

BAB 2

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Komunikasi Massa

2.1.1. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan, informasi, dan ide kepada khalayak yang luas melalui media massa. Ini melibatkan penggunaan teknologi dan saluran komunikasi yang dirancang untuk mencapai audiens yang besar dan beragam, seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan media digital. Tujuan komunikasi massa adalah menyebarkan informasi, mempengaruhi opini publik, membangun kesadaran, menghibur, dan mempengaruhi perilaku massa. Melalui komunikasi massa, pesan-pesan dan cerita-cerita dapat diungkapkan, didistribusikan, dan dikonsumsi oleh jutaan orang di berbagai lokasi geografis.

2.1.2. Ciri – Ciri Komunikasi Massa

Komunikasi massa memiliki ciri-ciri tersendiri yang membedakannya dari bentuk komunikasi lainnya, terutama karena kemampuannya untuk mencapai audiens yang sangat besar. Berdasarkan pandangan Romli, (Romli, 2016) berikut ini adalah beberapa karakteristik utama dari komunikasi massa:

1. Skala luas: Komunikasi massa mencapai audiens yang sangat luas, terdiri dari ribuan, jutaan, atau bahkan miliaran orang di berbagai negara, wilayah, atau budaya. Ini membedakannya dari komunikasi interpersonal yang melibatkan interaksi langsung antara individu atau kelompok kecil.
2. Anonimitas dan tidak langsung: Komunikasi massa sering kali bersifat tidak langsung, di mana pesan disampaikan dari sumber kepada audiens tanpa adanya interaksi langsung atau umpan balik yang langsung. Sumber pesan mungkin tidak tahu secara personal kepada siapa pesan tersebut ditujukan dan tidak ada interaksi individual yang terjadi.

3. Komunikasi satu arah: Tradisionalnya, komunikasi massa cenderung bersifat satu arah, di mana pesan disampaikan oleh sumber kepada audiens tanpa adanya dialog atau partisipasi langsung dari audiens. Namun, dengan kemajuan teknologi digital dan media sosial, interaksi dan partisipasi audiens semakin penting.
4. Penggunaan media teknologi: Komunikasi massa bergantung pada media teknologi seperti cetak, radio, televisi, dan internet untuk menyampaikan pesan kepada audiens. Setiap media memiliki karakteristik unik dan mempengaruhi cara pesan disampaikan dan diterima oleh audiens.
5. Konteks sosial dan budaya: Komunikasi massa terjadi dalam konteks sosial dan budaya yang kompleks. Setiap budaya memiliki nilai-nilai, norma, dan preferensi komunikasi yang berbeda. Konteks budaya mempengaruhi cara pesan dipahami, diterima, dan ditafsirkan oleh audiens.
6. Pengaruh dan dampak: Komunikasi massa memiliki potensi untuk mempengaruhi opini publik, sikap, perilaku, dan budaya secara luas. Pesan-pesan yang disampaikan melalui komunikasi massa dapat membentuk persepsi, membangun kesadaran, dan mempengaruhi norma dan nilai-nilai dalam masyarakat.
7. Proses seleksi dan gatekeeping: Dalam komunikasi massa, ada proses seleksi dan gatekeeping yang dilakukan oleh media, di mana pesan-pesan tertentu dipilih, disunting, dan disampaikan kepada audiens. Proses ini dapat mempengaruhi jenis informasi yang diakses oleh audiens dan mempengaruhi agenda publik.
8. Diversitas dan pluralitas: Komunikasi massa mencakup berbagai jenis media, konten, dan bentuk pesan yang mencerminkan keragaman masyarakat dan budaya. Ini mencakup berbagai genre film, program televisi, surat kabar,

majalah, situs web, dan platform media sosial.

Komunikasi massa memiliki dampak yang signifikan dalam membentuk opini publik, mempengaruhi sikap, dan membentuk budaya. Ia juga memiliki peran penting dalam memberikan informasi penting, memberikan hiburan, dan memfasilitasi dialog dan pertukaran ide di tingkat global. Namun, perlu diingat bahwa komunikasi massa juga dapat menjadi subjek kritik dan tantangan, seperti bias media, kesalahan informasi, dan konsekuensi dari dominasi atau manipulasi kekuatan media. Oleh karena itu, keterampilan kritis dalam membaca, mengonsumsi, dan menganalisis informasi yang disampaikan melalui komunikasi massa menjadi penting dalam masyarakat modern.

2.1.3. Elemen Komunikasi Massa

Semua elemen ini saling terkait dan berinteraksi dalam konteks komunikasi massa. Mereka membentuk kerangka kerja yang kompleks untuk produksi, penyebaran, dan penerimaan pesan dalam media massa.

1. Sumber Pesan, adalah entitas atau individu yang menghasilkan dan menginisiasi pesan dalam komunikasi massa. Ini bisa berupa individu, perusahaan, organisasi, atau institusi yang bertanggung jawab untuk menciptakan konten dan menyampaikan pesan kepada audiens melalui media massa.
2. Pesan, adalah informasi, gagasan, pesan politik, cerita, atau pesan promosi yang ingin disampaikan kepada audiens. Pesan ini biasanya dirancang untuk mempengaruhi, menginformasikan, atau menghibur audiens. Pesan dalam komunikasi massa dapat berupa teks, gambar, suara, atau kombinasi dari semuanya.
3. Media, merupakan saluran atau platform yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada audiens. Ini meliputi berbagai bentuk media massa seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, film, situs web, media sosial, dan platform digital lainnya. Setiap media memiliki karakteristik unik dan dapat mencapai audiens yang berbeda.

4. Audiens, adalah orang atau kelompok yang menerima dan mengkonsumsi pesan yang disampaikan melalui komunikasi massa. Audiens komunikasi massa bisa sangat luas dan beragam, mencakup individu dengan latar belakang, minat, dan karakteristik yang berbeda. Audiens memiliki peran penting dalam memahami, menafsirkan, dan memberikan umpan balik terhadap pesan yang diterima.
5. Konteks, merujuk pada situasi sosial, budaya, politik, dan ekonomi di mana komunikasi massa terjadi. Konteks ini mempengaruhi bagaimana pesan diproduksi, disampaikan, dan diterima oleh audiens. Faktor-faktor seperti nilai-nilai budaya, norma, kepercayaan, dan keadaan sosial-politik dapat mempengaruhi cara pesan diinterpretasikan oleh audiens.
6. Efek, merujuk pada dampak yang dihasilkan oleh komunikasi massa pada audiens dan masyarakat secara luas. Efek-efek ini dapat bersifat kognitif (pemahaman, pengetahuan), afektif (emosi, sikap), atau perilaku (tindakan, perubahan perilaku). Efek komunikasi massa dapat termasuk pembentukan opini publik, pembentukan identitas budaya, pengaruh dalam pengambilan keputusan, atau perubahan sosial.
7. Pengaruh Ekonomi, Aspek ekonomi juga merupakan elemen penting dalam komunikasi massa. Industri media massa didorong oleh kepentingan ekonomi, seperti pendapatan iklan, penjualan tiket, langganan, atau pendapatan digital. Pertimbangan ekonomi juga mempengaruhi produksi dan distribusi konten media.
8. Regulasi dan Etika, memainkan peran penting dalam komunikasi massa. Pemerintah, badan regulasi, dan kode etik jurnalistik mengatur dan mengawasi praktik komunikasi massa untuk memastikan integritas, keadilan, dan kepatuhan terhadap standar dan nilai-nilai tertentu.

2.1.4. Media Massa

Media massa memegang peran penting dalam memberikan informasi, mendidik, menghibur, serta membentuk opini publik. Selain itu, media massa berperan signifikan dalam membentuk sikap, perilaku, dan pola pikir masyarakat. Di era digital ini, perkembangan media massa semakin pesat dengan adanya interaksi dan partisipasi aktif dari audiens melalui media sosial, komentar online, dan berbagi konten. Media massa berfungsi sebagai sarana komunikasi yang kuat untuk menyampaikan informasi, pesan, dan berbagai jenis konten kepada audiens yang beragam dan luas. Contoh media massa meliputi:

1. Surat kabar, Media cetak yang berisi berita, artikel, opini, iklan, dan informasi lainnya. Surat kabar biasanya diterbitkan harian, mingguan, atau bulanan.
2. Majalah, Publikasi periodik yang berfokus pada topik atau minat khusus seperti mode, kecantikan, olahraga, kesehatan, bisnis, dan lain sebagainya.
3. Radio, Media suara yang menyiarkan program-program yang mencakup berita, musik, wawancara, acara talk show, dan lain-lain. Radio bisa disalurkan melalui gelombang radio tradisional atau melalui internet (radio streaming).
4. Televisi, Media audiovisual yang menyiarkan program-program televisi yang meliputi berita, acara hiburan, drama, film, dokumenter, olahraga, dan lainnya. Televisi bisa disalurkan melalui siaran udara, kabel, atau melalui layanan streaming.
5. Film, Media audiovisual yang menggunakan gambar bergerak, suara, dan elemen visual lainnya untuk menyampaikan cerita dan hiburan kepada penonton. Film biasanya ditonton di bioskop, televisi, atau platform streaming.
6. Media Digital/Online, Media yang beroperasi melalui internet, termasuk situs web berita, portal berita, blog, media sosial, platform video seperti YouTube, platform streaming seperti

Netflix, dan aplikasi mobile.

2.1.5. Peran Komunikasi Massa dalam Membentuk Pemahaman dan Persepsi

Komunikasi massa memainkan peran yang sangat signifikan dalam membentuk pemahaman dan persepsi publik terhadap berbagai isu, peristiwa, dan fenomena global. Melalui berbagai media seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, dan platform digital, informasi dapat disebarkan dengan cepat dan efisien kepada audiens yang luas. Disini akan mengkaji bagaimana komunikasi massa berfungsi sebagai agen perubahan dalam membentuk pemahaman dan persepsi masyarakat.

1. Menyampaikan Informasi

Salah satu fungsi utama komunikasi massa adalah menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Media massa mengumpulkan data dari berbagai sumber dan menjadikannya mudah diakses oleh publik. Melalui pemberitaan aktual tentang politik, ekonomi, sosial budaya atau isu-isu global lainnya, media memainkan peran penting dalam memberikan wawasan baru kepada masyarakat sehingga mereka dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang dunia sekitar.

2. Menciptakan Opini Publik

Komunikasi massa juga memiliki kekuatan untuk menciptakan opini publik melalui pengaruh yang dimilikinya terhadap persepsi manusia. Melalui pendekatan editorial maupun seleksi konten berita tertentu, media massa dapat mempengaruhi pandangan dan sikap masyarakat terhadap berbagai masalah. Misalnya, dengan memberikan sorotan yang konsisten pada suatu topik tertentu secara negatif atau positif, media bisa membentuk persepsi publik tentang isu tersebut.

3. Membangun Identitas Budaya

Komunikasi massa juga berperan dalam membangun identitas budaya melalui penyebaran informasi mengenai nilai-nilai, norma-norma sosial, dan tradisi lokal. Media massa memiliki

kekuatan untuk mempromosikan warisan budaya serta menyebarkan pemahaman yang lebih luas tentang keberagaman budaya di seluruh dunia. Dengan demikian, komunikasi massa dapat membantu memelihara dan melestarikan identitas budaya serta meningkatkan penghargaan antarbudaya.

4. Menyajikan Beragam Sudut Pandang

Media massa juga bertanggung jawab untuk menyajikan beragam sudut pandang dalam pemberitaannya agar masyarakat mendapatkan gambaran yang lebih lengkap mengenai suatu peristiwa atau isu tertentu. Dengan menampilkan perspektif yang berbeda-beda dari sumber-sumber terpercaya, komunikasi massa dapat membantu individu dalam membuat penilaian yang lebih objektif serta menghindari bias informasi.

5. Mendorong Partisipasi dan Aksi Sosial

Komunikasi massa juga dapat mendorong partisipasi aktif dari masyarakat dalam isu-isu sosial yang penting. Melalui liputan media tentang gerakan sosial atau perubahan positif di masyarakat, media massa dapat memobilisasi khalayak untuk terlibat dalam aksi kolektif dan memberikan kontribusi nyata bagi perubahan yang diinginkan.

Dalam kesimpulan, komunikasi massa memiliki peran penting dalam membentuk pemahaman dan persepsi publik. Dengan menyebarkan informasi kepada khalayak luas, menciptakan opini publik, membangun identitas budaya, menyajikan beragam sudut pandang serta mendorong partisipasi dan aksi sosial, komunikasi massa menjadi kekuatan besar untuk membentuk pandangan dunia individu serta meningkatkan kesadaran kolektif tentang isu-isu penting.

2.2. Film

Film merupakan bentuk hiburan yang sangat digemari oleh masyarakat. Seiringwaktu, film tidak hanya dilihat sebagai sarana hiburan saja, tetapi juga sebagai media promosi yang efektif. Ketika menelusuri sejarah perfilman, jelas bahwa film telah menjadi bagian

integral dari media massa. Film adalah tontonan yang bisa dinikmati oleh banyak penonton secara serentak, menjadikannya sebagai media massa yang menyalurkan berbagai bentuk kreativitas dari para pembuat film. Dampak film pada penonton masa kini sangat signifikan. Pengaruh ini menciptakan proses negosiasi ketika penonton menerima informasi yang disajikan dalam film tersebut. Apakah informasi tersebut diterima atau tidak oleh audiens sangat bergantung pada audiens itu sendiri. Jika informasi dalam film mampu dengan mudah mempengaruhi proses negosiasi informasi di kalangan penonton, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh film tersebut sangat besar (McQuail D., 2011).

2.2.1. Film Sebagai Komunikasi Massa

Film diakui sebagai bagian dari media massa dan komunikasi massa karena kemampuannya yang luas untuk mempengaruhi masyarakat. Film memiliki kapasitas untuk menjangkau audiens yang besar dalam waktu yang relatif singkat. Film juga berfungsi sebagai bentuk pemanfaatan waktu luang, memberikan masyarakat kesempatan untuk beristirahat dari rutinitas kerja mereka. Dalam bukunya, McGuire menjelaskan bahwa sinema telah memberikan kontribusi signifikan bagi para pekerja budaya, memungkinkan mereka untuk menikmati kehidupan sosial yang memadai. Sinema telah menjadi medium penting dalam mengisi waktu senggang, menawarkan hiburan yang juga berfungsi sebagai sarana komunikasi yang efektif (McGuire, 2011). Saat ini, film, sebagai bentuk bisnis baru, berorientasi pada banyak kelompok orang dan institusi.

Sejarah film sebagai media komunikasi massa mencakup tiga elemen utama: sebagai alat propaganda, kemunculan genre artistik, dan perkembangan gerakan dokumenter. Film memiliki peran penting dalam propaganda karena sifatnya yang mampu menjangkau khalayak luas, memberikan dampak emosional yang signifikan, dan popularitas yang tinggi. Ketika digunakan untuk kepentingan negara atau bangsa, film dapat memberikan pengaruh yang besar. Selain berfungsi sebagai hiburan, film juga memiliki peran dalam pembelajaran dan publisitas.

Sebagai contoh, setelah peristiwa 11 September, pemerintah AS mengadakan pertemuan dengan para pemimpin industri film untuk membahas bagaimana film dapat berkontribusi dalam menanggapi serangan teroris. Film, dalam kapasitasnya sebagai media massa, tidak hanya menyajikan hiburan tetapi juga berfungsi sebagai alat penting untuk menyampaikan pesan, mempengaruhi opini publik, dan mendokumentasikan peristiwa penting (McQuail, 2011).

2.2.2. Fungsi Film

Film tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk menampilkan bakat dan hiburan sosial, tetapi juga memiliki berbagai fungsi lainnya yang sangat signifikan, antara lain:

1. Sebagai Media Pendidikan: Film berperan dalam menyajikan fakta atau realitas peristiwa sehingga dapat dipahami oleh masyarakat. Melalui film, penonton dapat memperoleh pengetahuan tentang berbagai topik dan isu yang relevan.
2. Sebagai Media Hiburan: Film menyediakan hiburan bagi individu yang sedang mengalami kesulitan atau mencari cara untuk menyegarkan kembali semangat mereka. Menonton film sering kali menjadi pelarian dari tekanan sehari-hari.
3. Sebagai Media Komunikasi: Film juga berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan informasi dan menjalin hubungan sosial, memungkinkan komunikasi dua arah antara pembuat film dan penonton.
4. Sebagai Media Transformasi Budaya: Sinema berperan dalam transformasi budaya antar generasi, memperkenalkan dan mempertahankan nilai-nilai budaya, tradisi, dan norma-norma sosial melalui cerita dan karakter yang disajikan.

2.2.3. Jenis Film

Effendi menjelaskan dalam *Communication Theory and Philosophy* (2003: 43) bahwa sinema terbagi dalam beberapa genre, antara lain:

1. Berita, Newsreels menceritakan kisah tentang apa yang sebenarnya terjadi. Karena sifat beritanya, film tersebut harus

layak diberitakan kepada penonton. Faktanya, tidak ada "fakta berita" yang melekat pada film ini dibandingkan dengan media lain seperti media penyiaran dan media cetak. Beberapa berita pasti benar. Pembuatan berita membutuhkan waktu yang lama.

2. Cerita, Film adalah jenis film dengan cerita yang biasa dipresentasikan dan didistribusikan sebagai produk bisnis. Cerita yang diangkat dalam film tersebut bisa berasal dari fiksi atau berdasarkan peristiwa nyata yang di modifikasi, agar mengandung unsur menarik, baik dari sisi alur ataupun segi artistiknya. Cerita yang disajikan tentunya perlu mengandung unsur-unsur yang menyentuh hati para penontonnya.
3. Film animasi, Animasi atau kartun adalah film yang dibuat dengan menggunakan gambar bergerak, dan pada saat pertama kali keluar dibuat dengan menggunakan teknik stop motion animation.
4. Dokumenter, Film dokumenter adalah film berdasarkan situasi nyata yang terjadi saat ini, jadi tidak ada yang dimanipulasi.

2.2.4. Unsur Unsur Film

1. Unsur sinematik merupakan elemen penting dalam pembuatan film yang mencakup berbagai gaya dan aspek teknis. Elemen ini terdiri dari beberapa bagian yang masing-masing memiliki peran penting dalam membentuk cerita visual sebuah film:
 - a) Sinematografi adalah teknik pengambilan gambar yang mengarah pada narasi visual film.
 - b) Mise en scene mencakup semua yang terlihat dalam setiap frame film, termasuk aktor, setting, pencahayaan, dan riasan.
 - c) Suara merujuk pada penggunaan audio dalam film untuk menyampaikan pesan kepada penonton.
 - d) Editing adalah proses penyuntingan yang memungkinkan penggabungan berbagai elemen visual untuk membentuk sebuah kesatuan yang kohesif.

2. Unsur naratif, sementara itu, mengacu pada struktur cerita atau narasi dalam sebuah film yang terdiri dari beberapa elemen yang saling terkait:
 - a) Tokoh melibatkan karakter utama (protagonis) dan karakter lawan (antagonis) yang berkontribusi dalam mengembangkan konflik cerita.
 - b) Lokasi memainkan peran penting dalam memberikan konteks visual dan emosional bagi alur cerita.
 - c) Waktu digunakan dalam film untuk menandai urutan peristiwa dan perkembangan cerita.
 - d) Tujuan mengacu pada motivasi karakter utama dalam film.
 - e) Konflik merupakan elemen yang penting dalam cerita film karena menghadirkan rintangan atau tantangan yang harus diatasi oleh karakter utama.

2.2.5. Tema Film (Genre)

Askurifai Baksin (2003:93), membagi tema film menjadi lima yakni:

1. Aksi, Genre aksi menonjolkan adegan pertempuran atau perkelahian antara dua karakter yang sering kali melibatkan penggunaan senjata. Biasanya, ada pahlawan yang berhadapan dengan musuh atau penjahat.
2. Drama, Genre drama berfokus pada aspek-aspek yang memikat minat manusia, dengan tujuan menimbulkan empati dan emosi penonton terhadap situasi yang dialami oleh karakter. Drama sering membuat penonton merasakan kebahagiaan, kekecewaan, kemarahan, bahkan kesedihan.
3. Horor, Genre horor menampilkan adegan-adegan yang menakutkan dan mampu meningkatkan adrenalin penonton. Film horor biasanya terkait dengan elemen supranatural yang dirancang untuk menciptakan suasana yang mencekam.

4. Parodi, Film parodi adalah tiruan dari film lain tetapi dibangun dengan cara yang berbeda sehingga menghasilkan efek komedi yang membuat penonton tertawa.
5. Komedi, Genre komedi menampilkan adegan atau dialog yang lucu dan menghibur, yang dirancang untuk membuat penonton tertawa.
6. Drama Aksi, Genre drama aksi menggabungkan elemen-elemen dari drama dan aksi. Film biasanya dimulai dengan suasana melankolis yang khas dari drama, kemudian beralih ke adegan-adegan yang penuh ketegangan.
7. Tragedi, Genre tragedi biasanya berfokus pada protagonis yang menghadapi nasib buruk. Ceritanya mengisahkan pengalaman hidup yang penuh penderitaan dan kesulitan bagi tokoh utamanya.
8. Komeditragi, Genre komeditragi dimulai dengan adegan-adegan komedi, kemudian berkembang menjadi cerita yang tragis. Penonton mengalami roller-coaster emosi sepanjang film.
9. Komedi Horor, Genre komedi horor menampilkan adegan-adegan menakutkan namun diselengi dengan unsur-unsur komedi. Ini memungkinkan penonton merasakan ketakutan yang dibalut dengan humor.

2.2.6. Pemaknaan Film

Pemaknaan pada film merupakan proses interpretasi yang dilakukan oleh penonton terhadap pesan yang disampaikan oleh film tersebut. Pemaknaan dapat berbeda-beda antara satu penonton dengan penonton lainnya, tergantung pada latar belakang, pengalaman, dan persepsi masing-masing individu. Pemaknaan pada film juga dapat dipengaruhi oleh konteks sosial, budaya, dan politik yang ada pada saat

film tersebut dirilis. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi Pemaknaan pada Film. Pertama, faktor latar belakang individu, seperti pendidikan, pekerjaan, dan pengalaman hidup. Latar belakang individu dapat mempengaruhi persepsi dan interpretasi terhadap pesan yang disampaikan oleh film. Kedua, faktor konteks sosial dan budaya. Konteks sosial dan budaya yang ada pada saat film dirilis dapat mempengaruhi pemaknaan penonton. Misalnya, film yang mengangkat isu-isu sosial atau politik tertentu akan memiliki pemaknaan yang berbeda-beda tergantung pada konteks sosial dan budaya masyarakat pada saat itu. Ketiga, faktor pengaruh media massa. Media massa, seperti ulasan film, artikel, atau komentar di media sosial, dapat mempengaruhi pemaknaan penonton terhadap film. Ulasan atau komentar yang positif atau negatif dapat membentuk persepsi dan interpretasi penonton terhadap film tersebut.

Dalam konteks komunikasi, makna mengacu pada interpretasi pesan yang disampaikan. Istilah ini sering digunakan untuk menganalisis bagaimana pesan yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima melalui teks media dipahami. Komunikasi efektif terjadi ketika pengirim dan penerima memiliki pemahaman yang sama tentang tujuan dari pesan tersebut. Media yang ditujukan kepada khalayak luas biasanya mengandung pesan tertentu yang ingin disampaikan, tetapi audiens mungkin memiliki pemahaman yang beragam mengenai makna dari pesan tersebut. Dalam proses komunikasi, media memiliki asumsi tentang bagaimana pesan tersebut seharusnya diterima dan dipahami oleh audiens, serta dampak yang diharapkan, baik itu kognitif, afektif, maupun perilaku. Proses ini memungkinkan audiens untuk membuat interpretasi yang bermakna dari pesan yang diterima.

Efek yang dihasilkan dapat diklasifikasikan menurut ukurannya, yaitu:

1. Efek kognitif yang menambah pengetahuan komunikator.
2. Efek Afektif yang menciptakan emosi hanya dalam pesan teks media.

3. Efek perilaku di mana medium atau audiens melakukan tindakan atau aktivitas.

Dari pengkategorian efek di atas, terlihat bahwa kelompok sasaran dalam penelitian ini memiliki karakteristik yang berbeda. Proses komunikasi yang dialami audiens juga berbeda. Oleh karena itu teks media memiliki makna pesan yang jelas. Tafsir ini dapat dilihat sebagai rekaman ilmiah dari teks-teks media yang diproduksi oleh publik. Dalam penelitian ilmiah, makna pesan dipelajari melalui teori coding dan decoding yang dikemukakan oleh Stuart Hall. Teori menyatakan bahwa penonton tidak hanya pasif menerima pesan yang disampaikan oleh film, tetapi juga aktif dalam memaknai pesan tersebut. Penonton membawa latar belakang, pengalaman, dan persepsi mereka sendiri dalam memaknai film.

2.2.7. Proses Interpretasi dan Pengertian Film oleh Penonton

Proses interpretasi film melibatkan interaksi antara penonton dengan pesan yang disampaikan oleh film. Setiap individu memiliki latar belakang, pengalaman, dan pemahaman yang unik, sehingga dapat mempengaruhi cara mereka menafsirkan dan mengerti isi dari sebuah film. Dalam tulisan ini akan dibahas tentang proses interpretasi serta pengertian film oleh penonton.

1. Peran Konteks Pribadi, Setiap penonton membawa konteks pribadinya saat menonton sebuah film. Konteks ini mencakup nilai-nilai budaya, latar belakang sosial-ekonomi, pendidikan, serta pengalaman hidup individu tersebut. Misalnya, seorang penonton yang tumbuh di lingkungan perkotaan mungkin memiliki pemahaman berbeda terhadap adegan-adegan kota dalam suatu film dibandingkan dengan seseorang yang berasal dari desa pedesaan.
2. Pengaruh Budaya dan Nilai-Nilai, Budaya dan nilai-nilai juga memainkan peranan penting dalam proses interpretasi film. Setiap budaya memiliki norma-normanya sendiri yang dapat mempengaruhi persepsi seseorang terhadap cerita atau karakter dalam suatu film. Sebagai contoh, konsep kehormatan atau

individualisme dalam budaya tertentu dapat membentuk cara pandang penonton terhadap aksi dan keputusan karakter dalam suatu film.

3. Pengalaman Sebelumnya, Pengalaman sebelumnya juga dapat mempengaruhi cara penonton menginterpretasikan film. Pengalaman menonton film sebelumnya, membaca buku atau artikel tentang topik yang sama, serta pemahaman akan genre tertentu dapat membentuk harapan dan interpretasi seseorang saat menonton sebuah film baru. Misalnya, jika seseorang telah sering menonton film horor dan memiliki pengertian mendalam tentang genre tersebut, mereka mungkin lebih peka terhadap elemen-elemen horor dalam sebuah film daripada orang yang jarang menonton genre tersebut.
4. Interpretasi Beragam, Interpretasi terhadap sebuah film bisa sangat beragam antara satu penonton dengan penonton lainnya. Hal ini disebabkan oleh perbedaan perspektif individu serta kemampuan untuk melihat aspek-aspek yang berbeda dari cerita atau pesan yang ingin disampaikan oleh sutradara. Pengetahuan budaya, latar belakang pendidikan dan emosi individu juga dapat mempengaruhi cara mereka mengerti dan merespons suatu film secara unik.
5. Pengaruh Sutradara dan Penulis Naskah, Pengertian film oleh penonton juga dipengaruhi oleh keputusan kreatif yang diambil oleh sutradara dan penulis naskah dalam pembuatan film tersebut. Pemilihan sudut pandang, penggunaan simbol-simbol tertentu, serta gaya naratif bisa mempengaruhi persepsi dan pemahaman penonton terhadap cerita yang disampaikan. Kekuatan sinematik seperti penyuntingan, fotografi, musik atau suara juga dapat membantu menyampaikan pesan emosional atau tematik kepada penonton.

Dalam kesimpulan, proses interpretasi dan pengertian film oleh penonton melibatkan faktor-faktor pribadi seperti konteks individu,

budaya dan nilai-nilai yang mereka bawa saat menonton sebuah film. Selain itu, pengalaman sebelumnya serta keputusan kreatif dari sutradara dan penulis naskah juga berperan penting dalam membentuk cara seseorang mengerti suatu film secara unik. Dengan adanya interpretasi beragam ini, sebuah film dapat memiliki makna yang berbeda-beda bagi setiap individu sesuai dengan perspektif mereka sendiri.

2.3. Psikologi Komunikasi

2.3.1. Pengertian Psikologi Komunikasi

Psikologi komunikasi adalah ilmu yang mempelajari kesadaran dan pengalaman manusia. Psikologi komunikasi adalah cabang ilmu psikologi yang memfokuskan pada kajian bagaimana individu berinteraksi, berkomunikasi, dan memproses informasi secara psikologis. Bidang ini mengeksplorasi proses mental, emosional, dan psikologis yang terlibat dalam pembentukan makna dan pertukaran pesan dalam komunikasi. Jadi psikologi komunikasi memusatkan perhatian pada bagaimana pikiran, perasaan dan motivasi individu dalam mempengaruhi bagaimana mereka menyampaikan, menererima, dan merespon. Dalam pengertian ini, mencakup analisis mengenai persepsi individu terhadap pesan, pengaruh faktor psikologis pada interpretasi komunikasi, serta dinamika emosional yang mungkin terlibat dalam proses komunikasi interpersonal, kelompok, organisasi, atau bahkan dalam konteks media massa. Peran teknologi modern seperti media sosial dalam membentuk pengalaman komunikatif individu juga diperhatikan oleh psikologi komunikasi. Tidak hanya dalam aspek internal individu tetapi juga bagaimana faktor-faktor eksternal seperti konteks sosial dan budaya.

2.3.2. Ruang Lingkup Psikologi Komunikasi

Dalam bidang psikologi, komunikasi mencakup berbagai bentuk transfer energi, gelombang suara, dan sinyal antara berbagai tempat, sistem, atau organisme. Komunikasi dapat dipahami sebagai sebuah proses, pesan, pengaruh, atau secara spesifik. Psikologi menitikberatkan pada komunikasi sebagai transfer energi dari indera ke otak, penerimaan

dan pengolahan informasi, serta proses saling mempengaruhi antara sistem dalam organisme atau antar organisme. Mengenai penerima pesan (komunikatif), psikologi mempelajari karakteristik manusia sebagai penerima dan faktor-faktor internal serta eksternal yang mempengaruhi perilaku komunikasinya. Sementara itu, untuk pengirim pesan (komunikator), psikologi menganalisis sifat-sifat yang membuat seorang komunikator berhasil dalam mempengaruhi orang lain dibandingkan dengan komunikator yang kurang berhasil.

Psikologi juga memfokuskan perhatiannya pada komunikasi interpersonal, khususnya bagaimana pesan dari satu individu dapat memicu respons dari individu lain. Disiplin ini mempelajari simbol-simbol yang digunakan dalam komunikasi, serta proses di mana pikiran diubah menjadi simbol-simbol tersebut, bentuk-bentuk simbol, dan dampaknya terhadap perilaku manusia. Penelitian ini mengarah pada terbentuknya bidang psikolinguistik, yang merupakan gabungan antara psikologi dan linguistik. Ketika pesan diterima oleh komunikatif, psikologi meneliti proses penerimaan pesan tersebut, menganalisis berbagai faktor personal dan situasional yang mempengaruhi proses ini, serta menggambarkan berbagai respon dari komunikatif, baik ketika mereka berada sendirian maupun dalam kelompok.

2.3.3. Ciri Pendekatan Psikologi Komunikasi

Psikologi berfokus pada perilaku manusia dan berusaha memahami proses kesadaran yang mendasarinya. Dalam konteks ini, sosiologi memandang komunikasi sebagai interaksi sosial, filsafat menghubungkannya dengan hubungan antara manusia dan realitas, sementara psikologi menekankan pada perilaku individu. Fisher mengidentifikasi empat karakteristik pendekatan psikologi terhadap komunikasi: penerimaan rangsangan melalui indera, proses yang terjadi antara rangsangan dan respons, prediksi respons, dan penguatan respons. Psikologi melihat komunikasi sebagai sesuatu yang dimulai dari data yang diterima oleh indera manusia. Rangsangan ini bisa berupa orang, pesan, suara, warna, dan berbagai elemen lain yang mempengaruhi

individu. Psikologi komunikasi juga mempelajari bagaimana respons masa lalu dapat digunakan untuk memprediksi respons di masa depan. Menurut Berger dan Lambert, untuk meramalkan respons individu saat ini, penting untuk memahami sejarah respons mereka, yang mencakup memori dan set persepsi. Salah satu elemen penting dalam sejarah respons adalah penguatan, yaitu reaksi lingkungan (atau individu lain) terhadap respons awal organisme. Dengan demikian, psikologi komunikasi adalah disiplin yang berusaha menjelaskan, meramalkan, dan mengendalikan peristiwa mental dan perilaku dalam komunikasi. Peristiwa mental mencakup proses yang terjadi antara stimulus dan respons, sebagaimana yang disebut oleh Fisher. Sementara itu, peristiwa perilaku adalah manifestasi nyata dari komunikasi, terlihat ketika individu berinteraksi satu sama lain.

Reaksi manusia dalam komunikasi sangat beragam, memungkinkan analisis dari berbagai sudut pandang logis oleh kedua belah pihak. Psikolog komunikasi mendekati masalah ini dengan cara berbeda, yaitu dengan menghilangkan sikap bias dan penilaian normatif (benar atau salah). Mereka mencari prinsip-prinsip umum yang menjelaskan pendekatan psikologis dalam komunikasi, sering kali dinyatakan dalam bentuk rumusan "Jika X, maka Y," yang menunjukkan bahwa situasi tertentu akan menghasilkan perilaku tertentu. Misalnya, jika seseorang menunjukkan sikap superior, pihak lain mungkin merespons dengan komunikasi defensif, mempertahankan pendapat atau keinginan mereka tanpa menerima masukan dari orang lain. Pernyataan ini mencerminkan hubungan sebab-akibat, atau hipotesis dan teori dalam psikologi.

Untuk merumuskan prinsip-prinsip umum ini, psikolog komunikasi memecah kejadian menjadi unit-unit kecil untuk dianalisis. Mereka mempelajari karakteristik komunikator sebagai sumber informasi, menelusuri pola komunikasi interpersonal, atau fokus pada proses pengkodean (encoding) pesan. Misalnya, dampak sikap superior dapat diuji dalam eksperimen untuk melihat apakah "menggurui" orang lain

menyebabkan respons serupa dari mereka, meskipun tidak mungkin untuk mengulang percakapan tersebut di semua situasi.

Psikolog komunikasi berusaha memahami interaksi komunikasi dengan mengeksplorasi kondisi batin atau keadaan emosional seseorang. Berbeda dengan sosiolog yang meneliti pengaruh struktur sosial terhadap perilaku, ahli bahasa yang mempelajari tata bahasa, sintaksis, dan makna kata, serta ahli biologi yang mengkaji komposisi fisik dan organisme manusia, psikolog berfokus pada perasaan, motivasi, dan bagaimana individu menafsirkan situasi yang mereka alami. Mereka berusaha mengungkap lapisan tersembunyi di balik komunikasi, layaknya seorang detektif yang mencari penyebab dari kejadian menarik dalam interaksi manusia.

2.3.4. Karakteristik Manusia Komunikatif

Manusia memainkan peran kunci dalam komunikasi, namun psikolog menitikberatkan perhatian pada perilaku individu sebagai penerima pesan. Ahli bahasa fokus pada elemen-elemen yang membentuk struktur pesan, sementara insinyur teknik menganalisis jumlah gangguan yang terjadi selama transmisi pesan dan seberapa banyak informasi yang hilang dalam proses tersebut. Psikolog berperan dalam memahami bagaimana manusia memproses pesan yang diterima, termasuk cara berpikir dan persepsi yang dipengaruhi oleh simbol-simbol yang ada. Oleh karena itu, fokus utama psikologi komunikasi adalah perilaku manusia dalam konteks penerimaan dan pemrosesan pesan.

2.3.5. Konsep Psikologi Tentang Manusia

Teori komunikasi interpersonal sangat dipengaruhi oleh konsep-konsep psikologi humanistik, yang melihat manusia sebagai agen aktif yang merumuskan strategi interaksi dengan lingkungannya. Ada empat pendekatan utama dalam memahami komunikasi interpersonal: psikoanalisis, behaviorisme, psikologi kognitif, dan psikologi humanistik. Setiap pendekatan ini menawarkan perspektif yang berbeda tentang manusia. Masing-masing pendekatan ini memberikan perspektif yang berbeda tentang manusia. Namun, karakteristik manusia dalam

komunikasi interpersonal sering kali merupakan gabungan dari keempat pendekatan tersebut, mencerminkan kompleksitas dan multifasetnya perilaku manusia.

1. Konsepsi Manusia dalam Psikoanalisis\

Sigmund Freud menekankan pentingnya memahami kepribadian manusia secara keseluruhan, bukan sebagai bagian-bagian yang terpisah (Asch, 1959:17). Menurut Freud, perilaku manusia merupakan hasil interaksi tiga subsistem dalam kepribadian manusia diantaranya: *Id*, *Ego*, dan *Superego*.

- a. *Id* dalam teori kepribadian Freud adalah bagian yang menampung dorongan biologis dasar manusia, berpusat pada insting yang dalam beberapa konteks agama disebut sebagai hawa nafsu. Freud mengidentifikasi dua insting dominan di dalamnya: pertama, Libido yang merupakan dorongan reproduktif yang memberikan energi dasar untuk aktivitas manusia yang konstruktif; kedua, Thanatos yang melibatkan dorongan destruktif dan agresif, terkait dengan konsep kehidupan dan kematian. Menurut Freud, insting kehidupan tidak hanya mencakup dorongan seksual, tetapi juga segala hal yang dapat memberikan kenikmatan, termasuk kasih sayang, spiritualitas, dan kebanggaan diri. Semua motif dalam perilaku manusia dipahami sebagai hasil dari interaksi kompleks antara eros (dorongan kehidupan) dan Thanatos (dorongan kematian). *Id* beroperasi berdasarkan prinsip kesenangan, berupaya untuk segera memenuhi kebutuhannya tanpa memperdulikan konsekuensi jangka panjangnya. Dengan demikian, *Id* dapat dianggap sebagai aspek hewani dalam manusia yang mendorong keinginan dan impuls.
- b. *Ego* dalam teori Freud adalah perantara antara dorongan-dorongan hewani dengan tuntutan rasional dan realistis. Fungsi *Ego* adalah memungkinkan manusia untuk mengendalikan

dorongan-dorongan hewani dan berperilaku secara rasional dalam kehidupan sehari-hari. Ego beroperasi berdasarkan prinsip realitas.

- c. *Superego* dalam teori Freud adalah bagian dari kepribadian yang berperan sebagai pengatur, mewakili ideal dan standar moral. *Superego* dapat dianggap sebagai hati nurani, yang merupakan internalisasi dari norma-norma sosial dan budaya dalam masyarakat. Fungsinya adalah memaksa Ego untuk menahan dan mengontrol dorongan-dorongan yang tidak sesuai dengan norma-norma ini, menjaga agar perilaku manusia tetap sesuai dengan tuntutan moral dan sosial yang diterima secara luas.

Secara singkat, dalam psikoanalisis perilaku manusia merupakan interaksi antara komponen biologis (*Id*), komponen psikologis (*Ego*), dan komponen sosial (*Superego*); atau unsur hewani, rasional, dan moral (hewani, akal, nilai). Baik *Id* maupun *Superego* berada dalam bawah sadar manusia. *Ego* berada di tengah, antara memenuhi desakan *Id* dan peraturan *Superego*.

2. Konsepsi Manusia dalam Behaviorisme

Behaviorisme muncul sebagai reaksi terhadap pendekatan introspeksi yang bergantung pada analisis subjektif pikiran manusia, serta psikoanalisis yang menggali alam bawah sadar yang tidak terlihat. Pendekatan behaviorisme bertujuan untuk mengamati, mengukur, menggambarkan, dan meramalkan perilaku yang terlihat. Dikenal juga sebagai teori belajar, behaviorisme menyatakan bahwa semua perilaku manusia, kecuali naluri, adalah hasil dari proses pembelajaran yang mengubah perilaku organisme sebagai respons terhadap lingkungan. Pendekatan ini tidak tertarik untuk menilai apakah manusia baik atau buruk, rasional atau emosional; melainkan fokus pada bagaimana lingkungan memengaruhi dan

mengendalikan perilaku manusia, muncul konsep "manusia mesin" atau Homo Mechanicus. Dalam perspektif Aristoteles, jiwa manusia pada saat lahir merupakan tabula rasa, seperti kanvas yang siap untuk diisi oleh pengalaman. Menurut pandangan empiris, manusia tidak memiliki "warna mental" sejak lahir; warna-warna ini berkembang melalui pengalaman hidup, yang dianggap sebagai satu-satunya sumber pengetahuan. Dalam konteks psikologis, ini berarti bahwa seluruh perilaku manusia, kepribadian, dan temperamen ditentukan oleh pengalaman sensorik. Pikiran dan perasaan bukanlah penyebab dari perilaku, melainkan hasil dari interaksi perilaku manusia dengan lingkungan. Dalam konteks etika normatif, seperti utilitarianisme, perilaku manusia diatur oleh prinsip ganjaran dan hukuman. Secara filosofis, ketika pendekatan empiris digabungkan dengan utilitarianisme dan hedonisme, muncul apa yang dikenal sebagai behaviorisme. (Goldstein, 1980:17). Asumsi bahwa pengalaman memiliki peran dominan dalam membentuk perilaku manusia menunjukkan seberapa fleksibelnya manusia dalam menyesuaikan diri dengan lingkungan. Ini berarti bahwa manusia memiliki kemampuan yang sangat besar untuk berubah dan berkembang, tergantung pada pengalaman-pengalaman yang mereka alami sepanjang hidup mereka. Dengan menciptakan lingkungan yang relevan dan mendukung, manusia dapat membentuk kebiasaan, sikap, dan respons yang sesuai dengan tuntutan lingkungan tersebut. Fleksibilitas ini juga menunjukkan bahwa manusia tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor bawaan atau naluri semata, tetapi juga oleh interaksi mereka dengan lingkungan sekitar, baik secara langsung maupun melalui proses belajar yang berkelanjutan.

3. Konsepsi Manusia dalam Psikologi Kognitif

Disebut makhluk yang selalu berpikir *Homo Sapiens*,

psikologi kognitif diawali dari rasionalisme Immanuel Kant (1724-1804), Rene Descartes (1596-1650), bahkan sampai ke Plato. Para rasionalis mempertanyakan apakah indra manusia secara langsung mampu memberikan kebenaran yang mutlak, mengingat seringkali gagal dalam menyajikan informasi yang akurat. Descartes dan Kant menyimpulkan bahwa jiwa merupakan alat utama pengetahuan, bukan sekadar alat indra. Jiwa secara aktif menafsirkan pengalaman indrawi dengan menciptakan, mengorganisasi, menafsirkan, mendistorsi, dan mencari makna. Tidak semua stimuli diterima oleh manusia, karena sensasi dan pikiran bertindak sebagai pelayan yang siap bertugas ketika diperlukan. Rasionalisme ini tercermin dalam psikologi Gestalt, yang menekankan bahwa manusia adalah organisme aktif yang menafsirkan dan kadang-kadang mendistorsi lingkungan sebelum memberikan respons. Gestalt juga menekankan bahwa manusia menangkap stimulus dalam bentuk keseluruhan yang bermakna, dan makna dari stimulus ditentukan oleh pengalaman dan interpretasi manusia, bukan oleh stimulus itu sendiri. Dalam ilmu komunikasi, terdapat pernyataan yang terkenal, "kata-kata tidak memiliki makna, manusia yang memberi makna." Lewin mengembangkan pandangan bahwa perilaku manusia harus dipahami dalam konteksnya sendiri. Lewin, yang meminjam konsep medan dari fisika, menggambarkan perilaku manusia sebagai hasil dari berbagai gaya yang saling mempengaruhi secara spontan. Ini menunjukkan bahwa perilaku manusia bukan sekadar respons terhadap stimulus, tetapi hasil dari interaksi kompleks dari berbagai faktor yang ada dalam medan pengalaman individu pada saat tertentu. Lewin, menyebut seluruh gaya psikologis yang mempengaruhi manusia sebagai ruang hayat. Ruang hayat terdiri atas tujuan dan kebutuhan individu, semua faktor yang disadari, dan kesadaran diri. Lewin terkenal dengan rumus: B

$(Behavior) = f(\text{interaksi } (P \text{ (Person) , } E \text{ (Environment)}))$, perilaku manusia merupakan hasil dari interaksi antara individu dan lingkungan psikologisnya. Lewin juga mengenalkan konsep tegangan, yang mencerminkan tekanan psikologis yang timbul ketika kebutuhan individu belum terpenuhi. Konsep ini menjadi dasar bagi berbagai teori, termasuk teori konsistensi kognitif, yang mengemukakan bahwa individu berusaha menjaga keselarasan makna dalam persepsi, perasaan, kognisi, dan pengalaman mereka. Ketidaksesuaian dalam keselarasan makna memunculkan tegangan yang mendorong individu untuk mengurangi ketidakcocokan tersebut.

4. Konsepsi Manusia dalam Psikologi Humanistik

Psikologi humanistik dianggap sebagai perubahan paradigma ketiga dalam psikologi. Di tengah revolusi pertama, yang ditandai oleh psikoanalisis, dan revolusi kedua, yang melibatkan behaviorisme, psikologi humanistik memperlihatkan pandangan baru terhadap manusia. Sementara psikoanalisis melihat manusia sebagai dipengaruhi oleh naluri primitif dan behaviorisme menggambarkan manusia sebagai produk dari lingkungan, psikologi humanistik mengeksplorasi dimensi-dimensi lebih dalam dari pengalaman manusia. Psikologi humanistik menarik dari kontribusi psikoanalisis Neo-Freudian seperti Adler, Jung, Rank, Slekkel, dan Ferensesi, namun lebih banyak bersandar pada prinsip-prinsip fenomenologi dan eksistensialisme. Fenomenologi memandang bahwa manusia hidup dalam "dunia kehidupan" yang dipersepsikan dan diinterpretasikan secara subjektif. Setiap individu mengalami dunia dengan cara yang unik, dan pengalaman seseorang dapat sangat berbeda dari pengalaman individu lainnya, (Brouwer, 1983 : 14). Eksistensialisme mengedepankan pentingnya tanggung jawab individu terhadap sesama manusia, bukan hanya mengenai apa yang diperoleh dari kehidupan tetapi juga tentang apa yang

diberikan untuk kehidupan. Dengan demikian, kehidupan manusia hanya mendapatkan makna sejati ketika melibatkan nilai-nilai dan pilihan yang membangun secara sosial (Coleman dan Hammen, 1974 : 36). Makna hidup memiliki peran penting yang membedakan psikologi humanistik dari pendekatan lainnya. Manusia tidak hanya dipandang sebagai pemain dalam panggung sosial atau pencari identitas, tetapi juga sebagai pencari makna. Viktor Frankl menjelaskan bahwa psikologi humanistik menekankan pada keunikan setiap individu, pentingnya nilai dan makna, serta kemampuan manusia untuk mengembangkan potensinya sendiri.

Carl Rogers memberi garis besar pandangan humanisme dari Coleman dan Hammen, 1974 : 33:

- a) Setiap individu menjalani kehidupan dalam realitas pribadi mereka sendiri, di mana perilaku mereka dipengaruhi oleh konsep diri. Konsep diri merupakan persepsi subjektif tentang identitas yang fleksibel dan terus berubah, yang berkembang dari pengalaman fenomenal yang dialami individu dalam interaksi dengan lingkungan dan pengalaman hidup mereka.
- b) Manusia cenderung berperilaku dengan tujuan untuk mempertahankan, meningkatkan, dan mencapai potensi diri mereka. Ini mencakup dorongan internal untuk tumbuh dan berkembang secara pribadi, mencapai tujuan yang diinginkan, dan menjadi individu yang lebih baik sesuai dengan pandangan mereka tentang diri mereka sendiri.
- c) Respons individu terhadap situasi-situasi dalam kehidupan mereka sangat dipengaruhi oleh bagaimana mereka mempersepsikan diri mereka sendiri dan dunia sekitarnya. Persepsi ini mencerminkan cara individu menghadapi dan menginterpretasikan "realitas" yang mereka alami, yang selalu ditafsirkan melalui prisma konsep diri mereka yang ada.
- d) Ketika dihadapkan pada ancaman terhadap diri mereka

sendiri, individu cenderung merespons dengan cara menyempitkan dan memperkuat persepsi mereka terhadap situasi tersebut. Mereka mungkin menyesuaikan perilaku mereka untuk mengurangi ketidaknyamanan atau bahaya yang dirasakan, dan sering kali menggunakan pertahanan ego seperti rasionalisasi untuk membenarkan atau menjelaskan pilihan mereka.

- e) Ada kecenderungan bawaan manusia untuk mencapai kesehatan dan integritas diri. Dalam kondisi normal, manusia cenderung berperilaku secara rasional dan konstruktif, memilih jalur yang mendukung pengembangan pribadi mereka dan aktualisasi potensi yang ada. Ini mencakup upaya untuk menciptakan hubungan yang bermakna, mencari pencapaian dalam berbagai aspek kehidupan, dan mengejar kebahagiaan dan kesejahteraan pribadi.

2.3.6. Faktor Personal yang Mempengaruhi Perilaku Manusia

Dalam domain psikologi sosial, terdapat dua pendekatan yang berbeda: Psikologi Sosial dengan "P" besar dan psikologi sosial dengan "S" besar. Perbedaan ini mencerminkan dua perspektif yang berbeda dalam memahami pengaruh faktor sosial, baik yang berasal dari dalam individu maupun dari lingkungan eksternal. Psikologi Sosial, seperti yang digambarkan oleh William McDougall, seorang psikolog, menekankan pentingnya faktor-faktor personal dalam interaksi sosial dan dinamika masyarakat. McDougall mengidentifikasi berbagai insting yang mempengaruhi perilaku manusia sebagai contoh signifikan dari faktor personal. Di sisi lain, Edward Ross, seorang sosiolog, menyoroti peran utama faktor situasional sosial dalam membentuk perilaku individu, dengan fokus pada pentingnya situasi atau lingkungan dalam menentukan perilaku manusia. Pendekatan yang memusatkan perhatian pada personalitas mengajukan pertanyaan tentang faktor internal seperti sikap, insting, motif, kepribadian, dan sistem kognitif yang dapat menjelaskan perilaku manusia. Secara keseluruhan, analisis psikologi sosial

mempertimbangkan dua faktor utama: faktor biologis dan faktor sosiologis.

1. Faktor Biologis

Segala aktivitas manusia melibatkan campuran faktor biologis dan sosiologis. Perilaku manusia dipengaruhi oleh warisan biologis yang terdapat dalam struktur DNA, yang mengandung semua informasi biologis yang diwarisi dari kedua orang tua. Faktor biologis memainkan peran penting sehingga muncul aliran baru yang menganggap bahwa segala aspek kehidupan manusia, termasuk agama, kebudayaan, dan moralitas, berasal dari dasar biologisnya. Aliran ini dikenal sebagai sosiobiologi (Wilson, 1975). Perlu dicatat bahwa pengaruh biologis terhadap perilaku manusia mencakup dua aspek utama. Pertama, ada perilaku bawaan manusia yang tidak terpengaruh oleh lingkungan atau situasi tertentu, yang dikenal sebagai "insting." Contohnya termasuk perilaku reproduksi, pemberian makanan, perawatan anak, dan perilaku agresif. Kedua, terdapat faktor biologis lain yang mendorong perilaku manusia, dikenal sebagai motif biologis. Ini meliputi kebutuhan akan makanan, minuman, istirahat, kebutuhan seksual, serta usaha untuk menjaga kelangsungan hidup dengan menghindari bahaya dan penyakit.

Ada sebuah penelitian yang dilakukan oleh Keys pada tahun 1950 yang mengungkapkan bahwa motif biologis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku manusia. Penelitian tersebut menyimpulkan dari sebuah eksperimen di mana subjek-subjek yang diminta menahan rasa sakit mengalami perubahan dramatis. Perubahan ini termasuk ketersinggungan, kesulitan berkonsentrasi, kehilangan minat, gangguan tidur, dan penurunan kemampuan kognitif. Hasilnya menunjukkan bahwa kebutuhan akan rasa aman dan upaya untuk menghindari sakit dapat menghalangi pemenuhan kebutuhan lainnya. Selain itu,

kebutuhan seksual tidak hanya menjadi kebutuhan individual, tetapi juga mempengaruhi berbagai aspek dalam kehidupan seseorang, seperti fase- fase perkembangan hidup. Menurut Coleman pada tahun 1976, kebutuhan seksual berperan dalam ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni, dengan tujuan memperkuat hubungan intim, mendukung institusi pernikahan, dan membentuk atau memengaruhi konsep diri seseorang.

2. Faktor Sosiologis

Proses sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap karakteristik yang membentuk perilaku manusia. Manusia, sebagai makhluk sosial, dapat dianalisis melalui tiga dimensi utama: afektif, kognitif, dan konatif. Dimensi afektif menyoroti pengaruh emosional dari konteks sosial yang mempengaruhi individu. Sementara itu, dimensi kognitif menitikberatkan pada aspek intelektual yang terbentuk oleh pengetahuan yang dimiliki manusia. Dimensi konatif, di sisi lain, melibatkan aspek volisional yang mencakup kebiasaan dan motivasi dalam bertindak.

a. Komponen Afektif terdiri atas motif sosiogenesis, sikap, dan emosi yang :

1. Motif sosiogenesis, yang sering disebut sebagai motif sekunder dalam kontras dengan motif primer (motif biologis), memiliki peran penting dalam membentuk perilaku sosial manusia. Secara ringkas, motif-motif sosiogenesis dapat diuraikan dalam beberapa aspek sebagai berikut:

- Motif ingin tahu: Manusia secara alami memiliki dorongan untuk memahami dan memberi arti pada dunianya. Ketika informasi yang tersedia terbatas, manusia cenderung mencari jawaban sendiri.
- Motif kompetensi: Kaitannya erat dengan kebutuhan akan rasa aman, setiap individu ingin membuktikan kemampuannya dalam mengatasi

tantangan hidup. Setelah memenuhi kebutuhan biologisnya, individu cenderung yakin akan masa depan yang cerah dan telah memenuhi potensi dirinya.

- Motif cinta: Kehangatan dalam hubungan persahabatan dan cinta kasih merupakan hal yang sangat dibutuhkan manusia. Kekurangan dalam kebutuhan ini dapat mengakibatkan perilaku yang negatif seperti agresi, frustrasi, bahkan tindakan bunuh diri (Packard, 1974).
- Motif harga diri: Manusia cenderung mencari dan membangun identitas diri mereka. Ketidakmampuan menemukan atau mempertahankan identitas dapat menyebabkan perilaku impulsif, kegelisahan, serta mudah terpengaruh.
- Motif kebutuhan nilai: Individu membutuhkan nilai-nilai yang memberikan arahan dalam pengambilan keputusan dan memberi makna pada kehidupan mereka. Kehilangan nilai-nilai ini atau ketidakjelasan tentang makna hidup dapat menyebabkan ketidakpastian dalam bertindak dan kecenderungan untuk putus asa.
- Motif pemenuhan diri: Manusia tidak hanya bertahan hidup, tetapi juga mengupayakan untuk meningkatkan kualitas hidup dan mencapai potensi mereka. Seperti yang dikemukakan oleh Maslow, pemenuhan diri tercapai melalui pengembangan kreativitas, memperkaya hubungan interpersonal, dan mencapai tujuan hidup yang diidamkan.

2. Motif sikap adalah salah satu konsep yang penting dalam psikologi sosial dan telah memiliki banyak definisi yang

berbeda. Pendekatan ada yang melihat sikap sebagai jenis motif yang dikembangkan dari interaksi sosial dan proses pembelajaran, sementara perspektif lain memandang sikap sebagai kesiapan neurologis sebelum merespons. Sikap mencakup kecenderungan individu untuk bertindak, mempersepsi, berpikir, dan merasakan sesuatu terhadap objek, ide, situasi, atau nilai tertentu. Berbeda dengan perilaku, sikap adalah predisposisi untuk bertindak dalam cara tertentu terhadap objek sikap. Objek sikap bisa berupa benda, individu, tempat, gagasan, atau situasi, dan biasanya diikuti dengan kata "terhadap" atau "pada" objek tersebut. Sikap memiliki daya dorong atau motivasi yang memengaruhi apakah seseorang akan bersikap pro atau kontra terhadap sesuatu. Secara umum, sikap berkembang dari pengalaman individu dan merupakan hasil dari proses pembelajaran, bukan bawaan sejak lahir.

3. Emosi adalah respons yang intens dari organisme, melibatkan gejala kesadaran, perilaku, dan proses fisiologis. Emosi tidak selalu memiliki konotasi negatif; mereka memberikan nuansa pada kehidupan, dan tanpa emosi, kehidupan terasa monoton dan kering. Ada empat fungsi utama dari emosi: pertama, mereka membangkitkan energi yang membuat hidup menjadi pengalaman yang dirasakan, dijalani, bereaksi, dan bertindak. Kedua, emosi memberikan informasi tentang keadaan internal seseorang. Ketiga, emosi tidak hanya berperan sebagai pembawa informasi dalam komunikasi dengan diri sendiri, tetapi juga sebagai sarana untuk menyampaikan pesan dalam komunikasi antarpribadi; sebagai contoh, seorang pembicara yang menyampaikan pidato dengan emosi akan tampak lebih hidup, dinamis, dan meyakinkan. Keempat, emosi menjadi sumber informasi tentang keberhasilan hidup, seperti dalam pencarian kesejahteraan

dan pengalaman estetika yang memberikan kepuasan.. Dalam psikologi, emosi dianggap sangat penting karena terlibat dalam semua tahapan komunikasi, mulai dari encoding (penyandian), pengiriman pesan, hingga efek yang dihasilkan dalam penerimaan pesan.

- a. Komponen kognitif dalam konteks faktor sosiopsikologis mencakup keyakinan individu mengenai kebenaran atau ketidakbenaran suatu hal, yang didasarkan pada bukti-bukti yang ada, otoritas yang disugestikan, pengalaman pribadi, atau intuisi. (Holher, *et. Al.*, 1978:48). Kepercayaan menyediakan perspektif bagi manusia dalam memahami kenyataan, menjadi dasar untuk membuat keputusan, dan membentuk sikap terhadap berbagai hal. Kepercayaan dipengaruhi oleh pengetahuan, kebutuhan, dan kepentingan individu. Pengetahuan terkait dengan seberapa banyak informasi yang dimiliki seseorang, karena banyak kepercayaan saat ini bergantung pada informasi yang tidak lengkap atau tidak mendalam.
- b. Konatif dapat dikelompokkan menjadi dua bagian utama: kebiasaan dan kemauan. Kebiasaan mengacu pada pola perilaku yang terjadi secara otomatis tanpa perencanaan khusus, terbentuk melalui pengulangan dalam waktu yang lama atau sebagai respons berulang dari individu. Setiap orang memiliki kebiasaan yang berbeda dalam merespons stimulus tertentu, yang menghasilkan pola perilaku yang dapat diprediksi. Di sisi lain, kemauan berkaitan dengan tindakan dan sering kali digambarkan sebagai upaya individu untuk mencapai tujuan tertentu. Kemauan melibatkan dorongan kuat untuk mencapai tujuan, sering kali dengan mengorbankan nilai-nilai lain yang mungkin tidak mendukung pencapaian tujuan tersebut. Proses ini bergantung pada pengetahuan tentang langkah-langkah

yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan, dipengaruhi oleh kecerdasan dan energi yang tersedia, serta melibatkan penggunaan energi yang nyata untuk mencapai tujuan dengan cara yang tepat.

2.3.7. Faktor Situasional yang Mempengaruhi Perilaku Manusia

Faktor situasional tidak mengurangi pentingnya faktor personal yang berperan dalam membentuk perilaku manusia. Meskipun situasi memengaruhi bagaimana seseorang bereaksi, setiap individu memberikan tanggapan yang berbeda terhadap situasi berdasarkan karakteristik pribadi yang unik. Dengan demikian, perilaku manusia merupakan hasil dari interaksi kompleks antara keunikan individu dan kondisi situasional secara umum. Delgado menyoroti bahwa respons otak sangat dipengaruhi oleh konteks atau lingkungan sekitar, menunjukkan pentingnya faktor situasional dalam memengaruhi aktivitas otak dan respons perilaku manusia secara keseluruhan (Packard, 1978:45). Kesimpulan Delgado membawa pada pengaruh situasional terhadap perilaku manusia. Sampson (1976: 13-14) merangkum seluruh faktor situasional sebagai berikut :

1. Aspek objektif dari lingkungan
 - a. Faktor ekologis meliputi :
 - Faktor geografis
 - Faktor iklim dan meteorologis.

Kelompok determinisme lingkungan sering menyatakan bahwa kondisi alam memiliki pengaruh terhadap gaya hidup dan perilaku manusia. Beberapa aspek dari pandangan mereka telah diuji dalam berbagai penelitian, termasuk efek suhu terhadap tingkat kekerasan, interaksi sosial, dan suasana emosional. Meskipun demikian, pengaruh suhu ruangan terhadap efektivitas komunikasi masih belum banyak diteliti secara menyeluruh.

- b. Faktor desain dan arsitektur

Pengaruh lingkungan yang diciptakan manusia terhadap perilaku mereka sangat signifikan. Desain arsitektur yang dipilih dapat memengaruhi pola komunikasi antara individu yang tinggal di dalamnya. Osmond (1957) dan Sommer (1969) desain bangunan yang dirancang untuk mendorong interaksi sering kali mengintegrasikan ruang terbuka, area umum yang nyaman, dan penempatan fasilitas yang mengundang orang untuk berkomunikasi dan berinteraksi secara alami. Di sisi lain, rancangan bangunan yang cenderung menghambat interaksi mungkin menampilkan penggunaan dinding atau partisi yang membatasi pandangan atau akses antarindividu, serta penempatan fasilitas yang lebih terpisah atau tersembunyi. Studi tentang pengaruh ruangan telah menunjukkan bahwa desain fisik seperti ini dapat memengaruhi pola perilaku yang terjadi di dalamnya secara signifikan.

c. Faktor temporal

Kegiatan-kegiatan manusia sering kali diatur oleh waktu tanpa memperhitungkan bioritma, seperti jam makan, kegiatan sekolah, pekerjaan, istirahat, dan ibadah. Makna suatu pesan komunikasi bisa berubah tergantung pada waktu pengirimannya; pesan yang disampaikan di pagi hari dapat memiliki interpretasi yang berbeda jika disampaikan di tengah malam. Oleh karena itu, tidak hanya lokasi tempat manusia berada yang mempengaruhi mereka, tetapi juga waktu di mana mereka berada.

d. Suasana perilaku

Roger Barker dan sejumlah rekannya melakukan penelitian tentang bagaimana lingkungan mempengaruhi individu. Mereka membagi lingkungan menjadi berbagai unit terpisah yang mereka sebut sebagai "suasana perilaku". Contoh-contoh suasana perilaku termasuk pesta,

ruang kelas, toko, rumah ibadah, pemandian, dan bioskop. Di setiap suasana ini, terdapat pola hubungan yang mengatur perilaku orang-orang di dalamnya.

e. Faktor teknologi

Perubahan dalam perilaku sosial sering kali mengikuti kemajuan teknologi. Alvin Toffler menjelaskan tiga gelombang peradaban manusia yang timbul sebagai hasil dari perubahan teknologi. Lingkungan teknologi, termasuk sistem energi, reproduksi, dan distribusi, membentuk pola perilaku sosial yang cocok dengan konteksnya. Seiring dengan itu, terjadi pola-pola penyebaran informasi yang berpengaruh besar terhadap keadaan psikologis individu. Dalam ilmu komunikasi, Marshall McLuhan (1964) menunjukkan bahwa bentuk teknologi komunikasi lebih penting daripada isi media komunikasi.

f. Faktor sosial meliputi:

- Struktur organisasi
- Struktur peranan
- Struktur kelompok
- Karakteristik populasi

Faktor-faktor sosial yang meliputi sistem peran yang terdefinisi dalam struktur masyarakat, dinamika kelompok, organisasi, dan karakteristik populasi, semuanya berperan penting dalam membentuk dan memengaruhi pola perilaku manusia. Dalam konteks organisasi, dinamika antara anggota dan pemimpin mereka sangat dipengaruhi oleh sistem peran yang ada dan norma-norma kelompok yang dijalankan. Selain itu, karakteristik populasi seperti usia, kecerdasan, atribut biologis, dan berbagai faktor demografis lainnya juga berpengaruh signifikan terhadap cara individu berkomunikasi, mengambil keputusan, serta menampilkan perilaku tertentu

di dalam lingkungan sosial mereka. Dengan demikian, interaksi sosial dan dinamika organisasi secara luas dipengaruhi oleh kombinasi kompleks faktor-faktor ini yang membentuk pola perilaku manusia dalam berbagai konteks kehidupan. Dalam hal komunikasi, teori penyebaran inovasi (Rogers & Shoemaker, 1971) dan teori kritik (Habermas, 1979) memperlihatkan bagaimana sistem komunikasi sangat dipengaruhi oleh struktur sosial.

2. Lingkungan psikososial dan kelompok

a. Iklim organisasi dan kelompok

b. Ethos dan iklim istitusional serta kultural

Persepsi tentang sejauh mana lingkungan memberikan kepuasan atau kekecewaan berperan sentral dalam membentuk perilaku individu di dalamnya. Konsep yang merujuk pada cara manusia memandang lingkungan ini dikenal sebagai "iklim." Dalam konteks organisasi, iklim psikososial mencerminkan kompleksitas pandangan individu terhadap berbagai faktor seperti kebebasan pribadi, tingkat pengawasan, kesempatan untuk kemajuan, dan tingkat keakraban antar anggota organisasi. Penelitian dalam bidang komunikasi organisasi menegaskan bahwa iklim organisasi mempengaruhi dinamika komunikasi antara atasan dan bawahan, serta antara individu dengan posisi yang sejajar. Para antropolog melebarkan konsep iklim ini untuk mencakup masyarakat secara umum, di mana pola-pola budaya yang dominan, ethos, ideologi, dan nilai-nilai yang dianut oleh anggota masyarakat, semuanya mempengaruhi perilaku sosial secara keseluruhan. Pemahaman terhadap iklim sosial ini membuka wawasan tentang bagaimana interaksi sosial terbentuk, bagaimana individu menyikapi perbedaan dalam persepsi terhadap lingkungan mereka, dan bagaimana konteks sosial secara luas memengaruhi cara

individu merespons dan berinteraksi di dalamnya. Dengan demikian, iklim psikosial tidak hanya mencerminkan pandangan individu terhadap lingkungannya, tetapi juga merupakan faktor penting dalam membentuk dinamika sosial yang kompleks dalam berbagai konteks kehidupan manusia.

3. Stimulus yang mendorong dan memperteguh perilaku
 - a. Orang lain
 - b. Situasi pendorong perilaku

Beberapa peneliti psikologi sosial seperti Fredericson Price dan Bouffard (1972), studi tentang faktor-faktor situasional yang memengaruhi kelayakan untuk melakukan perilaku tertentu menyoroti perbedaan antara situasi yang memfasilitasi perilaku, seperti di taman, dan situasi yang membatasi perilaku, seperti tempat ibadah. Lingkungan yang permisif, di mana toleransi tinggi diberikan kepada individu atau kelompok, memungkinkan orang untuk bertindak dengan bebas tanpa merasa terhambat. Sebaliknya, dalam lingkungan yang restriktif atau di bawah aturan yang ketat, individu atau kelompok mungkin merasa terbatas dalam melakukan tindakan sesuai keinginan mereka.

2.4. Depresi

Depresi merupakan istilah yang cukup populer di masyarakat dan memiliki banyak corak makna. Tidak semua emosi itu sedih dan ketidakbahagiaan adalah depresi. Setiap orang pasti pernah merasakan rasanya sedih, marah, kecewa dan kehilangan, yang kemudian menimbulkan emosi putus asa dan tidak bahagia. Biasanya mengalami emosi adalah orang yang normal dan bereaksi secara normal membutuhkan waktu dan dapat dikalahkan. Keadaan depresi biasanya terjadi seseorang yang mengalami stres yang tidak kunjung hilang dan bertahan Berbulan-bulan atau bahkan bertahun-tahun setelah peristiwa traumatis pengalaman Depresi adalah gangguan mental yang disebabkan oleh stress yang tidak dapat

diselesaikan. Menurut Atkinson (1991), depresi adalah agangguan suasana hati yang ditandai dengan keputusasaan dan patah hati kapasitas tambahan. Sampai kamu tidak bisa mengambil keputusan lagi Inisiasi aktivitas, ketidakmampuan untuk berkonsentrasi, lesu, selalu tegang dan berusaha mengakhiri hidupnya (Lummongga, 2016).

2.5. *Baby Blues*

Dalam konteks film, *Baby Blues* merujuk pada pengalaman emosional yang dialami oleh ibu baru setelah melahirkan. Konsep ini dapat diterapkan dalam representasi film untuk menggambarkan perubahan psikologis dan emosional yang terjadi pada karakter ibu baru. Menurut Johnson (2015), *Baby Blues* cenderung muncul pada minggu pertama hingga dua minggu setelah kelahiran bayi, di mana ibu bisa mengalami perasaan sedih, lelah, khawatir, atau sensitif secara berlebihan. Dalam kesimpulan, *Baby Blues* adalah kondisi emosional umum pada ibu baru yang disebabkan oleh perubahan hormonal, penyesuaian terhadap peran baru sebagai orang tua, perasaan tidak siap, serta faktor lingkungan dan dukungan sosial yang kurang. Meskipun gejalanya akan mereda dengan sendirinya dalam beberapa minggu, penting bagi ibu baru untuk mencari dukungan dan bantuan jika gejala semakin parah atau berlanjut. Dengan pemahaman yang baik tentang *Baby Blues*, diharapkan dapat membantu ibu baru menghadapi perubahan ini dengan lebih baik.

2.5.1. Faktor Penyebab *Baby Blues*

Beberapa faktor yang dapat menyebabkan terjadinya *Baby Blues* antara lain:

1. Perubahan Hormonal

Setelah melahirkan, tubuh ibu mengalami perubahan hormonal yang signifikan. Penurunan tiba-tiba kadar hormon estrogen dan progesteron turun drastis. Selain itu, kadar hormon prolaktin juga meningkat untuk merangsang produksi ASI (Air Susu Ibu). Perubahan hormonal ini dapat mempengaruhi keseimbangan kimia otak dan berkontribusi pada gejala emosional seperti

mood swings atau perubahan suasana hati yang cepat.

2. Penyesuaian Terhadap Peran Baru

Sebagai seorang ibu baru, banyak hal baru yang harus dihadapi seperti tanggung jawab merawat bayi secara penuh waktu, penurunan jam tidur karena pola makan bayi yang tidak teratur, serta tantangan dalam menyusui atau memberikan nutrisi kepada bayi tersebut. Semua perubahan ini dapat menciptakan tingkat stres yang tinggi dan menimbulkan rasa kewalahan serta kecemasan pada ibu baru yang berkontribusi terhadap *Baby Blues*.

3. Perasaan Tidak Siap

Beberapa ibu baru mungkin merasa tidak siap menghadapi perubahan besar dalam hidup mereka setelah melahirkan. Mereka dapat merasa cemas karena ketidakpastian tentang kemampuan mereka sebagai orang tua, takut tidak dapat memenuhi harapan atau standar sosial yang diharapkan terhadap perannya sebagai seorang ibu. Hal ini bisa menjadi beban emosional tambahan yang menyebabkan gejala *Baby Blues*.

4. Dukungan Sosial dan Lingkungan

Faktor lingkungan juga berperan penting dalam pemaknaan *Baby Blues* pada ibu baru. Kurangnya dukungan sosial dari pasangan, keluarga, atau teman dapat meningkatkan risiko timbulnya gejala *Baby Blues* pada ibu baru. Sebaliknya, memiliki jaringan dukungan yang kuat dapat membantu mengurangi tekanan emosional dan memberikan rasa nyaman serta pemahaman bahwa mereka tidak sendiri dalam menghadapi perubahan ini.

5. Perubahan Fisik dan Psikologis

Proses melahirkan dan perawatan bayi yang membutuhkan perhatian dan energi ekstra dapat menyebabkan stres fisik dan psikologis pada ibu. Rasa lelah dan kurang tidur juga dapat mempengaruhi suasana hati ibu.

2.5.2. Dampak *Baby Blues*

Baby Blues yang tidak ditangani dengan baik dapat berdampak negatif pada kesehatan mental dan fisik ibu. Beberapa dampak yang mungkin terjadi antara lain:

1. Gangguan Kesehatan Mental: *Baby Blues* yang berkepanjangan dapat berkembang menjadi gangguan kecemasan atau depresi postpartum. Hal ini dapat mempengaruhi kualitas hidup ibu dan hubungan dengan bayi serta anggota keluarga lainnya.
2. Gangguan Kesehatan Fisik: Kondisi emosional yang tidak stabil dapat mempengaruhi kesehatan fisik ibu. Kurang tidur, pola makan yang tidak sehat, dan kurangnya aktivitas fisik dapat menyebabkan masalah kesehatan seperti kelelahan, penurunan imunitas, dan gangguan pencernaan.

2.5.3. Penanganan *Baby Blues*

Beberapa langkah penanganan yang dapat dilakukan antara lain:

1. Dukungan Emosional: Ibu perlu mendapatkan dukungan emosional dari pasangan, keluarga, dan teman-teman terdekat. Mendengarkan dan berbicara tentang perasaan dan pengalaman ibu dapat membantu mengurangi beban emosional.
2. Istirahat yang Cukup: Ibu perlu menjaga keseimbangan antara merawat bayi dan istirahat yang cukup. Mengatur waktu tidur dan meminta bantuan dari orang lain dapat membantu mengurangi kelelahan dan meningkatkan kesehatan fisik dan mental.
3. Perawatan Diri: Ibu perlu mengatur waktu untuk merawat diri sendiri. Melakukan aktivitas yang menyenangkan, seperti berjalan-jalan atau membaca buku, dapat membantu mengurangi stres dan meningkatkan suasana hati.

2.5.4. Peran Media Massa dalam Membentuk Pemaknaan *Baby Blues*

Media massa, termasuk televisi, surat kabar, majalah, dan media

sosial, memiliki peran yang signifikan dalam membentuk pemahaman dan pemaknaan tentang berbagai isu kesehatan mental. Hal ini juga berlaku untuk *Baby Blues* atau kondisi emosional pada ibu baru setelah melahirkan. Dalam tulisan ini akan dibahas peran media massa dalam membentuk pemaknaan *Baby Blues*.

1. Penyampaian Informasi

Salah satu peranan utama media massa adalah menyampaikan informasi kepada masyarakat secara luas. Melalui artikel-artikel kesehatan atau program-program televisi yang berkaitan dengan kehamilan dan pasca melahirkan, media dapat memberikan pengetahuan tentang *Baby Blues* kepada calon ibu maupun masyarakat umum. Informasi tersebut mencakup gejala-gejala *Baby Blues*, faktor risiko yang mempengaruhi kemunculannya, serta cara mengatasinya.

2. Pengaruh Representasi

Cara media massa merepresentasikan *Baby Blues* juga dapat memengaruhi bagaimana masyarakat memahami kondisi tersebut. Jika representasi dilakukan dengan akurat dan memperhatikan beragam pengalaman ibu baru, hal ini dapat membantu mengurangi stigma terkait *Baby Blues*. Sebaliknya, jika media massa hanya menampilkan gambaran yang negatif atau dramatis tentang kondisi tersebut, bisa jadi akan meningkatkan ketakutan dan kecemasan pada ibu baru.

3. Edukasi Masyarakat

Media massa juga dapat berperan dalam mendidik masyarakat tentang pentingnya pemahaman dan dukungan terhadap ibu baru yang mengalami *Baby Blues*. Melalui kampanye kesehatan mental di media sosial atau program-program televisi yang mengangkat isu-isu seputar kesehatan mental pasca melahirkan, masyarakat dapat diberikan pengetahuan tentang tanda-tanda serta cara mendukung ibu baru dengan

Baby Blues.

4. Pemberian Sumber Daya

Melalui media massa, informasi tentang sumber daya dan bantuan yang tersedia untuk ibu baru yang mengalami *Baby Blues* juga dapat disampaikan dengan lebih luas. Misalnya, artikel atau iklan kesehatan yang menyediakan informasi tentang dukungan kelompok, layanan bimbingan psikologis, atau nomor telepon penting yang bisa dihubungi ketika ibu baru membutuhkan bantuan.

5. Mendorong Dialog dan Kesadaran

Media massa juga dapat mendorong terbentuknya dialog dan kesadaran publik terhadap *Baby Blues* sebagai isu kesehatan mental pada ibu baru. Melalui liputan berita atau program talk show yang mengangkat pengalaman nyata ibu baru dalam menghadapi *Baby Blues*, stigma seputar kondisi tersebut dapat dikurangi dan masyarakat menjadi lebih peka serta peduli terhadap keadaan tersebut.

Dalam kesimpulan, media massa memiliki peranan penting dalam membentuk pemaknaan tentang *Baby Blues* pada ibu baru. Melalui penyampaian informasi, pengaruh representasi yang akurat, edukasi masyarakat, pemberian sumber daya, serta mendorong dialog dan kesadaran publik, media massa dapat membantu mengurangi stigma dan meningkatkan pemahaman tentang *Baby Blues* sebagai bagian dari kesehatan mental pasca melahirkan.

2.6. Studi Resepsi

Penelitian resepsi atau yang sering disebut analisis resepsi adalah studi tentang bagaimana suatu pesan atau informasi diterima oleh audiensnya, baik itu dalam bentuk pengalaman, seni, maupun informasi. Resepsi menekankan pentingnya memahami bagaimana audiens menerima, membaca, atau menolak teks komunikasi tertentu. Kajian mengenai perhatian dan resepsi dalam komunikasi massa didasarkan pada

teori encoding dan decoding yang diperkenalkan oleh Stuart Hall (1974). Ketika pesan atau makna diterima, proses dekripsi dimulai, yang merupakan tahap akhir dari proses enkripsi. Decoding merupakan aktivitas untuk menginterpretasikan isi pesan fisik menjadi makna yang dapat dimengerti oleh penerima (Mahmud, 2018: 217). Dalam konteks analisis penerimaan atau signifikansi publik, Stuart Hall menjelaskan bahwa terdapat tiga mode interpretasi terhadap pesan (Eriyanto, 2001:194-195), antara lain:

Analisis resepsi dalam konteks media membahas cara pemirsa menginterpretasikan pesan yang disampaikan. Ini melibatkan proses di mana pemirsa aktif dalam menafsirkan simbol, pesan, dan makna yang terkandung dalam media. Stuart Hall mengidentifikasi tiga pendekatan utama dalam analisis resepsi:

- a) Dominan: Pemirsa sepatutnya dengan pesan yang disampaikan dan menginterpretasikannya sesuai dengan makna yang dimaksudkan.
- b) Negosiasi: Pemirsa menerima sebagian pesan, namun menolak ideologi tertentu yang tidak sesuai dengan pandangan mereka sendiri.
- c) Oposisi: Pemirsa menolak makna yang diberikan dan menggantikannya dengan ideologi atau interpretasi alternatif yang sesuai dengan pandangan mereka.

Analisis resepsi menggambarkan bagaimana pemirsa aktif dalam memaknai konten media, di mana simbol dan pesan diterjemahkan sebagai bacaan yang dapat berbeda-beda tergantung pada konteks individu dan pengalaman mereka.

Analisis resepsi, berbeda dengan pendekatan penelitian lainnya, tidak hanya mengambil secara pasif simbol, teks, dan gambar dari media, tetapi juga memungkinkan audiens untuk menafsirkan konten tersebut berdasarkan pengalaman hidup dan konteks sosial mereka. Pendekatan ini secara implisit mengakui bahwa audiens memiliki kewenangan untuk

menilai sesuatu berdasarkan pemahaman dan pengalaman pribadi mereka. Analisis resepsi bertujuan untuk mengungkap bagaimana audiens aktif dalam memaknai pesan media, yang menempatkan mereka dalam peran yang tidak hanya sebagai penerima pasif. Selain itu, teori ini juga digunakan dalam konteks studi historiografi untuk mengembangkan pemahaman tentang bagaimana media mempengaruhi dan merefleksikan perubahan sosial dan budaya dari waktu ke waktu.

2.6.1. Konsep Dasar Studi Resepsi

Konsep dasar dari studi resepsi adalah bahwa setiap individu membawa pengalaman hidup, kebudayaan, dan latar belakang yang unik saat mereka berinteraksi dengan sebuah karya seni. Sebagai hasilnya, pemaknaan individu terhadap sebuah karya akan dipengaruhi oleh faktor-faktor tersebut. Tidak ada interpretasi tunggal atau baku; sebaliknya, variasi pemahaman dan respons penonton menjadi fokus utama dari studi ini.

Studi resepsi mengakui bahwa penonton tidak hanya menerima pesan yang disampaikan oleh karya seni, tetapi juga aktif dalam menciptakan makna. Mereka melakukan tindakan-tindakan seperti pengamatan visual, identifikasi dengan karakter-karakter tertentu dalam cerita, serta refleksi dan evaluasi atas apa yang ditampilkan di depan mereka. Pemahaman individu dipengaruhi oleh pengetahuan sebelumnya tentang genre karya seni atau referensi budaya tertentu.

1. Interaksi Sosial

Penelitian tentang resepsi menyoroti pentingnya interaksi sosial dalam proses interpretasi karya seni. Ketika penonton menonton suatu karya seni, mereka sering kali berinteraksi dengan orang lain untuk berbagi pengalaman mereka, melakukan diskusi mendalam, dan bertukar ide. Interaksi semacam ini tidak hanya memperluas perspektif individu terhadap karya seni, tetapi juga dapat mengarah pada pembentukan pemahaman yang lebih dalam dan kompleks tentang makna karya tersebut. Diskusi antara penonton dapat

membuka ruang untuk mengembangkan interpretasi baru atas sebuah karya seni. Melalui dialog dan refleksi bersama, individu dapat melihat aspek- aspek yang mungkin tidak terpikirkan sebelumnya atau mendapatkan sudut pandang baru yang memperkaya pengalaman mereka. Pertukaran ide ini dapat meningkatkan apresiasi terhadap keberagaman interpretasi yang mungkin timbul dari pengalaman menonton yang berbeda-beda. Selain interaksi langsung di dalam ruang fisik, teknologi modern juga memfasilitasi diskusi tentang seni melalui platform media sosial dan forum online. Di sini, penonton dapat berbagi pendapat mereka secara global, menghubungkan dengan orang-orang yang memiliki minat serupa, dan mendiskusikan karya seni dari berbagai sudut pandang dan latar belakang budaya yang berbeda. Hal ini menghasilkan ruang untuk eksplorasi yang lebih luas dan pertukaran yang lebih mendalam tentang seni dan maknanya dalam konteks sosial dan budaya yang lebih luas.

2. Konteks Budaya dan Ideologi

Studi resepsi yang mendalam menggarisbawahi betapa esensialnya konteks budaya dan ideologi dalam proses pemahaman penonton terhadap sebuah karya seni. Ketika seseorang menghadapi karya seni, mereka membawa serta nilai-nilai sosial yang telah tertanam dalam budaya mereka, norma- norma yang telah diterima, serta pandangan politik yang membentuk sudut pandang mereka terhadap dunia. Nilai-nilai sosial yang diinternalisasi dari budaya memberikan kerangka interpretatif yang kuat bagi penonton. Misalnya, dalam suatu masyarakat yang menekankan kolektivitas dan harmoni sosial, penonton mungkin cenderung menafsirkan sebuah karya seni dalam konteks nilai-nilai tersebut, mencari pesan tentang persatuan atau konflik yang diatasi. Sebaliknya, di budaya yang lebih individualistik, penekanan mungkin

lebih pada ekspresi pribadi atau konflik antara individualisme dan komunitas. Norma budaya juga memainkan peran penting dalam proses interpretasi. Norma-norma ini mengatur apa yang dianggap tepat atau tidak tepat dalam suatu konteks budaya, dan bisa mempengaruhi bagaimana karya seni dinilai atau diterima oleh penonton. Sebagai contoh, di budaya yang menghargai tradisi dan estetika tertentu, karya seni yang melanggar norma-norma estetika tradisional mungkin ditanggapi dengan skeptisisme atau bahkan penolakan. Selain itu, pandangan politik juga berperan dalam membentuk pemahaman terhadap karya seni. Pendekatan politik dapat mengarahkan penonton untuk mencari pesan yang berkaitan dengan konflik sosial, kekuasaan, atau perlawanan terhadap struktur kekuasaan yang ada. Dua individu dengan latar belakang budaya yang berbeda dapat memiliki interpretasi yang berbeda terhadap aspek-aspek karya seni seperti ini, tergantung pada bagaimana pandangan politik mereka memengaruhi persepsi mereka terhadap pesan yang tersirat. Dengan demikian, pemahaman terhadap sebuah karya seni tidak hanya didasarkan pada pengalaman individu semata, tetapi juga dipengaruhi secara dalam oleh faktor-faktor budaya dan ideologis yang membentuk konteks interpretatif penonton. Hal ini menunjukkan kompleksitas dalam interaksi antara karya seni dan audiens, serta pentingnya pengakuan terhadap keragaman dalam interpretasi yang muncul dari latar belakang budaya yang berbeda-beda.

3. Implikasi dan Signifikansi Studi Resepsi

Pendekatan studi resepsi mengubah pandangan kita tentang hubungan antara pembuat karya seni, karya itu sendiri, dan penontonnya menjadi lebih dinamis dan kompleks. Makna sebuah karya seni tidak lagi hanya bergantung pada niat asli pembuatnya, tetapi juga dipengaruhi oleh interaksi aktif antara

karya seni itu sendiri, pengalaman individu penonton, serta konteks sosial-budaya yang melingkupinya. Setiap individu membawa latar belakang budaya, nilai-nilai, dan pandangan politik yang unik dalam proses interpretasi mereka terhadap sebuah karya. Ini menyebabkan terjadinya beragam penafsiran dan pemahaman terhadap simbol, tema, atau nilai estetika yang terdapat dalam karya seni. Selain itu, penonton juga membawa pengalaman hidup dan emosi pribadi mereka ke dalam pengalaman menonton, yang semakin memperkaya keragaman interpretasi yang mungkin terjadi. Konteks budaya dan ideologi yang mempengaruhi penonton juga berperan penting, mengarahkan cara mereka menafsirkan pesan-pesan yang tersirat dalam karya. Dengan demikian, studi resepsi tidak hanya memperkaya pemahaman kita tentang interaksi karya seni dengan masyarakatnya, tetapi juga menggarisbawahi pentingnya menghargai dan merespons keragaman interpretasi yang muncul dari berbagai latar belakang budaya dan perspektif individu.

Melalui pendekatan studi resepsi, para produsen atau pembuat karya seni juga dapat lebih memahami audiens mereka dengan melihat variasi pemahaman dan respons yang muncul. Hal ini dapat membantu meningkatkan interaksi antara penghasil dan penerima makna sehingga menjadi lebih dinamis.

2.6.2. Studi Resepsi pada Film

Studi resepsi pada film adalah pendekatan dalam penelitian film yang fokus pada bagaimana penonton menerima, menafsirkan, dan memberikan makna pada film. Studi resepsi melibatkan analisis terhadap respon dan pengalaman penonton saat menonton film, serta bagaimana interpretasi mereka dipengaruhi oleh latar belakang, pengalaman, dan konteks sosial mereka. Dalam studi resepsi, peneliti tertarik untuk memahami bagaimana audiens berinteraksi dengan film, bagaimana mereka membentuk persepsi dan pemahaman mereka, dan bagaimana

interpretasi mereka dapat berbeda-beda. Pendekatan ini menekankan bahwa pemaknaan film tidak hanya terletak pada niat pembuat film, tetapi juga tergantung pada audiens dan konteks sosialnya.

Beberapa aspek yang penting dalam studi resepsi pada film meliputi:

1. Interpretasi penonton: Studi resepsi mengakui bahwa penonton memiliki kebebasan dalam memberikan interpretasi mereka terhadap film. Penonton dapat menghubungkan film dengan pengalaman pribadi, konteks budaya, dan pengetahuan yang mereka miliki untuk membentuk pemahaman yang unik.
2. Konteks sosial: Studi resepsi memperhatikan pengaruh konteks sosial terhadap interpretasi penonton. Konteks sosial seperti nilai-nilai budaya, norma, latar belakang sosial, dan pengalaman hidup memainkan peran penting dalam membentuk cara penonton memaknai dan merespons film.
3. Variasi interpretasi: Studi resepsi mengakui bahwa penonton dapat memberikan interpretasi yang berbeda-beda terhadap film. Interpretasi dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti umur, gender, latar belakang sosial-ekonomi, dan preferensi pribadi. Studi resepsi mencoba untuk memahami variasi ini dan menggali alasan di balik perbedaan interpretasi.
4. Respons emosional: Studi resepsi juga menyoroti respons emosional penonton terhadap film. Studi ini mencoba untuk memahami bagaimana film mempengaruhi perasaan, emosi, dan pengalaman penonton serta bagaimana respons emosional tersebut mempengaruhi interpretasi mereka terhadap film.

2.7. Basis Teori

2.7.1. Stuart Hall (Teori Penerimaan Pesan) Encoding & Decoding

Peneliti memanfaatkan teori yang dikemukakan oleh Stuart Hall mengenai Encoding & Decoding. Dalam teori ini, Stuart Hall menyoroti bahwa komunikasi melibatkan deskripsi tentang bagaimana proses komunikasi terjadi, di mana pesan-pesan dipertukarkan melalui kode-kode.

Kode-kode ini merupakan sistem dari unit-unit tanda yang telah memiliki makna tersendiri (Pujarama & Rizki Yustisia, 2020). Sistem Encoding berfokus pada analisis sebuah film yang berjudul "*Baby Blues*". Penelitian ini mengamati seluruh proses produksi film, termasuk unsur-unsur yang terkandung di dalamnya serta pesan-pesan yang ingin disampaikan melalui bahasa dan visual yang digunakan. Encoding tidak sekadar mencakup pembuatan teks media, tetapi juga meliputi proses distribusi yang terjadi dalam proses encoding. Di sisi lain, Decoding adalah tahap di mana audiens menginterpretasikan kode-kode bahasa yang terdapat dalam teks media setelah disajikan kepada mereka (Pujarama & Rizki Yustisia, 2020). Secara esensial, Decoding merupakan upaya khalayak untuk menerima dan mengurai pesan yang terkandung dalam teks media, khususnya dalam konteks film, dengan tujuan memahami makna yang terkandung di dalamnya.

Dalam proses Decoding, interpretasi atau pemaknaan pesan oleh khalayak tidak seragam dan dapat bervariasi tergantung pada latar belakang dan pengalaman pribadi mereka. Setiap khalayak memiliki sudut pandang yang berbeda dalam memahami pesan, sehingga hasil interpretasi dapat beragam, Hall pernah mengatakan dalam During "*The codes of encoding dan decoding may not be perfectly symmetrical*" (During, 1993).

Faktor-faktor individual juga berperan dalam pengaruhnya terhadap kehidupan sosial dan budaya, yang menunjukkan perbedaan dalam cara pesan disampaikan dan diterima. Menurut Hall (dalam Morrisson 2013) proses decoding nantinya akan menghasilkan 3 posisi audiens/penonton yang disebut dengan preferred reading yaitu: posisi dominan (hegemonic reading), posisi negosiasi (negotiated reading), dan posisi oposisi (oppositional reading) (Morrisson, 2013).

1. Posisi Dominan (hegemonic reading)

Audiens bisa berada dalam posisi dominan ketika menerima pesan media, di mana mereka dan media memiliki pandangan yang sejalan dengan kode budaya yang dominan

dalam masyarakat. Media bertanggung jawab untuk menyampaikan pesan yang sesuai dengan norma-norma budaya yang dominan. Ketika audiens menginterpretasikan pesan sesuai dengan maksud dari pembuat pesan, maka audiens menggunakan ideologi yang dominan dalam proses ini.

2. Posisi Negosiasi (negotiated reading)

Peran audiens dalam proses negosiasi melibatkan penerimaan umum terhadap ideologi dominan yang disampaikan oleh media, meskipun ada kasus di mana audiens menolak untuk menerapkannya secara langsung sesuai dengan konteks budaya lokal. Dengan kata lain, audiens memahami pesan yang disampaikan oleh media namun tidak selalu menerima atau menerapkannya secara utuh, dan hasil interpretasinya bisa bervariasi.

3. Posisi Oposisi (oppositional reading)

Posisi di mana khalayak secara aktif dan kritis mengubah atau menafsir ulang pesan yang disampaikan oleh media adalah esensi dari interpretasi yang kritis. Khalayak memiliki kemampuan untuk menghadirkan pandangan mereka sendiri dalam memahami pesan media, meskipun media berusaha menetapkan batasan dalam makna implisit yang disampaikannya. Dalam konteks teori resepsi, khalayak memiliki kepekaan untuk menolak ideologi dominan yang disusun oleh media. Ini menggambarkan bahwa interpretasi pesan media tidak statis, melainkan fluid. Variasi dalam cara pesan disampaikan dapat menjadi indikator seberapa baik pesan dalam teks media diserap oleh khalayak.

2.7.2. Fokus Penelitian

Fokus penelitian adalah terletak pada resepsi penonton terhadap makna depresi pada film “*Baby Blues*”. Hal ini dikarenakan peneliti ingin mengetahui sejauh mana khalayak yang dalam penelitian ini disebut

sebagai penonton memaknai sebuah pesan dari film yang nantinya terbagi menjadi 3 kelompok sesuai latar belakang masing- masing. Maka fokus dari penelitian ini penting untuk menguji apakah penonton film “*Baby Blues*” dapat memaknai pesan dalam film dan memberikan respon (feedback).

2.7.3. Asumsi Dasar

Berdasarkan teori tersebut, studi tentang analisis resepsi menunjukkan bahwa perbedaan pendapat adalah hal yang umum, tetapi proses berpendapat dalam menginterpretasikan sesuatu didasarkan pada latar belakang individu audiens. Resepsi yang dihasilkan oleh audiens tentu akan memiliki makna yang bervariasi.

