

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Film Sebagai Media Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan salah satu komponen atau jenis dari komunikasi itu sendiri. Dimana adanya timbal balik antara komunikator dan komunikan dengan tujuan mempengaruhi tingkah laku penerima, tetapi yang membedakan dengan komunikasi massa disini adalah proses dari komunikasinya itu sendiri. Dimana komunikasi massa adalah komunikasi yang dilakukan kepada khalayak luas dengan tujuan mempengaruhi khalayak tersebut. Hal ini dapat dilakukan didalam organisasi, lembaga, institusi, maupun komersil. Tetapi komunikasi massa berfokus pada *internal feedback* dan *external feedback*. Sehingga komunikasi massa tidak hanya berupa memberitahukan dan mendengarkan, namun didalam suatu proses komunikasi massa diharuskan untuk mengandung pembagian fakta, ide, pikiran, ataupun pendapat dari satu orang dengan orang lainnya.

Komunikasi massa erat hubungannya dengan sebuah media yang berfungsi sebagai jembatan penghubung, dari pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Contoh media tersebut yaitu televisi, radio, film, dan media sosial. Dari berbagai macam bentuk media yang sudah berkembang di era ini, komunikan dapat dengan leluasa menentukan media apa yang ingin digunakan

sebagai pembawa pesan sesuai dengan khalayak yang ingin dituju. Contohnya yakni film, film merupakan media audio dan visual yang dibuat untuk disebarluaskan melalui bioskop maupun platform digital lainnya. Film memiliki peran yang kuat dalam menyampaikan sebuah pesan kepada banyak orang dan film mampu meniptakan daya tarik emosional serta dapat membentuk opini publik dan pandangan masyarakat (McQuail,2010), yang dimaksud disini adalah pembuat film sebagai komunikator dapat menyampaikan pesan berupa kritik sosial maupun hiburan yang nantinya dapat menimbulkan efek,bisa membentuk opini bahkan perubahan perilaku ke penonton sebagai komunikannya.

2.2 Film Sebagai Konstruksi Sosial

Film adalah sebuah medium yang berfungsi sebagai konstruksi sosial. Dalam konteks ini, film tidak hanya sekedar merekam realitas tetapi juga membangun dan menghadirkan kembali realitas berdasarkan kode-kode, konvensi, dan ideologi budaya. Seperti yang dikatakan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman teori konstruksi sosial yang menjelaskan bahwa realitas sosial tidaklah objektif, melainkan dibentuk oleh interaksi dan interpretasi individu. Film dapat menjadi sarana untuk mengkonstruksi realitas sosial ini, dengan cara merepresentasikan dan mengkomunikasikan gagasan-gagasan dan nilai-nilai sosial melalui cerita dan gambaran visual.

Stuart Hall berpendapat bahwa representasi dapat mengandung dua pengertian, yakni pengertian pertama yaitu representasi dari mental, dimana konsep ini berkenaan tentang segala sesuatu yang muncul dari kepala pribadi orang masing-masing atau dapat disebut juga dengan peta konseptual (Hall, Stuart. 2003). Berikut adalah beberapa argumen yang menjelaskan bagaimana film berfungsi sebagai konstruksi dan representasi sosial.

Lalu dalam hal untuk menjelaskan adanya sebuah representasi serta penggunaan konstruksi sosial, Hall menyebutkan bahwa ada tiga jenis pendekatan representasi, yaitu sebagai berikut :

1. Pendekatan Konstruktivis, pendekatan ini merupakan sebuah pendekatan yang lebih menekankan kepada arah bagaimana sebuah proses konstruksi dari makna melalui bahasa yang sudah digunakan untuk menyampaikannya. Pengguna bahasa dan bahasa tidak dapat menetapkan suatu makna yang terkandung langsung kedalam bahasa melalui dirinya itu sendiri. Melainkan harus dibebaskan serta dikomparasikan dengan berbagai hal lain sampai hingga memunculkan apa yang disebut sebuah interpretasi. Konstruksi sosial ini pun di konstruksikan melalui ahli atau aktor-aktor sosial yang menggunakan sebuah konsep kultur dari bahasa serta digabung atau dikombinasikan oleh sebuah sistem representasi yang lain.

2. Pendekatan reflektif, dimana pendekatan ini merupakan sebuah makna yang dipahami untuk memperdayai sebuah obyek, gagasan, seseorang, ataupun berbagai kejadian yang ada didalam kehidupan nyata. Dalam artian ini, dimana sebuah bahasa berbanding lurus dengan cermin. Cermin yang dapat memantulkan adanya sebuah makna yang terjadi sebenarnya dari segala sesuatu yang ada didalam dunia. Pada pendekatan ini dijelaskan bahwa sebuah bahasa dapat bekerja dengan refleksi yang sangat sederhana tentang adanya suatu kebenaran pada kehidupan normatif. Pendekatan ini lebih kearah untuk menekankan pada bahasa yang ada untuk mengekspresikan makna yang memiliki pesan tersirat dalam sebuah obyek yang berkaitan.

3. Pendekatan Intensional, dimana pendekatan ini merupakan sebuah pendekatan yang melihat secara langsung bahasa dan fenomena yang ada untuk mengungkapkan sebuah maksud serta memiliki pemaknaan sendiri atas kepribadiannya. Pendekatan ini tidak bekerja dengan cara merefleksikannya, tetapi pendekatan ini berdiri sendiri dengan segala pemaknaanya. Kata-kata yang disajikan dan yang muncul merupakan sebagai pemilik dari apa yang di maksudkannya. Kesimpulannya, pendekatan intensional ini lebih kearah menekankan pada bahasa yang dikeluarkan apakah

sudah mampu memaknai apa maksud sesungguhnya dari apa yang komunikator maksudkan.

Kemudian sebuah representasi mengarah kepada sebuah pengkategorian oleh masyarakat luas dan ide-ide yang merujuk tentang mereka. Kemudian pengaitannya dengan media, hal itu dipahami melalui cara yang begitu dominan melalui adanya sebuah gambar, tetapi disisi lain juga dapat berlangsung dengan sarana komunikasi apapun yang ada. Ide-ide yang ada, akan dikaitkan secara langsung dengan ideologi masyarakat serta melalui cara bagaimana seseorang melihat sebuah subjek tersebut.

Dalam pemaparan yang ada tersebut, ada peran dari media, salah satunya film dalam membantu sebuah konstruksi pemaknaan yang ada didalam pikiran seorang manusia, tetapi hal ini juga bergantung terhadap bagaimana cara dari sebuah media itu bekerja untuk mengkonstruksi suatu realitas atau makna yang terkandung. Maka dari itu, representasi ini pun saling berbanding lurus dengan adanya suatu identitas atau karakter, produksi, konsumsi dan regulasi.

2.3 Film Sebagai Industri

Film, di samping fungsinya sebagai media komunikasi massa dan representasi sosial, juga merupakan sebuah industri yang kompleks dan dinamis. Industri film mencakup seluruh proses mulai dari pengembangan ide,

produksi, distribusi, hingga eksibisi (penayangan) karya film kepada khalayak. Sektor ini tidak hanya memiliki dimensi artistik dan budaya, tetapi juga signifikan secara ekonomi, melibatkan investasi besar, menciptakan lapangan kerja, dan menghasilkan pendapatan global.

Industri film secara umum dapat dibagi menjadi tiga sektor utama yang saling berkaitan:

1. **Produksi (Production):** Tahap ini melibatkan seluruh proses pembuatan film, dimulai dari pengembangan skrip, pra-produksi (perencanaan, perekrutan kru, *casting*, pencarian lokasi, penyusunan anggaran), produksi (pengambilan gambar), hingga pasca-produksi (pengeditan, efek visual, *sound mixing*, dan *color grading*) (Fiveable, n.d.-b). Sektor produksi memerlukan kolaborasi berbagai profesional, mulai dari produser, sutradara, penulis skenario, aktor, hingga berbagai kru teknis (cinematographer, penata suara, desainer set).
2. **Distribusi (Distribution):** Setelah film selesai diproduksi, tahap selanjutnya adalah mendistribusikannya agar dapat dijangkau oleh penonton. Distributor bertanggung jawab atas strategi pemasaran dan perilisan film, negosiasi dengan pihak eksibitor (bioskop), serta pengelolaan hak kekayaan intelektual (IPR) dan lisensi. Ini mencakup penjualan hak penayangan ke bioskop, platform *streaming*, televisi,

hingga penjualan dalam bentuk fisik (DVD/Blu-ray) atau digital (*video-on-demand*).

3. **Eksibisi (Exhibition):** Sektor ini merupakan tahap akhir di mana film ditayangkan kepada penonton. Secara tradisional, eksibisi utama adalah melalui bioskop. Namun, dengan perkembangan teknologi, eksibisi kini meluas ke berbagai platform seperti televisi, layanan *video-on-demand* (Netflix, Disney+, dll.), serta platform digital lainnya. Pendapatan dari penjualan tiket bioskop (*box office*) menjadi salah satu indikator utama keberhasilan komersial sebuah film.

Industri film terus beradaptasi dengan perubahan teknologi dan preferensi audiens:

- **Revolusi Digital dan Streaming:** Transformasi dari teknologi elektronik ke digital telah mengubah cara film diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi. Munculnya platform *streaming* telah merevolusi akses penonton terhadap film, menawarkan fleksibilitas dan pilihan yang lebih luas, meskipun juga menghadirkan tantangan bagi model bisnis bioskop tradisional.
- **Globalisasi dan Kolaborasi Internasional:** Industri film semakin mengglobal, dengan meningkatnya kolaborasi antarnegara dalam produksi (*co-production*). Hal ini memungkinkan akses ke pendanaan, talenta, dan lokasi yang lebih beragam, serta mempromosikan pertukaran budaya dan peningkatan keragaman cerita yang ditayangkan.

- **Produksi Film Global:** Produksi film secara global telah mencapai titik tertinggi, melebihi tingkat pra-pandemi, dengan India, Tiongkok, dan Amerika Serikat sebagai pemimpin. Film-film animasi dan waralaba populer terus menjadi pendorong utama pendapatan *box office* global.

Memahami film sebagai sebuah industri penting untuk menempatkan kajian semiotika dalam konteks yang lebih luas, yaitu bagaimana tanda dan makna yang dianalisis tidak terlepas dari proses produksi, distribusi, dan konsumsi yang digerakkan oleh dinamika ekonomi dan bisnis.

2.4 Pesan Komunikasi pada Film

Dalam proses komunikasi, pesan merupakan elemen yang paling penting karena menjadi inti dari pertukaran makna antara komunikator dan komunikan. Pesan tidak hanya berbentuk ujaran verbal, tetapi juga dapat disampaikan melalui simbol, gambar, ekspresi wajah, gerakan tubuh, hingga konstruksi naratif seperti dalam film.

Menurut Onong Uchjana Effendy (2003), pesan dalam komunikasi dibagi ke dalam beberapa jenis:

1. Pesan Verbal dan Nonverbal
 - *Pesan verbal* adalah pesan yang disampaikan dalam bentuk kata-kata, baik lisan maupun tulisan.

- *Pesan nonverbal* disampaikan melalui bahasa tubuh, ekspresi wajah, intonasi, simbol visual, warna, pakaian, dan gesture.

2. Pesan Primer, Sekunder, dan Tambahan

- *Pesan primer* adalah pesan utama yang secara sengaja dikomunikasikan oleh pengirim.
- *Pesan sekunder* adalah pesan yang muncul melalui media perantara, misalnya dalam bentuk gambar atau film.
- *Pesan tambahan* adalah pesan yang tidak disengaja namun tetap tertangkap oleh penerima, seperti ekspresi emosional atau konteks situasional.

3. Pesan Denotatif dan Konotatif

- *Pesan denotatif* adalah makna literal dari suatu tanda atau simbol.
- *Pesan konotatif* merupakan makna tambahan yang mengandung nuansa emosional, ideologis, atau budaya tertentu.

Lebih lanjut, McQuail (2010) mengelompokkan isi pesan media massa menjadi beberapa kategori berikut:

- Pesan Informatif: menyampaikan fakta atau pengetahuan.
- Pesan Persuasif: memengaruhi opini atau perilaku penonton.

- Pesan Normatif: menyampaikan nilai, etika, atau norma sosial.
- Pesan Emosional: membangkitkan empati, simpati, atau reaksi emosional.
- Pesan Interpretatif: menyajikan tafsir tertentu atas realitas sosial.

Dalam konteks media seperti film, pesan tidak selalu ditafsirkan secara seragam oleh penonton. Stuart Hall (2003) dalam teori *encoding/decoding*-nya menjelaskan bahwa pesan yang dikonstruksi oleh pembuat film (encoding) dapat ditafsirkan (decoding) oleh penonton melalui tiga posisi:

- Dominant-hegemonic: pesan diterima sebagaimana maksud pembuatnya.
- Negotiated: pesan diterima sebagian, namun dimaknai ulang berdasarkan pengalaman pribadi.
- Oppositional: pesan ditolak karena bertentangan dengan nilai yang dianut penonton.

Dengan demikian, film memiliki kapasitas unik untuk mengkomunikasikan beragam tujuan pesan ini melalui perpaduan elemen verbal dan nonverbal. Sebuah film bisa saja secara informatif memperkenalkan latar belakang sejarah, secara persuasif mengubah pandangan tentang isu sosial, secara emosional menguras emosi penonton, atau secara moral menginspirasi tindakan positif, semua ini terjalin melalui serangkaian tanda yang dianalisis menggunakan semiotika.

2.5 Tanda Interaksi Sosial Dalam Film

Interaksi sosial merupakan pilar utama dalam kehidupan kita dalam bermasyarakat, yang memungkinkan suatu individu maupun kelompok membangun sebuah hubungan sosial. Soerjono Soekanto berpendapat bahwa interaksi sosial merupakan suatu hubungan sosial yang dinamis, yang menyangkut hubungan antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, maupun kelompok dengan kelompok (Soekanto,2013).

Interaksi sosial tidak bisa lepas dengan komunikasi, karena interaksi sosial membutuhkan proses pertukaran pesan dari satu pihak ke pihak lain. Komunikasi mampu membuat sebuah individu atau kelompok mempengaruhi dan memahami satu sama lain. Oleh karena itu, Jika diartikan secara menyeluruh dapat dikatakan kalau interaksi sosial adalah Suatu bentuk hubungan dua arah yang memungkinkan terjadinya saling memengaruhi, baik antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, maupun antar kelompok.

Bentuk hubungan yang tercipta dalam interaksi sosial dapat berupa kerjasama, diskusi, atau bahkan konflik, baik secara formal dan informal maupun langsung dan tidak langsung. Selain itu, interaksi sosial juga bisa diartikan sebagai proses komunikasi yang terjadi antara dua individu atau lebih yang saling mempengaruhi dalam sikap, perilaku dan pemikiran antara satu

dengan yang lain. Sedangkan, menurut Warren dan Rousech, interaksi sosial adalah proses di mana sesama orang menyampaikan pernyataan, keyakinan, reaksi emosional, serta sikap dan kesadaran lain di antara kehidupan yang ada. Adapun juga upaya manusia untuk mencapai kebutuhan yang terpenuhi yaitu dengan melalui sebuah proses sosial yang disebut interaksi sosial.

Dengan memahami bentuk-bentuk interaksi sosial, kita dapat lebih memahami bagaimana manusia berinteraksi dan bagaimana interaksi sosial mempengaruhi kehidupan masyarakat. Beberapa ahli memiliki beberapa pandangan mengenai bentuk interaksi sosial, salah satunya yakni Soerjono Soekanto dalam bukunya mengemukakan bahwa, interaksi sosial terbagi menjadi dua bentuk, proses sosial asosiatif yang mengarah pada kesatuan dan kerjasama, serta proses sosial disosiatif yang mengarah pada konflik dan antagonis.

Interaksi sosial bentuk Asosiatif adalah proses sosial yang bertujuan untuk menciptakan keharmonisan dalam suatu hubungan. Proses ini dapat terwujud melalui bentuk kerja sama, upaya untuk penyelesaian konflik, dan upaya mengurangi perbedaan. Tahapan proses-proses asosiatif meliputi memulai, menjajaki, meningkatkan, menyatupadukan, dan memperlihatkan. Berikut jenis dan contoh dari interaksi sosial asosiatif:

1. Kerja Sama

Kerja sama adalah suatu usaha bersama antara perorangan atau kelompok untuk mencapai tujuan bersama. Contoh: Gotong royong dan koalisi.

2. Akomodasi

Akomodasi adalah proses penyesuaian diri atau kelompok sebagai upaya untuk mengatasi ketegangan. Tujuan akomodasi adalah mencapai perimbangan serta mencegah membesarnya pertentangan. Contoh: kompromi, arbitrase, mediasi, konsiliasi, dan toleransi.

3. Asimilasi

Asimilasi adalah perpaduan antara dua hal atau lebih dengan masing-masing unsur penyusunnya masih tampak dalam hasil perpaduan tersebut. Contoh: percampuran kebudayaan yang menghasilkan kebudayaan baru.

4. Akulturasi

Akulturasi adalah penerimaan unsur-unsur dari budaya lain ke dalam budaya sendiri. Contoh: penerimaan unsur-unsur budaya lain ke dalam budaya masyarakat.

Disosiatif adalah interaksi yang mengarah pada perpecahan dan pertentangan. Jenis ini dapat melemahkan solidaritas dan persatuan di antara individu maupun kelompok masyarakat. Berikut jenis dan contoh dari interaksi sosial disosiatif.

1. Persaingan

Persaingan adalah proses sosial dimana individu atau kelompok berusaha mengalahkan pihak lain untuk meraih keuntungan tanpa menggunakan ancaman atau kekerasan. Contoh, persaingan dalam lomba catur yang dapat menyebabkan perselisihan dan pertikaian.

2. Kontravensi

Kontravensi adalah perasaan tidak suka seseorang kepada orang lain yang disembunyikan dikarenakan banyak faktor, seperti perasaan iri dengki yang dapat menimbulkan perpecahan.

3. Pertentangan

Pertentangan adalah proses sosial dimana terjadi sebuah perbedaan visi dan misi, perbedaan pendapat, perbedaan pandangan, perbedaan kepentingan, beda budaya, dan perbedaan lainnya yang menimbulkan konflik atau pertentangan.

Interaksi sosial disini juga bisa temukan di dalam film, film mampu kita teliti dan analisis apa saja interaksi sosial yang ditunjukkan. Interaksi sosial pada film yakni meliputi bagaimana interaksi antara karakter, antara karakter dan lingkungan, serta antara karakter dan para penonton.

Dalam medium film, relasi sosial tidak hanya disampaikan melalui percakapan antar tokoh, tetapi juga melalui berbagai bentuk penanda non-verbal dan aspek visual sinematik lainnya. Film dapat dipandang sebagai teks budaya

yang sarat dengan tanda, sehingga representasi interaksi sosial di dalamnya dapat dikaji menggunakan perspektif semiotika.

Berbagai tanda dalam film berfungsi sebagai media pembawa makna yang membantu penonton memahami kompleksitas hubungan antar tokoh, konflik interpersonal, solidaritas kolektif, hingga nilai-nilai sosial yang diusung dalam cerita.

Adapun beberapa jenis tanda yang dapat dikenali sebagai bentuk interaksi sosial dalam film meliputi:

1. Ekspresi wajah dan gerak tubuh: Unsur non-verbal ini memainkan peran sentral dalam mengomunikasikan emosi, sikap, atau reaksi karakter terhadap karakter lainnya. Isyarat tubuh, gestur tangan, maupun ekspresi mikro pada wajah menyampaikan pesan emosional yang beragam, mulai dari persetujuan hingga ketegangan.

2. *Mise-en-scène*: Komposisi visual dalam sebuah adegan seperti setting, kostum, pencahayaan, hingga posisi karakter di dalam bingkai berfungsi sebagai penanda status sosial, kedekatan relasi, atau dominasi simbolik antar karakter. Misalnya, penggunaan ruang, warna, dan pencahayaan sering kali merefleksikan hierarki atau dinamika sosial tertentu.

3. Dialog dan intonasi suara: Meski bersifat verbal, cara penyampaian dialog termasuk pilihan diksi dan modulasi suara juga merepresentasikan bentuk

interaksi sosial. Melalui aspek ini, dapat terbaca konflik ide, usaha negosiasi, atau pembentukan makna bersama.

4. Tindakan dan respons timbal balik: Perbuatan yang dilakukan satu karakter dan reaksi dari karakter lain merupakan bentuk konkret dari interaksi sosial. Hal ini mencakup proses asosiatif seperti kolaborasi dan akomodasi, maupun disosiatif seperti pertentangan dan kompetisi.

5. Simbol visual dan ikonografi: Film juga sering menggunakan simbol-simbol budaya yang memiliki asosiasi tertentu dengan bentuk hubungan sosial, seperti pelukan sebagai tanda keintiman atau lambang tertentu yang menunjukkan identitas kelompok sosial.

Dalam kerangka analisis Roland Barthes, seluruh elemen tersebut dapat dibaca melalui tiga level makna: denotatif (makna dasar atau literal), konotatif (makna tambahan yang bersifat kultural dan emosional), serta mitologis (makna ideologis yang telah dinaturalisasi). Oleh karena itu, tanda-tanda dalam film bukan sekadar unsur naratif, tetapi merupakan alat representasi yang membentuk cara pandang terhadap realitas sosial secara lebih mendalam.

Istilah semiotika berasal dari bahasa Yunani, yaitu *semeion* yang memiliki arti “tanda” atau *seme* yang memiliki arti “penafsiran”. Dimana semiotika merupakan suatu ilmu atau sebuah metode yang dipergunakan untuk menganalisis dan mengkaji data. Kemudian semiotika ini identik dengan suatu

tanda yang berkesinambungan dengan pesan atau makna yang merepresentasikannya kedalam suatu maksud tertentu untuk dikaji.

Semiotika memiliki suatu prosedur tertentu dalam disiplinnya sebagai ilmu tentang tanda (*the science of sign*). Tetapi ilmu semiotika memiliki perbedaan dengan ilmu-ilmu pasti lainnya dimana ilmu-ilmu pasti lainnya menghasilkan sebuah hasil pengetahuan sebagai kebenaran tunggal yang membutuhkan ukuran-ukuran matematis didalamnya. Melainkan, semiotika merupakan ilmu yang terbangun dari adanya pengetahuan yang cakupannya lebih luas dan lebih terbuka untuk berbagai macam interpretasi.

Semiotika merupakan salah satu bagian dari kualitatif yang metodenya sangat amat berbeda dengan kuantitatif. Jika penelitian kuantitatif meneliti sesuatu yang sudah terlihat dan mengolahnya, maka kualitatif ini justru mengetahui, meneliti, dan mengolah suatu data yang tersirat. Jadi dapat disimpulkan bahwa analisis semiotika yang menjadi bagian dari penelitian kualitatif ini memiliki sifat yang sistematis dan analitis, akan tetapi lebih tergolong tidak kaku seperti penelitian kuantitatif.

Semiotika pertama kali dikemukakan oleh dua tokoh, yakni Ferdinand de Saussure yang menyebut pendekatan ini dengan istilah semiologi dan Charles Sanders Peirce yang menyebut pendekatan ini dengan istilah semiotika. Namun di masyarakat saat ini istilah yang paling umum digunakan adalah semiotik.

Mereka membawa pengaruh yang sangat besar dalam menganalisis serta memahami sebuah fenomena dengan menggunakan semiotika ini.

Saussure memfokuskan pada bagaimana tanda digunakan dalam kehidupan sosial dan bagaimana makna terkait dengan tanda tersebut. Saussure juga mempelajari tentang struktur bahasa dan bagaimana makna dibentuk dalam bahasa. Teori ini sangat relevan dalam analisis media, studi budaya, retorika, dan komunikasi secara umum

Secara umum, semiotika merupakan ilmu yang membutuhkan logika yang diukur dari struktur derajat yang sangat bisa dinalar dan logis, dimana interpretasi satu lebih masuk akal daripada lainnya. Maka semiotika juga dapat dikatakan sebagai ilmu yang memiliki kedinamisan dan keterbukaan dari berbagai macam bentuk pembacaan dan interpretasi yang dapat menjadi penentu benar atau tidaknya pernyataan itu.

Semiotika dan film memiliki hubungan yang sangat erat, hal ini dapat dilihat dari bagaimana film menggunakan simbol atau tanda untuk memahami dan menyampaikan pesan tertentu kepada penonton. Tanda-tanda tersebut bisa berupa elemen visual, audio, atau teks yang digunakan dalam film. Semiotika membantu dalam memahami bagaimana film menggunakan tanda dan kode-kode untuk mengkomunikasikan pesan tertentu.

Semiotika mempelajari bagaimana makna dibentuk melalui tanda-tanda, di dalam film makna dibentuk melalui interaksi antara tanda-tanda yang digunakan. Penonton film memahami makna yang terkait dengan tanda-tanda tersebut dan menginterpretasikan pesan yang disampaikan melalui film, hal tersebut merupakan bagian penting dari teori film yang membantu dalam memahami bagaimana film berkomunikasi dengan penontonnya.

Teori semiotika memiliki berbagai macam jenis yang di klasifikasikan oleh beberapa orang ahli dan pakar, salah satunya yaitu teori dari Roland Barthes yang mengadaptasi dan mengembangkan teori dari Ferdinand de Saussure. bahwa semiotika terbagi menjadi dua tahap yaitu denotasi dan konotasi. Denotasi berupa makna harfiah atau sesuai apa yang ditunjukkan oleh tanda, sedangkan konotasi berupa makna kiasan yang terkait dengan perasaan atau emosi. Teori Roland Barthes ini membagi semiotika menjadi tiga tahap yakni :

1. Signifikansi: Barthes membagi signifikansi menjadi dua tahap, yaitu denotasi, konotasi dan mitos. Denotasi berupa makna asli yang dipahami oleh kebanyakan orang, sedangkan konotasi menggambarkan hubungan ketika tanda tersebut bercampur dengan perasaan atau emosi.
2. Tanda: berupa dialog, lagu, logo, gambar, mimik wajah, hingga gerak tubuh. Tanda memiliki makna tertentu karena sangat dipengaruhi oleh peran Bahasa.

3. Mitos: Mitos menurut pandangan barthes ialah bahasa atau gaya bicara seseorang dalam menyampaikan sebuah pesan. Mitos juga merupakan system semiologis, yakni sistem tanda-tanda yang dimakna manusia (Hoed, 2008:59)

Kesimpulan yang dapat diambil dari penjabaran diatas ialah analisis semiotika menurut Roland Barthes menggunakan sistem signifikasi tiga tahap dan dapat digunakan dalam berbagai konteks, seperti analisis data, analisis media dan penelitian sosial.

Tabel 2.1 Roland Barthes

1. <i>Signifier</i> (Penanda)	2.	3. <i>Signified</i> (Petanda)
4.	5. Denotative Sign (Tanda Denotatif)	
6.	7. Conotative Signifier (Penanda Konotatif)	8. Conotative Signified (Petanda Konotatif)
9.	10. Conotative Sign (Tanda Konotatif)	

2.6 Penelitian Terdahulu

Pada sub-bab ini, penelitian terdahulu berperan sebagai referensi dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Penelitian terdahulu yang diambil adalah penelitian yang berkaitan dengan topik yang akan dibahas oleh peneliti. Peneliti menggunakan penelitian terdahulu yang terdiri dari Skripsi dan Jurnal Nasional yang ada. Berikut ialah referensi penelitian terdahulu yang digunakan oleh peneliti:

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

1. Jurnal

Judul	MAKNA DAN SIMBOL DALAM PROSES INTERAKSI SOSIAL (Sebuah Tinjauan Komunikasi)
Peneliti	Aidil Haris dan Asrinda Amalia
Tahun	2018
Sumber	Jurnal Risalah

Hasil	Pada penelitian ini, peneliti membahas secara detail mengenai simbol dan interaksi sosial yang tidak dapat dipisahkan. Pola perubahan interaksi sosial di kalangan masyarakat akan membawa perubahan makna simbol yang terkandung didalamnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui makna simbol dalam perubahan interaksi sosial dalam tinjauan komunikasi. Simbol dari interaksi sosial, memiliki representasi dan makna masing-masing yang dimana dapat dikaitkan dengan kehidupan, ekspresi, dan fungsi intuisi.
Perbedaan	Penelitian menggunakan Teori simbolis interaksionisme George Hebert

1. Skripsi

Judul	Representasi Depresi Dalam Film A Man Called Otto (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)
Peneliti	Ahmad Imam Al Harif
Tahun	2024
Sumber	Universitas Mercu Buana Jakarta
Hasil	Pada penelitian ini, peneliti membahas tentang nilai depresi di film “A Man Called Otto”, khususnya pemeran utamanya yakni Otto. Penelitian ini menyatakan bahwa dari beberapa hasil analisis semiotika pada scene yang terdapat pada film ini focus menggunakan pengambilan gambar yang menangkap ekspresi dan detail dalam setiap adegan. Kemudian tone warna biru dan kuning untuk meningkatkan dramatisasi dan ketragisan yang ada di film ini.

Perbedaan	Penelitian menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce
-----------	---

2. Skripsi

Judul	ANALISIS SEMIOTIKA INTERAKSI SOSIAL NARAPIDANA DALAM FILM 2037 KARYA MO HONG JIN
Peneliti	Mega Sari
Tahun	2023
Sumber	Journal of Journalism
Hasil	Hasil penelitian ini menunjukkan suatu pemaknaan interaksi sosial dengan menggunakan analisis semiotika, ditemukan interaksi sosial asosiatif dan disosiatif yang terjadi
Perbedaan	Penelitian mengambil objek film

3. Skripsi

Judul	ANALISIS SEMIOTIKA PESAN MORAL DALAM FILM A MAN CALLED OTTO
Peneliti	AGUNG PRAYOGA
Tahun	2023
Sumber	Repository UIN
Hasil	Hasil penelitian ini menunjukkan suatu pemaknaan dengan menggunakan analisis semiotika, akan pesan sosial dengan

	berdasarkan sudut pandang dalam memaknai arti toleransi, kasih sayang, kerukunan antar umat manusia,
Perbedaan	Fokus penelitian pada pesan moral yang terkandung pada film A Man Called Otto

