

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Komunikasi

Menurut Cangara (2012:19), kesulitan saat merumuskan arti atau definisi dari komunikasi adalah terletak pada beragamnya sudut pandang yang digunakan oleh para ahli dari berbagai disiplin ilmu. Hal ini disebabkan oleh kontribusi konseptual yang datang dari bergai bidang keilmuan. Akibatnya, pengertian komunikasi menjadi kompleks dan tidak bisa dijelaskan secara sederhana karena setiap disiplin memiliki kerangka berpikir yang berbeda-beda. Beberapa definisi ada yang bersifat ringkas, sementara yang lain menjabarkannya dengan lebih rinci dan mendalam.

Sementara itu, Everett M. Rogers, seorang sosiolog asal Amerika yang meneliti komunikasi dan difusi inovasi, mengartikan komunikasi sebagai proses pengiriman gagasan dari seorang pengirim ke satu atau lebih penerima, dengan tujuan utama mengubah perilaku mereka. Bersama D. Lawrence Kincaid, Rogers memperluas definisi tersebut menjadi suatu proses timbal balik, di mana dua individu atau lebih saling membentuk dan saling bertukar makna untuk mencapai pemahaman yang sama.

Meski belum mampu merepresentasikan keseluruhan konsep komunikasi dari berbagai perspektif, model komunikasi Shannon dan Weaver dapat digunakan sebagai referensi awal dalam memahami proses komunikasi. Mereka memandang komunikasi sebagai suatu bentuk interaksi antarmanusia yang dapat memengaruhi satu sama lain, baik secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi tidak

hanya bersifat verbal, tetapi juga dapat terwujud melalui ekspresi wajah, seni visual, maupun media teknologi. Oleh karena itu, dalam praktik komunikasi diperlukan adanya kesesuaian antara komunikator dan komunikan, terutama dalam hal bahasa dan simbol yang digunakan agar pesan tersampaikan secara efektif.

Lebih lanjut, Cangara (2012:25) berpendapat bahwa komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan dari seseorang kepada pihak lain, yang bertujuan untuk memengaruhi aspek pengetahuan maupun perilaku penerima pesan. Agar komunikasi dapat berlangsung dengan baik, terdapat beberapa elemen pokok yang harus ada, yaitu pengirim, pesan, media, penerima, serta efek atau dampak dari komunikasi tersebut. Keseluruhan unsur ini dikenal dengan istilah komponen komunikasi.

2.1.1 Unsur-unsur Komunikasi

Dalam unsur komunikasi jika kita uraikan, di dalamnya terdapat 7 bagian sebagai berikut :

1. Sumber

Setiap proses komunikasi pasti melibatkan adanya sumber yang berperan sebagai pencipta atau pengirim pesan. Dalam konteks komunikasi antarindividu, sumber ini bisa berupa seorang individu maupun sekelompok orang, seperti partai politik, organisasi, atau institusi tertentu. Sumber sering disebut juga sebagai pengirim, komunikator, atau dalam istilah bahasa Inggris dikenal dengan sebutan source, sender, atau encoder.

2. Pesan

Yang dimaksud dengan pesan dalam komunikasi adalah apa yang disampaikan oleh sumber kepada penerimanya. Pesan ini bisa dikomunikasikan secara langsung melalui pertemuan tatap muka, atau secara tidak langsung menggunakan media tertentu. Isi dari pesan tersebut dapat berwujud informasi, edukasi, hiburan, anjuran, atau bentuk persuasi lainnya seperti propaganda. Dalam bahasa Inggris, istilah yang digunakan untuk menggambarkan pesan antara lain *message*, *content*, dan *information*.

3. Media

Media yang dimaksud dalam konteks ini adalah sarana yang digunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim kepada penerima. Terdapat beragam pandangan mengenai bentuk media atau saluran komunikasi. Dalam komunikasi antarindividu, pancaindra manusia kerap dianggap sebagai media karena berfungsi menerima dan menyampaikan pesan. Di samping itu, alat seperti telepon, surat, dan telegram juga digolongkan sebagai media dalam komunikasi antarpribadi.

Dalam ranah komunikasi massa, media merujuk pada alat penyampai pesan yang bersifat terbuka, memungkinkan publik untuk melihat, membaca, atau mendengarkan informasi secara luas. Media massa terbagi menjadi dua kategori utama: media cetak dan media elektronik. Contoh media cetak mencakup koran, majalah, buku, selebaran, brosur, stiker, buletin, handout, poster, dan spanduk. Sedangkan media elektronik meliputi radio, televisi, film, video rekaman, komputer,

papan elektronik, kaset audio, dan sejenisnya.

Kemajuan teknologi komunikasi, khususnya dalam bidang media elektronik, telah menciptakan berbagai inovasi media baru yang kian sulit dibedakan antara media massa dan media komunikasi antarpribadi. Perkembangan ini menghasilkan bentuk media yang bersifat multimodal atau multimedia, menggabungkan berbagai unsur komunikasi menjadi satu kesatuan.

Selain media komunikasi konvensional, berbagai aktivitas sosial dan ruang publik di masyarakat pedesaan juga dapat berfungsi sebagai media komunikasi. Contohnya termasuk tempat ibadah, balai desa, kegiatan arisan, pertunjukan seni, dan pesta rakyat, yang semuanya memungkinkan terjadinya pertukaran informasi dalam konteks sosial.

4. Penerima

Penerima merupakan pihak yang dituju oleh pesan yang dikirimkan oleh sumber. Penerima bisa berupa individu tunggal, kelompok, partai politik, bahkan sebuah negara. Dalam literatur komunikasi, penerima dikenal dengan beragam istilah seperti komunikan, sasaran, atau khalayak. Dalam bahasa Inggris, istilah yang digunakan antara lain *audience* dan *receiver*. Keberadaan penerima bergantung pada adanya sumber, sebab tanpa sumber tidak mungkin ada pihak yang menerima pesan.

Dalam komunikasi, penerima memiliki peran krusial karena dialah

objek utama yang dituju dalam penyampaian pesan. Apabila pesan tidak sampai kepada penerima atau tidak dipahami dengan benar, maka dapat menimbulkan berbagai persoalan yang berujung pada perlunya penyesuaian terhadap sumber, pesan, ataupun media yang digunakan.

Prinsip utama dalam komunikasi adalah mengenali khalayak. Memahami karakteristik penerima menjadi kunci keberhasilan komunikasi, karena dengan pemahaman yang tepat terhadap audiens, efektivitas pesan dapat lebih mudah dicapai.

Efek atau pengaruh dalam komunikasi dapat dipahami sebagai perbedaan dalam pola pikir, perasaan, dan perilaku yang dialami oleh penerima pesan sebelum dan setelah memperoleh pesan tersebut. Menurut De Fleur (1982) dalam Cangara (2012:29), pengaruh ini bisa tercermin dalam tiga ranah, yakni pengetahuan, sikap, dan perilaku. Dengan demikian, pengaruh komunikasi juga dapat dimaknai sebagai suatu bentuk perubahan atau penguatan terhadap keyakinan, baik dalam hal kognitif, afektif, maupun tindakan, yang muncul sebagai konsekuensi dari pesan yang diterima.

5. Tanggapan Balik

Sebagian pihak menyatakan bahwa umpan balik merupakan bentuk pengaruh yang berasal dari penerima pesan. Namun demikian, tanggapan balik sebenarnya tidak hanya terbatas pada penerima, melainkan juga

dapat muncul dari elemen lain dalam proses komunikasi, seperti pesan dan media, bahkan sebelum pesan diterima oleh komunikan. Sebagai contoh, ketika sebuah surat perlu direvisi sebelum dikirimkan, atau ketika perangkat penyampai pesan mengalami gangguan teknis sebelum mencapai tujuan. Situasi-situasi semacam ini juga termasuk ke dalam bentuk tanggapan balik yang diterima oleh pengirim.

6. Lingkungan

Lingkungan, atau situasi komunikasi, merujuk pada sejumlah faktor yang memengaruhi kelancaran suatu proses komunikasi. Faktor-faktor ini diklasifikasikan ke dalam empat kategori utama, yakni lingkungan fisik, sosial budaya, psikologis, serta aspek waktu. Lingkungan fisik mengacu pada hambatan nyata seperti kondisi geografis, di mana komunikasi tidak dapat berlangsung dengan baik apabila terhalang oleh faktor-faktor seperti jarak jauh atau keterbatasan infrastruktur, misalnya tidak tersedianya telepon, kantor pos, atau akses jalan.

Sementara itu, lingkungan sosial mencakup dimensi sosial budaya, ekonomi, dan politik yang dapat menghambat komunikasi. Kendala tersebut dapat berupa perbedaan bahasa, sistem kepercayaan, kebiasaan masyarakat, hingga status sosial yang tidak seimbang.

Oleh karena itu, setiap unsur dalam komunikasi memiliki peran penting dan saling mendukung satu sama lain. Ketujuh unsur komunikasi saling terkait erat, sehingga ketidakhadiran salah satu di antaranya dapat

memengaruhi efektivitas proses komunikasi secara keseluruhan.
(Cangara, 2012:27–31)

2.2 Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan bentuk penyampaian informasi kepada khalayak yang luas melalui media massa. Dalam kajian komunikasi, muncul sejumlah pertanyaan penting, antara lain apakah komunikasi massa lebih tepat dipahami sebagai sebuah pesan atau sebagai proses komunikasi itu sendiri? Selain itu, bagaimana cara membedakannya dari komunikasi antarpribadi atau komunikasi yang menggunakan media? Pertanyaan-pertanyaan tersebut menjadi fokus dalam pemikiran Bittner (dalam Rakhmat, 2012:185–186).

Gerbner (1987, dikutip dalam Rakhmat, 2012:186) mendefinisikan komunikasi massa sebagai proses produksi dan distribusi pesan yang dilakukan secara terus-menerus, dengan dukungan teknologi serta lembaga dalam masyarakat industri modern. Pendekatan ini menekankan pentingnya peran sistem dan struktur dalam komunikasi massa.

Sementara itu, Meletzke (dalam Rakhmat, 2012:186) menyimpulkan dari berbagai definisi yang ada bahwa komunikasi massa adalah bentuk komunikasi yang berlangsung secara terbuka, melalui media teknis, bersifat satu arah dan tidak langsung, serta ditujukan kepada audiens luas yang tersebar secara geografis. Berdasarkan pemaparan para ahli tersebut, komunikasi massa dapat dipahami sebagai proses penyampaian pesan yang ditujukan kepada audiens yang banyak,

majemuk, dan anonim, baik melalui media cetak maupun elektronik. Karakteristik utama komunikasi massa adalah kemampuannya untuk menjangkau banyak individu secara bersamaan dalam waktu singkat. Media yang digunakan meliputi surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film (Rakhmat, 2012:187).

2.2.1 Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan bagian dari aktivitas sosial yang memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat. Menurut Robert K. Merton, setiap aktivitas sosial memiliki dua sisi fungsi: fungsi manifest (nyata) yang memang direncanakan atau diharapkan, dan fungsi laten (tersembunyi), yaitu dampak yang tidak disengaja atau tidak dikehendaki. Oleh karena itu, fungsi sosial, termasuk komunikasi massa, dapat menimbulkan efek yang fungsional sekaligus disfungsional. Secara umum, Fungsi komunikasi dapat dibagi menjadi 5 yaitu:

1. Fungsi Pengawasan

Fungsi pengawasan ini bisa berupa peringatan dan control sosial maupun kegiatan persuasif. Pengawasan dan control sosial dapat dilakukan untuk aktifitas preventif untuk mencegah terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan.

2. Fungsi Social Learning

Fungsi utama dari komunikasi massa melalui media massa adalah melakukan guiding dan pendidikan sosial kepada seluruh masyarakat. Media massa bertugas untuk memberikan pencerahan-pencerahan kepada masyarakat di mana komunikasi massa itu berlangsung.

3. Fungsi Penyampaian Informasi

Komunikasi massa yang mengandalkan media massa, memiliki fungsi utama, yaitu menjadi proses penyampaian informasi kepada masyarakat luas. Komunikasi massa memungkinkan informasi dari institusi publik tersampaikan kepada masyarakat secara luas dalam waktu cepat sehingga fungsi informatif tercapai dalam waktu cepat dan singkat.

4. Fungsi Transformasi Budaya

Fungsi informatif adalah fungsi-fungsi yang bersifat statis, namun fungsi-fungsi lain yang lebih dinamis adalah fungsi transformasi budaya. Komunikasi massa sebagaimana sifat-sifat budaya massa, maka yang terpenting adalah komunikasi massa menjadi proses transformasi budaya yang dilakukan bersama- sama oleh semua komponen komunikasi massa, terutama yang

didukung oleh media massa.

5. Hiburan

Fungsi lain dari komunikasi adalah hiburan, bahwa seiring dengan fungsi-fungsi lain, komunikasi massa juga digunakan sebagai medium hiburan, terutama karena komunikasi massa menggunakan media massa, jadi fungsi-fungsi hiburan yang ada pada media massa juga merupakan bagian dari fungsi komunikasi massa. (Bungin, 2007:78-81).

2.2.2 Efek Komunikasi Massa

Dalam membahas perkembangan studi mengenai efek komunikasi massa, tampak bahwa pandangan para peneliti mengalami fluktuasi. Pada suatu periode, media massa diyakini memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap masyarakat. Namun, pada waktu lain, media tersebut dianggap memiliki dampak yang sangat kecil, bahkan hampir tidak ada.

Perbedaan pendapat ini tidak hanya disebabkan oleh keragaman dalam latar belakang teori maupun konteks sejarah, tetapi juga karena berbedanya pemahaman mengenai makna dari istilah “efek” itu sendiri (Rakhmat, 2012:215).

Menurut Donald K. Roberts, Schramm, dan Roberts (1977:359, dalam Rakhmat, 2012:216), sebagian pihak memandang efek sebagai bentuk perubahan perilaku yang muncul setelah individu terpapar oleh pesan-pesan media massa.

Dalam pendekatan ini, karena fokusnya adalah pada pesan, maka hanya dampak yang secara langsung berkaitan dengan isi pesan yang dianggap sebagai efek media. Padahal, pembatasan semacam ini berisiko mengabaikan banyak bentuk pengaruh lain yang bisa ditimbulkan oleh media itu sendiri.

Steven M. Chaffee (dalam Rakhmat, 2012:216) menawarkan tiga pendekatan utama dalam memahami efek komunikasi massa. Pendekatan pertama menitikberatkan pada isi pesan. Pendekatan kedua berfokus pada jenis perubahan yang dialami oleh khalayak, yang mencakup dimensi kognitif (pengetahuan), afektif (emosi atau sikap), dan behavioral (tindakan). Pendekatan ketiga mempertimbangkan siapa yang menjadi sasaran dari efek tersebut, baik individu, kelompok, organisasi, masyarakat, maupun bangsa secara keseluruhan.

Efek komunikasi massa dapat dimulai dari kehadiran media secara fisik hingga dampak dari pesan yang dikandungnya. Efek kognitif mencerminkan perubahan dalam pengetahuan, pemahaman, atau persepsi khalayak. Efek afektif merujuk pada perubahan dalam perasaan, sikap, atau nilai yang diyakini. Sementara efek behavioral berkaitan dengan perubahan nyata dalam tindakan atau kebiasaan. Sebagai contoh, seseorang yang menonton wawancara seorang transmigran di TVRI bisa saja memperoleh informasi baru tentang prosedur transmigrasi (efek kognitif), merasa tersentuh dan mendukung program tersebut (efek afektif), atau bahkan mengambil langkah nyata untuk mendaftar sebagai peserta transmigrasi (efek behavioral).

2.2.3 Bagian-Bagian Media Komunikasi Massa

- **Surat Kabar**

Surat kabar merupakan media massa yang paling tua dibandingkan dengan jenis media massa lainnya. Sejarah telah mencatat keberadaan surat kabar dimulai sejak ditemukannya mesin cetak oleh Johann Guternberg di Jerman. Sedangkan keberadaan surat kabar di Indonesia ditandai dengan perjalanan panjang melalui lima periode yakni masa penjajahan Belanda, penjajahan Jepang, menjelang kemerdekaan dan awal kemerdekaan, serta zaman orde lama dan orde baru. Pada masa awal kemerdekaan, Indonesia pun melakukan perlawanan dalam hal sabotase komunikasi. Surat kabar yang diterbitkan oleh bangsa Indonesia pada saat itu merupakan tandingan dari surat kabar yang diterbitkan pemerintah Jepang. (Ardianto,2007:106-108)

Surat kabar sebagai media massa dalam masa orde baru mempunyai isi menyebarluaskan pesan-pesan pembangunan dan sebagai alat mencerdaskan rakyat Indonesia. Dari empat fungsi media massa (informasi, edukasi, hiburan, dan persuasif), fungsi yang paling menonjol dalam surat kabar adalah informasi. (Ardianto,2007,111)

- **Majalah**

Keberadaan majalah sebagai media massa terjadi tidak lama setelah surat kabar. Sebagaimana surat kabar, sejarah majalah diawali dari negara-negara Eropa dan Amerika. Sejarah keberadaan majalah

sebagai media massa di Indonesia dimulai menjelang pada awal kemerdekaan Indonesia. Di Jakarta pada tahun 1945 terbit majalah bulanan dengan nama Pantja Raja pimpinan Markoem Djojohadisoearto (MD) dengan prakata dari Ki Hadjar Dewantoro selaku Menteri Pendidikan pertama RI. Di Ternate, pada bulan Oktober 1945 Arnold Monoutu dan dr. Hassan Missouri menerbitkan majalah mingguan Menara Merdeka yang memuat berita-berita yang disiarkan RRI. (Ardianto,2007:117)

Majalah merupakan media yang paling simple organisasinya, relative lebih muda mengelolanya, serta tidak membutuhkan modal yang banyak. Majalah juga dapat diterbitkan oleh setiap kelompok masyarakat di mana mereka dapat dengan leluasa dan luwes menentukan bentuk, jenis dan sasaran khalayaknya. Meskipun sama-sama sebagai media cetak, majalah tetap dapat dibedakan dengan surat kabar karena memiliki karakteristik sendiri yaitu, penyajian lebih dalam, nilai aktualitas lebih lama, gambar/foto lebih banyak, dan kover sebagai daya tarik. (Ardianto,2007:121-122).

• Radio

Menurut Dominick, 2000:242 (Ardianto,2007:123) Radio adalah media massa elektronik tertua dan sangat luwes. Selama hampir satu abad lebih keberadaannya, radio siaran telah berhasil mengatasi persaingan keras dengan bioskop, rekaman kaset, televisi, electronic games dan personal casset players. Radio telah beradaptasi dengan

perubahan dunia, dengan mengembangkan hubungan saling menguntungkan dan melengkapi dengan media lainnya.

Keunggulan radio siaran adalah berada di mana saja, di tempat tidur, di dapur, di dalam mobil, di kantor, di jalanan, di pantai dan berbagai tempat lainnya. Untuk radio siaran terdapat cara sendiri yakni apa yang disebut Broadcaststyle atau gaya radio siaran. Gaya radio siaran ini disebabkan oleh sifat radio siaran yang mencakup, auditori, imajinatif, akrab, gaya percakapan, dan menjaga mobilitas.

Mark W. Hall dalam buku Broadcast Journalism (dalam Ardianto,2007-131) mengemukakan bahwa perbedaan mendasar antara media cetak dengan radio siaran ialah media cetak dibuat untuk konsumsi mata, sedangkan radio siaran untuk konsumsi telinga. Sebaiknya kita ingat kembali ciri-ciri komunikasi massa, yang membedakan media massa satu dengan yang lainnya adalah stimulasi alat indra. Radio siaran juga dapat melakukan fungsi control sosial seperti surat kabar, disaring empat fungsi lainnya yakni memberi informasi, menghibur, mendidik dan melakukan persuasi. Kekuatan radio siaran dalam emengaruhi khalayak sudah dibuktikan dari masa ke masa di berbagai negara. Salah satu contoh pada peristiwa pertempuran Surabaya tanggal 10 November 1945, Bung Tomo dengan gayanya yang khas melalui mikrofon “Radio Pemberontak” berhasil membangkitkan semangat bertempur, bukan saja di kalangan pemuda-pemuda Jawa Timur, tetapi juga di daerah lainnya untuk

melawan Belanda. Effendy,1990-63 (Ardianto,2007- 128)

- **Televisi**

Menurut Effendy,1993:54 (Ardianto,2007:136) bahwa kegiatan penyiaran melalui media televisi di Indonesia dimulai pada tanggal 28 Agustus 1962, bertepatan dengan dilangsungkannya pembukaan Pesta Olahraga se-Asia IV atau Asean Games di Senayan. Sejak itu pula Televisi Republik Indonesia yang disingkat TVRI dipergunakan sebagai panggilan stasiun hingga sekarang. Selama tahun 1962-1963 TVRI berada di udara rata-rata satu jam sehari dengan segala kesederhanaannya.

Fungsi televisi sama dengan fungsi media massa lainnya (surat kabar dan radio siaran), yakni member informasi, mendidik, menghibur, dan membujuk. Tetapi fungsi menghibur lebih dominan pada media televisi karena pada umumnya tujuan utama khalayak

menonton televisi adalah untuk memperoleh hiburan, selanjutnya untuk memperoleh informasi. Televisi memiliki kelebihan, yakni dapat didengar sekaligus dapat dilihat (audiovisual). Jadi apabila khalayak radio siaran hanya mendengar kata-kata, musik dan efek suara, maka khalayak televisi dapat melihat gambar yang bergerak . namun demikian tidak berarti gambar lebih penting daripada kata-kata, keduanya harus ada kesesuaian secara harmonis. Betapa menjengkelkan bila acara televisi hanya terlihat gambarnya tanpa suara, atau suara tanpa gambar. (Ardianto,2007-137).

- **Film**

Film dapat ditonton oleh siapa saja baik yang berpendidikan atau kurang berpendidikan. Film tidak memerlukan kemampuan membaca atau mengerti bahasa asing, pesan dan makna sebuah film dapat dimengerti dengan gerakan dan mimik artis dalam film. Sedangkan bahasa hanya memperjelas adegan, namun dengan bahasa pula film itu menjadi lebih jelas maknanya.

Film seperti pabrik mimpi, yang membuat orang menonton agar dapat merasakan dan mencari-cari apakah ada kesesuaian antara pengalaman pribadi dengan cerita film, dengan itu banyak pelajaran penting di dalamnya yang tidak pernah terlintas di benak sebelumnya.

Pada awalnya film diputar di bioskop, namun kehadiran televisi membawa pengaruh yang cukup besar terhadap perubahan khalayak.

Untuk menonton film orang tidak perlu lagi membeli karcis, mengantri dengan berdesak-desakan dengan banyak orang di bioskop. Film juga dapat dinikmati di televisi. Cangara (Tamburaka, 2013:63)

Film sebagai suatu bentuk karya seni, banyak maksud dan tujuan yang terkandung di dalam pembuatannya. Hal ini dipengaruhi juga oleh pesan yang ingin disampaikan oleh pembuat film tersebut. Meskipun cara pendekatannya berbeda, dapat dikatakan setiap film mempunyai suatu sasaran, yaitu menarik perhatian orang terhadap muatan masalah-masalah yang dikandung.

Film merupakan media komunikasi yang bersifat audio visual untuk menyampaikan suatu pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat tertentu (Effendy, 2000:134).

- **Sejarah Film**

Sejarah penemuan film berlangsung cukup panjang, ini disebabkan melibatkan masalah-masalah teknik yang cukup rumit seperti masalah optik, lensa, kimia, proyektor, kamera, roll film, bahkan masalah psikologi. Menurut Cangara 1998:36 (dalam Tamburaka, 2013:60) bahwa perkembangan sejarah film baru kelihatan setelah abad ke-18 dengan percobaan kombinasi cahaya lampu dengan lensa padat. Meskipun sudah mampu memproyeksikan gambar tetapi belum dalam bentuk gambar hidup yang bisa bergerak.

Tanggal 5 Desember 1900 tercatat sebagai salah satu tanggal penting dalam sejarah perfilman Indonesia, karena pada tanggal tersebut (Nederlandsche Bioscope Maatschappiji) Perusahaan Bioskop Belanda, mulai mengoperasikan bioskop di sebuah rumah di Kebon Jae, Tanah Abang (Manage), di sebelah pabrik kereta (bengkel mobil). Adapun film yang dibuat Indonesia adalah Loetoeng Kasaroeng (1926) oleh perusahaan NV Java Film

Company. Pembuatan film ini disutradarai oleh dua orang Belanda yaitu G. Kruger dan L. Heuveldorp dan dibintangi aktris pribumi. Pemutaran perdananya di Kota Bandung 31 Desember 1926 di bioskop Elite dan Oriental Bioskop.

Hari film Nasional diperingati oleh insan perfilman Indonesia setiap tanggal 30 Maret. Tanggal ini ditetapkan sebagai hari lahirnya Film Nasional karena ada 30 Maret 1950 adalah hari pertama pengambilan film “ Darah & Do’a ” dan “ Long March Of Siliwangi ” yang disutradarai oleh Usmar Ismail. Alasan disakralkannya film “ Darah & Do’a ” karena film ini dinilai sebagai film lokal pertama yang bercirikan Indonesia. Selain itu inilah film pertama yang benar-benar disutradarai oleh orang Indonesia asli dan juga dilahirkan dari perusahaan film milik orang Indonesia asli. Perusahaan ini bernama Perfini (Perusahaan Film Nasional Indonesia) di mana Usmar Ismail juga pendirinya. (Tamburaka,2013:60- 62)

- **Jenis-jenis Film**

Film dikelompokkan dalam 4 jenis yaitu:

- a. Film Cerita (Story Film)

Film cerita adalah film yang mengandung suatu cerita, yaitu yang lazim dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop dengan para bintang filmnya yang tenar. Sebagai cerita mengandung unsur-unsur yang dapat menyentuh rasa manusia. Film yang bersifat auditif visual, yang dapat disajikan kepada publik dalam bentuk gambar yang dapat dilihat dengan suara yang dapat didengar.

b. Film Berita (Newsreel)

Film berita adalah film mengenai fakta, peristiwa yang benar-benar terjadi. Karena sifatnya berita, maka film yang disajikan kepada publik, harus mengandung nilai berita (newsvalue). Kriteria berita itu adalah penting dan menarik. Yang terpenting dalam film berita adalah peristiwa yang terekam secara utuh. Film berita sudah tua usianya, lebih tua dari film cerita. Bahkan film cerita yang pertama-tama dipertunjukan kepada publik kebanyakan berdasarkan film berita.

c. Film Dokumenter (Documentary Film)

Menurut seorang seniman besar dalam bidang film, Robert Flaherty bahwa film dokumenter yaitu suatu karya cipta mengenai kenyataan. Berbeda dengan film berita yang merupakan rekaman kenyataan-kenyataan.

d. Film Kartun

Timbulnya gagasan untuk menciptakan film kartun ini adalah ide seniman pelukis. Ditemukannya sinematografi telah menimbulkan gagasan kepada mereka untuk menghidupkan gambar-gambar yang mereka lukis. Dan lukisan-lukisan itu bisa menimbulkan hal yang lucu dan menarik. Tokoh dalam film kartun dapat dibuat menjadi ajaib, dapat terbang, menghilang, menjadi besar dan lain-lain. Titik berat pembuatan

film kartun adalah seni lukis. Dan setiap lukisan memerlukan ketelitian satu per satu dilukis dengan seksama untuk kemudian dipotret satu persatu pula. Sebuah film kartun tidaklah dilukis oleh satu orang, tetapi oleh pelukis-pelukis dalam jumlah yang banyak. (Effendy, 1993: 216).

- **Genre Film**

Berdasarkan genre film itu sendiri terdapat beragam genre film yang biasa dikenal masyarakat selama ini, diantaranya:

- a. Genre Aksi/Action

Film dengan genre action biasanya dikatkan dengan adegan berkelahian. Kebut-kebutan dan tembak menembak. Film ini secara sederhana disebut sebagai film action yang berisi pertarungan fisik antara tokoh protagonist dan antagonis.

- b. Genre Drama

Film dengan genre drama biasanya menyuguhkan adegan- adegan yang menonjolkan sisi human interest atau rasa kemanusiaan. Tujuannya adalah menyentuh perasaan simpati dan empati penonton sehingga merasapi kejadian yang menimpah tokohnya.

- c. Genre Komedi

Film dengan genre komedi selalu menawarkan sesuatu yang membuat penontonnya tersenyum bahkan tertawa. Biasanya adegan dalam film komedi berbeda dengan tayangan program komedi atau lawakan. Lawakan biasanya diperankan

oleh para pelawak, sedangkan film komedi tidak harus diperankan oleh pelawak tapi pemain film juga bisa.

d. Genre Horror

Film dengan genre horror sebenarnya tidak selalu identik dengan hantu. Sebab film horror sebenarnya adalah sebuah film yang menyuguhkan suasana yang menakutkan atau menyeramkan sehingga membuat penontonnya merinding.

e. Genre Dokudrama

Film dengan genre dokudrama adalah genre dokumenter yang menggabungkan kejadian fiksi. Beberapa bagian film disutradarai atau diatur terlebih dahulu dengan perencanaan yang detail, selebihnya merupakan dokumentasi peristiwa. Dokudrama muncul sebagai solusi atas permasalahan mendasar film dokumenter, yakni untuk memfilmkan peristiwa yang sudah ataupun belum pernah terjadi.

f. Genre Fiksi Ilmiah

Film dengan genre fiksi ilmiah atau science fiction merupakan genre yang baru. Disebut genre fiksi lantaran cerita yang dimunculkan adalah fiksi belaka, disebut ilmiah karena cerita fiksi tersebut dibuat dengan sedekat mungkin dapat diterima dengan logika ilmiah. Penulis cerita fiksi ilmiah biasanya berusaha menggabungkan antara realitas yang fiksional dengan logika ilmu pengetahuan. Dengan demikian adegan- adegan dan cerita dalam film mini seolah-olah benar-benar

dapat terjadi secara nyata.

- **Unsur-unsur Pembentukan Film**

Film, secara umum dapat dibagi atas dua unsur pembentuk yakni unsur naratif dan unsur sinematik, dua unsur tersebut saling berinteraksi dan berkesinambungan satu sama lain:

1. Unsur Naratif

Unsur naratif berhubungan dengan aspek cerita atau tema film. Dalam hal ini unsur-unsur seperti tokoh, masalah, konflik, lokasi, waktu adalah elemen-elemennya. Mereka saling berinteraksi satu sama lain untuk membuat sebuah jalinan peristiwa yang memiliki maksud dan tujuan. Serta terikat dengan sebuah aturan yaitu hukum kualitas (logika sebab akibat).

2. Unsur Sinematik

Unsur sinematik merupakan aspek-aspek teknis dalam produksi sebuah film. Terdiri dari :

- a. mise and scene yang memiliki empat elemen pokok: setting atau latar, tata cahaya, kostum, dan make up.
- b. Sinematografi.
- c. Editing, yaitu transisi sebuah gambar (shot)
- d. Suara, yaitu segala hal dalam film yang mampu kita tangkap melalui

indera pendengar.

2.3 Analisis Isi

Analisis isi adalah suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi- inferensi yang dapat ditiru (replicabel) dan sah data dengan memerhatikan konteksnya. Sebagai suatu teknik penelitian, analisis isi mencakup prosedur- prosedur khusus untuk pemrosesan data ilmiah. Sebagaimana semua teknik penelitian, ia bertujuan memberikan pengetahuan, membuka wawasan baru, menyajikan fakta dan panduan praktis pelaksanaannya. Ia adalah sebuah alat.

Suatu alat ilmu pengetahuan harus handal, terutama ketika peneliti lain, dalam waktu dan barangkali dengan keadaan yang berbeda, menerapkan teknik yang sama terhadap data yang sama, maka hasilnya harus sama. Ini adalah tuntutan agar analisis isi dapat ditiru.

Berdasarkan karya terdahulu Krippendorff,1969:7-13 (dalam Krippendorff,1993-23) bagian berikut ini menawarkan sebuah kerangka kerja konseptual di dalam mana peranannya dapat digambarkan, kerangka kerjanya bersifat sederhana dan umum, dan hanya menggunakan beberapa konsep saja diantaranya

- a. Data sebagaimana yang di komunikasikan kepada analisis.
- b. Konteks data.
- c. Bagaimana pengetahuan analisis membatasi realitasnya.
- d. Inferensi sebagai tugas intelektual yang mendasar.

e. Kesahihan sebagai kriteria akhir keberhasilan.

Kerangka kerja dimaksudkan untuk membantu tercapainya tiga tujuan, preskriptif, analisis, dan metodologis. Tujuan preskriptif berarti ia harus membimbing konseptualisasi dan desain analisis isi yang praktis untuk suatu keadaan yang sudah ditentukan, analisis berarti ia harus membantu pengujian kritis terhadap hasil-hasil yang diperoleh orang lain, dan metodologis berarti harus mengarah kepada perkembangan dan perbaikan sistematis metode analisis. Dalam sebuah analisis isi haruslah jelas data mana yang di analisis, bagaimana data tersebut ditentukan dan dari populasi mana data tersebut diambil. Data merupakan unsur-unsur dasar analisis isi dalam membentuk permukaan, dan analisis isi ingin menembusnya.

Dalam melakukan analisis isi, minat dan pengetahuan analisis menentukan konstruksi konteks untuk menarik inferensi. Karena itu, seorang analisis isi perlu mengetahui asal usul data, dan mengungkapkan asumsinya tentang bagaimana data dan lingkungannya berinteraksi. Dalam sebuah analisis isi, tujuan atau target inferensi harus dinyatakan secara jelas. Target adalah apa masalah yang ingin diketahui oleh analisis. Karena analisis isi memberikan pengetahuan yang seolah-olah dialami sendiri, informasi tentang sesuatu tidak diobservasi secara langsung, target ini ditempatkan dalam bagian konteks yang berubah-ubah dari data yang ada.

Dalam analisis isi, jenis pembuktian yang diperlukan untuk mengkaji kesahihan hasilnya harus dispesifikasikan terlebih dahulu sehingga cukup jelas, agar uji kesahihan (validasi) dapat dipahami. Terlalu sering hasil analisis ini dianggap sebagai contoh unik yang tak pernah diuji dengan hasil penelitian lainnya atau dikonseptualisasikan secara sangat miskin sehingga ia tidak dapat memberikan tes kesahihan yang tepat dan dapat meyakinkan peneliti. (Krippendorff, 1993-27)

Merumuskan tujuan analisis isi merupakan bagian yang sangat penting dalam desain analisis isi. Desain analisis isi tidak dapat dibuat tanpa adanya tujuan penelitian yang dirumuskan secara jelas. Karena desain riset pada dasarnya merupakan bangunan konstruksi yang dibuat untuk menjawab tujuan penelitian. Penelitian yang tujuannya hanya untuk menggambarkan pesan, tentu berbeda dengan penelitian yang menguji hubungan di antara variabel. Dilihat dari pendekatan analisis isi, dapat dibagi ke dalam tiga bagian besar yakni: analisis isi deskriptif, eksplanatif dan prediktif. Analisis isi deskriptif sebatas hanya menggambarkan pesan, sementara analisis isi eksplanatif berusaha untuk menguji hubungan di antara variabel. Adapun analisis isi prediktif ditujukan untuk memprediksi variabel lain dengan menggunakan suatu variabel.

Analisis isi deskriptif adalah analisis isi yang diaksudkan untuk menggambarkan secara detail suatu pesan, atau suatu teks

tertentu. Desain analisis isi ini tidak dimaksudkan untuk menguji suatu hipotesis tertentu, atau menguji hubungan di antara variabel. Analisis isi semata untuk deskripsi, menggambarkan aspek-aspek dan karakteristik dari suatu pesan. Ilustrasi yang sederhana, peneliti membuat analisis isi terhadap kandungan kekerasan dalam program acara anak-anak di televisi. Jika peneliti membuat desain penelitian deskriptif, peneliti cukup menggambarkan aspek-aspek dalam acara anak-anak tersebut—misalnya jam tayang, jumlah kekerasan, jenis-jenis kekerasan, tema cerita, pemeran kekerasan laki-laki ataukah wanita. Semakin lengkap dan detail peneliti dalam mengungkapkan karakteristik dari pesan atau teks tersebut, akan sebaik. (Eriyanto,2011. 47-53)

- **Unit Sampel Analisis**

Langkah awal yang penting dalam analisis isi ialah menentukan unit analisis isi. Krippendorff,2007:97 (dalam Eriyanto,2011:59), mendefinisikan unit analisis sebagai apa yang diobservasi, dicatat dan dianggap sebagai data, memisahkan menurut batas-batasnya dan mengidentifikasi untuk analisis berikutnya. Unit analisis secara sederhana dapat digambarkan sebagai bagian apa dari isi yang kita teliti dan kita pakai untuk menyimpulkan isi dari suatu teks. Bagian dari isi ini dapat berupa kata, kalimat, foto, scene (potongan adegan, paragraf. Bagian-bagian ini harus terpisah dan dapat dibedakan dengan unit yang lain, dan menjadi dasar kita sebagai

peneliti untuk melakukan pencatatan. Sebagai contoh dalam penelitian ini, peneliti membuat penelitian mengenai isi pesan yang terkandung dalam Film Perayaan Mati Rasa. Bagian apa dari film ini yang akan kita teliti untuk mengetahui kandungan isi pesan. Apakah yang dilihat adalah karakternya (tokoh), adegannya, cerita, dan penyelesaian masalah. Bagian “apa” dari film inilah yang disebut sebagai unit analisis. Penentuan unit analisis yang tepat dapat menghasilkan data yang valid dan menjawab tujuan penelitian. Paling tidak ada lima jenis unit pencatatan (recording unit) menurut Krippendorff, 2004 (Eriyanto, 2011:63-64) yaitu :

1. Unit Fisik (Physical Units)
2. Unit Sintaksis (Syntactical Units)
3. Unit Kategorik / Referensial (Referential Units)
4. Unit Proposisional (Propotional Units)
5. Unit Tematik (Thematic Units)

Di sini peneliti menggunakan unit analisis tematik dalam penelitian ini. Unit tematik adalah unit analisis yang lebih melihat tema atau topik pembicaraan dari suatu teks. Unit tematik secara sederhana berbicara mengenai “teks berbicara tentang apa atau mengenai apa” ia tidak berhubungan dengan kandungan kata atau kalimat. Unit tematik ini berbicara mengenai apa

atau apa yang ingin disampaikan lewat film. Film ini ingin menyampaikan pesan moral dari segi pandang yang berbeda, ia memaparkan bagaimana seorang perempuan yang senantiasa selalu berusaha meninggikan rasa kesabaran dan keikhlasan.

- **Pesan**

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat dsampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisaberupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat ata propaganda. Dalam bahasa inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata , content, atau information. (Cangara, 2012: 27)

Pesan merupakan gagasan ide yang disampaikan komunikator kepada komunikan untuk tujuan tertentu. Ada beberapa hal yang penting dalam mempelajari pesan komunikasi, yaitu isi pesan, struktur pesan, format pesan, sifat pesan, dan bahasa pesan. Baik bagi komunikatormaupun komunikan, isi pesan merupakan inti dari aktivitas komunikasi yang dilakukan karena isi pesan itulah yang merupakan ide tau gagasan komunikator yang dikomunikasikan kepada komunikan. Sifat pesan sesuai dengan tujuan komunikasi yaitu informatif (yang sifatnya memberikan sekedar informasi), eksplanatif (yang sifatnya memberikan penjelasan), edukatif (yang sifatnya mendidik), dan entertaining (yang sifatnya memberika hiburan). Bahasa pesan juga bervariasi dengan format bahasa yang

sederhana , formal dan memegang etika ekonomi bahasa; sedang untuk format penerangan digunakan bahasa yang lebih ringan dan lebih familier (bahasa masyarakat) sehingga mudah diterima; dan untuk format hiburan digunakan bahasa yang indah sehingga menarik dan memberikan kepuasan batin. (Sari,1993:25)

- **Moral**

Moral berasal dari kata Latin *mores* yang artinya tata cara dalam kehidupan, adat istiadat, kebiasaan. Moral pada dasarnya merupakan rangkaian nilai tentang berbagai macam perilaku yang harus dipatuhi. Moral merupakan kaidah norma dan pranata yang mengatur perilaku individu dalam hubungannya dengan kelompok sosial dan masyarakat. Moral merupakan standar baik buruk yang ditentukan bagi individu nilai-nilai sosial budaya di mana individu sebagai anggota sosial. Moralitas merupakan aspek kepribadian yang diperlukan seseorang dalam kaitannya dengan kehidupan sosial secara harmonis, adil, dan seimbang. Moral memiliki pengaruh pada cara pandang seseorang menilai kasus. Jika nilai-nilai moral yang dimiliki oleh individu bersifat baik sesuai dengan aturan dan tata cara bersosialisasi, maka individu tersebut jika melihat situasi yang tidak sesuai dengan prinsip moral yang ia pegang, maka ia akan menganggap situasi tersebut tidak bermoral. Begitu pula sebaliknya. (Ali dan Asrori,2012:136)

Moral adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan ajaran

yang baik dan buruk mengenai perbuatan, sikap, dan budi pekerti seseorang. Moral lebih sering dipergunakan sebagai istilah untuk melakukan tingkah laku dan adat kebiasaan individu-individu atau kelompok. Nilai moral merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan hal-hal yang dianggap penting dan bermanfaat untuk manusia dalam pembentukan sikap, akhlak, dan budi pekerti yang mulia. (Wicaksono,2014:338)

- **Nilai Moral**

Nilai moral adalah aspek-aspek yang berkembang pada diri individu melalui interaksi antara aktivitas internal dan pengaruh stimulus eksternal. Pada awalnya seseorang anak belum memiliki nilai-nilai dan pengetahuan mengenai nilai moral tertentu atau tentang apa yang dipandang baik atau tidak baik oleh kelompok sosialnya. Selanjutnya dalam berinteraksi dengan lingkungan, anak mulai belajar mengenai berbagai aspek kehidupan yang berkaitan dengan nilai moral.

Faktor lingkungan yang berpengaruh terhadap perkembangan nilai moral dan sikap individu mencakup aspek psikologis, sosial, budaya. Baik yang terdapat dalam lingkungan keluarga, sekolah, maupun masyarakat. Kondisi psikologis, pola interaksi, pola kehidupan beragama, berbagai sarana rekreasi yang tersedia dalam lingkungan keluarga, sekolah, dan masyarakat akan mempengaruhi perkembangan nilai moral dan sikap individu yang tumbuh dan

berkembang di dalamnya. Perkembangan nilai moral dan sikap individu sangat dipengaruhi oleh lingkungan, karena lingkungan dapat membentuk karakter seseorang, baik secara psikologis, sosial, dan budaya. (Ali dan Asrori,2012:136)

- **Makna Pesan Moral**

Charles Ogden & I.A. Richards (1923)

Dalam teori segitiga makna (triangle of meaning), mereka menyatakan bahwa makna adalah hubungan antara simbol (word), referen (thing), dan konsep atau pikiran (thought). Artinya, makna tidak melekat langsung pada kata, melainkan melalui proses mental.

2.3.1 Makna Pesan Moral dalam Film

Stuart Hall (1980) – Encoding/Decoding: Makna moral dalam film tidak tunggal; bergantung pada proses pemaknaan oleh penonton. Makna pesan moral dalam film merujuk pada nilai-nilai etis atau ajaran kehidupan yang disampaikan secara tersirat maupun tersurat oleh pembuat film melalui alur cerita, karakter, dialog, dan konflik. Pesan moral biasanya mencerminkan pandangan mengenai benar dan salah, konsekuensi dari suatu tindakan, serta nilai-nilai sosial dan kemanusiaan yang dapat menjadi refleksi atau pembelajaran bagi penonton.

Unsur Pembentuk Makna Pesan Moral dalam Film :

1. Unsur Film	Bentuk Penyampaian Makna Pesan Moral
2. Tokoh dan Karakter	Melalui perilaku, dialog, dan transformasi karakter

3. Alur Cerita	Konflik dan penyelesaiannya membentuk nilai-nilai moral
4. Dialog dan Monolog	Menyampaikan ajaran atau kritik sosial
5. Visual dan Simbol	Mengandung makna konotatif atas nilai kehidupan
6. Penutup Cerita	Memberikan refleksi terhadap konsekuensi moral

Makna pesan moral dalam film merupakan hasil dari interaksi antara narasi film dan interpretasi penonton terhadap nilai-nilai yang tersirat di dalamnya. Pesan moral bukan hanya ajakan untuk berbuat baik, tetapi juga refleksi atas realitas sosial dan pilihan etis manusia dalam kehidupan sehari-hari.



2.3.2 Diferensiasi Struktur Nilai dalam Pesan Moral Film

Jenis Nilai	Fokus	Sumber	Sifat	Peran dalam Film
Nilai Dasar	Prinsip utama	Universal dan ideal	Stabil & mendasar	Visi moral utama narasi
Nilai Instrumental	Cara mencapainya	Praktik etis sehari-hari	Aplikatif	Alat tokoh mencapai nilai dasar
Nilai Situasional	Respons terhadap konteks	Dilema dan konflik	Kontekstual	Ujian nilai dalam momen kritis
Nilai Reflektif	Perubahan batin tokoh	Evaluasi pengalaman	Internal & personal	Hasil introspeksi tokoh
Nilai Sosial	Dampak kolektif	Budaya & masyarakat	Eksternal	Menggerakkan kesadaran atau opini publik

2.3.3 Tabel struktur Nilai Pesan Moral

[NILAI DASAR]
(Kejujuran, Kebaikan, Keadilan)

[NILAI INSTRUMENTAL]
(Disiplin, Kerja Keras, Empati)

[NILAI SOSIAL]
(Solidaritas, Toleransi,

[NILAI REFLEKTIF]
(Pertobatan, Kesadaran, Perubahan

[NILAI SITUASIONAL]
(Pengorbanan, Dilema Moral,

2.3.4 Sinopsis Film “Perayaan Mati Rasa”

Film Perayaan Mati Rasa mengikuti kisah Ian Antono (Iqbaal Ramadhan) yang merupakan anak laki-laki pertama di keluarganya. Selayaknya anak pertama, Ian dituntut untuk menjadi panutan dan contoh bagi adik satu-satunya, Uta Antono (Umay Shahab) Tidak hanya itu, Ian juga dibebani dengan ekspektasi orang tua terhadapnya sebagai anak tertua. Namun, semua harapan itu mulai

goyah ketika Ian memilih jalannya sendiri sebagai musisi, berlawanan dengan keinginan orang tuanya. Bersama band yang ia bentuk, Ian berjuang keras mengejar mimpinya, meski perjalanan itu penuh dengan tantangan. Sayangnya, perjalanan menggapai mimpi itu tidak mulus karena mereka harus menghadapi banyak rintangan. Sementara itu, sang adik Uta justru tumbuh menjadi podcaster sukses yang dibanggakan orang tua. Perbedaan nasib ini membuat Ian dan Uta sering dibanding-bandingkan sehingga memicu kecemburuan dan konflik batin di antara keduanya. Beban yang dirasa Ian pun semakin menekan dirinya. Dia merasa sendiri karena tidak memiliki dukungan dari keluarganya. Situasi semakin pelik ketika tiba-tiba mereka kehilangan Sosok Ayah sebagai Orang Tua. Sayangnya, luka lama yang merenggangkan hubungan mereka belum benar-benar sembuh.



Gambar 2.1

Detail Film Perayaan Mati Rasa :

- Sutradara : Umay Shahab
- Produser : Umay Shahab, Imam Salimy
- Penulis naskah : Junisyah Aurelita, Santy Diliانا, Rezy Junio,
Umay Shahab
- Genre : Drama
- Tanggal Rilis Perdana : 29 Januari 2025

- Durasi : 125 menit
- Studio : Sinemaku, Legacy Picture

Pemain Film Perayaan Mati Rasa :

1. Iqbaal Ramadhan

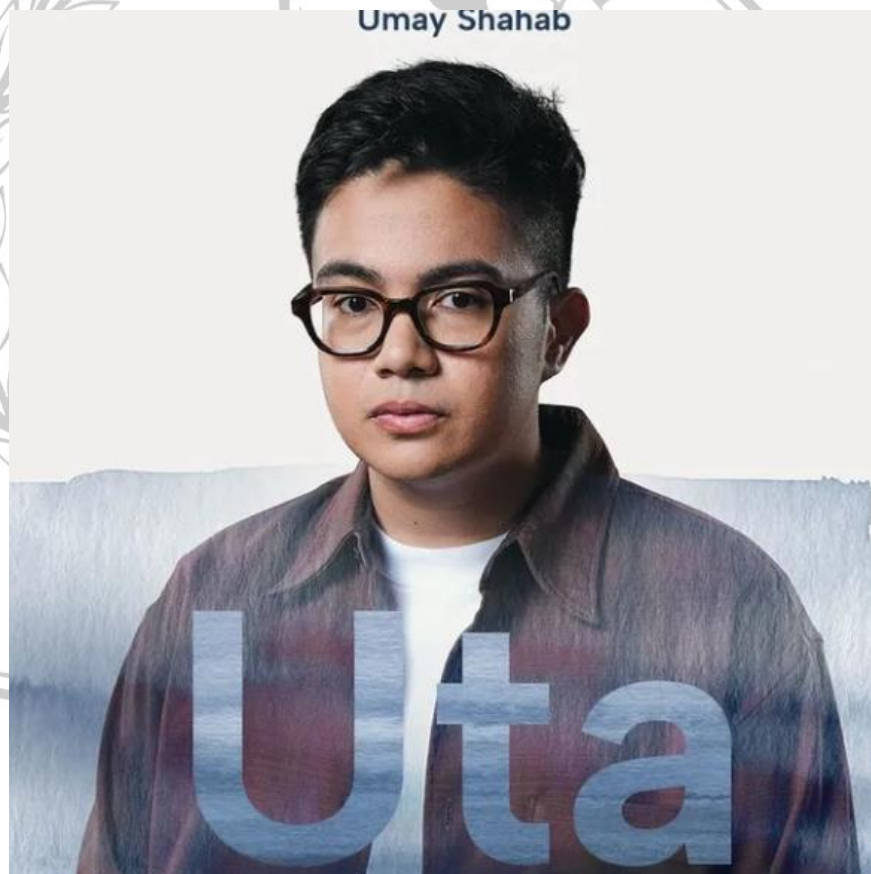


Gambar 2.2

Iqbaal Dhiafakhri Ramadhan, atau yang kini dikenal dengan nama mononim BAALE, adalah seorang seniman Indonesia yang menekuni bidang akting, tarik suara, dan produksi film. Ia lahir pada tanggal 28 Desember 1999. Debut aktingnya dimulai saat ia berperan sebagai Trapani dalam pertunjukan musikal *Laskar Pelangi* selama periode 2010–2011. Karier musiknya berkembang ketika ia menjadi anggota CJR (dahulu bernama Coboy Junior) pada tahun 2011, hingga

grup tersebut resmi bubar pada 2017. Iqbaal kemudian mencapai ketenaran luas melalui perannya sebagai tokoh utama dalam film-film *Dilan 1990*, *Dilan 1991*, dan *Milea: Suara dari Dilan*, yang tayang masing-masing pada tahun 2018, 2019, dan 2020. Dalam Film ini Iqbaal memrankan tokoh utama sebagai Ian. Ian dalam film ini memiliki sfat yang tegas, teguh dan keras kepala namun juga peyang.

2. Umay Shahab



Gambar 2.3

Umay lahir di Rumah Sakit Haji yang terletak di Makasar, Jakarta Timur. Ia berasal dari keluarga Alawiyyin, yakni keturunan Arab Hadhrami dengan marga Aal Shihāb-Uddīn. Ayahnya, Said Hanafi Shahab, bekerja di sektor swasta, sementara ibunya, Yahni Dahmayanti, merupakan perempuan asli Betawi. Umay memiliki seorang adik laki-laki bernama Raffi Shahab.

Kariernya di dunia musik dimulai pada tahun 2009 dengan merilis album bertajuk *Umay*, yang pendistribusiannya dilakukan melalui jaringan restoran KFC. Lagu andalan dalam album ini berjudul “SKJ”, yang diadaptasi dari lagu “Lupa-lupa Ingat” milik Kuburan Band. Album tersebut mencetak kesuksesan besar dengan penjualan lebih dari 250 ribu kopi dan diganjar penghargaan triple platinum.

Langkah Umay di dunia penyutradaraan dimulai pada tahun 2016 melalui film pendek *Cinta di Balik Awan*. Lima tahun kemudian, tepatnya pada 2021, ia melakukan debut sebagai sutradara film panjang lewat karya berjudul *Kukira Kau Rumah*.

Dalam Film ini Umay ber peran sebagai Uta, Adik Ian (Pemeran Utama) yang memiliki sifat penyayang, baik hati serta Penyabar

3. Papa



Gambar 2.4

Lahir pada 30 Maret 1980, Dwi Sasono merupakan seorang aktor Indonesia yang namanya mulai mencuat setelah tampil dalam film Mendadak Dangdut. Dalam Film ini Diwsasono memerankan peran Satya Sasono, yakni ayah dari Ian sang pemeran utama. Memiliki sifat yang peyang, sabar, rasa mengayomi yang besar dan cinta keluarga

4. Mama



Gambar 2.5

Unique Priscilla Mauretha Hadi Soemarto, lahir pada 21 September 1970, merupakan seorang aktris dan model asal Indonesia. Ia mengawali kiprahnya di dunia hiburan dengan menjadi finalis ajang *cover girl* yang diselenggarakan oleh Majalah MODE pada tahun 1989. Kemudian, pada tahun 1993, Unique sempat bekerja sebagai reporter dalam program berita *Seputar Indonesia*. Setelah sempat berhenti dari dunia hiburan untuk beberapa waktu, ia kembali aktif pada tahun 2011. Dalam Film ini ia berperan sebagai Dini Sasono yang memiliki sifat baik hati, penyayang, baik dan cinta keluarga.

2.3.5 Teori Komunikasi Massa

Secara teori, konsep komunikasi massa mengandung pengertian sebagai suatu proses di mana institusi media massa memproduksi dan menyebarkan pesan kepada publik secara luas, komunikasi massa merupakan proses di mana pesan tersebut dicari, digunakan, dan dikonsumsi oleh audience. Fokus kajian dalam komunikasi massa adalah media massa. Media massa adalah institusi yang menebarkan informasi berupa pesan, berita, peristiwa, atau produk budaya yang memengaruhi dan merefleksikan suatu masyarakat. Sehingga dengan itu teori ini berhubungan dengan penelitian peneliti yakni mengenai pesan yang terkandung dalam film *Perayaan Mati Rasa*. Institusi media massa juga merupakan bagian dari sistem kemasyarakatan dari suatu masyarakat dalam konteks yang lebih luas. Kajian tentang media dapat dilakukan dari dua dimensi komunikasi massa. Dimensi pertama dapat menjelaskan hubungan antara media dengan audience, audience dalam pengertian individual maupun kelompok. Sedangkan dimensi kedua di mana kajian ini memandang dari sisi pengaruh media kepada masyarakat luas beserta institusi-institusinya. (Bungin,2007:258)

Penelitian ini juga berhubungan dengan model proses persuasi, yang berakar pada model respons kognitif Greenwald. Model Greenwald, yang menyebutkan bahwa perubahan sikap dimediasikan oleh pemikiran-pemikiran yang terjadi dibenak

penerima pesan. Greenwald berpendapat bahwa daya tahan sebuah pesan dan penerimaan sebuah pesan adalah dua hal berbeda-seseorang dapat mempelajari materi dalam sebuah pesan tanpa mengalami perubahan sikap. Dia mengemukakan bahwa dalam kasus persuasi tertentu penerima pesan dapat mempertimbangkannya, menghubungkannya dengan sikap-sikap, pengetahuan dan perasaan yang ada.

2.3.6 Kajian Empirik

Dalam penelitian skripsi kali ini penulis merujuk pada skripsi-skripsi yang terlebih dahulu membahas tentang analisis pesan. Di antaranya adalah Analisis Isi Nilai-Nilai Moral Dalam Film Bangun Lagi Dong Lupus oleh Awan Karmawan tahun 2014, Jurusan Ilmu Komunikasi pada Universitas Fajar Makassar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa nilai-nilai moral film yang diteliti dalam tiga kriteria yaitu nilai moral kepada teman sebaya, nilai moral kepada orang tua dan nilai moral kepada guru. Sedangkan pengkajian “ Perayaan Mati Rasa ” dalam penelitian ini memfokuskan pada isi pesan yang terkandung dalam film tersebut kepada seluruh masyarakat luas terkhusus remaja dan keluarga yang kehilangan sosok Ayah. Penulis juga menjadikan skripsi Representasi Ikhlas Dalam Film Surga

Yang Tak Dirindukan (Analisis Semiotik Terhadap Toko Arini) oleh Ani Maghfiroh, Jurusan Komunikasi Dakwah tahun 2016, pada

Universitas Islami Sunan Kalijaga Yogyakarta. Perbedaan yang dikaji oleh peneliti yaitu terletak pada teori, teori yang digunakan oleh Ani Maghfiroh yaitu teori semiotika oleh Roland Barthes yang digunakan seutuhnya dalam mengetahui gambaran dan representasi pada film yang diteliti.

Selain itu penulis juga menjadikan skripsi Analisis Semiotika Film Surga Yang Tak Dirindukan oleh Mochamad Ardy Rophik tahun 2016, Jurusan Ilmu Komunikasi, pada Universitas Pasundan Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penanda, petanda, pada film tersebut. Metode pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis semiotika dari Ferdinand De Sussure. Penelitian ini jelas memiliki perbedaan dengan penelitian menulis. Selain teori, ada perbedaan makna yang ingin diungkapkan dalam masalah penelitian. Aspek yang ingin dikaji dalam penelitian ini lebih kepada memaknai pesan atau simbol yang ditunjukkan dalam film, yang berkaitan dengan cinta manusia terhadap agama dan sesama.

2.3.7 Kerangka Konseptual Penelitian

Film adalah media komunikasi yang bersifat audio visual untuk menyampaikan suatu pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat tertentu. Pesan film pada komunikasi massa dapat berbentuk apa saja tergantung dari misi film tersebut.

Akan tetapi, umumnya sebuah film dapat mencakup berbagai pesan, baik itu pesan pendidikan, hiburan dan informasi. Pesan dalam film adalah menggunakan mekanisme lambang-lambang yang ada pada pikiran manusia berupa isi pesan, suara, perkataan, percakapan, dan sebagainya.

Untuk itu di sini tujuan dari penelitian ini adalah ingin menginterpretasikan pada fokus isi pesan moral dan sifat pesan yang terkandung dalam Film Perayaan Mati Rasa, dengan cara menganalisis isi menggunakan metode Klaus Krippendorff. Menganalisis yang dimaksud ialah dengan memperhatikan secara seksama melalui adegan dan dialog pada film Perayaan Mati Rasa untuk mengetahui isi pesan moral dan bagaimana sifat pesan yang terbagi dalam sifat pesan eksplanatif, edukatif, informatif, dan entertaining.

Bagan Kerangka Pemikiran Film “Perayaan Mati Rasa”

