

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Analisis Resepsi

Analisis resepsi merupakan pendekatan untuk mengetahui penerimaan khalayak dan pemosisian khalayak saat menerima pesan dari isi pesan yang dibangun oleh media. Isi pesan ini berisikan simbol, pesan, dan tanda yang dimaknai sebagai *preferred reading* dari sebuah tayangan. Pesan tersebut dimaknai secara subjektif berdasarkan peristiwa atau pengalaman yang pernah dialami oleh penerima pesan.

Menurut Stuart Hall melihat resepsi atau penerimaan khalayak sebagai adaptasi yang diproyeksi dari elemen encoding-decoding yang diciptakan dan mulai dikenal sejak tahun 1973. Pada gagasan teori ini adalah bagaimana makna yang dikodekan (*decoding*) oleh pengirim pesan (*sender*) menjadi hal yang akan dianalisis pada penelitian ini.

Studi resepsi bukan hanya tentang konsumsi pesan media tetapi juga tentang akses untuk memproduksinya. Artikulasi reaksi pribadi terhadap media massa merupakan bagian dari bidang penelitian. Studi penerimaan penting bagi kehidupan individu dan sosial dan politik kita. Ini adalah bidang yang sangat pragmatis bahkan jika kadang-kadang mencapai kesimpulan khusus sulit.

Studi penerimaan media beralih ke jenis teori yang sama untuk perilaku dan sejarah manusia seperti kebanyakan ilmu sosial. Itu terlihat pada ilmu politik dan linguistik. Ini sangat bergantung pada proposisi psikologis dan sosiologis yang dikembangkan selama abad yang lalu. Tentu saja salah satu metode yang paling awal dan masih paling lazim untuk menemukan bukti tentang penerimaan teks media adalah analisis ilmiah terhadap teks tertulis dan lisan yang darinya para kritikus membuat klaim tentang apa yang dilakukan pembaca (J Staiger, 2005).

Pemaknaan antara pengirim pesan, penerima pesan, dan bagaimana pesan itu maknai diantara keduanya dibagi kedalam tiga kategori (Stuart Hall dalam (Eriyanto, 2009), yaitu:

- a. Pemaknaan Dominan (*Dominant Hegemonic Position*), dimana

- pesan dan kode yang disampaikan tersebut diterima sepenuhnya.
- b. Pemaknaan yang Dinegosiasikan (*Negotiated Code atau Position*), kode atau pesan yang diterima sepenuhnya tetapi pada akhirnya dikompromikan untuk kepentingan publik.
 - c. Pemaknaan Oposisi (*Oppositional Code atau Position*), kode atau pesan yang disampaikan oleh produser, dimaknai secara berbeda oleh khalayak.

Teori analisis resepsi ini akan digunakan peneliti untuk memahami bagaimana khalayak memaknai tentang tayangan film “Ngeri-Ngeri Sedap” yang didalamnya terdapat pesan berisikan tentang disorganisasi keluarga.

2.1.2 Teori Efek Media Massa

Teori yang dikembangkan oleh Melvin De Fleur dan Sandra Ball-Rokeach (1988) (dalam Nurudin, 2007, hal. 106) ini menganalisa atas interaksi khalayak dengan bagaimana khalayak merespon isi teks media. Mereka membagi empat perspektif teori yang menjabarkan penelitian ini. Empat perspektif teori tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Teori Perbedaan Individu (*Individual Differences Theory*)

Pesan yang ditransmisikan oleh media massa didaftarkan sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan pribadi individu. Pengaruh komunikasi terhadap individu berbeda-beda, meskipun individu tersebut menerima pesan yang sama. Terdapat faktor psikologis dalam menerima pesan yang disampaikan oleh media massa. Setiap individu memiliki pertimbangan, minat, keinginan yang berbeda-beda, yang dipengaruhi oleh faktor psikologis dalam diri individu tersebut, sehingga mempengaruhi penerimaan pesan yang disampaikan oleh media massa.

- b. Teori Penggolongan Sosial (*Social Category Theory*)

Individu yang termasuk dalam kategori sosial tertentu atau yang sama cenderung memiliki perilaku atau sikap yang kurang lebih sama terhadap rangsangan tertentu. Individu yang

tergabung dalam kelompok sosial tertentu umumnya merespon dengan cara yang sama terhadap pesan yang disampaikan oleh media massa. Penggolongan sosial ini berdasarkan usia, jenis kelamin, suku bangsa, profesi, pendidikan, kegemaran, status sosial, dan agama.

c. Teori Hubungan Sosial (*Social Relationship Theory*)

Pada dasarnya, media diterima melalui hubungan personal bukan langsung dari media. Informasi yang menyebar melalui media menyebar melalui hubungan sosial masyarakat. Teori ini berkaitan dengan teori *Two Step Flow Communication*. Teori hubungan sosial adalah salah satu teori dalam studi efek media yang berfokus pada pengaruh media massa terhadap hubungan sosial antara individu. Teori ini berpendapat bahwa media massa dapat mempengaruhi bagaimana orang berinteraksi, membentuk jaringan sosial, dan membangun hubungan interpersonal.

d. Teori Norma Budaya (*Norm and Cultural Theory*)

Media massa dapat memberikan kesan bahwa masyarakat menyesuaikan diri dengan norma dan nilai budaya mereka melalui informasi yang mereka sampaikan dengan cara tertentu. Teori norma budaya, dalam konteks teori efek media massa, membahas bagaimana media massa dapat mempengaruhi dan membentuk norma sosial dan budaya dalam masyarakat. Teori ini mengasumsikan bahwa media massa berperan sebagai agen sosialisasi yang mempengaruhi pemahaman, nilai, dan perilaku individu dalam masyarakat.

Menurut Paul Lazarsfeld dan Robert K. Merton, ada empat sumber utama kecemasan seputar media arus utama. Sifat media yang dapat hadir di mana-mana (*ubiquity*) dan kemungkinan manipulasinya untuk tujuan tertentu. Mengontrol kepentingan finansial pemilik modal untuk mengontrol media, dimana media dapat digunakan untuk menjamin kepatuhan publik terhadap status, mengurangi kritik sosial dan melemahkan pemikiran kritis publik.

Media massa dengan jangkauannya yang luas dan luas dapat memperkenalkan penontonnya pada selera estetika rendah dan budaya populer. Media massa dapat membatalkan terobosan sosial yang diperjuangkan oleh para reformis beberapa dekade lalu. Kemudian pada hal ini maka penerimaan khalayak umum berdasarkan teori dari De Fleur dan Ball-Rokeach ini dapat berdasarkan latar belakang, atau dari pengalaman dari audiens itu sendiri. Sehingga penelitian ini kemudian diperlukannya pertimbangan dari adanya keberagaman sosial dari para penonton untuk mendapatkan berbagai jenis pemaknaan dalam film “Ngeri-Ngeri Sedap”.

2.1.3 Komunikasi Massa

Komunikasi massa merujuk pada proses komunikasi yang melibatkan penyampaian pesan kepada khalayak yang luas melalui media massa. Dalam studi komunikasi, komunikasi massa menjadi bidang penelitian yang luas dan kompleks, meliputi berbagai aspek seperti teori, efek, struktur, dan peran media massa dalam masyarakat.

Komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan melalui media massa kepada khalayak yang besar, yang mencakup televisi, radio, surat kabar, majalah, media online, dan platform sosial. Media massa berfungsi sebagai saluran komunikasi yang mencakup produksi, distribusi, dan konsumsi pesan oleh publik.

Media massa memiliki beberapa fungsi dalam masyarakat. Pertama, sebagai saluran informasi, media massa menyediakan berita dan informasi yang penting bagi masyarakat. Kedua, sebagai saluran hiburan, media massa menyediakan konten yang menghibur dan menggairahkan publik. Ketiga, sebagai saluran pendidikan, media massa dapat menyampaikan pengetahuan dan pendidikan kepada khalayak. Terakhir, sebagai saluran persuasif, media massa dapat mempengaruhi opini, sikap, dan perilaku masyarakat melalui iklan, propaganda, dan narasi yang disajikan.

komunikasi massa juga melibatkan analisis efek yang dihasilkan oleh media massa. Efek-efek ini dapat berupa efek kognitif (perubahan pengetahuan dan pemahaman), efek afektif (perubahan emosi dan sikap), dan efek perilaku (perubahan perilaku dan tindakan). Misalnya,

media massa dapat mempengaruhi persepsi publik tentang isu-isu sosial, mempengaruhi pembentukan opini dan sikap politik, serta mempengaruhi kebiasaan konsumsi dan gaya hidup.

komunikasi massa juga melibatkan analisis efek yang dihasilkan oleh media massa. Efek-efek ini dapat berupa efek kognitif (perubahan pengetahuan dan pemahaman), efek afektif (perubahan emosi dan sikap), dan efek perilaku (perubahan perilaku dan tindakan). Misalnya, media massa dapat mempengaruhi persepsi publik tentang isu-isu sosial, mempengaruhi pembentukan opini dan sikap politik, serta mempengaruhi kebiasaan konsumsi dan gaya hidup.

komunikasi massa menjadi subjek yang mendalam dan terus berkembang. Pendekatan ilmiah dan analisis terhadap komunikasi massa membantu kita memahami peran, efek, dan dinamika media massa dalam masyarakat, serta tantangan dan peluang yang terkait dengan kemajuan teknologi komunikasi.

2.1.4 Komunikasi Interpersonal Orangtua dan Anak

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi secara tatap muka antara dua orang atau lebih, baik secara terorganisasi maupun dalam sekelompok orang. Komunikasi antara orang-orang memainkan peran besar dalam mengubah sikap. Karena komunikasi adalah proses berbagi informasi. Para peserta komunikasi memperoleh kerangka pengalaman yang sama (akumulasi pengetahuan, nilai, kepercayaan dan kualitas lain yang melekat pada orang tersebut), yang mengarah pada saling pengertian tentang makna informasi. Komunikasi efektif ketika bingkai pengalaman dari mereka yang terlibat dalam komunikasi tumpang tindih, yang terjadi ketika individu merasakan, mengatur, dan mengingat sejumlah besar informasi dari lingkungan mereka.

Komunikasi antara orang tua dan anak merupakan komunikasi interpersonal karena bersifat dialogis. Orang tua tahu langsung jika anaknya menerima pesan dengan baik. Dengan hubungan interpersonal, orang tua dapat mengubah sikap anaknya menjadi lebih baik.

Orang tua adalah ayah dan ibu anak melalui hubungan biologis dan sosial. Pada umumnya orang tua memegang peranan yang sangat penting dalam membesarkan anak, dan gelar ibu/ayah dapat diberikan kepada seorang wanita atau pria yang bukan merupakan orang tua kandung (biologis) dari orang yang mengisi peran tersebut.

2.1.5 Disorganisasi Keluarga

keluarga sebagai unit organisasi terkecil didalam masyarakat memegang peranan pertama dan utama terhadap perkembangan dan pertumbuhan baik fisik dan mental serta kepribadian anak. Menurut pakar Ilmu Jiwa" Hurlock dalam bukunya *Development Psychology*, keberhasilan perkawinan yang notabene adalah keberhasilan hidup berkeluarga ditentukan oleh sejauh mana kemampuan suami istri dalam melaksanakan tugas-tugas perkembangan selaras dengan peran-peran yang harus mereka emban sebagai konsekuensi dari perkawinannya.

Dengan terpenuhi dan berfungsinya semua unsur di dalam kehidupan berkeluarga, secara dini merupakan langkah untuk mengantisipasi apa yang disebut Disorganisasi Keluarga sebagai salah satu masalah sosial yang ada di dalam kehidupan bermasyarakat. Horton dan Hunt (1994) menyebutkan bahwa keluarga adalah salah satu struktur kelembagaan, yang terdapat pada setiap masyarakat, yang berkernbang melalui tugas-tugasnya, yaitu fungsi pengaturan seksual, fungsi reproduksi, fungsi sosialisasi, fungsi afektif, fungsi penentuan status, fungsi perlindungan dan fungsi ekonomi.

Keutuhan keluarga dan keserasian yang menguasai suasana di rumah menpakal salah satu aktor penting. Demikian pula tokoh ayah dantokoh ibu sebagai pengisi hati nurani yang pertama harus melakukan tugas-tugas dengan penuh tanggung jawab dalam suasana kasih sayang antara pengasuh dalam hal ini orang tua dengan yang diasuh yaitu anak. Disorganisasi Keluarga terjadi karena disebabkan oleh faktor-faktor antara lain (Juliana Lumintang, 2012) :

- a. Faktor Internal, seperti ketiadaan dalam keluarga nonna dan etika yang seharusnya dipelihara, ditinggalkan serta ketiadaan saling pengertian dalam keluarga

- b. Faktor Eksternal, pola kehidupan yang modern yang sangat peka terhadap pribadi dan struktur sosial, kehidupan yang serba bebas tidak terkontrol, lingkungan hidup yang buruk serta situasi perekonomian dan lain-lain.

2.1.6 Film sebagai Media Massa

Film merupakan bagian dari media massa yang sering digunakan sebagai sarana untuk menggambarkan kehidupan sosial. Film sebagai salah satu atribut media massa merupakan sarana komunikasi yang paling efektif. Film sebagai salah satu karya budaya, banyak di antaranya menawarkan gambaran kehidupan dan pelajaran penting bagi masyarakat. Film juga merupakan salah satu sarana komunikasi yang paling efektif. Karena kualitas suara dan gambar yang ditawarkannya, film menjadi sarana yang sangat efektif untuk memperkenalkan cara berpikir kognitif kepada masyarakat.

Menurut Defleur dan McQuail dalam Riswandi 2009, komunikasi massa adalah proses dimana komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesan secara luas dan terus menerus menciptakan makna yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan beragam dengan cara yang berbeda. Berdasarkan beberapa definisi di atas, komunikasi massa adalah komunikasi yang dilakukan media melalui media massa dalam menyampaikan informasi.

Menurut Wibowo, film merupakan alat untuk menyampaikan berbagai pesan kepada masyarakat melalui cerita. Film juga merupakan media ekspresi artistik sebagai alat bagi seniman dan pembuat film untuk mengungkapkan ide dan gagasan untuk cerita. Secara mendasar dan hakiki, film memiliki kekuatan yang mempengaruhi mediator masyarakat.

Film pada hakekatnya merupakan bagian dari komunikasi massa yang tidak dapat dipisahkan dari hubungan antara film dan masyarakat. Film merupakan salah satu sarana komunikasi berupa suara dan gambar, yang memiliki konsep naratif. Karena dengan adanya film dapat dijadikan sebagai media penyampaian pesan melalui alur-alur yang disampaikan oleh penulis skenario kepada penonton/penonton. Selain

itu, sebagai media massa, film memiliki fungsi menyampaikan pesan berupa informasi, pendidikan dan hiburan.

Sebagai sebuah media, film memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pola pikir masyarakat yang membagikan konten film yang disajikan. Film dapat digunakan tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai alat sosialisasi yang persuasif.

2.1.7 Penonton Film sebagai Khalayak

Definisi khalayak jauh lebih rumit untuk dipahami. Kelompok sasaran, tentu saja, bukanlah sasaran atau penerima konten. Namun, publik mencakup pemahaman manusia tentang berbagai aspek seperti sosial, politik, psikologis dll. Karena setiap orang berbeda, bahkan dalam kelompok yang sama. Lebih mudah melihat penonton melalui sifat penonton itu sendiri daripada melihat definisi standar penonton. Publik mengalami evolusi yang tidak selalu dinamis, tetapi juga tidak statis, terkadang pasif, dan seiring dengan kemajuan era digital, publik menjadi aktif. Hal ini sesuai dengan penelitian yang menyatakan bahwa persepsi penonton terhadap konten muncul dalam proses restrukturisasi kognitif dan terkadang sangat ekspresif (Nasrullah, 2019, hlm. 5).

Menurut konsep McQuail, penyebutan audiens lebih dekat dengan istilah "penerima". Konsep audiens mengacu pada sekelompok pendengar atau penonton yang penuh perhatian, reseptif, tetapi relatif pasif. Selain itu, Cangara mendefinisikan khalayak sebagai pihak yang menjadi sasaran pesan yang disampaikan oleh sumber yang dapat terdiri dari satu atau lebih individu, kelompok, partai, bahkan negara (Nasrullah, 2019, hlm. 6-7).

Dengan lahirnya media baru, publik tidak hanya tampil sebagai penerima pesan, tetapi juga tidak menutup kemungkinan bahwa publik memperluas perannya sebagai produser pesan. Publik dapat dengan mudah meninggalkan komentar di kolom yang disediakan oleh media dan bereaksi terhadap informasi secara real time. Misalnya, penonton dalam film tidak hanya berperan sebagai penerima pesan media, tetapi juga dapat merespon langsung dengan mengomentari film tersebut di

media sosial. Berbeda dengan khalayak di media tradisional yang harus melalui banyak proses yang cukup rumit untuk mengomentari sesuatu.

2.2 Penelitian Terdahulu

Sebagai peninjau penelitian ini, peneliti menggunakan setidaknya dua penelitian terdahulu sebagai rujukan maupun bahan pertimbangan dalam mengkaji penelitian ini. Peneliti mengkaji setidaknya dua penelitian terdahulu yang sesuai dan berkaitan dengan pembahasan penerapan teori analisis resepsi pada film. Berikut penjabaran penelitian terdahulu:

	Penelitian Terdahulu 1	Penelitian Terdahulu 2
Nama Peneliti	Adlina Ghassani	Mega Pertiwi
Jenis Karya	Tesis	Jurnal
Tahun Penelitian	2018	2020
Judul Penelitian	Pemaknaan Rasisme Dalam Film (Analisis Resepsi Film Get Out)	Analisis Resepsi Interpretasi Penonton Terhadap Konflik Keluarga dalam Film “Dua Garis Biru”
Teori yang Digunakan	Analisis Resepsi oleh Stuart Hall	Analisis Resepsi oleh Stuart Hall
Metode Penelitian	Deskriptif	Deskriptif
Hasil Penelitian	Posisi penonton dalam menerima makna rasisme dalam Get Out didominasi oleh posisi oposisi. Dari tujuh unit adegan	Interpretasi penonton terhadap film Dua Garis Biru untuk adegan konflik pertama dan kedua di dominasi oleh

	yang dianalisis, lima berada dalam posisi oposisi mutlak pada adegan kedua, informan lainnya berada pada posisi dominan. Setiap adegan menampilkan materi rasis yang berbeda.	dominant-hegemonic position yang berarti pesan tersampaikan secara ideal dan para penonton menerima pesan apa adanya. Sedangkan pada adegan konflik ketiga didominasi oleh oppositional position yang berarti penonton menyangkal pesan dominan dan memiliki acuan alternatif dalam menginterpretasikan adegan yang ada.
Perbedaan	Perbedaan pada penelitian ini adalah objek dan subjek penelitiannya. Objek penelitian ini adalah pemaknaan khalayak terhadap film “Get Out” yang berisikan tentang pembahasan rasisme.	Perbedaan pada penelitian ini adalah objek dan subjek penelitiannya. Objek penelitian ini adalah pemaknaan khalayak terhadap film “Dua Gari Biru” yang berisikan tentang pola komunikasi dalam keluarga.
Persamaan	Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode <i>reception analysis</i> dengan pemaknaan yang dikategorikan oleh Stuart Hall	Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode <i>reception analysis</i> dengan pemaknaan yang dikategorikan oleh Stuart Hall

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu

(Olahan Peneliti)

Berdasarkan penelitian Adlina (2018), penelitian ini sama-sama menggunakan teori yang sama yakni teori penerimaan khalayak berdasarkan Stuart Hall. Penelitian ini juga memiliki perbedaan pada subjek dan objek, juga memiliki perbedaan pada hasil penelitian. Objek yang diteliti merupakan Film “Get Out” tentang peristiwa rasisme yang ada di Amerika Serikat. Dengan

analisis Stuart Hall, penonton menerima makna film tersebut didominasi pada posisi oposisi.

Berdasarkan penelitian Mega (2020), juga memiliki persamaan pada teori yang digunakan yakni Stuart Hall. Dengan menggunakan teori tersebut, penonton yang menerima makna dari film “Dua Garis Biru” di dominasi dengan posisi *dominant-hegemonic*. Terdapat pula persamaan pada topik penelitian Mega yakni, konflik keluarga. Meski memiliki topik yang cukup sama, Mega menggunakan objek penelitian yang berbeda yakni film “Get Out”.

2.3 Fokus Penelitian

Peneliti menetapkan fokus penelitian dengan tujuan agar mempermudah peneliti dalam pelaksanaan penelitian nantinya dan tidak keluar dari lajur yang akan diteliti, maka dalam penelitian ini, peneliti hanya akan memfokuskan penelitian ini pada pemaknaan oleh Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang dengan latar belakang disorganisasi keluarga sebagai khalayak tayangan dari film “Ngeri-Ngeri Sedap”.