

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 Komunikasi Massa

Komunikasi massa ialah proses yang denganya seseorang, sekelompok orang, atau organisasi besar membuat suatu pesan dan mengirimkannya melalui beberapa jenis medium kepada audiensi yang besar, anonim hingga heterogen (Littlejohn & Foss, 2016). Ini menandakan bahwa siapapun bisa menjadi komunikator untuk menyampaikan pesan apapun, dengan kompensasi dengan potensi mendapat atensi yang besar, serta mampu mencapai khalayak yang sangat luas. Ini juga menandakan bahwa siapapun, tanpa memandang etnis dan letak geografis, jika memiliki akses untuk itu, dapat menjadi audiens

Istilah komunikasi massa atau *mass communication* dicetuskan sebagaimana juga media massa atau *mass media* pada awal abad ke-20 untuk menggambarkan apa yang kemudian merupakan fenomena sosial baru dan ciri utama dari dunia baru yang muncul dan dibangun pada fondasi industrialisme dan demokrasi populer (McQuail, 2011). Namun perlu ditekankan bahwa komunikasi massa tidak sama dengan media massa karena konsep komunikasi massa ialah mengenai proses komunikasi kepada audiens, sementara media massa adalah platform atau alat untuk mencapai massa dan audiens.

2.1.1.1 Media Massa

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, TV (Hikmat, 2011). Mereka lahir ke dalam konteks dan konflik di era peralihan ini dan secara terusmenerus dihubungkan dengan tren dan perubahan masyarakat dan budaya, seperti yang dialami pada tingkat personal maupun masyarakat dan sistem dunia (McQuail, 2011).

Media massa sudah menjadi konsumsi sehari-hari bagi masyarakat yang memiliki akses dan kesempatan untuk itu. Sehingga sangat mungkin apabila media massa memberi pengaruh kepada masyarakat dalam melihat, memahami dan bersikap atas suatu realitas. Meskipun demikian, realitas yang disajikan oleh tidak selalu dipahami sebagai seperangkat fakta, melainkan hasil dari pandangan tertentu juga dari pembentukan realitas (Eriyanto, 2011).

Kehidupan kita sosial setiap harinya secara kuat dipengaruhi oleh rutinitas penggunaan media dan konten-konten yang disajikan oleh media, seperti bagaimana cara-cara kita dalam menggunakan waktu luang, menentukan gaya hidup yang kita anggap sesuai dengan selera kita, topik apa yang diperbincangkan, dan segala model perilaku yang ditawarkan (McQuail, 2011).

Pengaruh-pengaruh demikian juga dimiliki oleh film sebagai salah satu bentuk media massa. Sehingga film tentunya memiliki daya dan peran yang cukup mempengaruhi bagaimana kita menentukan selera dan gaya hidup sehari-hari. Terlebih

karena film sudah dapat diakses dari berbagai bentuk teknologi seperti televisi, komputer hingga telepon genggam.

2.1.1.2 Film

Film muncul pertama kali pada akhir abad ke-19 sebagai teknologi baru, namun konten serta fungsi yang dapat ditawarkan masih terbilang jarang. Film kemudian berkembang menjadi sebuah alat presentasi dan distribusi dari tradisi hiburan yang lebih tua, menawarkan cerita, panggung, musik, drama, humor, dan trik teknis bagi konsumsi populer. Film bahkan juga dapat dikatakan sebagai media massa yang sesungguhnya dalam artian bahwa film dengan kemampuannya dapat menjangkau jumlah populasi dengan jangkauan luas dan besar dengan cepat, bahkan dapat mencapai daerah pedesaan sekalipun (McQuail, 2011).

Film merupakan salah satu bentuk komunikasi massa dan sebagai salah satu media yang bagi masyarakat saat ini memiliki daya tarik tinggi. Sehingga sulit dipungkiri, bahwa film menjadi sarana bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi maupun edukasi melalui bentuk yang menghibur (Jibrael Rorong, 2020). Angel dalam penelitiannya juga menyebutkan bahwa, film memiliki kemampuan untuk menjangkau banyak segmen sosial. Para ahli mengklaim bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi penontonya (Purwanti & Suana, 2020).

Film cukup sering dipahami sebagai sarana hiburan yang dapat membantu kita mengisi waktu luang. Namun lebih dari itu, film juga memiliki fungsi mendidik dan memberi informasi. Selain itu juga karena daya tarik dan dampak emosionalnya, film dapat juga memiliki daya persuasi. McQuail (2011) juga mengatakan bahwa film juga

dapat memberikan keuntungan budaya bagi kelas pekerja yang ingin menikmati kehidupan sosial mereka yang cukup baik. Diperhatikan dari tingginya pertumbuhan film yang fenomenal, permintaan yang dipenuhi oleh film juga menjadi sangat tinggi. Dari elemen penting yang ia sebutkan di atas, menurutnya kebutuhan individu yang dipenuhi oleh film lah yang paling penting. Ia juga berpendapat bahwa film memiliki sifat yang *real*, memiliki dampak emosional, memiliki daya tarik dan elemen realisme yang kuat.

2.1.2 Psikologi Komunikasi

Psikologi komunikasi merupakan tradisi pemikiran sosiopsikologi yang mempelajari bagaimana individu berinteraksi dan berkomunikasi sebagai makhluk sosial berdasarkan tinjauan psikologis merupakan kekuatan tradisi pemikiran sosiopsikologi (Morissan, 2013). Dengan demikian psikologi komunikasi awalnya merupakan disiplin ilmu yang bermula dari psikologi sosial yang mana pada perkembangannya menjadi bagian ilmu komunikasi.

Teori-teori yang berada di dalam naungan psikologi komunikasi memberikan perhatian pada perilaku komunikasi sosial individu, kepribadian, variabel psikologis, sifat, pengaruh individu hingga persepsi juga kognisi yang menjelaskan tentang proses mengetahui sampai memahami. Termasuk didalamnya ialah komunikasi intrapersonal, komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok dan komunikasi organisasi juga termasuk komunikasi massa. Morissan (2013) menyebutkan bahwa salah satu teori

dalam psikologi komunikasi yang termasuk dalam komunikasi intrapersonal adalah teori konstruktivisme.

2.1.2.1 Teori Konstruktivisme

Komunikasi konstruktivisme, mengutip Morissan (2013) mengatakan bahwa teori ini adalah teori yang dikembangkan oleh Jesse Delia yang memberikan pengaruh besar terhadap perkembangan ilmu komunikasi. Masih dalam Morissan (2013), teori konstruktivisme menyatakan bahwa individu melakukan interpretasi dan bertindak menurut berbagai kategori konseptual yang ada dalam pikirannya. Dengan asumsi dasar bahwa manusia memahami dunia melalui konstruk personal yang terbentuk dengan cara menggabungkan berbagai informasi dan pengetahuan.

Menurut Delia, orang yang memiliki persepsi kognitif atau struktur mental yang rumit atau kompleks memiliki keunggulan dalam berkomunikasi dengan orang lain (Morissan, 2013). Mereka yang memiliki kompleksitas kognitif yang tinggi mampu merancang pesan dengan kualitas unggul dan canggih yang mampu meningkatkan peluang terainya tujuan komunikasi. Komunikasi canggih ini menurut Morissan (2013) juga disebut dengan *Sophisticated Communication*.

Sophisticated communication atau komunikasi canggih ini menurut memiliki 2 ciri yaitu pertama, pesan terpusat pada diri individu (*person centered message*) dan yang kedua ialah pesan yang disampaikan dengan beragam tujuan (*pursuing multiple goals*).

1. *Person Centered Message* (PCM) ialah seorang pembicara yang mampu mengantisipasi bagaimana beragam individu dalam memberi tanggapan dan melakukan penyesuaian terhadap individu tersebut.
2. *Pursuing Multiple Goals* atau Pesan Banyak Tujuan menunjukkan tidak saja pembicara mampu melakukan antisipasi dan penyesuaian, pembicara juga mampu meyakinkan pendengar dan melakukannya dengan alasan yang benar sesuai dengan tujuan si pembicara.

Yang membedakan *Sophisticated Communication* atau komunikasi canggih dengan komunikasi pesan sederhana ialah bahwa pesan sederhana hanya memiliki satu tujuan. Sementara komunikasi canggih adalah pesan yang kompleks dari pembicara yang memiliki kompleksitas kognitif tinggi memiliki beragam tujuan dan mengatasi setiap tujuan tersebut secara bergantian yang nantinya dengan komunikasi yang lebih canggih akan mengintegrasikan beragam tujuan tersebut kedalam satu pesan.

2.1.3 Analisis Wacana Kritis (AWK)

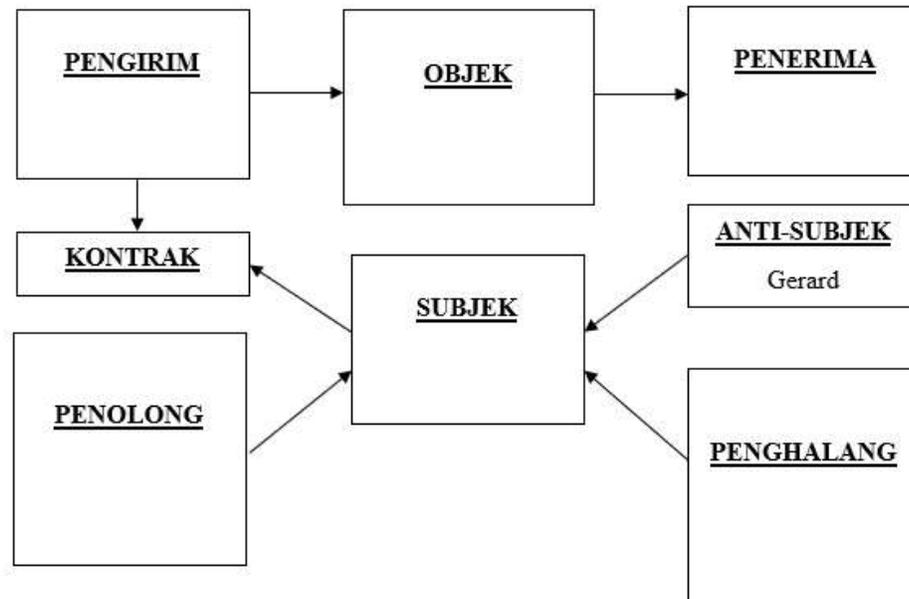
Definisi wacana sendiri adalah praktik-praktik yang secara sistematis membentuk objek yang dibicarakan oleh praktik tersebut (Dhona, 2020). Analisis Wacana Kritis (AWK) merupakan metode yang terbilang baru dalam penelitian ilmu sosial dan budaya. Simposium yang diadakan di Amsterdam pada Januari 1991 dianggap ‘meresmikan’ AWK sebagai metode penelitian. Simposium tersebut menyepakati 3 postulat AWK yaitu yang pertama, segala pendekatan penelitian harus berorientasi pada masalah sosial. Kedua, penelitian AWK harus sistematis dengan

data semiotik (tulisan, lisan atau visual) dan yang ketiga adalah untuk selalu reflektif dalam proses penelitiannya (Haryatmoko, 2016).

Objek AWK adalah semua sumber data yang meliputi dokumen, kertas diskusi, perdebatan parlemen, pidato, film maupun foto dan koran serta sumber media lain. Salah satu kerangka teori AWK untuk meneliti film adalah kerangka teori milik S. Jager dan F. Maier. Wacana sendiri menurut Jager adalah sesuatu yang mandiri namun terkait dengan unsur-unsur dispositif yang merupakan sintesa pengetahuan yang selalu berkembang yang dibangun menjadi bahasa, tindakan dan materialisasi wacana (Haryatmoko, 2016).

Masih dalam Haryatmoko (2016), Jager mengatakan bahwa analisis dispositif mencakup langkah-langkah berikut, yaitu yang pertama ialah merekonstruksi pengetahuan yang dibangun dalam praktik diskursif. Kedua, merekonstruksi pengetahuan dalam praktik non-diskursif dan yang ketiga, merekonstruksi pengetahuan yang dibangun dalam bentuk materialisasinya ke dalam objek serta praktik non-diskursif yang telah menciptakan materialisasi wacana. Berikut langkah-langkah yang diberikan AWK untuk sebuah film:

1. Membuat ringkasan kisah film dengan metode naratif.
2. Menentukan protagonis/tokoh utama/subjek.
3. Menyeleksi percakapan yang representatif (praktik diskursif)
4. Menjelaskan bentuk-bentuk tindakan (praktik non-diskursif)
5. Menjelaskan materialisasi (objek) dan maknanya dengan semiotika.
6. Teoretisasi tema film.



Gambar 2.1 Skema penentuan Tokoh Utama Film dalam AWK

2.2 Penelitian Terdahulu

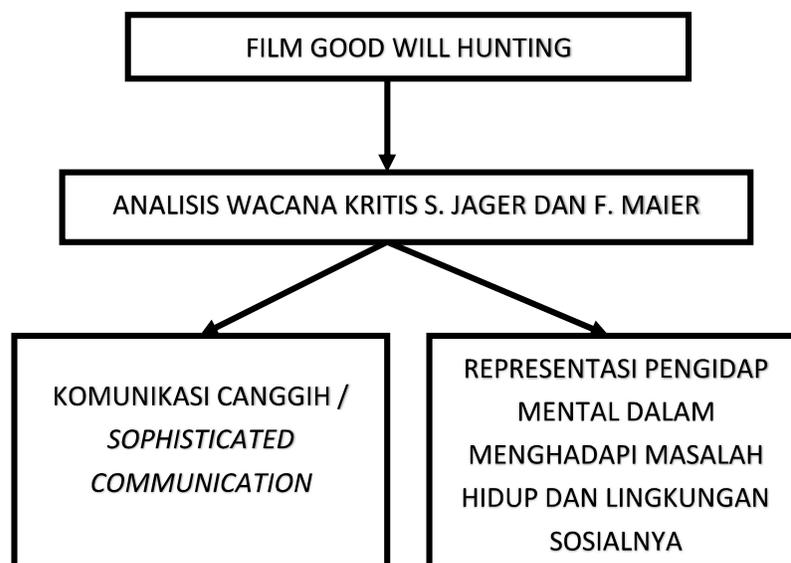
1. Pranan Suitono Saputra (2019) Jurnal Seni Rupa dan Desain Vol. 22 Nomor 1 – April 2019 | eISSN : 25807374 ANALISIS WACANA KRITIS IKLAN FILM PENDEK LINE VERSI “ADA APA DENGAN CINTA?” pengadaptasian film Ada Apa dengan Cinta? (2002) yang dilakukan Line sesungguhnya merupakan upaya dalam mengonstruksi wacana nostalgia yang bermuara pada wacana ekonomi kapitalis, yaitu meraih keuntungan sebesar-besarnya.
2. Miftahul Huda (2018) Jurnal Dakwah dan Komunikasi Vol. 3 No. 2 – 2018 | -ISSN: 2548-3366; P-ISSN: 2548-3293 Komodifikasi Pesan Dakwah Pada Iklan Pertamina Versi Tabungan Terbaik di Televisi. Berdasarkan hasil analisis melalui analisis wacana kritis S. Jagerdan dan F. Maier ditemukan adanya tanda yang berupa gambar percakapan dan teks

yang mengidentifikasi terjadinya praktik komodifikasi pesan dakwah pada iklan pertamina versi tabungan terbaik.

3. Dhona, H. R. (2020) *Journal Communication Spectrum, Vol 9 No. 2 – 2020* | eISSN : 26226405 Analisis Wacana Foucault dalam Studi Komunikasi [Using Foucauldian Discourse Analysis in Communication Studies]. Sebagai metode, analisis Foucault dapat dan penting diterapkan di semua area riset komunikasi, baik akademik maupun profesional karena ia berfokus pada ‘produksi pengetahuan’.
4. Noni Anggraini (2018) *ETTISAL Vol. 3 no. 1 – Juni 2018* | P-ISSN: 2503-1880 E-ISSN: 2599-3240 REPRESENTASI PEREMPUAN DALAM FILM MOANA. Representasi perempuan dalam penokohan Moana memberikan pemaknaan baru mengenai definisi barometer perempuan cantik.
5. Rustono Farady Marta (2015) *Masyarakat dan Budaya Vol. 17 No. 1 – 2015* | eISSN : 25021966 | pISSN : 25021966 ANALISIS WACANA KRITIS FILM “PUTERI GIOK”: CERMIN ASIMILASI PAKSA ERA ORDE BARU, Film ini memperlihatkan adanya doktrin Pancasila serta subordinasi dari pemangku kebijakan di era pemerintah Orde Baru melalui BP 7 dan BAKOM PKB serta doktrin Pancasila.
6. Ardhina Saraswati (2017) *Mozaik Humaniora Vol. 17 no. 2 – 2017* | eISSN : 442935X | pISSN : 24428469 Wacana Perlawanan Persebaya 1927 terhadap PSSI: Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough Kerangka Konseptual. wacana perlawanan yang dilakukan bonek terhadap pihak PSSI ini apabila dilihat dari aspek kebahasaannya mengandung majas personifikasi dan sarkasme.

7. Angger Siswanto, Poppy Febriana (2017) KANAL (JURNAL ILMU KOMUNIKASI), Vol. 5 No. 2 -Maret 2017 | ISSN 2302-6790, ISSN 2541-2841 Representasi Indonesia dalam *Stand Up Comedy* Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough dalam Pertunjukan Spesial Pandji Pragiwaksono “Mesakke Bangsaku”. Aspek kebahasaan diksi dan penggunaan kalimat yang digunakan oleh Pandji Pragiwaksono telah menempatkan representasi Indonesia dalam beberapa kategori yaitu agama, pendidikan, dan politik.

2.3 Kerangka Konseptual



Penelitian ini menganalisis film Good Will Hunting dengan menggunakan teori analisis wacana kritis yang dikemukakan oleh S. Jager F. Maier untuk mengetahui bagaimana komunikasi canggih yang dilakukan oleh Sean sebagai seorang terapis mental atau psikolog terhadap Will yang mengalami persoalan mental. Juga untuk

mengetahui bagaimana seorang Will yang merupakan seorang pengidap masalah mental dalam menghadapi masalah hidup dan lingkungan sosialnya.