



Seperti halnya Gerbner yang mengemukakan bahwa komunikasi massa itu akan melibatkan lembaga, maka Wright secara khusus mengemukakan bahwa komunikator bergerak dalam organisasi yang kompleks. Organisasi yang kompleks itu menyangkut berbagai pihak yang terlibat dalam proses komunikasi massa, mulai dari menyusun pesan sampai pesan diterima oleh komunikan. Komunikasi massa yang kompleks tersebut akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya: televisi, radio siaran, surat kabar, majalah dan film.

Komunikasi massa berbeda dengan komunikasi antarpersonal dan komunikasi kelompok. Perbedaannya terdapat dalam komponen-komponen yang terlibat di dalamnya, dan proses berlangsungnya komunikasi tersebut. Yang jelas membedakan proses komunikasi massa dengan komunikasi antarpersonal dan kelompok adalah karakteristiknya. Berikut adalah karakteristik komunikasi massa :

a. Komunikator Terlembaga

Ciri komunikasi massa yang pertama adalah komunikatornya. Kita sudah memahami bahwa komunikasi massa itu menggunakan media massa, baik media cetak maupun elektronik. Seperti pendapat Wright sebelumnya, bahwa komunikasi massa itu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks. Pendapat Wright tersebut dapat terlihat jelas seperti contoh pada stasiun televisi, stasiun televisi merupakan komunikator yang terorganisasi dan melembaga yang bergerak secara profesional dan sistematis dalam proses penyampaian pesan.

b. Pesan Bersifat Umum

Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karenanya, pesan komunikasi massa bersifat umum.



c. Komunikannya Anonim dan Heterogen

C Komunikan pada komunikasi massa bersifat anonim, antara komunikator dan komunikannya tidak saling mengenal, hal tersebut dikarenakan proses komunikasi berlangsung dengan menggunakan media dan tidak terjadi tatap muka secara langsung.. Di samping anonim, komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda.

d. Media massa menimbulkan keserempakan

Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya, adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikannya yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari itu, komunikasi yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama pula.

e. Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan

Dalam konteks komunikasi massa, komunikator tidak harus mengenal komunikannya begitupun sebaliknya, sehingga tidak selalu menimbulkan suatu hubungan. Yang penting, bagaimana seorang komunikator menyusun pesan secara sistematis, baik, sesuai dengan jenis medianya, agar komunikannya bisa memahami isi pesan tersebut.

f. Komunikasi massa bersifat satu arah

Salah satu ciri kelemahan karakteristik komunikasi massa adalah proses komunikasinya bersifat satu arah. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikannya pun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana halnya terjadi dalam komunikasi antarpersonal.

g. Stimulasi alat indra terbatas

Ciri komunikasi massa lainnya yang dapat dianggap salah satu kelemahannya, adalah stimulasi alat indra yang terbatas. Pada komunikasi antarpersonal yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



bersifat tatap muka, maka seluruh alat indra pelaku komunikasi, komunikator dan komunikasikan, dapat digunakan secara maksimal. Kedua belah pihak dapat melihat, mendengar secara langsung, bahkan mungkin merasa. Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa.

h Umpan balik tertunda (*delayed*) dan tidak langsung (*indirect*)

Komponen umpan balik atau yang lebih populer dengan sebutan *feedback* merupakan faktor penting dalam proses komunikasi. Efektivitas komunikasi seringkali dapat dilihat dari *feedback* yang disampaikan oleh komunikasikan. Dalam proses komunikasi massa komunikasikan membutuhkan waktu untuk menyampaikan *feedback* kepada komunikatornya seperti menelepon, menulis surat pembaca mengirim *e-mail* itu menunjukkan bahwa *feedback* komunikasi massa bersifat tertunda (*delayed*).

Menurut Dominick (2001) komunikasi massa memiliki lima unsur utama yaitu (Elvinaro-2012 : 15-18) :

a. Surveillance (Pengawasan)

Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama:

(i). *Warning or beware surveillance* (Pengawasan Peringatan)

Fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang suatu ancaman yang akan terjadi.

(ii). *Instrumental surveillance* (Pengawasan Instrumental)

Fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



b. *Interpretation* (Penafsiran)

Ⓒ Fungsi penafsiran hampir mirip dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan.

c. *Linkage* (Pertalian)

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk linkage (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

d. *Transmission of Values* (Penyebaran Nilai-Nilai)

Fungsi penyebaran nilai tidak kentara. Fungsi ini juga disebut sosialisasi (sosialisasi). Sosialisasi mengacu kepada cara, di mana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang mereka harapkan.

e. *Entertainment* (Hiburan)

Sulit dibantah lagi bahwa pada kenyataannya hampir semua media menjalankan fungsi hiburan. Televisi adalah media massa yang mengutamakan sajian hiburan. Hampir tiga perempat bentuk siaran televisi setiap hari merupakan tayangan hiburan. Begitu pun radio siaran, siarannya banyak memuat acara hiburan.

2 Film

Era informasi saat ini, proses komunikasi telah mencapai suatu tingkat yang tinggi di mana setiap individu mampu berkomunikasi dengan khalayak yang luas tanpa batas ruang di belah dunia manapun. Kemajuan ilmu komunikasi ditopang juga oleh kemajuan dalam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

bidang teknologi. Salah satu teknologi mutakhir dari sistem komunikasi massa adalah media film.

Definisi Film Menurut UU 8/1992, adalah karya cipta seni dan budaya yang merupakan media komunikasi massa pandang-dengar yang dibuat berdasarkan asasi fotografi dengan direkam pada pita seluloid, pita video, piringan video, dan/atau bahan lain dengan menggunakan teknologi lainnya dalam segala bentuk, jenis, dan ukuran melalui proses mekanis, proses elektronik, atau proses lainnya, dengan atau tanpa suara, yang dapat dipertunjukkan dan/atau ditayangkan dengan sistem Proyeksi mekanik, elektronik, dan/atau lainnya.

Pengertian dasar film memiliki dua arti, film dapat diartikan sebagai bagian dari alat elektronik teknologi komunikasi yaitu gulungan seluloid yang berisi gambar-gambar. Arti yang kedua adalah film sebagai sebuah media massa yang menampilkan rangkaian gambar hidup dan bergerak yang mempunyai alur dan cerita untuk menyampaikan pesan-pesan yang ingin disampaikan oleh pembuat film itu sendiri.

Pada hakikatnya film merupakan media komunikasi massa siar yang pertama muncul di era modern bahkan lebih dahulu dari sistem pertelevisian modern. Film merupakan *mass mediated culture* yaitu penggambaran budaya sebagaimana adanya seperti yang terdapat dalam berbagai media massa kontemporer, baik tentang golongan elit, awam, orang terkenal ataupun budaya asli masyarakat.

Sejarah perfilman di Indonesia diawali pada masa penjajahan, bangsa Belanda dan Cina merupakan pihak yang memelopori lahirnya film di Indonesia. Mengikuti perkembangan teknologi yang terjadi di Eropa dan Amerika dalam hal media komunikasi khususnya film, bangsa Belanda ikut terpengaruh untuk membuat film juga di Indonesia yang saat itu masih bernama Hindia Belanda sebagai negara jajahannya. Film fiksi pertama di Hindia Belanda adalah film *Lely Van Java* yang lahir pada tahun 1926. Pada tahun 1930 film



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



dengan suara pertama muncul di Hindia Belanda dengan judul Karnadi Anemer Bangkong, dan film tersukses pada masa itu berjudul *Terang Boelan* yang muncul pada tahun 1937.

Pada masa kolonialisme, pihak Belanda membuat film di Hindia Belanda dengan tujuan sebagai media hiburan bagi rakyat, khususnya rakyat kelas satu, seperti bangsa Eropa, Cina dan pribumi ataupun bangsa lain dari golongan bangsawan. Pada masa pendudukan Jepang, perkembangan film di Indonesia mengalami perubahan. Beberapa perusahaan film besar seperti *Wong Brothers*, *South Pacific*, dan Multi Film diambil alih Jepang. Pada masa itu fungsi dan peran film lebih kepada sarana media propaganda kepentingan pemerintah pendudukan Jepang.

Penggunaan film oleh pemerintahan Jepang pada saat penjajahan di Indonesia sebagai media propaganda merupakan efek kognitif film sebagai media massa. Efek kognitif media massa ini berhubungan erat dengan pembentukan dan perubahan citra mengenai sesuatu hal. Menurut Roberts (1997) dalam (Rakhmat, 2005: 221), “Komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra tentang lingkungan, dan citra itulah yang mempengaruhi cara kita berperilaku”. Dengan menggunakan media film, pemerintah Jepang sukses meyakinkan bangsa-bangsa Asia dengan membentuk citra bahwasanya Jepang adalah Cahaya Asia, Pembebas Asia dan Pelindung Asia.

Film nasional dapat digunakan sebagai media edukasi untuk pembinaan generasi muda dalam rangka *nation and character building* (Effendy, 2012: 145). Fungsi edukasi dapat tercapai apabila film nasional memproduksi film-film sejarah yang objektif, atau film dokumenter dan film dan film yang diangkat dari kehidupan sehari-hari secara berimbang.

Dengan kekuatannya film dapat mempengaruhi dan membentuk pola pikir khalayak yang menontonnya. Contohnya pada era orde baru setiap tanggal 30 September Dinas Penerangan Negara selalu menyiarkan film G 30 S/PKI, dengan film tersebut rezim orde baru





sukses membentuk pola pikir rakyat bahwa PKI merupakan bahaya laten bagi negara. Selain itu melalui isi pesannya film juga berpotensi menjadi sumber pendidikan informal, tidak

peduli bagaimana pesan itu disampaikan baik melalui komunikasi verbal maupun non verbal dalam suatu film.

Dengan karakteristiknya film menjadi begitu kuat sebagai sebuah media yang dapat mempengaruhi khalayak. Berikut ini adalah faktor-faktor yang dapat menunjukkan karakteristik film yaitu (Elvinaro 2012: 145) :

a. Layar yang Luas / Lebar

Film dan televisi sama-sama menggunakan layar, namun kelebihan media film adalah layarnya yang berukuran luas. Layar film yang luas telah memberikan keleluasaan penontonnya untuk melihat adegan-adegan yang disajikan dalam film. Apalagi dengan adanya kemajuan teknologi, layar film di bioskop-bioskop pada umumnya sudah tiga dimensi, sehingga penonton seolah-olah melihat kejadian nyata dan tidak berjarak.

b. Pengambilan Gambar

Sebagai konsekuensi layar lebar, maka pengambilan gambar atau *shot* dalam film bioskop memungkinkan dari jarak jauh atau *extreme long shot* dan *panoramic shot*, yakni pengambilan gambar menyeluruh. *Shot* tersebut dipakai untuk memberi kesan artistik dan suasana yang sesungguhnya, sehingga film menjadi lebih menarik.

c. Konsentrasi Penuh

Dari pengalaman kita masing-masing, di saat kita menonton film di bioskop, bila tempat duduk sudah penuh atau waktu main sudah tiba, pintu-pintu ditutup, lampu dimatikan, tampak di depan kita layar luas dengan gambar-gambar cerita film tersebut. Kita semua terbebas dari hiruk pikuknya suara diluar karena biasanya



ruangan kedap suara. Semua mata hanya tertuju pada layar. Dalam keadaan demikian emosi kita juga terbawa suasana, kita akan tertawa terbahak-bahak manakala adegan film lucu, atau sedikit senyum dikulum apabila ada adegan menggelitik. Namun dapat pula kita menjerit ketakutan bila adegan menyeramkan (biasanya anak-anak) dan bahkan menangis melihat adegan menyedihkan.

d Identifikasi Psikologis

Kita semua dapat merasakan bahwa suasana di gedung bioskop telah membuat pikiran dan perasaan kita larut dalam cerita yang disajikan. Karena penghayatan kita yang amat mendalam seringkali secara tidak sadar kita menyamakan (mengidentifikasi) pribadi kita dengan seorang pemeran dalam film itu, sehingga seolah-olah kita lah yang sedang berperan. Gejala ini menurut ilmu jiwa sosial disebut sebagai identifikasi psikologis.

Pada setiap adegan di dalam sebuah film memiliki tanda yang memaknai pesan yang ingin disampaikan kepada khalayaknya, baik disampaikan melalui pemerannya, tingkah adegan pemerannya, dialog percakapan, narasi ataupun dari musik pengiringnya, semua itu memiliki pesan baik pesan yang langsung atau yang tersembunyi yang dapat memberi pengaruh pada yang menonton. Seperti yang dikemukakan oleh van Zoest (van Zoest, 1993:10) dalam (Sobur, 2009: 128), film dibangun dengan tanda semata-mata. Tanda-tanda itu termasuk berbagai sistem tanda yang bekerja sama dengan baik untuk mencapai efek yang diharapkan.

Yang paling penting dalam film adalah gambar dan suara, kata yang diucapkan ditambah dengan suara-suara lain yang serentak mengiringi gambar-gambar dan musik film. Sistem semiotika yang lebih penting lagi dalam film adalah digunakannya tanda-tanda ikonis, yakni tanda-tanda yang menggambarkan sesuatu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber dan menyebutkan nama penulisnya.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Pada kajian ilmu komunikasi, setiap media massa memiliki jenisnya masing-masing tak terkecuali media film, berikut adalah jenis-jenis film (Effendy, 2007: 211) :

a. Film Cerita

Film cerita (*story film*), adalah jenis film yang mengandung suatu cerita yang lazim dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop dengan bintang film tenar dan film ini didistribusikan sebagai barang dagangan. Cerita yang diangkat menjadi topik film bisa berupa cerita fiktif atau berdasarkan kisah nyata yang dimodifikasi, sehingga ada unsur menarik, baik dari jalan ceritanya maupun dari segi gambarnya.

b. Film Berita

Film berita atau (*newsreel*) adalah film mengenai fakta, peristiwa yang benar-benar terjadi. Karena sifatnya berita, maka film yang disajikan kepada publik harus mengandung nilai berita. Kriteria berita itu adalah penting dan menarik. Yang paling penting dalam film berita adalah peristiwanya harus terekam secara utuh.

c. Film Dokumenter

Film dokumenter (*documentary film*) didefinisikan oleh seorang seniman besar perfilman asal Amerika, Robert Flaherty sebagai “karya ciptaan mengenai kenyataan” (*creative treatment of actuality*), Flaherty juga merupakan orang yang memelopori jenis film dokumenter. Berbeda dengan film berita yang merupakan rekaman kenyataan, maka film dokumenter merupakan hasil interpretasi pribadi (pembuatnya) mengenai kenyataan tersebut.

d. Film kartun

Film kartun (*cartoon film*) umumnya dibuat untuk dikonsumsi anak-anak. Sebagian besar film kartun, sepanjang film itu diputar akan membuat kita tertawa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



karena kelucuan para tokohnya. Namun ada juga film kartun yang membuat iba

penontonnya karena penderitaan tokohnya. Sekalipun tujuan utamanya menghibur, film kartun bisa juga mengandung unsur pendidikan.

3 Proses Aktualisasi Diri

Manusia merupakan makhluk yang sarat akan kebutuhan hidup, seperti telah kita ketahui kebutuhan dasar manusia adalah pangan (makanan), sandang (pakaian), papan (tempat tinggal). Seiring dengan perkembangan manusia, ternyata manusia juga memiliki kebutuhan untuk pendidikan, pekerjaan dan juga kebutuhan untuk berkomunikasi baik pribadi maupun dengan pihak di luar dirinya sendiri. Semua kebutuhan tersebut merupakan bagian dari aktualisasi diri.

Secara praktis dapat dikatakan pengertian aktualisasi diri adalah proses pemenuhan kebutuhan naluri seseorang untuk melakukan yang terbaik dengan kemampuannya guna mencapai kepuasan diri manusia. Abraham Maslow mengatakan bahwa aktualisasi diri adalah proses menjadi diri sendiri dan mengembangkan sifat-sifat dan potensi psikologis yang unik. Aktualisasi diri akan dibantu atau dihalangi oleh pengalaman dan oleh belajar khususnya dalam masa kanak-kanan. Aktualisasi diri akan berubah sejalan dengan perkembangan hidup seseorang. Ketika mencapai usia tertentu (*adolensi*) seseorang akan mengalami pergeseran aktualisasi diri dari fisiologis ke psikologis.

Dalam bukunya *Hierarchy of Needs*, Maslow menggunakan istilah aktualisasi diri (*self actualization*) sebagai kebutuhan dan pencapaian tertinggi seorang manusia. Maslow menemukan siapapun manusia tersebut tanpa memandang suku asal-usul seseorang, setiap manusia mengalami tahap-tahap peningkatan kebutuhan atau pencapaian dalam kehidupannya, kebutuhan tersebut meliputi :

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

© Hak cipta milik IBI Keg (Institute of Business and Informatics Kwik Kian Gie) Insitutue Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya karena tulisan ini tanpa mencantumkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Kebutuhan fisiologis (*physiological*), meliputi kebutuhan akan pangan, pakaian dan tempat tinggal maupun kebutuhan biologis.

2. Kebutuhan keamanan dan keselamatan (*safety*), meliputi kebutuhan akan keamanan kerja, kemerdekaan dari rasa takut ataupun tekanan, keamanan dari kejadian atau lingkungan yang mengancam.

3. Kebutuhan rasa memiliki, sosial, cinta dan kasih sayang (*social*), meliputi kebutuhan akan persahabatan, berkeluarga, berkelompok, interaksi dan kasih sayang.

4. Kebutuhan akan penghargaan (*esteem*), meliputi kebutuhan akan harga diri, status, prestise, respek, dan penghargaan dari pihak lain.

5. Kebutuhan aktualisasi diri (*self actualization*), meliputi kebutuhan akan memenuhi keberadaan diri (*self fulfillment*) melalui memaksimalkan penggunaan kemampuan dan potensi diri.

Salah satu perkembangan manusia ketahap manusia dewasa, seperti yang telah dijelaskan kebutuhan manusia menjadi meningkat, tidak hanya kebutuhan yang dapat dirasakan fisiknya atau kebutuhan fisiologis tetapi juga kebutuhan yang dapat dirasakan oleh pemikiran dan batinnya atau psikologis.

Salah satu kebutuhan guna mencapai aktualisasi diri adalah kebutuhan rasa cinta dan kebutuhan berkomunikasi. Perasaan cinta tidak terlepas dari hasrat manusia untuk mencintai dan dicintai, proses aktualisasi diri akan tercapai bila seseorang dapat melakukan semua yang terbaik bagi yang dicintainya dan akan lengkap jika manusia mendapatkan umpan balik dari yang dicintai. Proses tersebut hanya akan berjalan dengan adanya proses komunikasi. Dapat dikatakan proses aktualisasi diri, proses mencintai serta proses komunikasi adalah saling berkaitan. Hal tersebut sesuai dengan fungsi penting komunikasi sosial yaitu sebagai konsep diri, sebagai proses aktualisasi diri dan juga untuk kelangsungan kebahagiaan hidup.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4. Makna Cinta

Setiap manusia memiliki perasaan-perasaan berbeda, dan setiap perasaan manusia itu berbeda dengan perasaan manusia lainnya, seperti perasaan marah, gembira, sedih, takut, cemas, berani, sayang dan terutama cinta. Cukup sulit untuk mendefinisikan perasaan cinta karena perasaan cinta itu dapat diartikan berbeda-beda oleh setiap individu. Perasaan cinta dapat mewakili setiap perasaan yang disebutkan sebelumnya. Ahmad Watik Pratiknya (2012, Habibie & Ainun) mengatakan kekuatan cinta yang sebenarnya, sebagai titipan dari Sang Maha Pencipta dan Maha Mencintai (*Ar-Rahman & Ar-Rahiem*).

Sangat banyak definisi mengenai cinta, menurut kamus Bahasa Indonesia, W.J.S Poerwadarminto: Cinta adalah rasa sangat suka atau rasa sangat sayang, ataupun rasa sangat kasih atau sangat tertarik hatinya. Sedangkan kata kasih artinya perasaan sayang atau cinta atau menaruh belas kasihan (tetapi bukan berarti iba). Dengan demikian arti cinta dan kasih hampir sama. Kasih dapat dikatakan lebih memperkuat rasa cinta. Definisi ini dapat disederhanakan menjadi perasaan suka / sayang kepada seseorang yang disertai dengan rasa kasih.

Berkaitan dengan kajian ilmu sosial, dalam kamus psikologi (James Drever dalam Harianto), memaparkan bahwa *love* (cinta) itu merupakan perasaan khusus yang menyangkut kesenangan menyangkut obyek. Seperti yang telah banyak diketahui cinta itu adalah untuk memberi bukan berharap untuk menerima, hal tersebut sesuai dengan pendapat Erich Fromm seorang ahli jiwa dan filsafat sosial terkemuka dari Jerman menegaskan bahwa cinta itu terutama adalah memberi bukan menerima dan yang paling penting disini pemberian tersebut adalah hal-hal yang sifatnya manusiawi bukan materi. Jadi cinta itu selalu menyatakan unsur dasar tertentu yaitu pengasuhan / pemeliharaan, tanggung jawab, perhatian dan pengenalan.

Dalam kajian ilmu sosial perasaan cinta dibagi menjadi lima jenis cinta yang utama :

1. Diaran...
a. Pengut...
b. Pengut...
2. Dilarang mengumumk...
tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta © Insitut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Cinta terhadap Tuhan.

Sebagai bangsa Indonesia tentunya kita adalah manusia yang ber-Tuhan, kita ingat bahwa Tuhan / Pencipta telah memelihara kita maka sebagai rasa syukur kita patut mencintai menyembah sang Pencipta.

2. Cinta Orang Tua.

Cinta orang tua terhadap anak atau contoh riilnya adalah cinta ibu terhadap anaknya mulai dari mengandung melahirkan dan membesarkan.

3. Cinta Persaudaraan

Diwujudkan oleh manusia dalam tingkah laku atau perbuatan. Cinta seperti ini tidak mengenal kotak-kotak siapa yang akan dicintai, dari mana asalnya, warna kulitnya, dan lain-lain. Dalam cinta ini manusia adalah sama, sama-sama makhluk Tuhan.

4. Cinta Erotis.

Kasih sayang yang bersumber dari cinta erotis adalah sulit dibedakan antara cinta dan nafsu. Cinta erotis ini (cinta atau nafsu) sangat tipis perbedaannya dengan benci karena cinta seperti ini sangat eksklusif dan subjektif sifatnya. Cinta seperti inilah yang agak rentan terhadap perpecahan karena jika rasa tersebut hilang kadang-kadang hilang pulalah ketertarikan atau rasa kepada orang yang kita cintai.

5. Cinta Diri Sendiri

Seseorang selain memiliki rasa cinta terhadap orang lain perlu juga seseorang memiliki cinta kepada diri sendiri, tentu saja tetap dalam porsi yang proporsional. Mengapa harus proporsional karena jika cinta terhadap diri sendiri secara berlebihan akan menjadikan seseorang menjadi egois atau bisa lebih parah lagi jika akhirnya dia tidak dapat menerima orang lain karena merasa dirinya lebih (*ubermensch*). Cinta terhadap diri sendiri yang terbaik adalah dengan penuh

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



kewajaran seperti misalnya merawat/mengembangkan kebutuhan jasmani dan rohaninya.

1. **C** Karena perasaan cinta dasar di atas yang telah dijelaskan semuanya merupakan proses aktualisasi diri seseorang baik dilakukan untuk diri sendiri ataupun untuk orang lain.

2. Seseorang akan merasa hampa dan kesepian tanpa perasaan cinta, setiap yang dikerjakan oleh manusia memiliki tujuan tertentu pastinya, tujuan itulah yang merupakan kegiatan mencintai untuk memenuhi diri manusia itu sendiri.

3. Seperti yang dikatakan oleh Abraham Maslow, dia menyatakan bahwa cinta adalah proses aktualisasi diri yang bisa membuat orang melahirkan tindakan-tindakan produktif dan kreatif. Dengan cinta seseorang akan mendapatkan kebahagiaan bila mampu membahagiakan orang yang dicintainya. (<http://duniapsikologi.com/teori-cinta-menurut-para-psikolog/>,

diakses pada tanggal 9 September 2013). Abraham Maslow menempatkan kebutuhan cinta sebagai urutan ketiga dalam piramida kebutuhannya. Menurut Maslow hanya setelah kebutuhan fisiologis, seseorang dapat bekerja secara nyaman dalam memenuhi kebutuhan cinta dan afiliasi. Maslow mendeskripsikan cinta dalam dua tipe, *definiency love* dan *being love*.

Definiency love bersifat memikirkan diri sendiri dan tergantung, sedangkan *being love* bersifat tidak mementingkan diri sendiri dan peduli terhadap kebutuhan orang lain. Orang dengan *being love* lebih teraktualisasi diri dan membantu partnernya mencapai aktualisasi diri. (<http://www.psychologymania.com/2010/04/cinta-dan-benci-menurut-pandangan.html>,

diakses pada tanggal 12 September 2013).

Kunci dari perasaan cinta adalah adanya dua pihak yang saling memberi dan juga menerima. Cinta baik perasaan ataupun perilaku tidak lepas dari proses komunikasi. Cinta butuh di komunikasikan, seseorang pastinya tak akan merasa puas dalam dirinya jika perasaan cintanya tidak dikomunikasikan kepada orang yang dicintainya. Berkaitan dengan kajian ilmu komunikasi berarti cinta memiliki juga proses penyampaian pesan oleh komunikator

Hak cipta dilindungi Undang-Undang
Dilarang menyalin atau seluruh atau sebagian karya tulis ini tanpa ijin penerbit dan penyalur.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(penyampai pesan) kepada komunikan (penerima pesan). Jadi kedua unsur tersebut dalam cinta maupun komunikasi adalah sama. Ada yang mengirim perasaan cintanya dan ada orang yang menerima perasaan cintanya sehingga cinta sebagai pesan itu sendiri dapat tersampaikan.

Membahas cinta dengan kajian ilmu komunikasi menjadi lebih menarik jika dilihat dari sudut konteks atau tatanan komunikasi antarpersonal. Menurut Devito seorang pakar komunikasi, komunikasi antarpersonal adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika. Jika dikaji dari bahasan komunikasi antarpersonal cinta merupakan komunikasi diadik yaitu komunikasi antar pribadi yang berlangsung antara 2 orang.

Terkait dengan tema yang penulis angkat pada skripsi ini, yaitu makna cinta sebagai proses aktualisasi diri dalam film Habibie & Ainun, penulis mengutip pengertian cinta menurut Bacharuddin Jusuf Habibie dalam acara Mario Teguh Golden Ways tanggal 4 Februari 2013 yang ditayangkan di MetroTV. Habibie menjelaskan cinta menurutnya terbagi menjadi tiga *group*. *Group* pertama cinta kepada sesama manusia, berarti cinta kepada orangtua, anak, saudara, pasangan, istri, orang lain dan bahkan kepada orang yang membenci kita. *Group* kedua adalah cinta kepada karya-karya sesama manusianya, baik itu budaya, sifatnya dan pemikirannya. *Group* ketiga adalah cinta kepada pekerjaannya yang berarti cinta kepada pekerjaan, tugas atau cita-cita yang ingin kita raih.

Pengertian cinta menurut Habibie tersebut dapat kita teliti melalui film Habibie & Ainun. Pada film tersebut banyak makna cinta yang menggambarkan tiga *group* cinta menurut Habibie tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



5. Semiotika Roland Barthes

Dasar praktis dari semiotika adalah ilmu atau teori yang mempelajari tentang tanda.

Secara harfiah semiotika berasal dari kata *semiotic* yang artinya adalah tanda. Pejelasan tersebut tentang tanda seperti penjelasan Umberto Eco, secara etimologis, istilah *semiotic* berasal dari kata Yunani *semion* yang berarti “tanda”. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu atau dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain (Eco, Sobur, 2012 : 95).

Istilah semiotika telah digunakan sejak zaman filsuf-filsuf Yunani kuno dengan berbagai istilah *semiologic*, *semasiologos*, *sememic*, dan *semi*. Istilah semiotika atau semiotik, yang dimunculkan pada akhir abad ke-19 oleh filsuf aliran pragmatik Amerika, Charles Sanders Peirce, merujuk kepada “doktrin formal tentang tanda-tanda”. Yang menjadi dasar dari semiotika adalah konsep tentang tanda : tak hanya bahasa dan sistem komunikasi yang tersusun oleh tanda-tanda, melainkan dunia itu sendiri pun – sejauh terkait dengan pikiran manusia seluruhnya terdiri atas tanda-tanda karena, jika tidak begitu, manusia tidak akan bisa menjalin hubungannya dengan realitas (Sobur,2012: 13).

Semiotika, sebagaimana kita menyebutnya memiliki tiga wilayah kajian yaitu (Fiske, 2012: 66):

1. Tanda itu sendiri. Wilayah ini meliputi kajian mengenai berbagai jenis yang berbeda, cara-cara berbeda dari tanda-tanda di dalam menghasilkan makna, dan cara tanda-tanda tersebut berhubungan dengan orang yang menggunakannya. Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami di dalam kerangka penggunaan/konteks orang-orang yang menempatkan tanda-tanda tersebut.
2. Kode-kode atau sistem di mana tanda-tanda diorganisasi. Kajian ini meliputi bagaimana beragam kode telah dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan

Hak Cipta © Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menyalin atau mengutip sebagian atau seluruhnya karena tulisan ini tanpa menuliskan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



masyarakat atau budaya, atau untuk mengeksploitasi saluran-saluran komunikasi yang tersedia bagi pengiriman kode-kode tersebut.



Hak cipta milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber; a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

3. Budaya tempat di mana kode-kode dan tanda-tanda beroperasi. Hal ini pada gilirannya bergantung pada penggunaan dari kode-kode dan tanda-tanda untuk eksistensi dan bentuknya sendiri.

Tanda-tanda (*signs*) adalah basis dari seluruh komunikasi (Littlejohn dalam Sobur 2009: 15). Dengan perantaraan tanda-tanda manusia dapat mengkomunikasikan banyak hal kepada orang lain. Seorang laki-laki yang mengatakan “aku cinta kamu” kepada seorang wanita itu adalah tanda bahwa dia memiliki perasaan khusus yaitu cinta dan sayang serta rela melakukan apa saja yang terbaik bagi si wanita. Begitu pula pelukan seorang ibu kepada anaknya perilaku tersebut juga merupakan tanda rasa cinta dan sayangnya terhadap si anak ditunjukkan dengan komunikasi non-verbal.

Satu tanda menandakan sesuatu selain dirinya sendiri, dan makna (*meaning*) ialah hubungan antara suatu objek atau idea dan suatu tanda (Littlejohn dalam Sobur 2009: 16). Sebuah tanda adalah sesuatu yang bersifat fisik, dapat diterima oleh indera kita; mengacu pada sesuatu di luar dirinya; dan bergantung pada pengenalan dari para pengguna bahwa itu adalah tanda (Fiske, 2012: 68).

Semiotik melihat komunikasi sebagai penciptaan / pemunculan makna di dalam pesan-baik oleh pengirim maupun penerima. Makna tidak bersifat absolut, bukan suatu konsep statis yang bisa ditemukan terbungkus rapi dalam pesan. Makna adalah hasil interaksi dinamis antara tanda, konsep mental (hasil interpretasi), dan objek: muncul dalam konteks historis yang spesifik dan mungkin berubah seiring dengan waktu. Bahkan mungkin akan berguna mengganti istilah ‘makna’ dan menggunakan istilah yang jauh lebih aktif yaitu ‘semiosis’-tindakan memaknai. (Fiske, 2012: 77).



objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda (Barthes, 1988:179:53; Sobur,2009: 15).

Setiap proses komunikasi yang dilakukan manusia setiap harinya tidak lepas dari tanda terhadap sesuatu, dalam setiap esainya, Barthes, seperti dipaparkan Cobley & Jansz (Cobley & Jansz 1999:44; Sobur 2012: 68) , membahas fenomena keseharian yang luput dari perhatian. Dia menghabiskan waktu untuk menguraikan dan menunjukkan bahwa konotasi yang terkandung dalam mitologi-mitologi tersebut biasanya merupakan hasil konstruksi yang cermat.

Salah satu area penting yang dirambah Barthes dalam studinya tentang tanda adalah pembaca (*the reader*). Konotasi, walaupun merupakan sifat asli tanda, membutuhkan keaktifan pembaca agar dapat berfungsi. Barthes secara panjang lebar mengulas apa yang sering disebut sebagai sistem pemaknaan tataran ke-dua, yang dibangun di atas sistem lain yang telah ada sebelumnya. Sistem ke-dua ini oleh Barthes disebut dengan konotatif, yang di dalam Mythologies-nya secara tegas ia bedakan dari denotatif atau sistem pemaknaan tataran pertama. Barthes menciptakan peta tentang bagaimana tanda bekerja sebagai berikut :

2. <i>Signifier</i> (penanda)	2. <i>Signified</i> (petanda)
1. <i>Denotative Sign</i> (tanda denotatif)	
4. <i>CONNOTATIVE SIGNIFIER</i> (PENANDA KONOTATIF)	5. <i>CONNOTATIVE SIGNIFIED</i> (PETANDA KONOTATIF)
6. <i>CONNOTATIVE SIGN</i> (TANDA KONOTATIF)	

Gambar 2.1. Peta Tanda Roland Barthes

Sumber: Sobur, 2009: 69

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBIKKG.
 a. Pengutipan harus mencantumkan sumber, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Dari peta Barthes tersebut, tanda denotatif terdiri atas penanda dan petanda. Namun, secara bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif. Jadi, dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan tetapi juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya.

Pengertian Barthes mengenai denotasi dan konotasi berbeda dengan pengertian denotasi dan konotasi pada umumnya. Dalam pengertian umum, denotasi biasanya dimengerti sebagai makna harfiah, makna yang “sesungguhnya.” Proses signifikasi yang secara tradisional disebut sebagai denotasi ini biasanya mengacu kepada penggunaan bahasa dengan arti yang sesuai dengan apa yang terucap. Barthes memahami secara berbeda akan hal tersebut, menurutnya denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua. Dalam hal ini denotasi justru lebih diasosiasikan sebagai ketertutupan makna.

Barthes yang merupakan pengikut Saussure, telah menyempurnakan teori semiologi Saussure yang berhenti pada penandaan dalam tataran denotatif. Untuk memahami tanda, Barthes meneliti beberapa istilah yang berhubungan dengan tanda, yaitu sinyal, ikon, indeks, simbol, dan alegori (Kurniawan, 2001: 54). Dengan berpatokan pada model linguistik Saussure, tanda semiologis juga tersusun dari penanda (Signifier) dan petanda (Signified), tetapi berbeda pada tingkat substansinya. Banyak sistem-sistem semiologis (Obyek, bahasa isyarat, majiktorial) memiliki sebuah substansi ekspresi yang esensinya tidak untuk menandai, tetapi semata karena kebiasaan dan asal-usulnya bersifat utilitarian dan fungsional (Kurniawan, 2001: 57).

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan teori semiotika Roland Barthes untuk menganalisis tanda-tanda denotatif serta konotatif mengenai makna cinta sebagai proses aktualisasi diri yang disampaikan melalui, adegan, peristiwa serta dialog dalam film Habibie dan Ainun.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tanda dan makna adalah dua hal yang selalu berkaitan. Tanda baik dilakukan dengan penyampaian verbal atau non-verbal merupakan suatu bentuk dari suatu makna, sedangkan makna itu sendiri merupakan pemahaman dari pemikiran penerima tanda tersebut. Dalam studi komunikasi pesan tidak hanya berupa bahasa yang disampaikan melalui ucapan atau tindakan yang disertai dengan komunikasi verbal tetapi pesan juga dapat berupa tindakan atau perilaku yang dikenal dengan istilah komunikasi non-verbal. Tanda merupakan bagian dari pesan baik verbal ataupun non-verbal. Ucapan atau tindakan komunikator yang disampaikan kepada komunikan adalah pertanda dari perasaan dan pemikirannya.

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

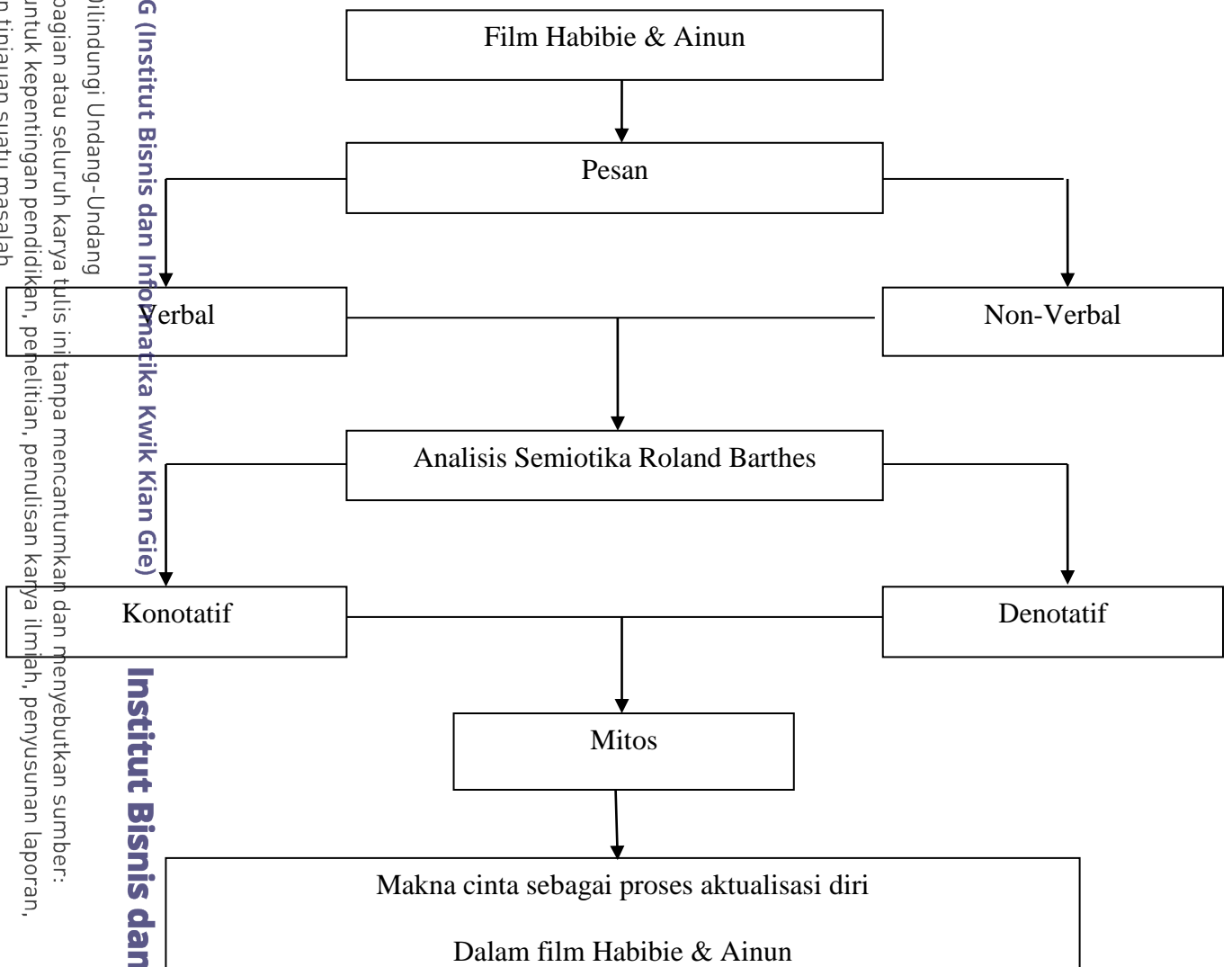


B. KERANGKA PEMIKIRAN

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ini menjelaskan bagaimana makna cinta digambarkan melalui film Habibie & Ainun dengan menggunakan pesan verbal dan non-verbal yang akan dianalisa

menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, yang akan menunjukkan tanda konotatif dan denotatif yang memunculkan mitos yang menjelaskan makna cinta sebagai proses aktualisasi

di dalam film Habibie & Ainun.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

