

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan dari satu atau beberapa sumber kepada audiens yang luas dan beragam melalui berbagai media massa. Media tersebut meliputi televisi, radio, surat kabar, majalah, hingga internet. Istilah “komunikasi massa” berasal dari bahasa Inggris *mass communication*, singkatan dari *mass media communication*, yang berarti komunikasi menggunakan media massa. Kata “massa” merujuk pada kelompok besar orang yang jumlahnya tidak terbatas, tidak harus berada pada tempat atau waktu yang sama, namun dapat menerima pesan secara bersamaan atau hampir bersamaan meskipun tersebar di berbagai lokasi.

Menurut McQuail (2010) media massa memiliki kemampuan untuk menjangkau audiens yang besar dan tersebar secara geografis. Hal ini memungkinkan informasi dapat mencapai berbagai kelompok sosial dan demografis yang berbeda. Audiens dalam komunikasi massa biasanya tidak dikenal secara personal oleh penyampai pesan, sehingga interaksi yang terjadi bersifat satu arah atau tidak langsung (Severin & Tankard, 2001). Pesan dalam komunikasi massa biasanya berasal dari sumber yang terpusat seperti perusahaan media atau organisasi penyiaran. Sumber ini memiliki kontrol penuh atas isi dan distribusi pesan (Baran, 2012). Schramm (1997) menyatakan pesan yang disampaikan melalui media massa sering kali bersifat umum dan distandardisasi untuk dapat diterima oleh audiens yang beragam.

2.1.1 Fungsi Komunikasi Massa

1. Menyediakan informasi kepada masyarakat tentang kejadian dan perkembangan terkini, baik dalam lingkup nasional, lokal, maupun internasional.
2. Media massa berfungsi sebagai sarana pendidikan dengan menyediakan konten yang mendidik dan menginformasikan tentang berbagai topik.

3. Memberikan hiburan melalui berbagai bentuk konten seperti film, musik, dan acara komedi.
4. Menggunakan media untuk mempengaruhi pendapat atau perilaku audiens, sering kali digunakan dalam iklan dan kampanye politik.
5. Media massa berfungsi sebagai pengawas dengan memantau dan melaporkan kejadian penting, serta memberikan peringatan kepada masyarakat tentang potensi bahaya.

2.1.2 Teori Komunikasi Massa

1. Teori *Agenda Setting* menurut McCombs dan Shaw (1972) menjelaskan bahwa media massa memiliki kemampuan untuk membentuk isu apa yang dianggap penting oleh publik melalui penonjolan isu-isu tertentu dalam pemberitaannya.
2. Teori Kultivasi menurut Gerbner (1986) menyatakan bahwa paparan berulang terhadap konten media dapat membentuk persepsi audiens tentang realitas sosial, terutama dalam konteks stereotip dan kekerasan.
3. Teori Penggunaan dan Gratifikasi menurut Katz (1974) menekankan pada bagaimana audiens secara aktif memilih dan menggunakan media untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka, seperti kebutuhan hiburan, informasi, dan identitas sosial.
4. Teori Spiral Keheningan menurut Noelle-Neumann (1984) mengusulkan bahwa individu yang merasa pendapatnya berbeda dari mayoritas cenderung untuk tetap diam, sehingga media dapat memperkuat pendapat mayoritas.

Komunikasi massa telah mengalami perubahan signifikan dengan perkembangan teknologi. Dari media tradisional seperti surat kabar dan radio, kini telah beralih ke media digital seperti internet dan media sosial yang memungkinkan interaksi lebih langsung dan real-time antara pengirim pesan dan audiens. Perubahan ini juga telah mengubah dinamika penyebaran informasi dan cara masyarakat mengonsumsi media.

2.2 Film Sebagai Media Komunikasi Massa

Film merupakan salah satu bentuk media komunikasi massa yang menggabungkan elemen visual dan audio untuk menyampaikan cerita, pesan, dan informasi kepada audiens yang luas. Film memiliki kemampuan untuk mempengaruhi opini publik, membentuk budaya, dan menyampaikan nilai-nilai sosial. Sebagai produk seni dan teknologi, film menciptakan pengalaman yang mendalam dan seringkali emosional bagi penontonnya (Baran, 2012).

2.2.1 Karakteristik Film sebagai Media Komunikasi Massa

1. Film menggabungkan elemen visual dan audio untuk menciptakan pengalaman yang menarik dan mendalam bagi penonton. Kombinasi ini memungkinkan penyampaian pesan yang kompleks dengan cara yang mudah dipahami dan menarik (Baran, 2012).
2. Film sering kali menggunakan narasi yang kuat untuk menyampaikan pesan. Cerita dalam film dapat menggugah emosi dan mempengaruhi cara pandang penonton terhadap isu-isu tertentu (Bordwell dan Thompson, 2013).
3. Jangkauan film menurut McQuail (2010) dapat menjangkau audiens yang sangat luas, baik melalui bioskop, televisi, maupun platform digital. Ini memungkinkan pesan dalam film untuk mencapai berbagai kelompok demografis dan geografis.
4. Durasi dan Produksi film biasanya melibatkan waktu dan biaya yang cukup besar. Namun, hasilnya adalah produk yang berkualitas tinggi yang dapat bertahan lama dan terus mempengaruhi penonton seiring waktu (Thompson dan Bordwell, 2019).

2.2.2 Fungsi Film Sebagai Media Komunikasi Massa

1. Edukasi

Film dapat digunakan sebagai alat pendidikan untuk menyampaikan pengetahuan dan informasi tentang berbagai topik, mulai dari sains, sejarah, hingga isu-isu sosial. Misalnya, film dokumenter sering

digunakan untuk mengedukasi penonton tentang masalah lingkungan atau hak asasi manusia (Aufderheide, 2007).

2. Hiburan

Salah satu fungsi utama film menurut Mast (1992) adalah memberikan hiburan. Film menyediakan sarana bagi penonton untuk melepaskan diri dan bersantai dari rutinitas sehari-hari. Genre seperti komedi, aksi, dan drama sangat populer karena memberikan hiburan yang menghibur.

3. Persuasi

Film juga digunakan untuk mempengaruhi opini publik. Rosenstone (1995) melalui narasi yang menggugah dan karakter yang *relatable*, film dapat mempengaruhi pandangan penonton tentang isu-isu tertentu, seperti politik, sosial, dan budaya.

4. Penggambaran Budaya

Film sering mencerminkan dan membentuk budaya. Storey (2009) menyatakan mereka dapat menggambarkan nilai-nilai, norma, dan tradisi suatu masyarakat. Selain itu, film juga dapat mempengaruhi budaya populer dan tren di masyarakat.

2.2.3 Dampak Film sebagai Media Komunikasi Massa

1. Pembentukan Opini Publik

Gerbner (1986) menyatakan film memiliki kekuatan untuk membentuk opini publik. Misalnya, film yang menampilkan isu-isu sosial seperti rasisme, diskriminasi, dan keadilan sosial dapat meningkatkan kesadaran dan menginspirasi perubahan sosial.

2. Pengaruh Emosional

Plantinga (2009) menyatakan film dapat mempengaruhi emosi penonton secara mendalam. Melalui cerita yang menyentuh,

penonton dapat merasa terhubung dengan karakter dan situasi dalam film, yang dapat mengubah pandangan dan sikap mereka.

3. Pembentukan Identitas

Hall (1997) menyatakan film dapat mempengaruhi identitas individu dan kelompok. Representasi dalam film tentang gender, etnis, dan kelas sosial dapat mempengaruhi cara individu melihat diri mereka dan orang lain.

2.3 Fenomena Pernikahan Muda dalam Masyarakat

Fenomena pernikahan muda dalam masyarakat saat ini merupakan topik yang menarik dan relevan karena mencerminkan berbagai dinamika sosial, ekonomi, dan budaya. Pernikahan muda, yang umumnya merujuk pada pernikahan yang terjadi pada usia remaja atau usai awal 20 tahunan, menunjukkan tren yang bervariasi di berbagai negara dan budaya. Di banyak negara berkembang, pernikahan muda masih umum terjadi, sering kali karena faktor budaya, ekonomi, dan sosial. Di negara maju, ada kecenderungan penurunan angka pernikahan muda, karena peningkatan kesadaran akan pentingnya pendidikan dan karir sebelum menikah.

Dalam beberapa masyarakat, pernikahan muda masih dianggap sebagai norma sosial atau tradisi yang harus diikuti. Kondisi ekonomi keluarga yang kurang stabil sering kali mendorong pernikahan muda sebagai solusi untuk mengurangi beban ekonomi keluarga, tingkat pendidikan yang lebih rendah biasanya berkorelasi dengan angka pernikahan muda yang lebih tinggi, tekanan dari keluarga dan masyarakat untuk menikah pada usia muda bisa menjadi faktor signifikan.

2.3.1 Statistik dan Data Terkini

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2020, sekitar 11,21% perempuan Indonesia menikah pada usia di bawah 18 tahun (BPS, 2020). Survei Demografi dan Kesehatan Indonesia (SDKI) 2017 mencatat bahwa sekitar 25% perempuan Indonesia menikah sebelum usia 20 tahun (SDKI, 2017). Angka pernikahan muda cenderung lebih tinggi di daerah pedesaan dibandingkan perkotaan. Di beberapa provinsi seperti Sulawesi Barat, Kalimantan Selatan, dan

Nusa Tenggara Barat, prevalensi pernikahan di bawah usia 18 tahun mencapai lebih dari 20% (UNICEF Indonesia, 2020).

Tingkat pendidikan yang lebih rendah berkorelasi dengan angka pernikahan muda yang lebih tinggi. Banyak remaja perempuan yang putus sekolah akhirnya menikah muda (UNICEF Indonesia, 2020). Keluarga dengan latar belakang ekonomi yang kurang stabil cenderung menikahkan anak mereka lebih cepat untuk mengurangi beban ekonomi (Plan International, 2018). Norma budaya dan tradisi lokal juga memainkan peran signifikan dalam mendorong pernikahan muda (UNFPA, 2019).

2.3.2 Dampak Pernikahan Muda pada Konflik Keluarga Muda

Pernikahan pada usia muda memiliki berbagai dampak yang signifikan terhadap dinamika dan stabilitas keluarga muda. Berikut ini adalah beberapa dampak yang sering dihadapi oleh pasangan yang menikah pada usia muda:

1. Masalah Finansial

Pasangan muda sering kali belum memiliki kualifikasi pendidikan yang memadai atau pengalaman kerja yang cukup, sehingga pendapatan mereka cenderung lebih rendah. Hal ini dapat menyebabkan kesulitan dalam memenuhi kebutuhan dasar keluarga dan menimbulkan stres ekonomi yang berpotensi memicu konflik (BPS, 2020). Kurangnya pengetahuan dan pengalaman dalam mengelola keuangan sering kali menyebabkan pasangan muda terjebak dalam hutang atau mengalami kesulitan finansial. Konflik mengenai bagaimana mengatur keuangan rumah tangga dapat menjadi sumber ketegangan yang signifikan (Karney dan Bradbury, 2005).

2. Ketidaksiapan Emosional

Pasangan muda mungkin belum cukup matang secara emosional untuk menangani konflik secara konstruktif. Ini sering kali mengarah pada pertengkaran yang berulang dan ketidakmampuan untuk menyelesaikan masalah dengan cara yang

sehat. Ketidakmatangan emosional dapat membuat pasangan muda lebih rentan terhadap stres dan tekanan dalam kehidupan sehari-hari, pada akhirnya dapat memperburuk konflik rumah tangga (Larson, 2013).

3. Kesehatan dan Kesejahteraan

Remaja perempuan yang menikah muda memiliki risiko lebih tinggi untuk mengalami komplikasi kehamilan dan persalinan, yang dapat membahayakan kesehatan ibu dan anak. Hal ini sering kali menambah tekanan pada hubungan suami istri dan meningkatkan potensi konflik (WHO, 2014). Anak-anak yang lahir dari ibu yang menikah muda cenderung mengalami gizi buruk dan kurangnya akses ke pendidikan yang baik. Kondisi ini dapat menambah beban pada orang tua muda dan memperburuk dinamika keluarga (UNICEF, 2018).

4. Pendidikan dan Karir

Banyak remaja perempuan yang menikah muda harus meninggalkan sekolah untuk mengurus rumah tangga, yang menghambat peluang mereka untuk mendapatkan pendidikan yang lebih tinggi serta pekerjaan yang lebih layak di masa depan. Ketidakpuasan dan penyesalan mengenai hal ini dapat menjadi sumber konflik dalam pernikahan (Lloyd, 2008). Dengan kurangnya pendidikan dan pengalaman kerja, peluang karir bagi pasangan muda sering kali terbatas, yang dapat menimbulkan ketidakpuasan dan ketegangan dalam hubungan (Plan International, 2018).

5. Pengaruh Sosial dan Kultural

Tekanan dari masyarakat dan keluarga besar untuk memenuhi harapan tertentu mengenai peran gender dan tanggung jawab rumah tangga dapat menambah beban pada pasangan muda. Ini sering kali menjadi sumber konflik ketika salah satu pasangan merasa tertekan untuk memenuhi ekspektasi tersebut (UNFPA,

2019). Dalam beberapa komunitas, pernikahan muda mungkin masih dilihat sebagai sesuatu yang normal atau bahkan diharapkan, namun di komunitas lain bisa sebaliknya. Stigma sosial terhadap pasangan yang menikah muda dapat menyebabkan isolasi sosial dan stres tambahan (UNICEF Indonesia, 2020).

2.4 Analisis Resepsi

Istilah resepsi berasal dari bahasa Latin *recipere* dan bahasa Inggris *reception*, yang bermakna penerimaan oleh pembaca atau khalayak. Secara umum, resepsi dipahami sebagai strategi dalam memberikan makna, memproses, serta menafsirkan teks dalam suatu program atau tayangan televisi sehingga memunculkan respons tertentu. Teori ini berpusat pada bagaimana pembaca atau audiens menerima pesan, bukan pada siapa yang mengirimkannya. Menurut McRobbie (Baran dan Davis, 2010) Analisis resepsi dipandang sebagai sebuah “pendekatan kultural”, yakni pemaknaan media ditentukan oleh pengalaman dan pengetahuan pribadi individu sehingga interpretasinya bersifat subjektif. Pendekatan ini dapat dimaknai sebagai upaya membandingkan perspektif media dengan perspektif audiens untuk memahami konteks secara lebih konkret. Dalam analisis resepsi, audiens diposisikan sebagai pihak yang aktif dalam membentuk makna dari apa yang mereka lihat, baca, atau dengar, dengan mempertimbangkan latar budaya yang relevan.

Makna yang muncul dari teks media merupakan hasil interpretasi penonton. Media berfungsi sebagai sarana penyampai informasi sekaligus penyaring serta penghubung terhadap makna yang terkandung dalam pesan tersebut. Kini, media membantu audiens menggali makna secara lebih mendalam tanpa dibatasi ruang dan waktu. Analisis resepsi digunakan untuk memahami interaksi antara media dan khalayak, serta menelusuri bagaimana penonton menafsirkan pesan dari berbagai jenis media, baik elektronik, cetak, maupun digital. Fokus pendekatan ini adalah pada pengalaman audiens untuk melihat bagaimana makna terbentuk melalui proses tersebut (Hadi, 2008).

2.4.1 Proses Dalam Analisis Resepsi

Proses pengorganisasian pesan dalam media dikenal sebagai *encoding*. Melalui tahap ini, komunikator menyampaikan pesan menggunakan kode atau simbol, baik verbal maupun nonverbal. Setelah pesan sampai ke penerima, dilakukan proses *decoding*, yaitu tahap pemahaman dan penafsiran pesan hingga menghasilkan respons tertentu. Analisis resepsi memusatkan perhatian pada proses *decoding* oleh audiens ketika berinteraksi dengan konten media. Dalam pendekatan ini, audien dipandang sebagai bagian dari komunitas interpretatif yang aktif dalam memaknai pesan. Dengan demikian, penonton tidak hanya menerima pesan secara pasif, tetapi menafsirkan berdasarkan latar sosial dan kategori tertentu yang mereka miliki. Hal ini menyebabkan makna yang muncul sering kali berbeda dari maksud pembuat pesan (Hadi, 2008).

Stuart Hall menyatakan bahwa, khalayak melakukan *encoding/decoding* saat mereka terlibat dalam proses produksi dan penerimaan (resepsi) pesan media. Terkait hal itu melalui tiga kemungkinan posisi, yang meliputi:

1. Posisi Hegemoni Dominan adalah keadaan ketika penonton menerima dan menyetujui keseluruhan pesan atau ideologi yang disampaikan oleh program televisi tanpa adanya penolakan.
2. Posisi Negosiasi menggambarkan penonton yang menafsirkan pesan dengan memadukan pemahaman mereka sendiri dan pengalaman sosial yang mereka alami.
3. Posisi Oposisi merupakan kondisi di mana penonton menolak atau menentang makna yang disampaikan media, lalu menggantinya dengan interpretasi yang mereka anggap lebih sesuai dengan pandangan atau keyakinan pribadi.

2.5 Penelitian Terdahulu

Sebagai landasan penelitian, peneliti menggunakan setidaknya dua penelitian terdahulu sebagai bahan rujukan dan perbandingan dalam mengkaji penerapan teori analisis resepsi pada film *Dua Garis Biru*. Berikut uraian mengenai penelitian-penelitian sebelumnya tersebut:

1. Analisis Resepsi Penonton Terhadap Representasi Gender dalam Film Dua Garis Biru (Ardiana, 2020).

Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana penonton memahami dan merespon representasi gender dalam film "Dua Garis Biru." Fokus utama penelitian ini adalah pada persepsi penonton mengenai peran dan tanggung jawab gender yang digambarkan dalam film, serta bagaimana hal ini berhubungan dengan nilai-nilai sosial dan budaya yang ada di masyarakat Indonesia.

2. Resepsi Penonton Terhadap Isu Kehamilan Remaja dalam Film Dua Garis Biru (Wulandari, 2021).

Penelitian ini memfokuskan pada bagaimana penonton remaja dan dewasa muda menginterpretasikan isu kehamilan remaja yang diangkat dalam film "Dua Garis Biru." Studi ini menekankan pada pemahaman penonton mengenai konsekuensi sosial dan personal dari kehamilan remaja serta respons mereka terhadap pesan moral yang disampaikan oleh film.

Penelitian terdahulu tersebut mempunyai persamaan dengan penelitian ini dengan fokus dan analisis resepsi pada film, namun penelitian ini menggunakan film Dua Hati Biru dan bagaimana audiens menerima pesan yang disampaikan oleh film Dua Hati Biru. Penelitian menggunakan pendekatan analisis resepsi untuk memahami bagaimana penonton menginterpretasikan dan merespon pesan film dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian terdahulu dan penelitian ini mengeksplorasi isu-isu sosial yang diangkat dalam film seperti kehamilan remaja dan pernikahan usia muda, serta nilai-nilai budaya yang ada di masyarakat.

Penelitian ini memusatkan perhatian pada dampak pernikahan muda terhadap konflik keluarga bagi remaja perempuan dan laki-laki yang terlibat. Berbeda dengan penelitian Ardiana (2020) lebih menekankan pada representasi gender, sedangkan penelitian Wulandari (2021) berfokus pada persepsi penonton terhadap isu kehamilan remaja secara umum.