnya di Indonesia, film pertama yang diputar adalah *Lady van Java* yang diproduksi di Bandung pada tahun 1926 oleh David. Selanjutnya, pada 6 Oktober 1945, perusahaan film Nippon Eiga Sha diserahkan kepada pemerintah Republik Indonesia bersamaan dengan pembentukan Berita Film Indonesia. Lembaga tersebut kemudian bergabung dengan Perusahaan Film Negara yang selanjutnya dikenal sebagai Perusahaan Film Nasional.

2.3 Film Sebagai Media Komunikasi

2.3.1 Film

Film sebagai bagian dari media massa memiliki karakteristik yang kompleks karena menggabungkan unsur audio dan visual dalam satu kesatuan. Film umumnya dipahami sebagai rangkaian gambar yang disusun secara berurutan sehingga membentuk suatu kesatuan makna. Keberadaan film sebagai media komunikasi tidak terlepas dari sejarah

panjang perkembangan teknologi dan seni yang melatarbelakangi kemunculannya (Alfathoni & Manesah, 2020: 1)

Film sebagai salah satu bentuk media komunikasi massa yang memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas dan beragam melalui perpaduan unsur audiovisual. Dalam perspektif komunikasi, film tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana penyampaian informasi, nilai, dan ideologi yang dapat memengaruhi cara pandang serta perilaku masyarakat. (Effendy, 2003: 79)

2.3.2 Fungsi Film

Pada dasarnya film berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga memiliki peran informatif, edukatif, dan persuasif. Hal ini sejalan dengan misi film nasional Indonesia sejak 1979 yang menempatkan film tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media pendidikan dalam pembentukan karakter generasi muda (Ardianto, dkk, 2007: 145).

2.3.3 Film Sebagai Media Massa

Film merupakan bagian dari komunikasi massa yang bersifat audio-visual dan berfungsi sebagai media untuk menyampaikan pesan sosial maupun moral kepada penonton. Kehadiran film sering kali merepresentasikan realitas yang berkembang di masyarakat, sehingga mampu menghadirkan pengalaman yang serupa dengan apa yang dirasakan oleh audiens. Dengan demikian, selama dan setelah proses menonton, penonton dapat merasakan kedekatan emosional dengan adegan yang ditampilkan, termasuk memahami makna, tujuan, serta pesan yang ingin disampaikan melalui film tersebut (Asri, 2020: 75)

2.4 Representasi

Konsep representasi yang dikemukakan Stuart Hall menjadi dasar penting dalam kajian komunikasi dan budaya karena menjelaskan bagaimana makna dibentuk, disebarkan, dan dipahami di masyarakat. Hall memandang representasi sebagai proses penciptaan makna melalui bahasa, di mana bahasa tidak hanya terbatas pada bentuk verbal, tetapi juga mencakup tanda, simbol, gambar, dan

bentuk-bentuk representasi lainnya. Dalam kerangka ini, media massa seperti film dapat dipahami sebagai sistem representasi yang ikut membentuk realitas sosial, sebab apa yang ditampilkan di dalamnya bukanlah realitas yang murni objektif, melainkan hasil dari proses seleksi, penafsiran, dan konstruksi makna (Hall, 1997: 15).

Hall menjelaskan bahwa representasi bekerja melalui dua sistem, yaitu sistem konseptual yang berada dalam pikiran manusia dan sistem bahasa yang digunakan untuk menyampaikan konsep tersebut kepada orang lain. Kedua sistem ini saling berhubungan sehingga makna dapat dipahami secara bersama dalam suatu kebudayaan. Hall juga menegaskan bahwa makna bersifat tidak tetap dan terus berubah karena dibentuk melalui praktik diskursif yang dipengaruhi oleh konteks sosial, budaya, dan ideologi. Karena itu, kajian representasi menjadi penting dalam menganalisis media, termasuk film, untuk memahami bagaimana identitas, nilai, dan realitas sosial ditampilkan serta bagaimana proses tersebut memengaruhi cara pandang masyarakat (Hall, 1997: 25).

Representasi dipahami sebagai proses produksi makna melalui tanda dan simbol, sehingga tokoh ayah dalam film tidak sekadar merepresentasikan realitas yang apa adanya, melainkan realitas yang telah dikonstruksi sesuai dengan nilai, ideologi, dan kepentingan tertentu. Tokoh ayah dapat digambarkan dalam berbagai bentuk, seperti figur yang bertanggung jawab, otoritatif, hingga sosok yang absen atau bermasalah, yang kemudian merefleksikan isu sosial seperti *fatherless*. Melalui representasi tersebut, film berperan dalam membentuk persepsi audiens terhadap peran ayah dalam keluarga, sekaligus menjadi medium yang mereproduksi atau bahkan mengkritisi konstruksi sosial mengenai figur ayah dalam kehidupan masyarakat.

2.4.1 Representasi Tokoh Ayah dalam Film

Dalam kajian media, representasi dipahami sebagai proses pemaknaan yang tidak pernah bersifat objektif maupun netral. Representasi selalu dikonstruksi melalui serangkaian praktik diskursif yang dipengaruhi oleh ideologi, nilai budaya, serta kepentingan sosial yang bekerja dalam proses produksi pesan. Dengan demikian, representasi tidak hanya merefleksikan

realitas, tetapi juga berperan aktif membentuk cara pandang masyarakat terhadap suatu fenomena, termasuk isu gender, struktur keluarga, dinamika politik, maupun relasi sosial lainnya.

Dalam konteks film, representasi tokoh ayah menjadi salah satu aspek penting yang menunjukkan bagaimana budaya memaknai peran paternal dalam masyarakat. Representasi tersebut dapat mengungkap konstruksi sosial mengenai figur ayah, fungsi keluarga, serta perubahan-perubahan yang terjadi dalam struktur relasi rumah tangga. Lebih jauh, representasi ayah dalam film dapat membuka ruang analisis mengenai fenomena *fatherless*, yakni kondisi ketiadaan figur ayah secara fisik, emosional, atau simbolik, yang semakin menonjol dalam diskursus sosial kontemporer. Melalui cara film menampilkan, membingkai, dan menarasikan sosok ayah, dapat diidentifikasi bagaimana masyarakat memahami, memaknai, dan menegosiasikan peran ayah dalam kehidupan modern.

2.5 Semiotika

Menurut Roland Barthes, semiotika merupakan ilmu yang mempelajari dan menafsirkan tanda-tanda, di mana bahasa dipandang sebagai sistem tanda yang mengandung makna tertentu dalam kehidupan masyarakat. Tanda tidak hanya terbatas pada bahasa verbal, tetapi juga mencakup berbagai bentuk lain seperti lagu, dialog, tulisan, logo, gambar, ekspresi wajah, serta gerak tubuh. Gerak tubuh, sebagai salah satu bentuk tanda nonverbal, sering kali muncul secara spontan tanpa rekayasa atau kesengajaan. Meskipun tidak selalu disadari oleh individu yang melakukannya, gerakan tersebut dapat mencerminkan perasaan atau maksud yang sebenarnya. Oleh karena itu, melalui interpretasi terhadap tanda-tanda nonverbal seperti gerak tubuh, seseorang dapat memahami makna yang tersembunyi di balik perilaku komunikasi yang ditampilkan (Kevinia, dkk, 2022: 38).

2.5.1 Semiotika Roland Barthes

Roland Barthes merupakan seorang pemikir asal Prancis yang dikenal sebagai tokoh penting dalam kajian semiotika dan teori budaya. Barthes

mengembangkan konsep analisis tanda yang membedakan antara makna denotasi (makna literal) dan konotasi (makna tambahan yang bersifat kultural dan ideologis), serta memperkenalkan konsep mitos sebagai sistem tanda tingkat kedua yang merepresentasikan nilai-nilai dominan dalam masyarakat. Pemikirannya banyak digunakan dalam analisis media, termasuk film, untuk mengungkap bagaimana makna tersembunyi dan ideologi dibentuk melalui tanda, simbol, dan representasi yang tampak sederhana namun sarat makna.

1. SIGNIFIER		2. SIGNIFIED	
SIGN (tanda <i>denotative</i>)		II. SIGNIFIED	
I. Signifier	(penanda konotatif)	(Petanda konotatif)	
III. SIGN (Tanda konotatif)			

Tabel 2. 1 Model Simiotik Barthes

Tabel model semiotika Roland Barthes tersebut menjelaskan dua tingkat pemaknaan tanda, yaitu denotasi dan konotasi. Pada tingkat pertama (denotatif), tanda (sign) terbentuk dari hubungan antara *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda) yang menghasilkan makna literal atau makna yang bersifat langsung. Selanjutnya, pada tingkat kedua (konotatif), tanda denotatif tersebut berfungsi sebagai penanda baru yang dikaitkan dengan petanda konotatif, sehingga menghasilkan makna yang lebih dalam dan dipengaruhi oleh nilai budaya, ideologi, serta pengalaman sosial. Dengan demikian, model ini menunjukkan bahwa sebuah tanda tidak hanya memiliki makna tunggal, melainkan dapat berkembang menjadi sistem makna yang kompleks melalui proses konotasi yang berlapis.

a) Denotasi

Dalam kajian semiotika Roland Barthes, konsep denotasi merupakan tingkat makna paling dasar yang bersifat langsung, objektif, dan sesuai

dengan realitas yang tampak. Denotasi merujuk pada hubungan antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) yang menghasilkan makna literal. Menurut (Sobur, 2013: 128), denotasi adalah makna yang bersifat “sebenarnya” atau makna yang paling nyata dari suatu tanda tanpa adanya interpretasi tambahan.

b) Konotasi

Konotasi merupakan tingkat makna kedua yang bersifat subjektif dan dipengaruhi oleh nilai budaya, emosi, serta ideologi tertentu. Pada tahap ini, tanda tidak hanya dimaknai secara literal, tetapi juga mengandung makna tambahan yang berkembang dalam masyarakat. Konotasi adalah makna yang muncul karena adanya interaksi antara tanda dengan perasaan atau pengalaman pengguna tanda tersebut, sehingga menghasilkan makna yang lebih luas dan mendalam (Sobur, 2013: 129).

c) Mitos

Mitos dalam pemikiran Barthes merupakan sistem pemaknaan tingkat lanjut yang berfungsi untuk melegitimasi nilai-nilai dominan dalam masyarakat. Mitos tidak lagi sekadar makna tambahan, tetapi menjadi cara bagaimana ideologi tertentu dinaturalisasi sehingga tampak sebagai sesuatu yang wajar dan benar. Mitos adalah cara kebudayaan menjelaskan atau memahami realitas dengan memberikan makna tertentu yang seolah-olah bersifat alamiah, padahal merupakan hasil konstruksi sosial (Sobur, 2013: 131).

2.6 Isu *Fatherless* (Ketiadaan Peran Ayah)

Fenomena *fatherless* merupakan isu yang kompleks dan memiliki dampak besar terhadap perkembangan anak. Ketika anak tumbuh tanpa peran ayah dalam pengasuhan, seringkali mereka kesulitan membangun rasa aman, mengembangkan kepercayaan diri, bahkan mengelola emosi mereka sendiri. Kondisi ini juga berpotensi menurunkan kemampuan anak dalam membangun hubungan yang sehat di masa depan dan memengaruhi kesehatan mental mereka. *Fatherless* dapat disebabkan karena berbagai sebab, seperti perceraian antara orang tua, kematian ayah, atau ketiadaan ayah dalam kehidupan sehari-hari anak

meskipun ayah masih hidup. Di beberapa kasus, ayah mungkin ada secara fisik tetapi tidak terlibat secara emosional atau tidak aktif dalam mendidik anak, sehingga anak merasakan ketiadaan sosok ayah sebagai contoh dan dukungan. (Nabila, Arifin,& Syam, 2025 : 142)

Salah satu penyebab munculnya kondisi *fatherless* adalah kuatnya budaya patriarki yang masih melekat dalam masyarakat. Sistem budaya tersebut menempatkan laki-laki sebagai pihak yang bertanggung jawab penuh dalam mencari nafkah, sementara pengasuhan anak dianggap sebagai kewajiban perempuan. Asumsi budaya bahwa laki-laki tidak seharusnya terlibat dalam pengasuhan membuat banyak ayah menjauh dari peran emosional dan praktis dalam keluarga. Sementara itu, tantangan pengasuhan terus berubah dan membutuhkan keterlibatan kedua orang tua secara aktif. (Wulandari & Shafarani, 2023 : 7).

Studi media menunjukkan bahwa isu *fatherless* sering kali direpresentasikan melalui narasi yang menyoroti kerentanan emosional, konflik keluarga, serta perjuangan anak atau ibu dalam mengisi kekosongan peran paternal. Film sebagai media representasional memiliki kemampuan untuk membongkar fenomena *fatherless* secara dramatik dan simbolik, sehingga membuka ruang refleksi mengenai dampak sosial dan psikologis dari ketidakhadiran ayah. Melalui karakterisasi, alur cerita, dan simbol visual, film dapat menampilkan bagaimana masyarakat memaknai figur ayah, sekaligus mengungkap konstruksi budaya mengenai pentingnya peran paternal dalam perkembangan anak.

Oleh karena itu, pembahasan mengenai isu *fatherless* menjadi relevan dalam penelitian representasi media, termasuk analisis terhadap film *Andai Ibu Tidak Menikah dengan Ayah*. Pemaknaan yang dihasilkan film dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana realitas sosial terkait peran ayah dikonstruksikan, dinegosiasikan, dan direpresentasikan melalui sistem tanda dalam narasi sinematik.

2.7 Penelitian Terdahulu

Dalam penyusunan penelitian ini, penulis merujuk pada beberapa penelitian terdahulu yang memiliki kesesuaian baik dari segi fokus kajian maupun pendekatan analisis. Kajian-kajian tersebut berperan sebagai dasar konseptual dan metodologis yang memperkuat kerangka penelitian, khususnya dalam menganalisis representasi tokoh ayah dan isu *fatherless* melalui kerangka semiotika Roland Barthes.

Nama Peneliti	Asyi Ainaya & Augustin Mustika Chairil
Judul Penelitian	Representasi Isu Fatherless dalam Film Blonde (2022)
Metode Penelitian	Metode kualitatif dengan analisis semiotika.
Teori Penelitian	Menggunakan semiotika John Fiske dengan tiga level analisis (realitas, representasi, ideologi).
Hasil Penelitian	Film <i>Blonde</i> merepresentasikan fatherless sebagai kondisi psikologis yang membentuk ketidakstabilan emosi, kebutuhan akan figur ayah, serta pencarian identitas diri yang berkelanjutan.
Perbedaan	Menggunakan semiotika John Fiske, sedangkan pada penelitian ini menggunakan Roland Barthes serta fokus pada tokoh ayah dalam film yang berbeda.

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu 1

Nama Peneliti	Alvina Amallia Putri Damayanti, Lintang Ratri Rahmiaji, & Primada Qurrota Ayun
Judul Penelitian	Representasi Fatherhood dalam Film <i>Miracle in Cell No. 7</i> (2022)
Metode Penelitian	Metode kualitatif dengan analisis semiotika.
Teori Penelitian	Teori representasi Stuart Hall, konsep fatherhood Nicholas Townsend, serta semiotika John Fiske.
Hasil Penelitian	Film merepresentasikan ayah sebagai <i>nurturing father</i> yang menekankan kasih sayang dan kedekatan emosional, melampaui konstruksi patriarki tradisional.
Perbedaan	Fokus pada fatherhood (peran ideal ayah), sedangkan perbedaan pada penelitian ini mengkaji fatherless

	dengan pendekatan semiotika Roland Barthes.
--	---

Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu 2

Nama Peneliti	Nezar Ariffananda & Dimas Satrio Wijaksono
Judul Penelitian	Representasi Peran Ayah dalam Film <i>Ngeri-Ngeri Sedap</i> (Analisis Semiotika John Fiske) (2023)
Metode Penelitian	Metode kualitatif dengan paradigma kritis, menggunakan analisis semiotika.
Teori Penelitian	Menggunakan semiotika John Fiske dengan tiga level analisis, yaitu realitas, representasi, dan ideologi.
Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tokoh ayah dalam film <i>Ngeri-Ngeri Sedap</i> direpresentasikan dalam kerangka budaya patriarki, dengan peran dominan sebagai pelindung (<i>protector</i>), pengambil keputusan (<i>decision maker</i>), pengawas (<i>monitor and disciplinary</i>), penyedia kebutuhan (<i>provider</i>), serta penanggung jawab keluarga. Tokoh ayah juga menjadi pusat konflik sekaligus penggerak utama dalam dinamika keluarga.
Perbedaan	Penelitian ini berfokus pada representasi peran ayah dalam konteks budaya patriarki, sedangkan penelitian ini menitikberatkan pada isu fatherless (ketiadaan/permasalahan figur ayah). Selain itu, penelitian ini menggunakan semiotika John Fiske, sementara penelitian penulis menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes dengan analisis denotasi, konotasi, dan mitos. Objek penelitian juga berbeda, yaitu film <i>Ngeri-Ngeri Sedap</i> dibandingkan dengan film <i>Andai Ibu Tidak Menikah dengan Ayah</i> .

Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu 3

Hasil penelitian menunjukkan bahwa film tersebut merepresentasikan *fatherhood* sebagai sebuah kondisi yang melampaui peran pencari nafkah. Tokoh utama merepresentasikan ayah pengasuh (*nurturing father*) yang ditandai dengan kasih sayang, kedekatan emosional, dan tanggung jawab pengasuhan yang intens,

yang bertentangan dengan mitos patriarki tentang peran gender. Studi ini menegaskan bahwa media film memiliki peran signifikan dalam membingkai ulang pemahaman masyarakat mengenai *fatherhood*, menekankan bahwa kualitas emosional dan pengasuhan merupakan inti dari peran ayah.

2.8 Kerangka Berfikir

Penelitian ini berawal dari pemahaman bahwa film merupakan media representasional yang tidak hanya menampilkan realitas, tetapi juga membentuk cara pandang masyarakat melalui sistem tanda. Representasi yang muncul dalam film adalah hasil konstruksi sosial, ideologi, dan praktik budaya yang bekerja dalam proses produksi makna. Dengan demikian, tokoh ayah dalam film *Andai Ibu Tidak Menikah dengan Ayah* dipandang tidak sekadar sebagai karakter fiktif, melainkan sebagai simbol yang membawa serangkaian makna mengenai peran paternal dan fenomena *fatherless* dalam kehidupan keluarga.

Untuk mengungkap makna tersebut, penelitian ini menggunakan model analisis semiotika Roland Barthes yang menekankan tiga tingkat pemaknaan: denotasi, konotasi, dan mitos. Pada makna denotasi, peneliti mengidentifikasi makna literal dari adegan, dialog, dan ekspresi tokoh ayah. Pada makna konotasi, peneliti menafsirkan makna kultural yang muncul dari tanda-tanda tersebut, seperti peran ayah, relasi dalam keluarga, atau bentuk ketidakhadiran emosional. Sementara itu, pada tingkat mitos, peneliti mengkaji bagaimana film menghadirkan ideologi tertentu terkait peran ayah, maskulinitas, dan fenomena *fatherless* sebagai sesuatu yang tampak wajar dalam masyarakat.

Selain teori Barthes, penelitian ini juga berpijak pada konsep *fatherless* sebagai fenomena sosial yang memengaruhi dinamika emosional anak serta struktur keluarga. Ketidakhadiran figur ayah, baik secara fisik maupun emosional, dikaji sebagai aspek penting yang membentuk konflik dan perkembangan karakter dalam film. Dengan mengintegrasikan konsep representasi dan teori semiotika, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana film tersebut mengonstruksikan makna mengenai tokoh ayah dan bagaimana isu *fatherless* ditampilkan melalui simbol-simbol sinematik.

Berdasarkan keseluruhan landasan teoretis tersebut, kerangka berpikir penelitian ini menuntun pada pemahaman bahwa representasi tokoh ayah dalam film tidak pernah berdiri sendiri, melainkan dibentuk oleh struktur kultural dan ideologis yang bekerja dalam teks film. Melalui analisis tanda pada tiga tingkat pemaknaan Barthes, penelitian ini berupaya mengidentifikasi pesan implisit, konstruksi sosial, serta nilai-nilai budaya yang melatarbelakangi cara film *Andai Ibu Tidak Menikah dengan Ayah* menampilkan isu *fatherless*.

