

**BAB III**  
**KAJIAN DAN PEMETAAN POKOK BAHASAN**  
**“ REPRESENTASI KOMUNIKASI INTRAPERSONAL**  
**DALAM FILM ANIMASI DAKWAH ( Analisis**  
**Semiotika Pada Film Animasi Nussa**  
**The Movie ) “**

**A. Film**

**1. Film Sebagai Media Komunikasi Massa**

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, film dapat diartikan dalam dua pengertian. Pertama, film merupakan selaput tipis yang dibuat dari seluloid untuk tempat gambar negatif (yang akan dibuat potre) atau untuk tema positif (yang akan dimainkan diteater). Yang kedua, film diartikan sebagai cerita gambar hidup sebagai produksi ekonomi suatu masyarakat dan ia mesti dipandang dalam hubungannya dengan produk-produk lainnya. Sebagai komunikasi, film merupakan bagian penting dari sistem yang digunakan oleh para individu dan kelompok untuk mengirim dan menerima pesan.<sup>10</sup>

Film secara teoritis merupakan sarana komunikasi yang paling

---

<sup>10</sup> Stanley, J. Baran. 2012. *Pengantar Komunikasi Massa Melek Media dan Budaya*. Edisi terjemahan. Erlangga. h: 8.

dinamis dan melihat serta mendengar lebih cepat dan lebih mudah dipahami dari pada sekedar membaca.

Film sebagai media komunikasi, dapat menjadi saluran yang menarik untuk menyampaikan pesan-pesan tertentu dari dan untuk masyarakat, seperti pesan moral dalam kehidupan sehari-hari dan pesan moral dalam sosial.

Film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan muatan pesan (*message*) dibalikinya, anoa pernah berlaku sebaliknya. Film selalu merekam realitas yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat dan kemudian memroyeksikannya ke atas layar. Menurut Sobur, film telah menjadi media komunikasi audio visual yang akrab dinikmati oleh segenap masyarakat dari berbagai rentang usia dan latar belakang sosial. Kekuatan dan kemampuan film dalam menjangkau banyak segmen sosial, lantas membuat para ahli bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayaknya. Film memberi dampak pada setiap penontonnya, baik itu dampak positif maupun dampak negatif. Melalui pesan yang terkandung di dalamnya, film mampu memberi pengaruh bahkan mengubah dan membentuk karakter penontonnya.<sup>11</sup>

Dalam menyampaikan pesan kepada khalayak, sutrada

---

<sup>11</sup> Sobur, Alex. 2002. Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis dan Framing. Bandung. h: 127.

menggunakan imajinasinya untuk mempresentasikan suatu pesan melalui film dengan mengikuti unsur-unsur yang menyangkut suatu pesan melalui film dengan mengikuti unsur-unsur yang menyangkut ekposisi (penyajian secara langsung atau tidak langsung). Banyak muatan-muatan pesan ideologis di dalamnya, sehingga pada akhirnya dapat mempengaruhi pola pikir para penontonya. Pada hakikatnya, semua film adalah dokumen sosial dan budaya yang membantu mengkomunikasikan zaman ketika film itu dibuat bahkan sekalipun ia tak pernah dimaksudkan untuk itu.<sup>12</sup>

Film merupakan hasil dari teknologi yang berkembang saat ini. Film merupakan media komunikasi massa yang dihasilkan sebagai karya teknik manusia. Film dipakai sebagai alat komunikasi massa, populernya sebagai alat untuk bercerita. Apa yang diceritakan itu suatu kisah, pada intinya film sebagai media bercerita, yaitu suatu media baru sebagai hasil karya elektronik dan karya optik.

Dalam hal ini komunikasi dianggap sebagai proses yang linier yang dimulai dari sumber dan berakhir pada penerima. Definisi dari komunikasi oleh H. Lasswell, yakni komunikasi lebih tepat digambarkan dengan proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, (Who? Says what? With channel? To whom? With

---

<sup>12</sup> Stanley, J. Baran. 2012. *Pengantar Komunikasi Massa Melek Media dan Budaya*. Edisi terjemahan. Erlangga. h: 19

what effect?).

Komunikasi merupakan proses penyampaian gagasan dan informasi melalui kata-kata, gambar, angka, dan melalui banyak lagi saluran-saluran lain. Pesan adalah produk utama komunikasi, pesan tersebut berupa lambang-lambang yang menjalankan ide, sikap, perasaan, praktik maupun tindakan. Hal-hal tersebut dapat berupa kata-kata, gambar, gerak-gerik atau tingkah laku. Komunikasi dapat terjadi dalam diri seseorang, diantara beberapa banyak orang atau banyak orang. Disamping itu komunikasi mempunyai tujuan antara lain yaitu untuk memberikan informasi kepada orang lain, untuk membujuk atau mempengaruhi orang lain, untuk saling mengerti satu sama lain dan untuk mendapatkan informasi mengenai diri sendiri.

Kebutuhan khalayak akan informasi secara umum diperoleh melalui komunikasi massa baik cetak elektronik, maka media massa sebagai alat untuk menyampaikan beberapa tujuan:

- a. Mencapai masyarakat yang luas
- b. Memungkinkan imitasi oleh banyak orang secara langsung.
- c. Mengatasi batas-batas komunikasi yang didapat ditiadakan oleh adanya ruang (geografi) dan batas waktu.

## **2. Film dan Pesan Sosial dalam Komunikasi**

Kata komunikasi atau *Communications* dalam istilah bahasa Inggris berasal dari kata latin *comunications* yang berarti menjadi milik

bersama atau berbagai. Kata sifatnya *communis* yang bermakna umum atau bersama-sama. Sehingga dengan demikian komunikasi menurut Lexicographer, menunjuk pada satu usaha yang bertujuan berbagi untuk mencapai kebersamaan jika tidak terjadi kesamaan makna maka komunikasi tidak berlangsung.

Komunikasi merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia, tanpa adanya komunikasi tidak akan terjadi interaksi dan tidak terjadi saling tukar pengetahuan dan pengalaman. Tanpa komunikasi kehidupan seseorang seperti tidak bermakna. Seperti yang dikatakan sebelumnya komunikasi adalah penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang kepada orang lain. Menurut Everett M., komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

Sedangkan menurut Andrik Purwasito dalam jurnal berjudul Analisis Semiologi Komunikasi sebagai Tafsir Pesan komunikasi adalah pertukaran simbol (*sharing of symbol*). Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan untuk menciptakan makna yang didalamnya terdapat timbal balik komunikan kepada komunikator. Pesan yang disampaikan baik berupa pesan verbal maupun nonverbal dalam lingkungan mereka sehingga dengan begitu komunikasi dapat dimengerti saat proses komunikasi berlangsung. Adanya pesan yang

disampaikan oleh komunikator juga dibutuhkan timbal balik oleh komunikan misalnya dalam tingkah laku yang diberikan komunikan.

Sedangkan dalam komunikasi, pesan menjadi salah unsur penentu efektifitas suatu tindakan komunikasi. Pesan menjadi unsur utama selain komunikator dan komunikan. Tanpa adanya pesan, maka tidak akan pernah terjadi komunikasi yang jelas antara manusia.

Sebenarnya suatu pesan dalam film tindak hanya sebatas menstimulasi emosi khalayak. Pesan dapat pula dikatakan persuasif manakala menyentuh rasio khalayak. Bahkan pesan yang disampaikan tidak hanya menyentuh ratio khalayak tapi juga dapat mengajak khalayak untuk menjadi sesuatu yang lebih baik. Dengan demikian pesan akan dapat menghasilkan respon tertentu seandainya dirancang dengan baik. Untuk itu pesan hendaknya mengoptimalkan lambang komunikasi yang tersedia (verbal, non-verbal dan paralinguistik) yang disesuaikan dengan topik yang di komunikasikan. Saluran komunikasi yang digunakan dan khalayak yang dituju. Selain, itu pesan yang dirancang biasanya merupakan refleksi dari perilaku khalayak yang dituju.

## **B. Animasi**

### **1. Pengertian Animasi**

Dalam kamus bahasa Indonesia (2002:53) animasi adalah acara televisi atau film yang berbentuk rangkaian lukisan atau gambar yang

digerakkan secara mekanik elektronis, sehingga tampak dilayar menjadi bergerak. Kata animasi berasal dari bahasa latin, *anima* yang berarti hidup atau *animate* yang berarti memberi hidup (*give to live to*), atau *animation* yang berarti ilusi dari gerakan. Istilah *animation* diartikan membuat film kartun (*the making of cartoons*) menerangkan bahwa animasi adalah seni, teknik dan proses yang terlibat dalam memberikan kesan hidup dan bergerak pada benda mati atau tidak bergerak dengan ilmu sinemotografi. Animasi adalah sebuah ilusi yang memperdayakan mata manusia, seperti yang diungkapkan dengan teori *Persistence of Vision*, Roy Madsen. Persistence of Vision adalah sebuah fenomena ketika mata manusia masih menangkap bayangan objek yang ia lihat setelah objek tersebut digerakkan. Hal ini menunjukkan bahwa sekelompok gambar digerakkan dengan kecepatan tertentu akan menghasilkan gabungan dari gambar-gambar diam tersebut secara berkesinambungan yang menjadi konsep dasar pembuatan animasi.<sup>13</sup>

## 2. Film Animasi

*The word animate comes from the Latin verb animare, meaning to make alive or to fill with breath. In animation we can completely*

---

<sup>13</sup> Ranang, Basnendar, Asmoro. 2010. *Animasi Kartun Dari Analog Sampai Digital*. PT Indeks. Jakarta.

*restrure reality*.<sup>14</sup>

Dengan animasi maka manusia bisa membuat benda yang tidak hidup seakan hidup. film kartun atau film animasi adalah film yang berupa serial gambar yang difilmkan satu persatu dengan memperhatikan kesinambungan gerak sehingga muncul sebagai satu gerakan dalam film kemudian disusun sesuai dengan *storyboard* sehingga menghasilkan satu film yang utuh. Berikut adalah Jenis-jenis Animasi:

a. Animasi Stop-Motion

Sering juga disebut dengan *claymation* (animasi tanah liat) yaitu animasi yang menggunakan media tanah liat atau *clay* yang digerakkan. Teknik animasi stop-motion pertama kali ditemukan oleh Stuart Blakon pada tahun 1906 dengan menggambar ekspresi wajah tokoh kartun pada papan tulis, kemudian diambil gambarnya dengan *still camera*, kemudian dihapus untuk menggambar ekspresi wajah selanjutnya dan terus-terusan dilakukan proses yang sama. Teknik animasi ini sedang digunakan dalam efek visual untuk film-film di era 1950-1960-an bahkan sampai saat ini. Animasi jenis ini termasuk pembuatannya dikarenakan memerlukan ketelitian dalam membuat setiap gerakannya.

---

<sup>14</sup> Ann Wright Jean. 2005. *Animation Writing and Development: From Script Development to pitch*. Oxford Elsevier Inc.

b. Animasi Tradisional

Animasi sudah bukan merupakan hal baru, sejak diketahui bahwa penglihatan manusia hanya bisa menerima gambar dalam kecepatan tertentu sehingga menimbulkan ilusi bahwa gambar-gambar tersebut bergerak ketika dahulu animasi yang menggunakan komputer belum ditemukan, para animator (pembuatan animasi) mengerjakan rangkaian gambar teranimasi yang masih dalam sistem pengerjaan tradisional, yaitu dengan menggabungkan satu persatu tiap-tiap gambar buatan tangan, padahal dalam satu buah rangkaian animasi terdiri dari banyak gambar-gambar yang berbeda, sehingga dibutuhkan waktu yang lama dalam pembuatannya.

c. Animasi Komputer

Para pembuat animasi sekarang lebih memilih komputer sebagai sarannya, dikarenakan dengan menggunakan komputer pengerjaan sebuah film animasi dapat dilakukan lebih cepat dan efisien dibandingkan dengan cara tradisional dalam pembuatan animasi komputer ada teknik yang mempermudah proses pembuatan film animasi, antara lain teknik *keyframe*, yaitu hanya dengan cara membuat frame awal dan akhirnya saja, selanjutnya komputer dalam hal ini aplikasi program (*software*) yang akan membuat *frame-frame* diantaranya yang disebut *inbetween*, sehingga tercipta animasi yang luas. Animasi komputer yaitu bisa berupa animasi dua dimensi masih

menggunakan gambar manual, tetapi animasi tiga dimensi pengerjaannya sebagai besar sudah dilakukan di komputer.

## C. Dakwah

### 1. Pengertian Dakwah

Dakwah secara bahasa artinya memanggil, ajakan, dan himbauan. Dakwah juga bisa diartikan sebagai seruan atau ajakan. Agama Islam disebarkan melalui jalur dakwah. Dikutip dari buku dakwah dalam Al-Qur'an oleh Yuli Umro'atin, Islam adalah agama dakwah. Agama Islam disebarluaskan dan diperkenalkan kepada umat manusia melalui aktifitas dakwah, tanpa kekerasan, tanpa paksaan atau kekuatan senjata. Ada banyak ayat dalam Al-Qur'an yang menerangkan tentang dakwah. Salah satunya pada surah An-Nahl ayat 125 sebagai berikut:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدِّ لَهُمْ بِأَلَّتِي هِيَ  
أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Ajaklah manusia ke jalan Tuhan-mu dengan cara yang bijaksana, pengajaran yang baik dan berdialoglah dengan mereka dengan cara-cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dia-lah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalannya dan Dia-lah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.

## 2. Unsur-unsur Dakwah

Yang dimaksud unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur dakwah ada 6 yaitu:

### a. *Da'i* (subjek dakwah)

Yang dimaksud *da'i* adalah orang yang melaksanakan dakwah baik secara lisan, tulisan ataupun perbuatan dan baik sebagai individu, kelompok atau berbentuk organisasi atau lembaga. *Da'i* merupakan unsur dakwah yang paling penting sebab tanpa *da'i* Islam hanya sekedar ideologi yang tidak terwujud dalam kehidupan masyarakat. “biar bagaimana baiknya ideologi Islam yang harus disebarkan di masyarakat, ia akan tetap sebagai ide, ia akan tetap sebagai cita-cita yang tidak terwujud jika tidak ada manusia yang menyebarkannya”.<sup>15</sup>

### b. *Mad'u* (objek)

Unsur dakwah yang kedua adalah *mad'u* yaitu manusia yang menjadi saran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik individu maupun kelompok, baik manusia yang beragam Islam atau dengan kata lain manusia secara keseluruhan. Dalam Firman Allah QS. Saba:

28

---

<sup>15</sup> Mohammad Hasan, M.Ag, “*metodologi pengembangan ilmu dakwah*” hal. 58.

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا  
يَعْلَمُونَ

Artinya: “Dan kami tidak mengutus engkau (Muhammad), melainkan kepada semua umat manusia sebagai pembawa berita gembira dan sebagai pemberian peringatan, tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui.

Kepada manusia yang belum beragama Islam, dakwah bertujuan untuk mengajak mereka untuk mengikuti agama Islam, sedangkan kepada orang-orang yang telah beragama Islam, dakwah untuk meningkatkan kualitas Iman, Islam dan Ihsan..

c. *Maddah* (materi) Dakwah

Unsur lain yang selalu ada dalam proses dakwah adalah Maddah atau materi dakwah. Maddah dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan da'i kepada mad'u. Dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi maddah dakwah: membahas ajaran Islam itu sendiri, sebab semua ajaran Islam yang sangat luas itu bisa dijadikan maddah dakwah itu pada garis besarnya dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1. Aqidah yang mengikuti
  - a. Iman kepada Allah
  - b. Iman kepada Malaikat-Nya

- c. Iman kepada kitab-kitab-Nya.
  - d. Iman kepada Rasul-rasul-Nya
  - e. Iman kepada hari akhir
  - f. Iman kepada qadha dan qadar
2. Syariah yang meliputi
- a. Ibadah (dalam arti khas)
    - i. Membaca syahadat
    - ii. Shalat
    - iii. Zakat
    - iv. Puasa
    - v. Haji
  - b. Muamalah (dalam arti luas)
    - i. Al-qununul khas (hukum perdata)
    - ii. Al-qununul'am (hukum publik )
  - c. Akhlaq, yaitu meliputi
    - i. Akhlaq terhadap manusia
    - ii. Akhlaq terhadap bukan manusia

Keseluruhan ajaran Islam yang menjadi maddah dakwah bersumber dari Al-Qur'an dan Al-Hadist. Oleh karena itu penggalan terhadap maddah dakwah berarti penggalan terhadap Al-Qur'an dan Al-Hadist. Karena luasnya ajaran Islam itu, maka setiap da'i harus selalu berusaha dan tidak bosan-bosannya

mempelajari Al-Qur'an dan Al-Hadist dan kitab-kitab lainnya serta mempelajari keadaan sosial dimana ia berada sehingga tidak terjadi da'i yang kekeringan materi (maddah) yang sangat membosankan mad'u. Semakin kaya seorang da'i dengan maddah dakwahnya semakin baiklah berdakwah.<sup>16</sup>

d. *Wasilah* (media) Dakwah

Unsur dakwah yang keempat adalah Wasilah (media) dakwah yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan maddah dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u. Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan Wasilah. Dr. Hamzah Ya'qub membagi wasilah dakwah menjadi lima macam yaitu lisan, tulisan, lukisan, audio visual dan akhlaq.

1. Lisan, inilah wasilah dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara. Dakwah dengan wasilah ini dapat berbentuk pidota, ceramah, bimbingan dan penyuluhan dan lain sebagainya.
2. Tulisan, buku majalah, surat kabar, surat menyurat (korespondensi), spanduk, flash card dan sebagainya.
3. Lukisan, gambar, karikatur dan sebagainya
4. Audio visual, yaitu alat dakwah yang merangsang indera

---

<sup>16</sup> Mohammad Hasan M.Ag “*Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*” hal. 70-72.

pendengaran atau penglihatan atau kedua-duanya, seperti radio, televisi, film dan sebagainya.

5. Akhlaq yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam dan dapat diamati serta dimengerti oleh mad'u.<sup>17</sup>

d. *Thariqah* (metode) Dakwah

Hal yang sangat erat kaitannya dengan wasilah dakwah adalah *Thariqah* (metode) dakwah. Kalau wasilah adalah alat-alat yang dipakai untuk menyampaikan ajaran Islam, maka *thariqah* adalah metode atau cara-cara yang digunakan dalam berdakwah. Sebelum membicarakan metode dakwah, terlebih dahulu akan dijelaskan pengertian metode. Kata metode berasal dari bahasa latin *methodus* yang berarti cara. Dalam bahasa Yunani, *methodus* yang berarti cara atau jalan. Sedangkan dalam bahasa Inggris *Method* di terjemahkan dengan metode atau cara.<sup>18</sup>

#### **D. Komunikasi Intrapersonal**

Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi yang terjadi dengan diri sendiri. Ini merupakan dialog internal dan bahkan dapat terjadi saat bersama dengan orang lain sekalipun. Komunikasi intrapersonal dapat terjadi pemicu bentuk komunikasi yang lainnya. Pengetahuan mengenai diri pribadi melalui

---

<sup>17</sup> Mohammad Hasan, M. Ag, "*Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*" hal. 76-77.

<sup>18</sup> Mohammad Hasan, M. Ag, "*Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*" hal. 78-79.

proses-proses psikologi seperti persepsi dan kesadaran (*awareness*) terjadi saat berlangsungnya komunikasi intrapersonal oleh komunikator. Untuk memahami apa yang terjadi ketika orang saling berkomunikasi, maka seseorang perlu untuk mengenal diri mereka sendiri dan orang lain. Menurut Rakhmat, komunikasi intrapersonal adalah proses pengolahan informasi.<sup>19</sup> Proses ini melewati empat tahap yaitu:

1. Sensasi

Sensasi yang berasal dari *sense*, berarti kemampuan yang dimiliki manusia untuk menyerap segala hal yang diinformasikan oleh pancaindera. Informasi yang diserap oleh pancaindera disebut stimuli yang kemudian melahirkan proses sensasi. Dengan demikian sensasi adalah proses menangkap stimuli.

2. Persepsi

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Secara sederhana persepsi adalah memberikan makna pada hasil serapan panca indera. Selain dipengaruhi oleh sensasi yang merupakan hasil serapan panca indera, persepsi ini dipengaruhi juga oleh perhatian (*attention*), harapan, motivasi dan ingatan. Secara umum tiga hal yang disebut pertama terbagi menjadi dua faktor personal

---

<sup>19</sup> Rakhmat, Jalaluddin. 2005. Psikologi Komunikasi. Bandung. h: 50-51.

dan faktor situasional. Penarik perhatian terbagi menjadi dua faktor personal dan faktor situasional. Penarik perhatian yang bersifat situasional merupakan penarik perhatian yang ada diluar diri seseorang, seperti intensitas stimuli, kebaruan dan perulangan. Secara internal, ada yang dinamakan selektif yang dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya faktor biologis, sosiopsikologis dan sosiogenis.

### 3. Memori

Dalam komunikasi intrapersonal, memori memegang peranan penting dalam mempengaruhi baik persepsi dengan menyediakan kerangka rujukan maupun berfikir. Memori adalah sistem yang sangat terstruktur, yang sanggup merekam fakta tentang dunia dan menggunakan pengetahuannya untuk membimbing perilakunya. Setiap stimuli datang, stimuli itu direkam sadar atau tidak. Kapasitas memori manusia, diciptakan sangat besar namun hanya sedikit orang yang mampu menggunakan memori itu sepenuhnya, bahkan Einstein yang tercatat manusia paling genius baru mengoperasikan 15% dari memorinya.

Kerja memori melalui tiga proses (Rakhmat, 2005: 88-90) yakni:

- a. Perekaman, pencatatan informasi melalui reseptor indera dan saraf internal baik disengaja maupun tidak disengaja.
- b. Penyimpanan, dalam fungsi ini, hasil dari persepsi atau *learning* akan disimpan akan meninggalkan jejak-jejak

dalam jiwa seseorang dan suatu saat akan dimunculkan kembali. Memori dapat hilang (peristiwa kelupaan) dan dapat pula berubah tidak seperti semula.

- c. Pemanggilan, mengingat lagi, menggunakan informasi yang disimpan. Dalam hal ini bisa ditempuh melalui dua cara yaitu *to recall* (mengingat kembali) dan *to recognize* (mengenal kembali).

#### 4. Berpikir

Berpikir merupakan suatu proses yang mempengaruhi penafsiran kita terhadap stimuli. Dalam berpikir kita akan melibatkan semua proses yang kita sebut diatas, yaitu: sensasi, persepsi, dan memori. Saat berpikir maka memerlukan penggunaan lambang, visual atau grafis. Berpikir dilakukan untuk memahami realistik dalam rangka mengambil keputusan, memecahkan persoalan dan menghasilkan yang baru.

#### **E. Fungsi Komunikasi Interpersonal**

Fungsi komunikasi interpersonal adalah berusaha meningkatkan hubungan insani, menghindari dan mengatasi konflik-konflik pribadi, mengurangi ketidakpastian sesuatu, serta berbagai pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain. Komunikasi interpersonal dapat meningkatkan hubungan kemanusiaan diantara pihak-pihak yang berkomunikasi. Dalam hidup bermasyarakat seseorang bisa memperoleh kemudahan dalam hidupnya karena memiliki pasang hidup. Melalui

komunikasi interpersonal juga dapat berusaha membina hubungan baik sehingga menghindari dan mengatasi terjadinya konflik-konflik yang terjadi.<sup>20</sup>. Adapun fungsi lain dari komunikasi interpersonal adalah:

1. Mengetahui diri sendiri dan orang lain.
2. Komunikasi antar pribadi memungkinkan kita untuk mengetahui lingkungan kita secara baik.
3. Menciptakan dan memelihara hubungan baik antara personal.
4. Mengubah sikap dan perilaku.
5. Bermain dan mencari hiburan dengan berbagai kesenangan pribadi.
6. Membantu orang lain dalam menyelesaikan masalah.

Fungsi global dari pada komunikasi interpersonal adalah menyampaikan pesan yang umpan baliknya diperoleh saat proses komunikasi tersebut berlangsung. Menurut sifatnya, komunikasi interpersonal dapat dibedakan atas dua macam yaitu:

1. Komunikasi diadik (*Dyadic Commucation*)

Komunikasi ini merupakan proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang dalam situasi tatap muka. Komunikasi diadik menurut Pace dapat dilakukan dalam 3 bentuk yakni:

- a. Percakapan: berlangsung dalam suasana yang bersahabat dan informal

---

<sup>20</sup> Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung. h: 66-68.

- b. Dialog: berlangsung dalam situasi yang lebih intim, lebih dalam dan lebih personal.
  - c. Wawancara: sifatnya lebih serius, yakni adanya pihak yang dominan pada posisi bertanya dan lainnya berada pada posisi menjawab.
2. Komunikasi kelompok kecil (*Small Group Communication*)

Komunikasi ini ialah proses komunikasi yang berlangsung tiga orang atau lebih secara tatap muka, dimana anggotanya saling berinteraksi satu sama lain. Dan komunikasi kelompok kecil ini banyak dinilai dari tipe komunikasi interpersonal karena:

- a. Anggota terlibat dalam suatu proses komunikasi yang berlangsung secara tatap muka.
- b. Pembicaraan berlangsung secara terpotong-potong dimana semua peserta bisa berbicara dalam kedudukan yang sama, dengan kata lain tidak ada pembicaraan tunggal yang mendominasi.
- c. Sumber penerima sulit diidentifikasi. Dalam situasi seperti saat ini, semua anggota bisa berperan sebagai sumber dan juga sebagai penerima. Karen itu, pengaruhnya bisa bermacam-macam.

Komunikasi interpersonal dapat menjadi sangat efektif dan juga bisa menjadi sangat tidak efektif. Konflik yang terjadi dalam sebuah hubungan

seperti hubungan rumah tangga menjadikan komunikasi interpersonal berjalan tidak efektif. Untuk menumbuhkan dan meningkatkan hubungan interpersonal perlu meningkatkan kualitas komunikasi dengan memperbaiki hubungan dan kerjasama antara berbagai pihak.

#### **F. Representasi**

Penelitian ini menggunakan teori representasi yang diperkenalkan oleh Stuart Hall, seorang tokoh *cultural studies* dari Inggris. Hall (2003: 3) mengatakan bahwa representasi merupakan salah satu aspek yang berperan dalam membentuk kebudayaan. Dalam buku yang ditulis oleh Paul du Gay (1996: 2) representasi merupakan bagian dari “*circuit of culture*” yang berperan penting dalam membentuk budaya. Representasi bekerja secara berkesinambungan dengan identitas, regulasi budaya, konsumsi, dan produksi.

Kata ‘representasi’ secara literal bermakna ‘penghadiran kembali’ atas sesuatu yang terjadi sebelumnya, memediasi dan memaikannya kembali. Konsep ini sering digunakan untuk menggambarkan hubungan antara teks media dengan realitas karena representasi merupakan salah satu praktik penting dalam pembentukan makna. Ada tiga arti dari kata representasi yaitu *to depict, to be a picture of*, atau *to act or speak for (in the place of, in the name of somebody)*. *To represent* dapat didefinisikan sebagai *to stand for*, tanda yang tidaksama dengan realitas namun dihubungkan dan mendasarkan diri padanya.

Representasi dalam ilmu komunikasi sebagai fokus kajian berangkat dari asumsi dasar (*root image*) bahwa dengan komunikasi orang menghasilkan kebudayaan atau apa yang dinyatakan oleh James W. Carey sebagai “*culture is product of contemporary life*” (kebudayaan adalah hasil dari kehidupan kontemporer). Oleh karenanya Carey menyarankan agar para ahli komunikasi perlu melihat pentingnya ilmu budaya dalam kajian komunikasi sehingga mempelajari komunikasi secara lebih luas dan merupakan kajian interpretasi masyarakat. *Culture science of communications has defined the dimensions of an interpretativ science of society* (Ilmu budaya adalah komunikasi yang didefinisikan dari dimensi-dimensi ilmu interpretasi masyarakat). John Fiske, dalam buku *Cultural and Communication Studies* (2004), memaparkan ada dua mazhab dalam komunikasi, yaitu:

Mazhab pertama, komunikasi dilihat sebagai proses transmisi pesan. Proses ini tertarik dengan bagaimana pengirim dan penerima pesan mengkontruksi pesan dan menerjemahkannya dan dengan bagaimana transmitter menggunakan media komunikasi. Mazhab ini cenderung berbicara tentang kegagalan komunikasi, ia melihat tahap-tahap dalam proses tersebut guna memaknai dimana kegagalan itu terjadi. Mazhab ini disebut dengan mazhab “proses”.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan mashab yang pertama sebagai fokus penelitian yakni komunikasi sebagai proses transmisi pesan,

dimana pada proses ini pengirim dan penerima pesan mengkonstruksi pesan tersebut yang akhirnya menterjemahkannya. Fokus dari mazhab ini melihat pada usaha setiap komunikan dan komunikator dalam pengiriman dan penerimaan pesan yang digunakan, serta efek yang terjadi. Apabila sebuah pesan atau seorang komunikator tidak mampu mengubah cara pikir atau perilaku lawan bicaranya, makna praktek komunikasi yang dilakukan dianggap gagal. Salah satu model komunikasi yang mewakili mazhab proses ini adalah Model Shannon dan Weaver (1949: 44) yang terdiri dari lima elemen dasar komunikasi yaitu:

1. *Information sources*
2. *Transmitter*
3. *Noise*
4. *Receiver*
5. *Destination*

*Informasi sources* sebagai pengirim dalam kegiatan berkomunikasi. *Transmitter* sebagai media pengiriman pesan. *Noise* adalah hal yang mengurangi terhalangnya pesan dari pusat pesan kepada tujuan pesan. *Receiver* sebagai penerima pesan. *Destination* adalah tujuan akhir dari pengirim pesan.

Jika dihubungkan dengan penelitian ini, maka pengirim pesan adalah pembuat film dan pesannya adalah isi dari film sedangkan penerima pesan adalah *audience* yang menonton film tersebut. Sesuai dengan tema penelitian

ini, ketika *audience* menonton film disitu akan terdapat proses transmisi pesan dari pembuat film kepada *audience* sehingga menimbulkan interpretasi atas film tersebut kepada para *audience*. Dari proses transmisi pesan ini antara pengirim dan penerima pesan mengkonstruksi pesan yang akhirnya menimbulkan interpretasi makna, dimana antara satu orang dengan yang lain memiliki interpretasi makna, dimana antara satu orang dengan yang lain memiliki interpretasi makna yang berbeda dalam mengartikan isi pesan dalam sebuah film. Mazhab proses cenderung mempergunakan ilmu-ilmu sosial terutama psikologi dan sosiologi, dan cenderung memusatkan dirinya pada tindakan komunikasi.<sup>21</sup>

## G. Semiotika

### 1. Penggunaan Semiotika dalam memahami makna

*The shortest definition of semiotic is study of signs, semiotics is concerned with meaning-making and representation in many forms, perhaps most obviously in the form of 'text' and 'media'.* Dapat dipahami bahwa semiotika merupakan ilmu yang mempelajari tentang tanda (*sign*) berfungsinya suatu tanda dan produksi makna. Tanda merupakan sesuatu yang menurut seseorang memiliki arti. Tanda dimaknai berbeda-beda pada masing-masing individu.

Menurut Zoest semua hal yang dapat diamati atau dibuat agar

---

<sup>21</sup> Ibid. h: 4.

dapat diamati disebut sebagai tanda. Oleh karenanya tanda tidak hanya terbatas kepada benda. Adanya sebuah peristiwa dalam pandangan Zoes segala sesuatu yang dapat diamati atau dibuat dapat disebut tanda.

Karena itu tanda tidak hanya terbatas pada benda. Sebuah bendera kecil atau besar, isyarat tubuh, sebuah kata, keheningan, suatu sikap, letak bintang tertentu, bersudut tajam atau tumpul, rambut uban, kecepatan, kekhawatiran, semuanya itu dianggap sebagai sebuah tanda, menurut Zoes dalam (Tinarbuko, 2009: 12).

Semiotika sendiri dipahami sebagai sebuah disiplin ilmu yang menyelidiki semua bentuk komunikasi yang ada dan terjadi sarana tanda-tanda (*signs*) dan berdasarkan pada sistem tanda, *sign system* (*code*). Semiotika memiliki tiga bidang studi utama yaitu:

- a. Tanda itu sendiri, terdiri atas studi tentang berbagai tanda yang berbeda, cara-cara dari tanda yang berbeda dalam menyampaikan makna dan cara-cara tanda terkait dengan manusia yang menggunakannya. Tanda merupakan konstruksi yang dihasilkan oleh manusia dan hanya bisa dipahami oleh pemahaman atau pengertian manusia yang menggunakannya.
- b. Kode atau sistem yang mengorganisasikan tanda. Studi ini mencakup cara dari berbagai kode yang dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan suatu masyarakat, suatu budaya, dan guna mengeksploitasi saluran komunikasi yang bersedia untuk

mentrasmisikannya atau menyalurkannya.

- c. Budaya tempat kode dan tanda bekerja. Hal ini bergantung pada penggunaan kode-kode dan tanda-tanda itu untuk keberadaan dan bentuknya sendiri pada suatu budaya.

## **2. Tanda dan Makna pada Semiotika**

### **a. Tanda**

Pada umumnya semua model makna memiliki bentuk yang mirip. Masing-masing memperhatikan tiga unsur yang wajib ada didalam studi tentang, makna. Masing-masing unsur tersebut adalah tanda, acuan tanda, dan pengguna tanda.

Tanda sendiri merupakan sesuatu yang sifatnya fisik dan dapat dipersepsi atau dirasakan oleh indera pada manusia, tanda mengacu kepada sesuatu diluar tanda itu dan bergantung kepada pengenalan oleh penggunanya hingga bisa disebut sebagai sebuah tanda.

Pemaknaan tanda dalam ilmu semiotik tidak lepas dari filosof dan ahli logika Charles Sanders Peirce, juga ahli linguistic Ferdinand de Saussure. Peirce melihat tanda, acuan dan pemakaiannya sebagai tiga titik dalam segitiga. Setiap titik terikat erat pada dua titik yang lain, juga dapat dipahami oleh dan artian pihak lain.

Berbeda dengan Peirce, Saussure mempunyai pandangan yang berbeda. Saussure menjelaskan bahwa setiap tanda terdiri atas

bentuk fisik juga konsep mental yang terkait, konsep ini merupakan pemahaman atas sebuah realitas eksternal. Tanda terikat pada sebuah realitas hanya melewati konsep orang-orang atau individu yang memakainya.

**b. Makna**

Dalam semiotika, komunikasi dipandang sebagai pembangkit sebuah makna dalam pesan yang disampaikan oleh komunikator ataupun penerima. Makna bukan merupakan konsep yang mutlak dan statis yang bisa ditemukan dalam kemasan sebuah pesan.

Menurut Fiske makna akan berubah seiring dengan perjalanan waktu. Pemaknaan merupakan sebuah proses aktif, dimana para ahli semioika memakai kata kerja seperti menciptakan, membangkitkan, atau menegosiasikan agar mengacukan kepada proses ini.

Negosiasi dirasa sebagai kata yang tepat karena negosiasi pada artinya adalah suatu keadaan memberi dan menerima diantara manusia dan pesan itu sendiri. Makna merupakan hasil dari sebuah interaksi yang terjadi melalui tanda interpretan dan objek.

**c. Model Semiotika oleh Roland Barthes**

Ronald Barthes lahir pada tahun 1915 di Cherbough, Prancis. Barthes tidak hanya terbatas kepada semiotika saja, tetapi juga telah menerapkan berbagai macam pendekatan untuk mengkaji beragam fenomena. Roland Barthes sendiri dikenal sebagai salah seorang

pemikir strukturalis yang mempraktikkan model linguistik dan semiologi Saussurean. Pemikirannya merupakan serpihan gagasan yang begitu multidimensi dan mengundang berbagai interpretasi.

Salah satu area penting yang dirambah Barthes dalam studinya adalah peran pembaca (*the reader*). Konotasi, merupakan sifat asli tanda, membutuhkan keaktifan pembaca agar dapat berfungsi. Barthes mengulas sistem pemaknaan tataran ke-dua, yang dibangun diatas sistem lain yang telah ada sebelumnya.

Sistem ke-dua ini disebut dengan konotatif, yang dibedakan dengan denotatif atau sistem pemaknaan tataran pertama. Barthes menciptakan peta tentang bagaimana tanda bekerja.

Gambar

1. <i>Signifier</i> (penanda)	2. <i>Signified</i> (petanda)
3. denotative sign (tanda denotatif)	
4. <i>Conotative signifier</i> (penanda konotatif)	5. <i>Conotative signified</i> (petanda konotatif)
6. <i>Conotative sign</i> (tanda konotatif)	

Dapat dilihat berdasarkan peta Barthes diatas terlihat bahwa tanda denotatif terdiri atas penanda dan petanda. Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif. Jadi dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak hanya memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaanya. Masih menurut Barthes denotasi merupakan sistem signifikasin tingkat pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua.

Dalam hal ini, denotasi justru lebih diasosiasikan dengan ketertutupan makna. Konotasi bagi Barthes identik dengan operasi ideologi yang disebutnya sebagai mitos dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu.

Pada signifikasi tahap dua yang berhubungan dengan isi, tanda bekerja melalui mitos. kata mitos berasal dari bahasa Yunani *mythos* “kata”, “ujaran”. Sebuah mitos adalah narasi yang karakter-karakter utamanya adalah para dewa, para pahlawanm dan mahluk mistis, plotnya berputar disekitar asal-muasal benda-benda atau di sekitar makna benda-benda. Mitos menciptakan suatu sistem pengetahuan metafisika untuk menjelaskan asal usul, tindakan dan

karakter manusia selain fenomena di dunia.

Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Semiotik Roland Barthes secara khusus tertuju kepada sejenis tuturan (*speech*) yang disebut mitos.

Bahasa memerlukan sebuah keadaan atau kondisi tertentu untuk menjadi mitos, yaitu yang secara semiotis dicirikan oleh hadirnya sebuah tataran signifikasi yang disebut sebagai sistem semiologis tingkat kedua. Pada tataran signifikasi lapis kedua inilah mitos berada.

Di dalam mitos pula sebuah petanda dapat memiliki beberapa penanda. *Imperialisme* Inggris misalnya, ditandai oleh beragam penanda, seperti teh (yang menjadi minuman wajib bangsa Inggris namun di negeri itu tak ada satupun pohon teh yang ditanam), bendera Union Jack yang lengan-lengannya menyebar ke depalan penjuru bahasa Inggris yang kini telah menginternasionalkan dan lain-lain.

Artinya dari segi jumlah, petanda lebih miskin jumlahnya dari pada penanda, sehingga dalam praktinya terjadinya pemunculan sebuah konsep secara berulang-ulang dalam bentuk yang berbeda. Mitologi mempelajari bentuk-bentuk tersebut karena pengulangan konsep terjadi dalam wujud berbagai bentuk tersebut.

Mitos jika dikaitkan dengan ideologi maka, seperti yang dikatakan Van Zoest, “ideologi dan mitologi dalam hidup kita sama dengan kode-kode dalam perbuatan semiotis dan komunikasi kita. Ideologi adalah sesuatu yang abstrak, sementara mitologi (kesatuan mitos-mitos yang koheren) menyajikan makna-makna yang mempunyai tempat dalam ideologi. “ideologi harus dapat diceritakan”, kata Van Zoest. Cerita itulah mitos. Mitos adalah uraian naratif atau penuturan tentang sesuatu yang suci, yaitu kejadian-kejadian yang luar biasa, diluar dan mengatasi pengalaman sehari-hari.

Teori mitos dari Barthes dan Levi-Strauss mendasarkan argumennya pada struktur otak manusia. Sedangkan mitos menurut Barthes pada struktur masyarakat yang ada, namun keduanya memiliki persamaan dimana kedua teori itu memandang mitos sebagai bahasa, sebagai sebuah cara untuk menyebarkan makna di masyarakat.

Metode interpretasi pada gambar Ilustrasi dalam film dengan pendekatan Barthes pada akhirnya ditujukan untuk mencari pesan-pesan simbolik atau ideologis dari gambar di dalam film animasi itu sendiri. Seperti yang telah dijelaskan, semiotik mengkaji tanda dan segala sesuatu yang berhubungan dengan tanda.