

SKRIPSI

**Pesan Sosial dalam Film Uang Panai'
(Analisis Semiotika Roland Barthes)**



**SRY LAVENIA KANDARI RIMAN
1310121060**

**PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2017**

SKRIPSI

**Pesan Sosial dalam Film Uang Panai'
(Analisis Semiotika Roland Barthes)**



Diajukan sebagai laporan salah satu syarat untuk memperoleh Gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi

**STRY LAVENIA KANDARI RIMAN
1310121060**

**PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2017**

SKRIPSI

**PESAN SOSIAL DALAM FILM UANG PANAI'
(Analisis Semiotika Roland Barthes)**

Disusun dan diajukan oleh

**STRY LAVENIA KANDARI RIMAN
1310121060**

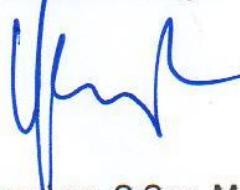
Makassar, 08 Agustus 2017

Pembimbing



H. Nur Alim Djalil, S.Sos., M.I.Kom

Ketua Program Studi S1 Komunikasi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Fajar



Hj. Yusmanizar, S.Sos, M.I.Kom

Ketua Program Studi S1 Komunikasi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Fajar

SKRIPSI

PESAN SOSIAL DALAM FILM UANG PANAI' (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)



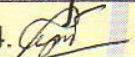
Disusun dan diajukan oleh

SRV LAVENIA KANDARI RIMAN
1310121060

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
Pada tanggal 21 Agustus 2017 dan
Dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Dewan Penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	H. Nur Alim Djaliil, S.Sos., M.I.Kom	Ketua	1. 
2.	Ruslan Ramli, M.Si., Ph.D	Sekretaris	2. 
3.	Ir. Suwardi Thahir, M.I.Kom	Anggota	3. 
4.	Reynold N. Aslin, S.Sos., MBA	Anggota	4. 

Ketua Program Studi S1 Komunikasi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial
Universitas Fajar



Hj. Yusmanizar Ib. Hernald, S.Sos., M.I.Kom

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sry Lavenia Kandari Riman
Stambuk : 1310121060
Fakultas :Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial
Program Studi :Ilmu Komunikasi
Jenjang/Konsentrasi :S1/Broadcating

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul **PESAN SOSIAL DALAM FILM UANG PANAI' (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)** adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata didalam naskah ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 30 Agustus 2017

Yang membuat pernyataan,



Sry Lavenia Kandari Riman

PRAKATA

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat, keselamatan, kesehatan, serta karunia berupa ilmu pengetahuan dan wawasan sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir sebagai mahasiswa. Berbagai hambatan dan kesulitan penulis hadapi selama penyusunan skripsi ini. Namun berkat bantuan semangat, dorongan dari bimbingan, dan kerja sama dari berbagai pihak sehingga hambatan dan kesulitan tersebut dapat teratasi.

Penyusunan skripsi ini terselesaikan dengan adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Karenanya, melalui kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Orang tua penulis tercinta, Hermiati Yakub Tampang, Daniel Seno Riman, Maria Kandari, dan Alm. Yacob Langsa. Terima kasih atas kasih sayang dan perhatian yang mengalir tiada hentinya.
2. Ibu DR. Hj Hadiati, M.S, selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Fajar Makassar.
3. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi, Hj. Yusmanizar, S.Sos, M.I.Kom, beserta seluruh dosen pengajar dan staff Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu-Ilmu sosial.
4. Pembimbing H. Nur Alim Djalil, S.Sos., M.I.Kom yang telah membimbing penulis dengan murah hati, mendukung, serta memberikan tambahan pengetahuan kepada peneliti selama proses pengerjaan skripsi ini hingga selesai.

5. Saudara-saudara penulis tersayang, Edwin Kandari, Fidel Kandari Riman, Dwi Lingga Kandari Riman, Tri Mega Rindi Pabuntang, Tangmi Karim, Angelica Karim dan Bintang Karim. Terima kasih untuk semua semangatnya, karena jika bukan karena mereka penulis tidak semangat ini untuk menyelesaikan pendidikan dan mencari kerja selanjutnya.
6. Keluarga penulis yang berperan besar dalam perjalanan penulis mengenyam pendidikan di Universitas Fajar Makassar, terima kasih untuk semua bantuannya, baik secara materi/non materi dan terima kasih untuk setiap kesabaran dalam menghadapi keras kepala penulis.
7. Sahabat-sahabat penulis sedari SMA bahkan sahabat-sahabat saat kuliah yang selalu menyemangati, Trya Indah Ventaria, Frelia Gusni Batti', Ruth Rantela'bi', Fanny Agatha, Venny Sundun, Dewi Diansa, Ezky Yuliah Ningsih, Musdalifah, Elisabeth Widyanti Irsan.

Demikian ucapan terima kasih yang penulis sampaikan. Penulis mohon maaf kepada pihak-pihak yang tidak dapat penulis tuliskan dan jabarkan satu-persatu dalam skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan, baik dari segi penulisan maupun penampilan karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk menambah dan meningkatkan pengetahuan penulis, demi penyempurnaan dikemudian hari.

Penulis sangat berharap, semoga pengalaman dan ilmu yang penulis uraikan dalam skripsi ini dapat menjadi pedoman, baik itu penulis sendiri maupun orang yang membacanya. Baik sebagai bahan evaluasi untuk perusahaan yang di teliti maupun bahan pembelajaran untuk mahasiswa di Universitas Fajar Makassar khususnya.

ABSTRAK

Pesan sosial dalam film merupakan suatu tipe penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif. Adapun yang menjadi objek penelitian adalah film *Uang Panai'* yang berdurasi 120 menit. Adapun metode pembedahan film yang dipakai adalah metode analisis semiotika oleh Roland Barthes.

Data primer diperoleh dari observasi dengan menonton film *Uang Panai'*, kemudian penulis akan melakukan pengamatan secara menyeluruh secara teliti dan mendalam tiap *shot per scene*. Selanjutnya penulis akan mengidentifikasi dialog dan visual gambarnya yang dapat mewakili dan menggambarkan pesan sosial yang diteliti. Data sekunder data akan diperoleh melalui studi pustaka dengan membaca literatur, buku-buku bacaan dan tulisan ilmiah yang berkaitan dan relevan dengan objek penelitian yang akan diteliti.

Hasil penelitian ini menunjukkan suatu pemaknaan akan pesan sosial dengan menggunakan sebuah pendekatan semiotika merupakan upaya penggalan secara lebih mendalam perihal pesan-pesan yang terjadi dalam konteks bersosial dewasa ini. Film ini menawarkan sudut pandang dalam memaknai arti *Uang Panai'* di Sulawesi selatan terkhusus Suku Bugis Makassar yang menjadi salah satu adat istiadat sebelum melangsungkan pernikahan.

Kata Kunci : Pesan, Sosial, Film, *Uang Panai'*, Semiotika

ABSTRACT

Sry Lavenia Kandari Riman. Pesan Sosial Dalam Film Uang Panai' (Analisis Semiotika Roland Barthes). Nur Alim Djalil, S.Sos., M.I.Kom

Discovering social message conveyed in films is qualitative-descriptive approach. The film that has been researched on is one entitled Uang Panai', lasting for 120 minutes. The writer relies on semiotic theories laid out by Roland Barthes to have the film studied. Primary data are obtained by watching the film it self, observing the whole scenes properly and spotting the dialogues containing the message. Secondary data, on the other hand, are taken from related studies, books and paper.

The study indicates that message conveyance by means of semiotic approach is one with significant depth. Moreover, this film gives hollistic insight into how marriage is celebrated in Buginese-Makassere culture

Key Words: Message, Social, Film, Uang Panai', Semiotics

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
PRAKATA	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian dan Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Kegunaan Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Teori dan konsep	10
2.1.1 Komunikasi	10
2.1.1.1 Unsur-Unsur Komunikasi	13
2.1.1.2 Bagian-bagian Dari Komunikasi.....	16
2.1.2 Komunikasi Massa	17
2.1.2.1 Elemen-elemen Komunikasi Massa.....	18
2.1.2.2 Fungsi komunikasi Massa	24
2.1.3 Film	26
2.1.3.1 Sejarah Film	27
2.1.3.2 Jenis-jenis Film	30
2.1.3.3 Genre Film	32

2.1.3.4 Unsur-unsur Pembentuk Film	34
2.1.4 Semiotika	34
2.1.4.1 Semiotika Roland Barthes.....	37
2.2 Tinjauan Empirik	42
2.3 Kerangka Pemikiran.....	44
2.3.1 Defenisi dan Istilah/Glosarium	44
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1 Rancangan Penelitian.....	46
3.2 Kehadiran Penelitian.....	46
3.3 Waktu dan Lokasi penelitian.....	46
3.4 Sumber Data.....	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.6 Teknik Analisis Data.....	47
3.7 Pengecekan Validitas data	48
3.8 Tahap-tahap Penelitian.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	51
4.1 Sinopsis Film <i>Uang Panai</i> ’	51
4.1.1 Profil Film <i>Uang Panai</i> ’	52
4.1.2 Profil Pemain Film <i>Uang Panai</i> ’	53
4.1.3 Tim Produksi Film <i>Uang Panai</i> ’	55
4.2 Hasil Penelitian	59
4.3 Pembahasan.....	75
BAB V PENUTUP.....	79
5.1 Kesimpulan	79

5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.1 Film UangPanai.....	5
Gambar 2.1.1.1.1 Unsur-unsur komunikasi	13
Gambar 2.1.3.1.1. Model dua tahap signifikasi roland barther.....	39
Gambar 2.3.1 Kerangka pemikiran	44
Gambar 4.2. 1 Anca setiba dirumah	58
Gambar 4.2.2 Saat makan tangan Abu ditepis oleh Ibu Anca	60
Gambar 4.2.3 Abu dan Tuming meminta sumbangan	61
Gambar 4.2.4 Anca memberitahukan Orang Tuanya bahwa ia ingin menikahi Risna	62
Gambar 4.2.5 Ketika Anca Ma'manu'-manu'	63
Gambar 4.2.6 Perwakilan keluarga Anca dan Risna membahas tentang kesepakatan bersama Uang Panai'	64
Gambar 4.2.7 Keluarga Anca membahas Uang Panai' yang dirasa terlalu mahal ...	65
Gambar 4.2.8 Ayah Risna sangat marah besar mengetahui rencana Risna dan Anca ingin kawin lari.....	66
Gambar 4.2.9 Anca dan Risna sedang bertengkar	68
Gambar 4.2.10 Ayah Anca berencana meminjam uang kepada rentenir.....	69
Gambar 4.2.11 Percakapan Ayah Risna dengan seorang tamu	70
Gambar 4.2.12 Kesalah pahaman Anca terhadap Risna	71

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.3 Pendekatan Tanda Saussure.....	35
Tabel 2.1.3.1.2 Peta Tanda Roland Bathes.....	40
Tabel <i>Scene</i> yang terkandung pesan sosial	71

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kehidupan sehari-hari komunikasi selalu terjadi baik secara verbal maupun non verbal. Komunikasi merupakan suatu proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang ke yang lain, yang melibatkan lebih dari sekedar kata-kata yang di gunakan dalam percakapan, tetapi juga ekspresi wajah, intonasi (Hadako 2009:272). Pada umumnya komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dimengerti oleh kedua belah pihak. Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata, baik lisan mau pun tulisan, sedangkan komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang tidak menggunakan kata-kata dan lebih banyak di gunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Broadcasting atau penyiaran menggunakan radio dan televisi merupakan salah satu alat komunikasi media massa untuk menyampaikan informasi yang dapat mengenai semua kalangan masyarakat dengan cepat tanpa bertatap muka langsung dengan mereka. Perkembangan media massa saat ini merupakan sebuah pendukung kebutuhan dalam aktifitas masyarakat.

Dalam era globalisasi, teknologi yang berkembang dapat memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi secara praktis dan efektif dengan mengikuti perkembangan zaman. Kemajuan media massa dalam perkembangan teknologi mampu menghasilkan sebuah informasi dan hiburan bagi khalayak, baik dalam kebutuhan berupa bentuk media cetak atau audio visual. Hal tersebut dapat melahirkan sebuah karya yang patut untuk dipublikasikan dalam media berbentuk audio visual. Dengan adanya perkembangan media massa yang

semacam ini, pengetahuan informasi bagi khalayak secara tidak langsung menjadi terpenuhi khususnya dalam dunia film.

Film merupakan bentuk seni kompleks dan media komunikasi unik yang pengaruhnya dapat menjangkau seluruh segmen sosial masyarakat. Film sebagai media komunikasi massa memiliki peran yang cukup penting yaitu sebagai alat untuk menyalurkan pesan-pesan kepada penontonya. Pesan tersebut dapat membawa dampak positif maupun negatif.

Film pertama di dunia dipelopori oleh dua bersaudara Lumiere Louis(1864-1948) dan Auguste (1862-1954). Dan meskipun Max dan Emil Skladanowsky muncul lebih dulu di Berlin pada 1 November 1895, namun pertunjukkan Lumiere bersaudara inilah yang diakui kalangan internasional. Di Indonesia sendiri, film pertama kali diperkenalkan pada 5 Desember 1900 di Batavia (Jakarta), lima tahun setelah film dan bioskop pertama lahir di Prancis. Pada masa itu film disebut Gambar Idoep. Dalam iklan surat kabar Bintang Betawi (4 Desember 1900) tertulis: "Besok hari rebo 5 Desember Pertoenjoekan Besar Yang Pertama di dalam satoe roemah di Tanah Abang, Kebondjae moelai poekoel toedjoe malam".

Film Indonesia saat ini merupakan kelanjutan dari tradisi tontonan rakyat sejak masa tradisional, masa penjajahan sampai masa kemerdekaan ini. Untuk meningkatkan apresiasi penonton film Indonesia adalah menyempurnakan permainan trik-trik serealistis dan sehalus mungkin, seni akting yang lebih sungguh-sungguh, pembenahan struktur cerita, pembenahan setting budaya yang lebih dapat dipertanggung jawabkan, penyuguhan gambar yang lebih estetik. Untuk membuat film bermutu yang laris di semua golongan penonton dengan latar belakang budaya mereka yang berbeda adalah memberi kesempatan kepada para sineasnya. Membuat film adalah suatu kerja kolaboratif. Sebuah film dihasilkan oleh kerjasama berbagai macam variabel

yang saling mendukung. Produksi film yang normal membutuhkan kerja sama yang banyak ahli dan teknisi yang bekerja sama sebagai satu tim, sebagai satu unit produksi. Diantara berbagai variabel terdapatlah skenario, satu variabel yang sangat penting, karena secara prosedur merupakan bagian dari tahap pembuatan sebuah film paling awal.

Era ini yang dianggap sebagai era kebangkitan perfilman Indonesia yang sedang lesu. Kebangkitan ini di tunjukkan dari kondisi perfilman Indonesia yang mengalami pertumbuhan jumlah produksi yang menggembirakan. Jika kita memperhatikan dunia perfilman di Indonesia, pada tahun 2000 dengan munculnya film musical Petualangan Sherina yang diperankan oleh Sherina Munaf, penyanyi cilik penuh bakat Indonesia yang disambut antusias oleh masyarakat. Kemudian disusul dengan film Ada Apa Dengan Cinta yang bergenre percintaan remaja yang mampu menarik respon masyarakat dan bermunculan film-film berikutnya memperlihatkan bahwa perkembangan film di Indonesia semakin meningkat. Banyak film-film yang bermuatan nilai sosial, mengangkat budaya bangsa serta mengangkat kehidupan sosial masyarakat Indonesia.

Kini, film Indonesia telah mulai berderak kembali, saat ini dapat dikatakan dunia perfilman Indonesia tengah menggeliat bangun. Masyarakat Indonesia mulai menganggap film Indonesia sebagai sebuah pilihan di samping film-film Hollywood. Walaupun variasi *genre* filmnya masih sangat terbatas, tetapi arah menuju kesana telah terlihat. Dari banyaknya film yang muncul, sebagian besar mengangkat gaya hidup anak muda masa kini. Hal ini sebagai usaha untuk menarik minat remaja sebagai konsumen terbesar dalam industri perfilman

Indonesia dari tahun ketahun sehingga film-film lokal di Indonesia telah mendapatkan tempat di hati masyarakat saat ini.

Seiring dengan perkembangan film yang semakin pesat dengan berbagai tema yang diangkat, membuat para sutradara berusaha lebih kreatif lagi dalam membuat alur cerita yang lebih menarik untuk ditonton oleh khalayak. Perkembangan dunia film tidak jauh dari para penikmat film. Apabila penikmat tidak ada maka perkembangan dunia perfilman akan mati. Hal tersebut menimbulkan adanya ide-ide yang bermunculan untuk mengangkat tema budaya kelayar lebar. Fenomena film bertema budaya yang semakin banyak bermunculan dengan *setting* drama yang membuat sedemikian kisah dan jalan cerita yang menarik agar dapat menarik perhatian bagi para penonton. Film dengan cerita lokal menjadi salah satu tema yang telah mendapat respon baik dari masyarakat dan menjadi salah satu daya tarik bagi masyarakat. Film bernuansa sosial budaya di Sulawesi-Selatan bahkan tidak hanya menjadi tuan rumah di daerahnya dengan merajai bioskop di Makassar, tetapi beberapa di antaranya menerobos ketinggian nasional berawal dari film pertama cerita lokal Makassar yang tayang di bioskop yaitu *Bombe* (permusuhan), kemudian disusul film *Dumba-dumba* (deg-degan), *Uang panai'*, *Silariang* (kawin lari). Di akses <http://cdp.khoirilanwar.com/2017/03/30/anak-muda-anging-mamiri-angkat-film-lokal-ke-nasional/> pada hari Jumat, 17 maret 2017 ,pukul 13.45 WIB.

Film lokal Makassar *Uang Panai'* yang sukses sebagai film Makassar yang mengangkat kebudayaan di Sulawesi Selatan terkhususnya suku Bugis-Makassar. Melihat kesempatan yang ada, semenjak tayangnya film *Uang Panai'* dan telah menjadi pemenang sebagai film lokal terlaris di Indonesia *Box Office movie Award* (IBOMA) dengan 560 ribu penonton. *Uang Panai'* adalah awal kebangkitan film di Makassar. Film debutan sutradara muda Halim Gani Safia dan Asril Sani ini menceritakan salah satu adat istiadat di Sulawesi selatan. Film "*Uang Panai'*" menceritakan tentang sejumlah uang yang diberikan oleh calon mempelai pria kepada calon mempelai wanita yang akan digunakan untuk

keperluan mengadakan pesta pernikahan dan belanja pernikahan lainnya. *Uang panai'* ini tidak terhitung sebagai mahar pernikahan melainkan sebagai uang adat namun terbilang wajib dengan jumlah yang disepakati oleh kedua belah pihak atau keluarga. Dalam film ini akan dikisahkan bagaimana perjuangan seorang laki-laki saat ingin meminang gadis Bugis Makassar yang syaratnya harus menyanggupi sejumlah *Uang Panai*. Film *Uang Panai* adalah kisah pemuda yang memperjuangkan cintanya dengan penuh keikhlasan, kepada wanita pujaannya. Sayangnya aturan adat istiadat suku Bugis Makassar, mengharuskan pemuda tersebut membayar uang panai sebesar Rp 120 juta saat ingin melamar pacarnya tersebut. Dari sinilah muncul konflik, yang disisipi unsur komedi.



Gambar 1.1.1. Cover Film *Uang panai*

Film lokal yang dikemas dengan tema kebudayaan seperti *Uang Panai'* menjadi salah satu bentuk penyampaian secara umum baik di Sulawesi Selatan maupun diluar Sulawesi Selatan bahwa kebudayaan Bugis Makassar dengan *Uang Panai'* dalam proses pernikahan dan menjadi pemahaman dan menjadi serta permasalahan di dalam film tersebut.

Film sebagai media komunikasi massa memiliki peran yang cukup penting yaitu sebagai alat untuk menyalurkan pesan-pesan dan dimanfaatkan sebagai media kritik. Salah satu adegan di dalam film *uang panai* yang mengandung pesan sosial ada sebagai berikut :



Gambar 1.1.2 Scene yang mengandung pesan sosial

Pesan tersebut dapat membawa dampak positif maupun negatif. Banyak orang yang bisa “menangkap” pesan dari suatu film dengan mudah tetapi banyak juga yang kesulitan dalam hal ini. Terutama penikmat film lebih cenderung menonton tanpa mengerti inti pesan yang coba disampaikan. Hal ini biasanya disebabkan oleh perhatian kita yang teralihihkan akan kecanggihan teknologi yang digunakan dalam film, kemegahan sebuah negara yang menjadi latar tempat adegan dari sebuah film, dll.

Padahal dibalik semuanya itu, dalam penentuan lokasi syuting, penentuan *background*, penentuan *soundtrack* dll tidaklah sembarangan. Melainkan dari pertimbangan yang sangat matang dan memiliki maksud dan pesan tertentu. Sehingga ini kemudian menjadi tantangan tersendiri lagi bagi penikmat film agar bisa memilah dengan baik film mana yang baik ditonton.

Banyak yang mengkritik orang-orang yang menganalisis film karena menurut mereka hal ni adalah sia-sia dan film tidak dinikmati sama sekali. Jika kita mau mencoba memahami, memberikan pendapat pada suatu film, dan membuka pikiran kita, film dapat memberikan informasi dan pendidikan bahkan menginspirasi.

Pesan-pesan ini dalam film merepresentasikan realitas. Contohnya: saat kita mencoba untuk berkenalan dengan jalan cerita suatu film, kita sering mencoba mencari-cari kemiripan atau kesamaan diri kita dengan karakter yang ada di film

dan memilah-milah sikap serta tindakan karakter yang benar dan salah. Lalu, dengan adanya pesan-pesan dalam film, hal ini dapat membantu kita dalam menghadapi berbagai permasalahan sosial terutama masalah pribadi dalam kehidupan.

Pesan-pesan ini mengajarkan kita pelajaran berharga yang nantinya akan membantu kita menjalani kehidupan sehari-hari kita. Tidak hanya film dengan pesan moral saja yang bisa kita analisis, tetapi juga film dengan makna yang tersirat serta simbol-simbol.

Penelitian pada film *Uang Panai* sebelumnya belum pernah diteliti karena film yang masih sangat baru, tetapi ada beberapa penelitian yang memiliki judul dan menggunakan analisis yang hampir sama tetapi dengan film yang berbeda. Penelitian tersebut diteliti oleh Denny Pratama Putra yang dilakukan tahun 2014 yang berjudul *Makna Pesan Sosial dalam film Freedom Writers*. Denny Pratama Putra meneliti tentang makna pesan sosial tersebut dengan merepresentasikan menggunakan analisis Roland Barthes dengan makna konotasi, denotasi dan mitos yang ada di dalam film tersebut dengan meneliti konsep Makna pesan sosial yakni nilai vital, nilai kerohanian, nilai religius, nilai moral, nilai kebenaran akan ilmu pengetahuan. Selain itu juga terdapat penelitian lain yang memfokuskan penelitiannya pada Pesan Moral yang menggunakan Analisis semiotika .

Dari beberapa penelitian yang telah ada dan telah dipaparkan, peneliti akan memfokuskan penelitian ini pada pesan sosial yang ada dalam film "*Uang Panai*", di mana budaya yang melatari konflik yang ada dalam film tersebut. Disini peneliti berusaha menganalisis konflik budaya dalam film tersebut dengan pendekatan Semiotika Roland Barthes sebagai salah satu latar belakang peneliti, sebab menurut peneliti di dalam sebuah film yang terdapat beberapa unsur yang mendukung bagus suatu film, diantaranya adalah gambar dan teks, ketika

saatnya tiba melakukan pemetaan makna dari setiap adegan dan setiap teks (dialog) yang dipilih, hasil pemaknaan yang muncul bisa saja melahirkan beberapa tingkat makna. Dan dari beberapa tingkatan makna tersebut, akan menghasilkan sebuah artian bahasa yang tidak biasa-biasa. Seperti dalam pemaknaan Barthes nantinya akan memiliki tingkatan makna, maka hasil pemaknaan dari penulis juga yang akan diteliti dari segi unsur gambar dan teks (dialog) film memiliki tingkatan makna. Dimulai dari makna sesungguhnya, makna kiasan, dan makna yang diinginkan oleh pencetus film untuk di pahami penonton.

1.2 Fokus Penelitian dan Rumusan Masalah

Fokus dari Peneliiian ini adalah bagaimana pesan sosial dalam film “Uang *Panai*”. Peneliti akan meneliti adegan-adegan yang mengandung pesan sosial. Fokus penelitian ini mengacu pada model semiotika yang digunakan, yaitu semiotika Roland Barthes, yang di kenal dengan makna denotasi, konotasi dan mitos.

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah Apa saja Pesan sosial di dalam film “Uang *Panai*”?

1.3 Tujuan Penulisan

Setiap peneliti jelas memilki tujuan yang didasarkan pada kepentingan serta motif-motif individual. Tujuan penelitian adalah untuk mengungkapkan arah dan tujuan umum dari apa yang akan dicapai atau diharapkan dari sebuah penelitian, sehingga merupakan lanjutan dari identifikasi masalah. Tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. untuk mengetahui pesan sosial dalam film “Uang *Panai*”

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai penambah wawasan, pengetahuan dan referensi bagi peneliti untuk mengetahui pesan sosial pada film, yang ingin menganalisa pesan sosial menggunakan metode ini.

Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan deksripsi dalam membaca makna-makna yang terkandung dalam sebuah film melalui analisis pesan sosial serta menambah pengetahuan dalam dunia perfilman atau sinematografi dan sebagai skripsi salah satu syarat kelulusan dari jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Fajar Makassar.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori dan Konsep

2.1.1 Komunikasi

Manusia diciptakan sebagai makhluk sosial dan seiring dengan itu manusia juga diberikan kemampuan untuk berkomunikasi. Tanpa kemampuan itu, manusia akan sulit menjalankan perannya sebagai makhluk sosial. Manusia yang dalam kesehariannya tidak pernah melakukan komunikasi tidak dapat dikatakan sebagai makhluk sosial.

Manusia memiliki rasa ingin tahu yang sangat besar. Hal inilah yang mendorong manusia untuk melakukan komunikasi. Semakin besar ingin tahunya maka akan semakin tinggi pula frekuensi komunikasinya.

Banyak ahli mengatakan bahwa komunikasi merupakan kebutuhan yang sangat mendasar alam kehidupan bermasyarakat. Hafied Cangara mengatakan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk memengaruhi pengetahuan atau perilaku seseorang dari pengertian komunikasi yang sederhana ini, maka kita bisa berlangsung tanpa didukung oleh unsur-unsur yaitu pengirim (*source*), pesan (*Message*), saluran/media (*channel*), penerima (*reseiver*), dan akibat/pengaruh (*effect*). (Cangara,2012:25)

Komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa Latin "*communis*". *Communis* atau dalam bahasa Inggrisnya "*commo*" berarti sama. Jadi, apabila kita berkomunikasi (*to communicate*), ini berarti bahwa kita berada dalam keadaan berusaha untuk menimbulkan suatu persamaan (*commonness*) dalam hal sikap dengan seseorang. Jadi, menurut Rosmawati pengertian

komunikasi adalah sebagai proses "menghubungi" atau "mengadakan perhubungan" dalam (Tamburaka, 2012:7).

Seberapa penting komunikasi dalam kehidupan manusia terlihat dalam usahanya untuk melakukan komunikasi tersebut pada zaman dahulu. Berbeda dengan kehidupan manusia sekarang ini, manusia yang hidup di zaman dahulu yang sangat terbatas dengan teknologi melakukan berbagai macam upaya untuk menyampaikan pesan kepada orang lain. Salah satu yang paling populer ditelinga kita adalah penyampaian pesan lewat api yang mengepulkan asap. Simbol seperti ini biasanya di tandakan sebagai situasi darurat atau ada yang sedang membutuhkan bantuan dimana jarak antara yang mengirim tanda dan yang akan menerima tanda itu berjauhan.

Semua itu dilakukan dengan tujuan tidak lain untuk menyampaikan informasi kepada orang atau kelompok lain, namun karena ini terjadi beratus-ratus tahun yang lalu, jadi media yang digunakan masih manual dan memiliki keterbatasan.

Seiring dengan perkembangan zaman hingga saat ini, beragam sarana komunikasi bermunculan. Dimulai dengan dikenalnya tulisan hingga munculnya mesin cetak, telepon, telegram, handphone, dan internet. Istilah komunikasi menjadi lebih sering digunakan dan akhirnya memunculkan beragam bentuk dan istilah dalam komunikasi. Namun, apapun bentuknya dan media apapun yang digunakan, yang terpenting dalam komunikasi adalah terciptanya kepuasan antara komunikator dan komunikan.

Ada banyak pendapat yang dikemukakan oleh pakar mengenai pengertian dari komunikasi itu sendiri. salah satu yang paling terkenal adalah pengertian komunikasi yang di kemukakan oleh Harold D. Lasswell. Lasswell mengatakan bahwa cara yang tepat untuk menjelaskan suatu tindakan

komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan “Siapa yang menyampaikan apa, kepada siapa, melalui apa. Dan apa pengaruhnya”.

Pengertian yang dikemukakan oleh Lasswell tersebut secara tidak langsung juga telah menyebutkan unsur-unsur utama dalam komunikasi, yaitu siapa yang menyampaikan (komunikator), apa yang disampaikan (pesan), kepada siapa (komunikan), melalui apa (media), dan apa pengaruhnya (efek).

Komunikator merupakan orang atau kelompok yang menjadi sumber informasi atau pesan dalam sebuah proses komunikasi yang mengirimkan pesan kepada komunikannya atau penerima pesannya. Dalam hal-hal tertentu, antara komunikasi yang sama, sehingga biasanya kita sulit untuk menentukan mana yang komunikator dan mana yang komunikan.

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi ini adalah sesuatu yang disampaikan oleh komunikator ke komunikan. Sesuatu ini dapat berupa informasi, ajakan, nasehat, ilmu pengetahuan ataupun hiburan. Pesan ini dapat disampaikan secara langsung/tatap muka ataupun melalui media komunikasi lainnya, seperti televisi, telepon, selebaran pengumuman, internet dan sebagainya.

Ada banyak pendapat mengenai media dalam proses komunikasi karena media dalam hal ini merupakan alat atau perantara yang menghubungkan komunikator dengan komunikan dalam menyampaikan pesannya, maka ada yang berpendapat bahwa panca indera manusia juga merupakan media dalam komunikasi antar pribadi secara tatap muka. Media yang digunakan dalam komunikasi massa dibagi lagi ke dalam dua kategori, yaitu media cetak dan media elektronik. Media cetak meliputi, surat kabar, majalah,

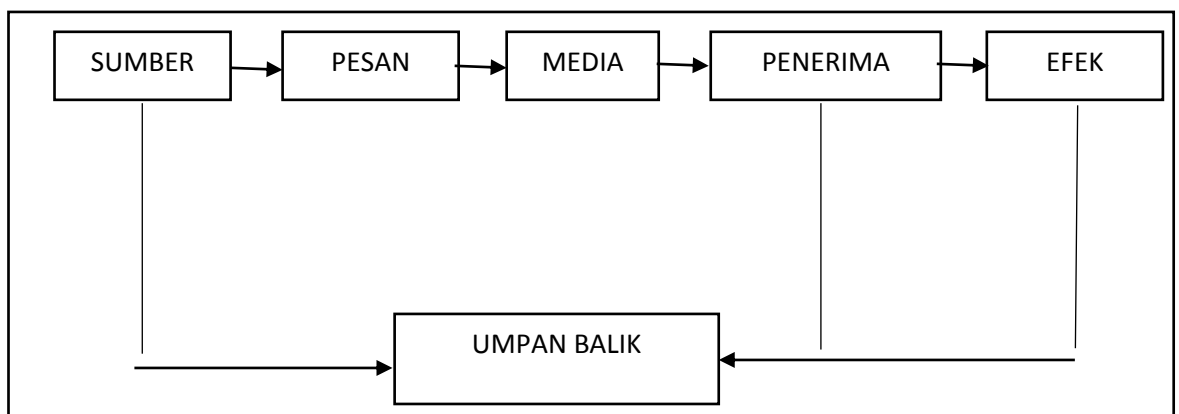
tabloid, bulletin, buku, brosur, poster, spanduk, dan sebagainya. Sedangkan media-media elektronik seperti televisi, telephone, radio, internet.

Book mengatakan komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan membangun hubungan antar sesama manusia, melalui pertukaran informasi untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain, serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu dalam (Cangara, 2012:21-22).

2.1.1.1 Unsur-Unsur Komunikasi

Dari pengertian komunikasi di atas ada sejumlah unsur-unsur komunikasi atau elemen yang menjadi bagian yang digunakan untuk membangun suatu badan. Dalam ilmu pengetahuan unsur atau elemen adalah konsep yang dipakai untuk membangun suatu ilmu pengetahuan (*body of knowledge*).

Dalam bukunya Hafied Cangara, Pengantar ilmu Komunikasi menggambarkan model komunikasi berdasarkan pandangan dari Joseph de Vito, K. Sereno dan Erika Vora. Kaitan antara satu unsur dengan unsur lainnya.



Gambar 2.1.1.1.1. Unsur-unsur komunikasi

1. Sumber

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antarmanusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa Inggrisnya disebut *source*, *sender* atau *encoder*.

2. Pesan

Pesan yang di maksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang di sampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam bahasa Inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata *message*, *content*, atau *information*.

3. Media

Media adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media komunikasi ada yang berbentuk saluran antarpribadi, media kelompok, dan ada pula dalam bentuk media massa. Istilah media banyak digunakan dengan sebutan berbeda, misalnya saluran, alat, sarana, atau dalam bahasa Inggris disebut *channel* atau *medium*.

4. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk organisasi, instansi, departemen, partai atau negara. Penerima biasa disebut dengan berbagai macam istilah, seperti

khalayak, sasaran, komunikasi, konsumen, klien, target atau dalam bahasa Inggris *audience* atau *receiver*.

5. Pengaruh

Pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang. Oleh karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan. Pengaruh biasa juga disebut dampak, akibat atau *effect* dalam bahasa Inggris.

6. Tanggapan Balik

Ada yang beranggapan bahwa tanggapan balik atau umpan balik sebenarnya merupakan salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi, karena pengaruh. Tanggapan balik sangat penting karena bisa dikatakan semua komunikasi yang menginginkan keharmonisan memerlukan tanggapan balik. Tanggapan balik juga biasa dikenal dengan sebutan reaksi atau dalam bahasa Inggris disebut *feedback* atau *response*.

7. Lingkungan

Lingkungan adalah faktor lain yang dapat memengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu. Lingkungan fisik menunjukkan bahwa suatu proses komunikasi hanya bisa terjadi kalau tidak terdapat rintangan fisik, misalnya kendala alam, atau tidak tersedianya sarana komunikasi seperti telephone, kantor pos atau jalan raya. Lingkungan sosial

menunjukkan faktor sosial budaya, ekonomi dan politik yang bisa menjadi kendala terjadinya komunikasi, misalnya kesamaan bahasa, kepercayaan, adat istiadat, dan status sosial. Lingkungan psikologis ialah pertimbangan kejiwaan yang digunakan dalam berkomunikasi. Misalnya, menghindari kritik yang dapat menyinggung perasaan orang lain, menyajikan materi yang sesuai dengan usia khalayak. Sementara itu, lingkungan dalam bentuk waktu atau kondisi menunjukkan situasi yang tepat untuk melakukan kegiatan komunikasi.

Jadi, setiap unsur memiliki peranan yang sangat penting dalam membangun proses komunikasi. Bahkan ketujuh unsur ini bergantung satu sama lainnya. Artinya, tanpa keikutsertaan satu unsur akan memberi pengaruh pada jalannya komunikasi

2.1.1.2 Bagian-bagian dari Komunikasi

1) Public Relation (PR)

Teknik penyampaian pesan kepada masyarakat agar suatu pesan dapat diterima dengan baik dan tujuan dapat tercapai. *Public relation* pada masa-masa sebelumnya digunakan untuk orasi, diskusi, debat terbuka, kampanye, atau segala sesuatu yang berkaitan dengan propaganda politik. Namun, pada perkembangannya, *public relation* digunakan berbagai perusahaan untuk mengatur hubungannya dengan masyarakat dalam kaitannya dengan kegiatan ekonomi seperti kegiatan promosi, pemasangan iklan, kerja sama dengan pihak lain, dll. Selain itu, *public relation* juga berguna untuk mengantisipasi konflik yang terjadi pada perusahaan sebagai media penghubung

agar komunikasi antarpihak yang berkonflik berjalan dengan baik (Zoebazary, 2010:204)

2) Jurnalistik

Jurnalistik berasal dari kata *journal* atau *du jour* (bahasa Prancis) juga *diurnal* yang berarti catatan atau berita harian (Kasma, 2004:22)

3) Broadcast

Siaran (*radiocast* untuk siaran radio, *telecast* untuk siaran televisi), yakni proses pengiriman informasi/data satu arah. Pengiriman informasi/data satu arah ini tidak memerlukan respon balik dari penerimanya. Biasanya di pakai pada penyiaran gelombang radio, televisi serta penyebaran lainnya (Zoebazary, 2010:35).

2.1.2 Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah salah satu aktivitas sosial yang berfungsi di masyarakat. Komunikasi dapat di definisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung di mana pesannya dikirim dari sumber yang berlangsung di mana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanisme seperti radio, televisi, surat kabar, dan film (Cangara,2012:41).Bittnes (dalam Rakhat, 2012:185-186) komunikasi massa adalah pesan yang di komunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Ahli komunikasi yang lain mendefinisikan komunikasi dengan memperinci karakteristik komunikasi massa, Gerbner (dalam Rakhmat, 2012:185-186) menulis komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.

Meletzke (dalam Rakhat, 2012:185-186) menghimpun banyak defenisi salah satu diantaranya adalah komunikasi massa kita artikan setiap bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada publik yang tersebar. Merangkum defenisi-defenisi di atas, disini komunikasi diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronis sehingga pesan yang sama dapat di terima secara serentak dan sesaat. Secara sederhana, komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa, yakni surat kabar, majalah, radio, televisi dan film.

2.1.2.1 Elemen-Elemen Komunikasi Massa

Elemen komunikasi pada komunikasi secara umum juga berlaku bagi komunikasi massa. Perbedaannya komunikasi massa dengan komunikasi pada umumnya lebih berdasarkan pada jumlah pesan berlipat-lipat yang sampai pada penerima. Sementara itu, saluran dalam komunikasi massa yang dimaksud antara lain televisi, radio, surat kabar, buku, film, kaset/cd dan internet yang juga sering disebut media massa. Ada beberapa elemen dalam komunikasi massa antara lain:

1. Komunikator

Komunikator dalam komunikasi massa sangat berbeda dengan komunikator komunikasi yang lain, komunikator disini meliputi jaringan, stasiun lokal, direktur dan staf teknis yang merupakan bagian dari lembaga media massa. Bersifat mencari keuntungan tidak hanya menyampaikan informasi, karena keuntungan tersebut

merupakan sumber kehidupan dan kelangsungan hidup media itu sendiri

2. Isi

Masing-masing media massa mempunyai kebijakan sendiri dalam melakukan pengelolaan isi. Isi atau *content* suatu media massa tidak pernah sama antara yang satu dengan yang lainnya, sebab dalam melayani masyarakat yang beragam juga menyangkut individu atau kelompok sosial. Menurut Ray Eldon Hiebert (1995) media harus memuat setidaknya-tidaknya beberapa hal antar lain

a. Berita informasi: merupakan hal pokok yang harus dimiliki oleh media massa, setiap hari media massa melaporkan kejadian di seluruh dunia kepada khalayaknya, hal ini merupakan bentuk tanggung jawab media massa sebagai saluran komunikasi.

b. Analisis dan integrasi: Selain melaporkan berita, media massa juga menganalisis berita tersebut. Melalui keahlian dalam menginterpretasikan pesan dan fakta-fakta dari lapangan, media massa menyajikan berita yang mudah untuk dipahami. Usaha untuk menginterpretasikan fakta-fakta dilapangan ini tidak berarti bahwa sajian berita yang disampaikan semuanya harus baik. Akan tetapi media massa dituntut untuk melakukan pelaporan secara detail, tidak ceroboh dan tidak berat sebelah.

a. Pendidikan dan sosialisasi: Ketika media massa menyampaikan informasi dan analisisnya memberikan ilmu pengetahuan, secara tidak langsung media massa memfungsikan dirinya sebagai pendidik. Dengan kata lain, apa yang disajikan mengandung unsure pendidikan. Fungsi pendidikan ini secara tidak

langsung ada kaitannya dengan sosialisasi suatu ilmu pengetahuan dari generasi satu ke generasi selanjutnya.

b.Hubungan masyarakat: Isi media menghubungkan antarpihak, seperti rubric opini, surat pembaca dsb yang dapat menghubungkan antarpihak.

c.Iklan dan bentuk penjualan lain : Iklan tidak dapat dipisahkan dari media massa, iklan berfungsi sebagai persuasi. Lewat iklanlah hidup mati media massa ditentukan walaupun beberapa media dapat hidup tanpa iklan namun hal ini jarang sekali. Karena iklan merupakan sumber pendapatan media tersebut.

d.Hiburan: Selain berita media massa juga harus menampilkan sisi yang dapat menghibur masyarakat.

3.Audience

Audience atau khalayak adalah massa yang menerima informasi massa yang disebarkan melalui media massa, *audience* atau komunikan dalam komunikasi massa sangat beragam mulai dari jutaan penonton televisi, ribuan pembaca buku, majalah, surat kabar atau jurnal ilmiah.

4.Umpan Balik

Umpan balik yang terjadi di media komunikasi massa adalah umpan balik tidak langsung, jadi komunikan memberikan reaksi kepada komunikator dalam jangka waktu tertentu dan tidak langsung seperti dalam komunikasi tatap muka. Jadi umpan balik tidak langsung bisa dikatakan sebagai ciri utama komunikasi massa. Akibat perkembangan teknologi komunikasi yang terkomputerisasi beberapa decade belakangan ini, memunculkan perkembangan baru umpan balik dalam saluran komunikasi massa. Salah satu daya tarik

televi atau media cetak dapat dilihat dari pemasangan iklan, semakin populer suatu acara maka semakin banyak iklan yang masuk. Dengan demikian iklan merupakan salah satu umpan balik dari program suatu acara. Untuk memutuskan melakukan pemasangan iklan biasanya pemasang iklan melihat *rating* popularitas acara tersebut, dengan demikian *rating* juga merupakan salah satu bentuk *feedback*.

5. Gangguan

Gangguan dalam komunikasi massa biasanya selalu ada, semakin kompleks teknologi yang digunakan masyarakat semakin besar pula peluang munculnya gangguan serta semakin banyak variasi program acara yang disajikan maka semakin meningkat munculnya gangguan. Gangguan dalam komunikasi massa terbagi menjadi dua macam yakni gangguan saluran dan gangguan semantik. Gangguan saluran ini dibagi menjadi dua yakni gangguan dalam dan gangguan luar. Gangguan dalam contohnya kesalahan cetak, kata yang hilang atau paragraf yang dihilangkan dari surat kabar atau bisa juga gambar tidak jelas dalam saluran televisi. Sedangkan gangguan luar contohnya telepon yang berdering dan gangguan suara ribut. Adapun gangguan semantik adalah gangguan yang berhubungan dengan bahasa atau dapat dikatakan gangguan semantik adalah gangguan dalam proses komunikasi yang diakibatkan oleh pengirim atau penerima pesan itu sendiri. Biasanya gangguan ini sangat terasa sekali dalam media elektronik.

6. Gatekeeper

Gatekeeper adalah penyeleksi informasi, sebagaimana diketahui bahwa komunikasi massa dijalankan oleh beberapa orang dalam

organisasi media massa. Mereka inilah yang menyeleksi informasi yang akan disiarkan atau tidak disiarkan.

7. Pengatur

Ada pola hubungan yang saling terkait antara media massa dengan pihak lain, pihak lain yang dimaksud adalah pemerintah dan masyarakat. Hubungan ini biasanya selalu berjalan tidak harmonis karena masing-masing pihak memiliki perbedaan tuntutan dan saling menguasai satu sama lain.

8. Filter

Filter adalah kerangka pikir melalui mana *audience* menerima pesan, filter ibarat sebuah bingkai kacamata tempat *audience* bisa melihat dunia. Hal ini berarti dunia riil yang diterima dalam memori sangat tergantung dari bingkai tersebut. Ada beberapa filter antara lain: fisik, psikologis, budaya dan yang berkaitan dengan informasi. Kondisi psikologis seseorang akan ikut mempengaruhi kuantitas dan kualitas pesan yang diterimanya. Adakalanya kondisi ruangan juga mempengaruhi seperti ruangan yang panas dan sempit mengganggu penerimaan pesan, termasuk kondisi sekeliling seperti: bangku, penerangan hingga kondisi kesehatan, filter tersebut dinamakan filter fisik. Warisan budaya yang ditanamkan pada anak-anak berbeda satu dengan yang lain, warisan budaya juga meliputi pendidikan. Pendidikan yang diperoleh atau yang ditanamkan orang tua akan ikut membentuk proses penerimaan pesan. Dengan kata lain, bagaimana mereka menyaring informasi yang diterima sangat tergantung dari filter yang dimiliki masing-masing pihak.

9. Media

Media adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat massal pula. Dalam komunikasi massa, media adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, di mana setiap orang dapat melihat, membaca dan mendengarnya. Media dalam komunikasi massa dibedakan menjadi dua macam, yaitu media cetak (misalnya surat kabar dan majalah) dan media elektronik (misalnya radio dan televisi). Dengan demikian media massa merupakan media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan diakses secara massal pula.

10. Efek

Dennis McQuail (2002: 425-426) menjelaskan bahwa efek media massa memiliki tipologi yang mana terdiri dari empat bagian yang besar. Pertama, efek media merupakan efek yang direncanakan sebagai sebuah efek yang diharapkan terjadi baik oleh media massa sendiri ataupun orang yang menggunakan media massa untuk kepentingan berbagai penyebaran informasi. Kedua, efek media massa yang tidak direncanakan atau tidak diperkirakan, sebagai efek yang benar-benar diluar control media, diluar kemampuan media ataupun orang lain yang menggunakan media untuk penyebaran informasi melalui media untuk mengontrol terjadinya efek media massa. Ketiga, efek media massa terjadi dalam waktu pendek namun secara cepat, instan dan keras mempengaruhi seseorang atau masyarakat. Keempat, efek media massa berlangsung dalam waktu yang lama sehingga mempengaruhi sikap-sikap adopsi, inovasi,

control sosial sampai dengan perubahan kelembagaan dan persoalan perubahan-perubahan budaya.

11. *Opinion Leader*

Pada komunikasi massa, *opinion leader* secara langsung akan diduduki oleh pelaku komunikasi organisasi, demikian juga komunikasi organisasi memiliki *opinion leader* dari level-level dibawahnya. Hal yang mendasar yaitu bahwa *opinion leader* memiliki posisi yang cukup kuat untuk mempengaruhi khalayak. Kekuatan itu dapat berasal dari faktor budaya, agama atau pengalaman. Kehadiran sosok *opinion leader* menunjukkan adanya keterlibatan yang kuat dari komunikasi interpersonal dalam proses komunikasi massa secara keseluruhan. *Opinion leader* itu sendiri merupakan individu dalam masyarakat yang menerima informasi dari media dan meneruskannya dalam kelompok asalnya. Melalui media massa yang saat ini sudah semakin banyak berkembang dengan segmentasi-segmentasi yang semakin sempit, masyarakat mulai dihadapkan pada kondisi untuk memilih.

2.1.2.2 Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah salah satu aktivitas sosial yang berfungsi di masyarakat. Robert K. Merton dalam (Bungin, 2011:78-81) mengemukakan bahwa fungsi aktivitas sosial memiliki dua aspek, yaitu fungsi nyata (*manifest function*) adalah fungsi nyata yang diinginkan, kedua fungsi tidak nyata atau tersembunyi (*latent function*), yaitu fungsi yang tidak diinginkan. Fungsi komunikasi dapat dibagi menjadi 5 yaitu:

a) Fungsi pengawasan

Media massa merupakan sebuah medium di mana dapat di gunakan untuk pengawasan terhadap aktivitas masyarakat pada umumnya. Fungsi pengawasan ini bisa berupa peringatan dan kontrol sosial maupun kegiatan persuasif.

b) Fungsi *Social Learning*

Fungsi utama dari komunikasi massa melalui media massa adalah melakukan *gilding* dan pendidikan sosial kepada seluruh masyarakat

c) Fungsi Penyampaian Informasi

Komunikasi massa yang mengandalkan media massa, memiliki fungsi utama, yaitu menjadi proses penyampaian informasi kepada masyarakat luas.

d) Fungsi Transformasi budaya

Fungsi transformasi budaya adalah fungsi-fungsi yang bersifat statis, namun fungsi-sungsi lain lebih dinamis adalah fungsi transformasi budaya.

e) Hiburan

Fungsi lain dari komunikasi adalah hiburan, bahwa seiring dengan fungsi-fungsi lain, komunikasi massa juga digunakan sebagai medium hiburan, terutama karna komunikasi massa menggunakan media massa, jadi fungsi-fungsi hiburan yang ada pada media massa juga merupakan bagian dari fungsi komunikasi massa.

2.1.3 Film

Film merupakan media yang bersifat visual atau audio visual untuk menyampaikan pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul disuatu tempat (Effendy:1989) dalam buku (Trianto, 2013:2). Film adalah hasil proses kreatif para sineas yang memadukan unsur seperti gagasan, sistem nilai, pandangan hidup. Pesan film dalam komunikasi massa dapat berbentuk apa saja tergantung dari misi film tersebut. Akan tetapi, umumnya sebuah film dapat mencakup berbagai pesan, baik itu pesan pendidikan, hiburan dan informasi. Pesan dalam film adalah menggunakan mekanisme lambang-lambang yang ada pada pikiran manusia berupa isi pesan, suara, perkataan, percakapan dan sebagainya.

Film yang di anggap sebagai media komunikasi yang ampuh terhadap massa yang menjadi sasarannya, karena sifatnya yang audio visual, yaitu gambar dan suara yang hidup. Melalui gambar dan suara, film mampu bercerita banyak dalam waktu singkat. Ketika menonton film penonton seakan-akan dapat menembus ruang dan waktu yang dapat menceritakan kehidupan dan bahkan dapat mempengaruhi audiens serta menimbulkan kritik terhadap film tersebut baik negatif maupun positif.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), film dapat di artikan dalam dua pengertian. Pertama, film merupakan selaput tipis berbahan seluloid yang digunakan untuk menyimpan gambar negatif (yang akan di buat potret), atau untuk tempat gambar positif (yang akan dimainkan dalam bioskop) . Kedua, film diartikan sebagai lakon atau gambar hidup.

Pada dasarnya film merupakan alat audio visual yang menarik perhatian orang banyak, karena dalam film itu selain memuat adegan yang terasa hidup juga adanya sejumlah kombinasi antara suara, tata warna, kostum, dan

panorama yang indah. Film memiliki daya pikat yang dapat memuaskan penonton.

Menurut Alex shobur (2003:126), film merupakan bayangan yang dingkat dari kenyataan hidup yang dialami dalam kehidupan sehari-hari yang menyebabkan selalu ada kecenderungan untuk mencari relevansi antara film dengan realitas kehidupan. Menurut Onong uchana effendy (2004:58), film merupakan media bukan saja sebagai tetapi juga sebagai penerangan dan pendidikan. Parah ahli bahasa merumuskan film sebagai “gambaran hidup” (artinya, gambar yang dihidupi atau kehidupan yang di layarkan dalam gambar-gambar/citra-citra).

2.1.3.1 Sejarah Film

Sejarah perfilman tidak bisa lepas dari sejarah fotografi. Sejarah fotografi tidak bisa lepas dari peralatan pendukungnya, seperti kamera. Kamera pertama di dunia ditemukan oleh seorang ilmuwan muslim, bernama Ibnu haitham. Fisikawan ini pertama kali menemukan kamera *Obscura* dengan dasar kajian ilmu optik menggunakan bantuan energi cahaya matahari. Menegembangkan ide sederhana tersebut, mulai di temukan kamera-kamera yang lebih praktis, bahkan inovasinya sangat berkembang pesat sehingga kamera mulai bisa digunakan untuk merkam gambar gerak. Ide dasar sebuah film seendiri, terfikir secara tidak sengaja.

Menurut sejarah perfilman di indonesia, film pertama di negeri ini berjudul “Lely Van Java” yang di produksi di bandung pada tahun 1926 oleh David, kemudian di susul oleh “Eulis Atjih” produksi *Krueger Corporation* pada tahun 1927/1928. Dan pada sampai

dengan tahun 1930 masyarakat pada saat itu telah di hidangi film-film berikutnya yaitu, “ Lutung kasarung”, “Si Conat”, dan “Pareh”. Hingga pada tahun itu film yang disajikan masih merupakan film bisu, dan yang mengusahakannya adalah orang-orang belanda dan cina.

Film bicara pertama berjudul ”Terang Bulan” yang di bintanginya Roekiah dan R. Mochtar berdasarkan naskah seorang penulis indonesia saerun.

Di penghujung tahun 1941 Perang Asia Timur Raya pecah. Dunia film pun berubah wajah. Perusahaan-perusahaan film, seperti Wong Brothers, South Pacific, dan Multi Film di ambil alih oleh jepang, ketika pemerintah Belanda sebagai penguasa di Indonesia menyerah kalah kepada balatentara Jepang.

NV Multi Film di ambil alih oleh pemerintah Nippon dan diganti namanya menjadi “Nippon Eiga sha” di bawah pengawasan sendenbu, yakni barisan Propaganda balatentara jepang. Sudah tentu yang menjadi kepalanya orang Jepang, tetapi wakilnya adalah R.M. Soetarto, seorang Indonesia yang memang banyak pengalaman sebelumnya.

Pada tanggal 17 Agustus 1945 bangsa indonesia memproklamasikan kemerdekaannya. Maka dunia perfilman pun ikut berubah. Nippon Eiga Sha diserahkan secara resmi pada tanggal 6 Oktober 1945 kepada Pemerintah Republik Indonesia yang dalam serah terimanya dilakukan oleh Ishimoto dari pihak pemerintah militer jepang kepada R.M. Soetarto yang mewakili pemerintah Republik

Indonesia. Sejak tanggal 6 Oktober 1945 itu lahirlah Berita film Indonesia atau B.F.I.

Pada revolusi terjadi, B.F.I., terpaksa memindahkan kegiatannya ke Surakarta dan berjalan dengan baik, meskipun segalanya serba sederhana. Ketika pemerintah RI meninggalkan Jakarta dan berpusat di Yogyakarta, maka gedung, studio, dan laboratorium BF3 diduduki tentara Nica. Sejak saat itu prasarana tersebut dipergunakan oleh Regeerings Film Bedrif untuk juga membuat film dokumenter, film berita dan film cerita, bersama-sama dengan South Pacific Film Co.

Pada tahun 1950, setelah kedaulatan diserahkan oleh pemerintah Belanda kepada Pemerintah Republik Indonesia serikat (RIS) yang kemudian diberi nama Perusahaan Pilem Negara (PPN) dalam lingkungan Kementerian Penerangan pada waktu itu.

Denga menginjak dekade lima puluhan ,dunia film di Indonesia memasuki alam yang cerah. Tampaklah kegiatan yang dilakukan para sineas film nasional dalam bentuk perusahaan-perusahaan film. Dengan di pelopori “Sticoting Hiburan Mataram” yang sudah berdiri sejak zaman revolusi, mulai dekade itu diikuti oleh Perusahaan Film Nasioanal (Perfini) di bawah pimpinan Usamar ismail dan Persatuan Artis Republik Indonesia (Persari) yang di pimpin oleh Djamaludin Malik, dan diikuti pula oleh Surya Film Tranding, Java Industial Film, Bintang Surabaya, Tan & Wong Brothers Film Corp, Golden Arrow, Ksatria Dharma Film dan Benteng Film.

2.1.3.2 Jenis-Jenis Film

Dalam buku Onong Uchjana Effendy film mempunyai jenis diantaranya sebagai berikut:

1. Film Cerita

Film cerita adalah film yang menyajikan kepada publik sebuah cerita. Sebagai cerita harus mengandung unsur-unsur yang dapat menyentuh rasa manusia (Effendy, 2003:211-216). Film jenis ini distribusikan sebagai barang dagangan dan di peruntukkan semua publik di mana saja.

2. Film Berita

Film berita adalah film mengenai fakta, peristiwa yang benar-benar terjadi. Karena sifatnya berita, maka film yang di sajikan kepada publik harus mengandung nilai berita (*newsvalue*). Film berita sudah tua usianya, lebih tua dari film cerita. Bahkan film cerita yang pertama-tama dipertunjukkan kepada publik kebanyakan berdasarkan film cerita. Imitasi film berita itu semakin lama semakin penting. Oleh karena itu, film berita kemudian berkembang menjadi film cerita yang kini mencapai kesempurnaannya.

3. Film Dokumenter

Film dokumenter yaitu sebuah film yang menggambarkan kejadian nyata, kehidupan dari seseorang, suatu periode dalam kurun sejarah atau sebuah rekaman dari suatu cara hidup makhluk berbentuk rangkuman perekaman fotografi berdasarkan kejadian nyata dan akurat. Titik berat dari film dokumenter adalah fakta atau peristiwa yang terjadi. Bedanya dengan film berita adalah

bahwa film berita harus mengenai sesuatu yang mempunyai nilai berita untuk dihadirkan kepada penonton apa adanya dan dalam waktu yang sesingkat singkatnya. Film berita sering dibuat dalam waktu yang tergesa-gesa. Sedangkan untuk membuat film dokumenter dapat dilakukan dengan pemikiran dan perencanaan yang matang.

4. Film Kartun

Kartun adalah film yang menghidupkan gambar-gambar yang telah dilukiskan. Titik berat pembuatan film kartun adalah seni lukis. Rangkaian lukisan setiap detiknya diputar dalam proyektor film, maka lukisan-lukisan itu menjadi hidup. Film kartun pertama kali diperkenalkan oleh Emile Cohl dari Prancis pada tahun 1908. Sedangkan sekarang pemutaran film kartun banyak didominasi oleh tokoh-tokoh buatan seniman Amerika Serikat *Walt Disney*, baik kisah-kisah singkat *Mickey Mouse* dan *Donald Duck* maupun *feature* panjang diantaranya *Snow White*.

Beberapa jenis film di atas, merupakan perkembangan yang luar biasa dalam seni drama yang memasuki dunia perfilman yang semakin mengalami kemajuan. Film yang sarat dengan simbol-simbol, tanda-tanda, atau ikon-ikon akan cenderung menjadi film yang penuh tafsir. Film memiliki kemajuan secara teknis juga mekanis, ada jiwa dan nuansa didalamnya yang dihidupkan oleh cerita dan skenario yang memikat.

2.1.3.3 Genre Film

Seni, estetika, dan makna merupakan tolak ukur pembuatan film contohnya di Indonesia seperti film Uang Panai yang diproduksi oleh yang berkisah mengenai budaya Bugis-Makassar.

Trianton (2013:30) mengemukakan bahwa pada dasarnya genre film terbagi menjadi beberapa jenis, tergantung karakter dan isi yang ditampilkan dalam film. Berdasarkan genre film itu sendiri terdapat beragam genre film yang biasa dikenal masyarakat selama ini, diantaranya:

a. Genre Aksi/*Action*

Film dengan genre *action* biasanya dikaitkan dengan adegan perkelahian, kebut-kebutan dan tembak menembak. Film ini secara sederhana disebut sebagai film action yang berisi pertarungan fisik antara tokoh protagonist dan antagonis.

b. Genre Drama

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

c. Genre Komedi

Film dengan genre komedi selalu menawarkan sesuatu yang membuat penontonnya tersenyum bahkan tertawa. Biasanya adegan dalam film komedi merupakan sindiran dari suatu kejadian atau fenomena yang sedang terjadi. Film komedi berbeda dengan tayangan program komedi atau lawakan. Lawakan biasanya

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

d. Genre Horor

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

e. Genre Dokudrama

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

f. Genre Fiksi Ilmiah

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

2.1.3.4 Unsur-Unsur Pembentuk Film

Film, secara umum dapat dibagi atas dua unsur pembentuk (Himawan, 2009: 1-2), yakni unsur naratif dan unsur sinematik, dua unsur tersebut saling berinteraksi dan berkesinambungan satu sama lain:

1. Unsur naratif

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

2. Unsur sinematik

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

(a) *mise and scene* yang memiliki empat elemen pokok: *setting* atau latar, tata cahaya, kostum, dan *make up*

b) sinematografi

(c) *editing*, yaitu transisi sebuah gambar (*shot*) kegambar lainnya,

(d) suara, yaitu segala hal dalam film yang mampu kita tangkap melalui indera pendengaran.

2.1.3 Semiotika

Semiotika sebagai suatu dari ilmu pengetahuan sosial memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki unit dasar yang disebut dengan 'tanda'. Istilah semiotika berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti

tanda. Semiotika dapat diidentifikasi sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda (Wibowo 2011:5). L.E. Sarbaugh dalam Nawiroh (2014:1) mendefinisikan komunikasi merupakan proses penggunaan tanda-tanda dan simbol-simbol yang mendatangkan makna bagi orang atau orang-orang lain.

Awal mulanya konsep semiotik diperkenalkan oleh Ferdinand de Saussure melalui dikotomi sistem tanda: *signified* dan *signifier* atau *signifie* dan *signifiant* yang bersifat atomistik. Konsep ini melihat bahwa makna muncul ketika ada hubungan yang bersifat asosiasi atau in absentia antara „yang ditandai“ (*signified*) dan „yang menandai“ (*signifier*). Tanda adalah kesatuan dari suatu bentuk penanda (*signifier*) dengan sebuah ide atau petanda (*signified*). Dengan kata lain, penanda adalah “bunyi yang bermakna” atau “coretan yang bermakna”. Jadi, penanda adalah aspek material dari bahasa yaitu apa yang dikatakan atau didengar dan apa yang ditulis atau dibaca. Petanda adalah gambaran mental, pikiran, atau konsep. Jadi, petanda adalah aspek mental dari bahasa

Ada dua pendekatan penting atas tanda-tanda. Pertama pendekatan yang didasarkan pada pandangan saussure yang mengatakan bahwa tanda-tanda disusun oleh dua elemen, yaitu aspek citra tentang bunyi (semacam kata atau representasi visual) dan suatu konsep tentang citra-bunyi itu disandarkan.

TANDA	
Penanda	Petanda
Citra-Bunyi	Konsep

Tabel 2.1.3.1 Pendekatan Tanda Saussure

Bagi saussure, hubungan antara *penanda* dan *petanda* bersifat arbitrer (bebas), baik secara kebetulan maupun ditetapkan. Pendekatan kedua yang penting untuk memahami tanda-tanda, yakni sesuatu sistem analisis tanda yang dikembangkan oleh filsuf Charles Sanders Peirce (1839-1914), pemikiran Amerika yang cerdas dan pemikiran tak dapat disepeleahkan.

Selain Ferdinand De Saussure, tokoh semiotika lain yang memiliki peranan penting sebagai peletak dasar semiotika lainnya yakni Peirce Charles S Peirce. Teori dari Peirce seringkali disebut dengan *grand theory* dalam semiotika hal ini disebabkan karena gagasan Peirce bersifat menyeluruh, deskriptif struktural dari semua sistem penandaan. Peirce ingin mengidentifikasi pertikel dasar dari tanda dan menggabungkan kembali semua komponen dalam struktur tunggal. Sebuah tanda atau *representament* menurut Charles S Peirce adalah sesuatu yang bagi seseorang mewakili sesuatu yang lain dalam beberapa hal atau kapasitas. Sesuatu yang lain itu oleh Peirce disebut *interpretant*, dinamakan sebagai *interpretant* dari tanda yang pertama, pada gilirannya akan mengacu pada Objek tertentu. Dengan demikian menurut Peirce, sebuah tanda atau *representament* memiliki relasi 'triadik' langsung dengan *interpretant* dan objeknya. Apa yang dimaksud dengan proses 'semiosis' merupakan suatu proses yang memadukan entitas (berupa *representament*) dengan entitas lain yang disebut sebagai objek. Proses ini oleh Peirce disebut sebagai signifikasi. Peirce melakukan upaya klasifikasi terhadap tandadan membedakan tipe-tipe tanda menjadi: Ikon (*icon*), Indeks (*index*), dan Simbol (*symbol*) yang didasarkan atas relasi di antara *representament* dan objeknya. Ikon adalah tanda yang mengandung kemiripan 'rupa' sehingga tanda itu mudah dikenali oleh para pemakainya, Indeks adalah tanda yang memiliki keterkaitan fenomenal atau eksistensial di antara *representament* dan objeknya, Simbol merupakan jenis tanda yang bersifat

abriter dan konvensional sesuai kesepakatan atau konvensi sejumlah orang atau masyarakat. Tanda-tanda kebahasaan pada umumnya adalah simbol-simbol

Semiotika sering diartikan sebagai ilmu signifikasi, dipelopori oleh dua orang ahli yaitu Charles Sanders Peirce (1839-1914) seorang filosof pramatis Amerika, dan Ferdinand De Saussure (1857-1913) seorang ahli linguistik Swiss. Latar belakang keilmuan Peirce adalah filsafat sedangkan Saussure adalah linguistik. Bagi Peirce yang ahli filsafat dan logika, penalaran manusia senantiasa dilakukan lewat tanda. Artinya manusia hanya dapat bernalar lewat tanda. Dalam pikirannya, logika sama dengan semiotika dan semiotika dapat ditetapkan pada segala macam tanda. Saussure menyebut ilmu yang dikembangkannya semiologi. Semiologi menurut Saussure, didasarkan pada anggapan bahwa selama perbuatan dan tingkah laku manusia membawa makna atau selama berfungsi sebagai tanda, harus ada dibelakangnya sistem perbedaan dan konvensi yang memungkinkan makna itu. Dimana ada tanda disitu ada sistem (Nawiroh, 2014:3)

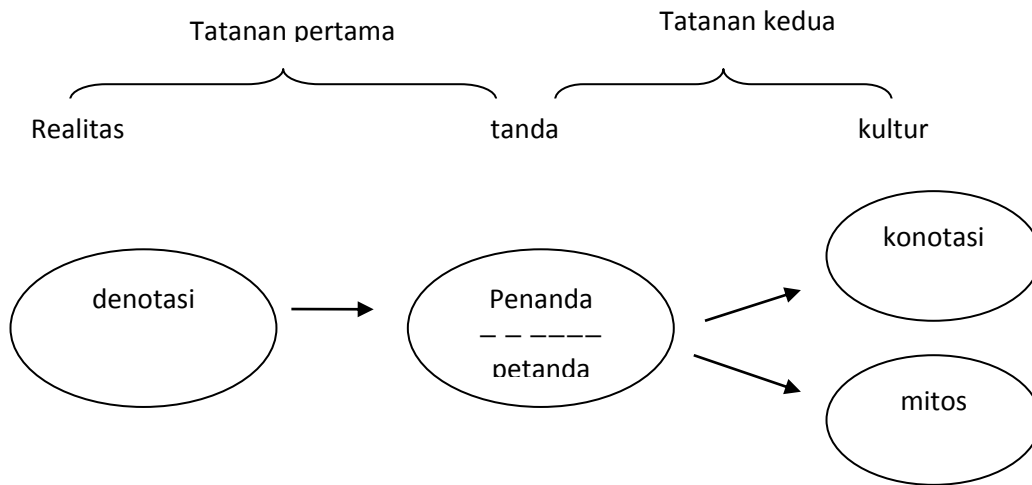
2.1.3.1 Semiotika Roland Barthes

Menilik sejarah semiotika, tradisi semiotika berkembang dari dua tokoh utama yaitu Charles Sanders Pierce yang mewakili tradisi Amerika dan Ferdinand de Saussure yang mewakili tradisi Eropa. Keduanya tidak pernah bertemu sama sekali, sehingga kendli keduanya sering disebut mempunyai kemiripan gagasan, penerapan konsep-konsep dari masing-masing keduanya, nama seringkali mereka mempunyai perbedaan. Barangkali keduanya berangkat dari disiplin yang berbeda, peirce adalah seorang guru besar filsafat dan logika, sementara Saussure adalah seorang ahli linguistik.

Roland Barthes adalah penerus pemikiran Saussure. Saussure tertarik pada cara kompleks pembentukan kalimat dan cara bentuk-bentuk kalimat menentukan makna, tetapi kurang tertarik pada kenyataan bahwa kalimat yang sama bisa saja menyampaikan makna yang berbeda pada orang yang berbeda situasinya. Menurut Barthes, semiologi hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (humanity) memaknai hal-hal (things). Memaknai, dalam ini tidak dapat disamakan dengan mengkomunikasikan. Memaknai berarti bahwa objek-objek membawa informasi, dalam hal ini objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda. Barthes, dengan demikian melihat signifikasi tak terbatas pada bahasa, tetapi pada hal-hal diluar bahasa. Barthes menganggap kehidupan sosial sebagai sebuah signifikasi. Dengan kata lain, kehidupan sosial, apapun bentuknya, merupakan suatu tanda tersendiri (Kurniawan, 2001:53)

Dalam terminologi Barthes , jenis budaya populer apapun dapat diurai kodenya dengan membaca tanda-tanda dalam teks. Tanda-tanda tersebut adalah hak otonom pembacanya atau penontonnya, saat sebuah karya selesai di buat, makna yang dikandung karya itu bukan lagi miliknya, melainkan milik pembaca atau penontonya untuk menginterpretasikan. (Irwansyah, 2009:42)

Representasi menurut Barthes menunjukkan bahwa pembentuk makna mencangkup sistem tanda menyeluruh yang mendaur ulang berbagai makna yang tertanam dalam-dalam di budaya Barat misalnya, dan menyelewengkannya ke tujuan-tujuan komersil. Hal ini kemudian disebut sebagai struktur. (Danesi,2010:28). Bagi Roland Barthes, faktor peting dalam denotasi adalah penanda dalam tatanan pertama. Penanda tatanan pertama merupakan tanda denotasi. Gagasan Roland Barthes ini dikenal dengan “ *Two Order Of Signification*” (signifikasi dua tahap) yang digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1.3.1.1 Model Dua Tahap Signifikasi Roland Barthes

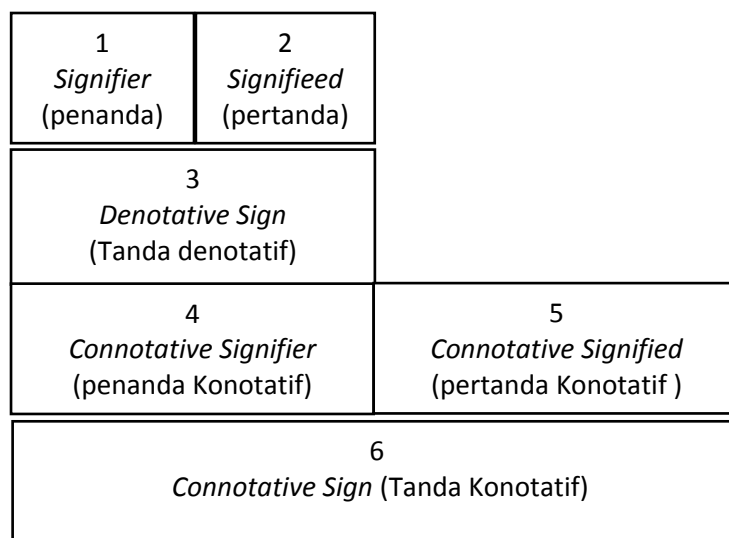
Barthes juga melihat aspek lain dari penandaan yaitu “mitos” yang menandai suatu masyarakat. “Mitos” menurut Barthes terletak pada tingkat kedua penandaan, jadi setelah terbentuk sistem sign-signifier-signified, tanda tersebut akan menjadi penanda baru yang kemudian memiliki petanda kedua dan membentuk tanda baru. Konstruksi penandaan pertama adalah bahasa, sedang knstruksi penandaan kedua merupakan mitos. Konstruksi penandaan tingkat kedua ini dipahami Barthes sebagai metabahasa (*metalanguage*).

Mitos disini tidak dipahami sebagai pengertian biasa, tetapi dipahami sebagai proses pemaknaan itu sendiri. Dalam signifikasi tahap kedua ini mitos dipandang sebagai bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Mitos merupakan produk kelas sosial yang sudah mempunyai suatu dominasi. Mitos menurut Barthes adalah sebuah sistem komunikasi yang demikian dia adalah pesan. Mitos kemudian tak dapat menjadi sebuah objek, sebuah konsep atau ide, karena mitos adalah sebuah mode penandaan yakni sebuah bentuk. Mitos sebagai sebuah bentuk tidak dibatasi objek pesannya, tetapi dengan cara apa mitos menuturkan pesan itu. Kita bisa menemukan ideologi dalam teks dengan jalan

meneliti konotasi-konotasi yang terdapat didalamnya salah satu cara adalah dengan mencari mitologi dalam teks-teks semacam itu. Ideologi adalah sesuatu abstrak. Mitologi (kesatuan mitos-mitos yang koheren) menyajikan inkarsi makna-makna yang tersembunyi wadah dalam ideologi harus dapat diceritakan.

Jadi, ketika suatu tanda yang memiliki makna konotasi kemudian berkembang menjadi makna denotasi, maka makna denotasi tersebut akan menjadi mitos. Misalnya: Pohon beringin yang rindang dan lebat menimbulkan konotasi “keramat” karena dianggap sebagai hunian para makhluk halus. Konotasi “keramat” ini kemudian berkembang menjadi asumsi umum yang melekat pada simbol pohon beringin, sehingga pohon beringin yang keramat bukan lagi menjadi sebuah konotasi tapi berubah menjadi denotasi pada pemaknaan tingkat kedua. Pada tahap ini, “pohon beringin yang keramat” akhirnya dianggap sebagai sebuah Mitos.

Menurut Barthes penanda (signifier) adalah teks, sedangkan petanda (signified) merupakan konteks tanda (sign)



Tabel 2.1.3.1.2. Peta Tanda Roland Barthes

Roland Barthes (1915-1980) menggunakan teori *signifiant-signifié* dan muncul dengan teori mengenai konotasi. Perbedaan pokoknya adalah Barthes menekankan teorinya pada mitos dan pada masyarakat budaya tertentu (bukan individual). Barthes mengemukakan bahwa semua hal yang dianggap wajar di dalam suatu masyarakat adalah hasil dari proses konotasi. Perbedaan lainnya adalah pada penekanan konteks pada penandaan. Barthes menggunakan istilah *expression* (bentuk, ekspresi, untuk signifiant) dan *contenu* (isi, untuk signifié). Secara teoritis bahasa sebagai sistem memang statis, misalnya *meja hijau* memang berarti meja yang berwarna hijau. Ini disebutnya bahasa sebagai *first order*. Namun bahasa sebagai *second order* mengizinkan kata *meja hijau* mengemban makna “persidangan”. Lapis kedua ini yang disebut konotasi.

Pada tataran permukaan, yang nampak pada film hanyalah penggalan-penggalan gambar yang diambil dari objek yang direkam untuk kemudian dipertontonkan kepada orang lain. Namun, tak sekedar itu, kini dikembangkan adanya rekayasa film untuk merekam kenyataan menjadi suatu kesatuan yang menggambarkan realitasnya tersendiri. Banyaknya gambar yang terekam dengan cepat dirasakan menemukan maknanya sendiri sehingga tak heran kemudian film bisa dipilah-pilah sesuai dengan runtutan gambar yang nampak di mata penonton.

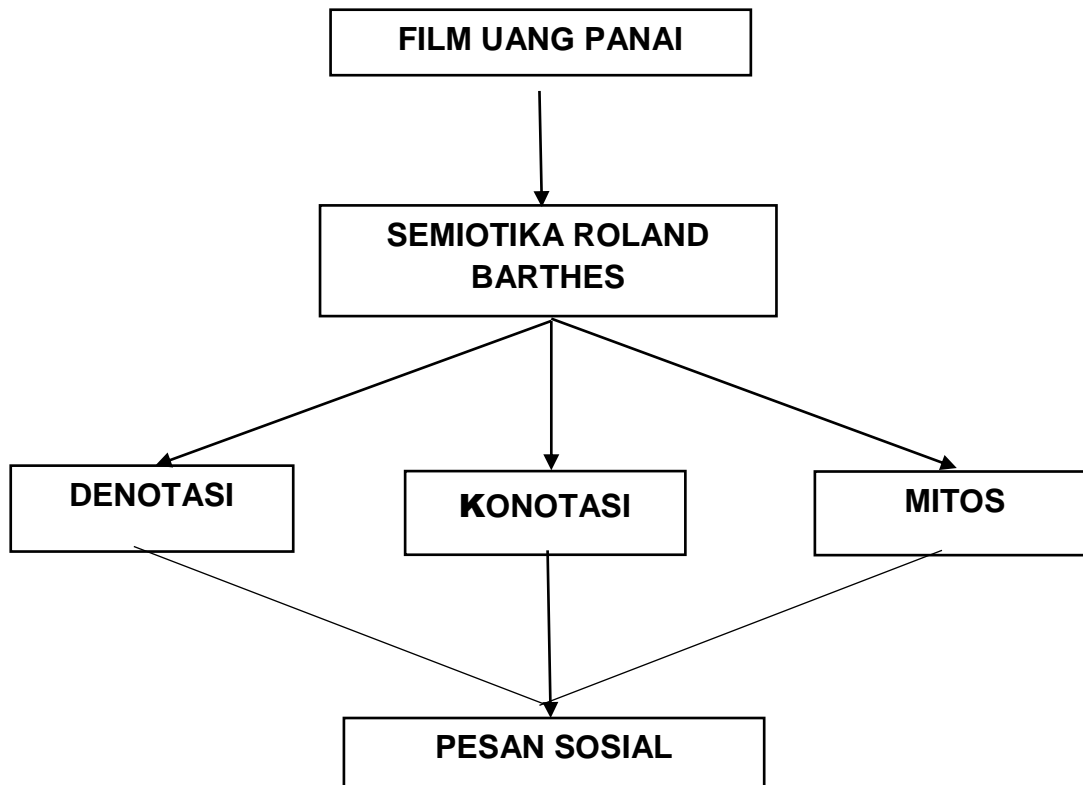
2.2. Tinjauan Empirik

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian/ Universitas	Tahun Penelitian	Perbedaan penelitian	Persamaan Penelitian
1.	Denny Pratama Putra	Makna Pesan Sosial Dalam Film <i>Freedom Writers</i> (Analisis Semiotika) / Universitas Hasanuddin	2014	Perbedaan dengan pebeliti terdahulu yaitu, lebih memfokuskan pada makna pesan sosial , sedangkan peneliti menganalisis pesan sosial dalam film uang panai.	Persamaan ppenelitian terdahulu yaitu sama-sama meggunakan analisis semiotika Roland Barthes untuk menegetahui makna pesan sosial dalam film
2.	Andi Addenan Enteng A.B	Analisis Semiotika Terhadap Film Sepatu Baru /Universitas Fajar Makassar	2016	Perbedaan dengan penelitian terdahulu lebih memfokuskan pada mitos yang ada dalam film sedangkan peneliti memfokuskan pada pesan sosial dalam film uang panai.	Persamaan penelitian dengan peneliti terdahulu yaitu sama-sama meggunakan analisis semiotika Roland Barthes untuk menegetahui makna pesan sosial dalam film
3.	Ishmatun Nisa	Analisis Semiotika Pesan Moral Dalam Film Jokowi / Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah	2014	Penelitian terdahulu meneliti pesan moral dalam film sedangkan peneliti memfokuskan pada pesan sosial yang ada dalam film uang panai.	Persamaan penelitian dengan peneliti terdahulu yaitu sama-sama meggunakan analisis semiotika untuk menegetahui pesan moral dalam Film

4.	Sukasih Nur	Analisis Wacana Pesan Moral Dalam Film Naga Bonar Karya Asrul Sani / Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah	2008	Peneliti terdahulu menganalisis wacana pesan moral dari perspektif analisis Teks, konteks sosial, dan Kognisi sosial sedangkan peneliti menganalisis pesan sosial dalam film uang panai.	Persamaan penelitian dengan peneliti terdahulu yaitu sama-sama menganalisis suatau film untuk mengetahui pesan yang di sampaikan film tersebut
5.	Khaitun Nisa Abdillah	Pesan Moral Islami dalam Film Tanda tanya (Analisis Semiotika Roland Baethes) / Universitas Islam Negeri Syarf Hidayatullah	2014	Sama-sama menggunakan Analisis Roland Barthes untuk mengetahui pesan yang di teliti dalam film.	Persamaan penelitian dengan peneliti terdahulu yaitu sama-sama meggunakan analisis semiotika Roland Barthes untuk menegetahui makna pesan sosial dalam film

2.3. Kerangka Pemikiran

Disini peneliti membuat kerangka penelitian yang berjudul “Pesan Sosial Pada Film Uang Panai(Analisis Semiotika Roland Barthes)” yang menjadikannya fokus penelitian dan juga menggunakan teori semiotika Roland Barthes.



Gambar 2.3.1. Kerangka Pemikiran

2.3.1 Defenisi dan Istilah/Glosarium

Untuk membantu menyamakan persepsi terhadap konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan batasan pemahaman sebagai berikut:

- a. Film Uang Panai adalah film yang berceritakan uang mahar sebelum menikah dari suku Bugis Makassar atau bisa disebut dengan Uang

Panai yang mengisahkan pemuda yang memperjuangkan cintanya dengan penuh keikhlasan kepada wanita pujaannya . Sayangnya aturan adat istiadat suku Bugis Makassar, mengharuskan pemuda tersebut membayar uang panai sebesar Rp. 100 juta saat ingin melamar pacarnya tersebut.

- b. Analisis Semiotika adalah suatu ilmu atau metode yang digunakan untuk mengenali atau memaknai tanda-tanda atau simbol-simbol yang direpresentasikan dalam film Uang Panai yang berupa gambar dan dialog.
- c. Denotasi dalam film adalah proses menguraikan dan memahami makna yang akan disampaikan oleh sesuatu yang tampak secara nyata yang biasa dikenal sebagai tanda.
- d. Konotasi dalam film adalah proses pemaknaan yang coba disampaikan oleh suatu yang tidak tampak secara nyata
- e. Mitos dalam film adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam.
- f. Pesan adalah inti dari setiap proses komunikasi. Suatu komunikasi yang terjalin antara komunikator ke komunikan bertujuan adalah menyampaikan pesan. Sosial adalah sebagai salah satu bentuk kemasyarakatan yang merupakan sebuah konsep abstrak dalam diri insan manusia terkait apa yang di anggap baik dan tidak baik. **Pesan Sosial** adalah sebuah nilai akan perwujudan dari konsep nilai baik dan tidak baik yang bersifat tersirat. Dalam hal ini kaitannya pada gambar dan dialog dari film yang akan di teliti, yakni Film Uang Panai.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian yang digunakan menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu penelitian dengan paradigma interpretatif. Menurut Pada penelitian ini memfokuskan pada semiotika, yaitu sebagai sebuah ilmu yang mengkaji tanda-tanda yang ada didalam suatu objek di dalam suatu kelompok masyarakat. Dari sini nantinya peneliti haruslah mengkaitkan simbol dan definisi subyek yng terdapat dalam film yang akan diteliti yaitu film Uang Panai.

3.2 Kehadiran peneliti

Dalam penelitian ini, penulis menjadi instrumen kunci yang berperan aktif mulain dari pengumpulan, pemilihan hingga analisis data. Tidak seperti penelitian kuantitatif yang menggunakan rumus-rumus statistik, penelitian kualitatif mengharuskan penulis untuk terjun langsung ke lapangan mencari data. Penulis berperan besar dalam seluruh proses penelitian, mulai dari memilih topik, mendekati topik tersebut, mengumpulkan data, sehingga menganalisis dan menginterpretasikannya. (Imam Gunawan, 2014).

3.3 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Makassar dengan kegiatan pengumpulan data terhitung sejak Mei hingga Juni 2017. Oleh karena objek adalah sebuah film maka penelitian ini dapat dilakukan dimana saja melalui media laptop dengan menonton tayangan film tersebut secara berulang-ulang hingga mendapatkan hasil penelitian yang detail.

3.4 Sumber Data

Dalam penelitian ini data-data yang dikumpulkan melalui observasi, yaitu mengamati langsung data-data yang sesuai dengan pertanyaan penelitian.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian, antara lain:

- a) Data primer, yakni data yang diperoleh langsung dari objek penelitian, yaitu berupa dokumen elektronik, file film Uang Panai.
- b) Data sekunder, berupa dokumen tertulis, yaitu melalui sumber lain seperti buku, majalah, situs yang berhubungan dengan penelitian
- c) Teknik semiotika analisis Roland Barthes (Denotasi, Konotasi, Mitos)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan penulis dalam penelitian ini adalah dengan melakukan teknik pengambilan data melalui observasi terhadap tayangan Film "Uang Panai". Objek penelitian adalah film "Uang Panai". Adapun data yang dikumpulkan adalah potongan gambar (*screen shoot*) atau visual yang terdapat dalam film tersebut yang berkaitan dengan rumusan masalah dalam penelitian. Observasi yang dilakukan penulis dengan mengikuti dan mengamati seluruh tayangan dari Film "Uang Panai"

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dimengerti. Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis kualitatif, yaitu analisis yang diperoleh melalui proses. Dalam penelitian ini penulis menggunakan sistem analisis yang dikembangkan oleh Roland Barthes yaitu sistem denotasi, konotasi dan mitos. Kata konotasi berasal dari bahasa latin "Connotare", menjadi tanda dan mengarah kepada makna-makna kultural yang terpisah atau berbeda dengan kata dari bentuk-bentuk komunikasi. Kata konotasi melibatkan simbol-simbol, historis dan hal-hal yang berhubungan dengan

emosional. Denotasi dan konotasi menguraikan hubungan antara signifier dan referennya. Denotasi menggunakan makna dari tanda sebagai definisi secara literal atau nyata. Konotasi mengarah pada kondisi sosial budaya dan emosional personal. Mitos adalah cerita yang digunakan suatu budaya untuk memahami aspek alam atau realitas. Mitos adalah sebuah mode penandaan yakni sebagai sebuah bentuk tidak dibatasi objek pesannya, tetapi dengan cara apa mitos menuturkan pesan itu.

3.7 Pengecekan Validitas Data

Menurut Rachmat Kriyantono, dalam bukunya “Teknik Praktis Riset Komunikasi (2006) penilaian kesahihan atau validitas penelitian kualitatif ada pada sejumlah hal sebagai berikut:

1. Kompetensi Subyek Riset

Artinya subjek riset sejak awal harus kredibel dan bisa di percaya. Caranya dengan menguji jawaban-jawaban pertanyaan berkaitan dengan pengalaman subjek.

2. *Trustworthines*

Yaitu menguji kebenaran dan kejujuran subjek dalam mengungkap realitas menurut apa adanya, apa yang dialami, dirasakan atau dibayangkan. *Trustworthines* ini mencakup dua hal yakni pertama soal autentikasi, yaitu bahwa periset memberi peluang subjek untuk bercerita panjang lebar secara apa adanya tentang apa yang dialaminya dalam konteks wawancara yang informal dan santai. Kedua menggunakan *triangulasi*, yaitu menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenaran dengan data empiris (sumber data lainnya) yang tersedia. Disini jawaban subjek di-*crosscheck* dengan sejumlah dokumen yan. Menurut Dwidjowinoto sebagaimana yang dikutip Kriyantono, ada beberapa macam triangulasi seperti: *Triangulasi Sumber* yakni dengan membandingkan

atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda misalnya membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara; *Triangulasi Waktu* yang berkaitan dengan perubahan suatu proses dan perilaku manusia, karena perilaku manusia dapat berubah setiap waktu, karena itu periset perlu mengadakan observasi tidak hanya satu kali; *Triangulasi Teori* yaitu triangulasi yang memanfaatkan dua atau lebih teori untuk diadu atau dipadu' *Triangulasi Periset* yakni menggunakan lebih dari satu periset dalam mengadakan wawancara atau analisis. Pengamatan dan wawancara dengan menggunakan dua periset atau lebih akan membuat dan menghasilkan data yang lebih absah; *Triangulasi Metode* yaitu usaha mengecek keabsahan data atau mengecek keabsahan temuan riset dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan hasil yang sama dan teruji.

3. Persetujuan Intersubektivitas

Semua pandangan, pendapat atau data dari suatu subjek didialogkan dengan pendapat, pandangan dan data dari subjek lainnya untuk menghasilkan titik temu antar data.

4. *Conscientization*

Atau kegiatan berteori dengan ukurannya yang bisa memberikan argument yang kuat dan mempunyai basis teoritis yang mendalam dan kritik harus tajam. Kegiatan berteori ini harus bisa memaparkan dua hal yaitu: *historical situatedness (ideographic)* yaitu menyesuaikan analisis dengan konteks sosial dan budaya serta konteks waktu dan historis yang spesifik sesuai kondisi dimana riset terjadi; atau *unit theory & praxis* yaitu dengan memadukan teori dengan contoh praktis.

3.8 Tahap-tahap Penelitian

Secara umum, ada sejumlah tahapan riset semiotika sebagaimana dijelaskan Kriyantono yang mengutip Christomy. Tahap itu adalah sebagai berikut:

1. Pertama-tama mencari topik yang menarik perhatian
2. Kemudian membuatlah pertanyaan riset yang menarik (mengapa, bagaimana, dimana dan apa)
3. Kemudian tentukan alasan-alasan argumentatif mengapa penelitian ini perlu dilakukan.
4. Tentukan metode pengolahan data sesuai model semiotika yang dipilih.
5. Membuat kesimpulan sesuai dengan tujuan penelitian.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Sinopsis Film “*Uang Panai*”



Cover Film *Uang Panai*

Anca (Ikram Noer) seorang pemuda Bugis Makassar, baru saja kembali dari perantauan. Tanpa sengaja dipertemukan kembali dengan mantan kekasihnya Risna (Nur Fadillah), setelah sekian lama mereka tidak saling berkabar. Benih-benih cinta akhirnya muncul kembali diantara mereka. Tidak ingin kehilangan Risna untuk kedua kalinya, Anca berniat mempersunting Risna.

Namun niat tulus Anca harus terbendung oleh syarat pernikahan secara adat. Anca harus menyediakan *Uang Panai'* dalam jumlah yang cukup fantastis di mata keluarga Anca. Perjuangan Anca pun dimulai. Dia dibantu kedua sahabatnya Tumming dan Abu, yang sering memberi ide kocak dan absurd.

Di tengah perjuangan Anca mengumpulkan *Uang Panai'*, hadir Farhan (Cahaya Ary Nagara), sahabat kecil Risna yang baru pulang dari luar negeri. Ayah Farhan yang sekaligus sahabat Ayah Risna berniat menjodohkan Farhan dan Risna sebagai bentuk terima kasih atau hutang budi di masa lalu. Anca tertekan. Dia memerlukan waktu yang lebih untuk mengumpulkan *Uang Panai'*. Harga dirinya sebagai putra Bugis Makassar dipertaruhkan. Risna dilema, khawatir Anca akan meninggalkannya seperti sebelumnya. Sementara keluarganya tidak ingin mengulur waktu lebih lama lagi

4.1.1 Profil Film “ *Uang Panai'* ”

Uang Panai' atau *Uang Panai'* = Maha(r)l atau Mahar adalah sebuah film Indonesia yang dibuat di Kota Makassar, Sulawesi Selatan yang dirilis pada tanggal 25 Agustus 2016. Film ini disutradarai oleh Asril Sani dan Halim Gani Safia. Film *Uang Panai'* ini berhasil memenangkan film produksi Daerah terlaris di Indonesia dalam Box Office Movie Award 2017 (IBOMA) yang diselenggarakan di Jakarta. Meskipun diproduksi jauh dari ibukota negara, nyatanya film *Uang Panai'* juga berhasil menyedot perhatian pecinta film tanah air. Terbukti selama penayangan, film garapan Makkita *Production* yang bekerja sama 786 *Production* tersebut tercatat berhasil ditonton oleh 562.000 pasang mata.

IBOMA adalah sebuah ajang penghargaan yang diberikan oleh Surya Citra Media (SCM) dengan gagasan dari Elang Mahkota Teknoogi (EMTEK)

sebagai ajang tahunan bergengsi bagi para insan perfilman Indonesia yang diselenggarakan oleh stasiun televisi SCTV sejak tahun 2016. Pada 30 Juni 2017 film *Uang Panai'* di tayang di stasiun Tv SCTV pada pukul 12.30 WIB.

4.1.2 Profil Pemain Film *Uang Panai'*

➤ Tokoh Utama Pria : Ikram Noer

Ikram Noer terlahir dengan nama lengkap Muhammad Zoel Ikram Noer di Makassar, 16 Januari 1993 dan memulai karirnya pada umur 24 tahun. Ia bermain dalam film *Uang Panai'* pada tahun 2016 dan *Silariang* : menggapai Keabadian Cinta 2017. Ia juga beberapa kali terlibat dalam pembuatan film indie.

Sebagai pemeran utama di film *Uang Panai'*, Ikram Noer berperan sebagai pemuda bernama Anca yang memiliki karakter gigih dan pantang menyerah. Ia pemuda yang bekerja keras mengumpulkan uang hasil kerja kerasnya agar dapat segera mempersunting kekasihnya.

➤ Tokoh Utama Wanita : Nur Fadiila

Wanita kelahiran 10 Agustus 1996 ini memulai karirnya di dunia perfilman pada umur 21 tahun. Wanita yang kerap di sapa Dillah ini mencoba menapaki karir di dunia perfilman untuk pertama kalinya pada tahun 2016 dalam film *Uang Panai'*. Sebelumnya ia lebih aktif di dunia tarik suara dan *modelling*.

Sebagai pemeran utama wanita dalam film *Uang Panai'*, Dillah berperan sebagai kekasih anca bernama Risna. Karakternya di dalam film tersebut adalah seorang yang penyabar dan selalu mendukung dan membantu Anca.

➤ **Tumming dan Abu**

Tumming dan Abu dikenal khalayak di kota Makassar pada tahun 2015 setelah video-video gokil dan gilanya mereka *upload* di akun Instagram. Tumming dan Abu memulai karir pertama kali di dunia perfilman pada tahun 2016 dalam film *Uang Pana'i*.

Dalam film *Uang Pana'i* mereka berperan sebagai sahabat Anca yang gokil dan setia kawan. Mereka membantu Anca untuk mengumpulkan *Uang Pana'i* agar sahabatnya Anca bisa menikahi pujaan hatinya yaitu Risna dengan uang mahar yang telah disepakati kedua pihak keluarga.

➤ **Beberapa Pemeran Lainnya**

Farhan	Cahya Arynagara
Mita	Aulia Qalbi
Ayah Anca	Awaluddin Tahir
Ayah Risna	Amir Desar
Ibu Anca	Hj. A. Naufah A. Patadjangi
Ibu Risna	Rugaiya Ibrahim
Hasna	Arlita

4.1.3 Tim Produksi Film “*Uang Panai*”

Executive Producer

Sunarti Sain

Arafat Usman

Producer

Amril Nuryan

Andi Syahwal Mattuju

Director

Asril Sani

Halim Gani Safia

Associate Producer

Ashari Ramadhan

Andi Ashari Arraniri

DOP

Ihdar Nur

Arafat Usman

Ass. Director

Desrindah Sari

Tri Wahyuni Dajaya

Screenplay

Amril Nuryan

Halim Gani Safia

Production Assistant

Abdul Qahar Al Asri

Cameraman

Andi Muhammad Adhar

Taufik Halim

Abdul Rahman

Accounting Manager

Sucita Indah

Location Manager

Fadhlor Rohman

Marketing/ Publisher

Wachyudi Muchsi

Wintriwinarta

Faqih Faturrachan

Tallent Director

Asril Sani

Ass. Talent Director

Latifah Nour Azizah

Sri Sumarni Sjahril

Music Director

Tengku Fami Redwan

Visual Effect & Montion Graphic

Ardiansyah Amda Ekoputra

Storyboard Artist

Muhammad Junaedi

Ihdar Nur

Editor

Ardiansyah Amda Ekoputra

Property

Andi Nasser Otto

Muhajir

Wardrobe

Affandy Arthur

Tri Wahyuni Djaya

Dzul Khurbaiatul Nur

Make-up Artist

Affandy Arthur

Equipment Supervisor

Fakih

Lighting

Arafat Usman

Budhi

Soundman

Fakih

Ardiansyah Amda Ekoputra

Hermansyah

Sound Mixer

Tengku Fami Redwan

Muh. Eka Prachandra

Pamel Chandra

Runner

Hermansyah

Muammar Abdullah

Behind The Scene

Abdul the scene

Clapper

Desrindah Sari

❑ **Script Countinnity**

Tri Wahyuni Djaya


❑ **Translator Bahasa Indonesia**

Alisha Savaira

Abdul Qahar Al Asri


4.2 Hasil Penelitian

Roland Barthes menyebut Denotasi adalah makna paling nyata dari sebuah tanda. Sedangkan konotasi adalah istilah yang digunakan oleh Roland Barthes untuk menunjukkan *signifikasi* tahap kedua. Pada *signifikasi* tahap kedua yang berhubungan dengan isi, tanda bekerja melalui mitos (*Mhyth*). Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Barthes mengemukakan bahwa semua hal yang dianggap wajar di dalam suatu masyarakat adalah hasil dari proses konotasi.

<p>Visual</p>	 <p>Walaikum salam, Anchal</p>
----------------------	---

<p>Visual</p>	 <p>Alhamdulillah, anak tercintaku, tergantungku sudah datang! Selamat datang di welcome!</p> <p>Gambar 4.2.1 Anca setiba di rumah</p>
<p>Makna Denotasi</p>	<p>Menunjukkan Anca mencium tangan kedua orang tuanya setiba dirumah.</p>
<p>Makna Konotasi</p>	<p>Mencium tangan orang tua merupakan tanda seorang anak menghargai orang tuanya.</p>
<p>Mitos</p>	<p>Dalam budaya Bugis Makassar atau di Sulawesi Selatan mencium tangan orang tua merupakan bentuk penghormatan.</p>
<p>Representasi Sosial</p>	<p>(Tanpa Dialog) Berdasarkan makna konotasi diatas, pesan sosial yang terlihat dari sikap Anca setiba di depan rumah mengucapkan salam dan mencium tangan kedua orang tuanya menandakan anak yang baik yang menghormati dan menghargai orang tuanya.</p>

<p>Visual</p>	 <p>Gambar 4.2.2 Saat makan tangan Abu ditepis oleh ibu Anca</p>
<p>Makna Denotasi</p>	<p>Tangan abu ditepis ibu Anca hendak mengambil lauk ikan dengan tangan.</p>
<p>Makna Konotasi</p>	<p>Mengambil makanan dengan tangan tidaklah sopan.</p>
<p>Mitos</p>	<p>Dalam budaya Bugis Makassar mengambil lauk dengan tangan merupakan sesuatu yang tidak baik saat bersama dengan orang tua.</p>
<p>Representasi Sosial</p>	<p>(Tanpa Dialog) Berdasarkan makna konotasi di atas yaitu, pesan sosial yang terkandung dalam gambar tersebut adalah saat ingin mengambil lauk janganlah menggunakan tangan karena tidak menghargai orang-orang yang akan memakannya nanti</p>

<p>Visual</p>	 <p>Gambar 4.2.3 Abu dan Tumming meminta sumbangan</p>
<p>Makna Denotasi</p>	<p>Terlihat Tumming dan Abu membantu meminta sumbangan untuk menambah uang panai Anca.</p>
<p>Makna Konotasi</p>	<p>Pertemanan akan berubah menjadi persahabatan saat kita selalu ada untuk sahabat dan membantu dalam keadaan suka dan duka.</p>
<p>Mitos</p>	<p>Sahabat adalah merupakan orang yang dipilih menjadi keluarga yang dipercaya.</p>
<p>Representasi Sosial</p>	<p>(Tanpa Dialog) Berdasarkan makna konotasi diatas, pesan sosial yang di tunjukkan oleh Tumming dan Abu sabagai sahabat yang selalu membantu Anca dalam perjuangannya mengumpulkan uang panai.</p>



Visual



Gambar 4.2.4 Anca memberitahukan Orang Tuanya bahwa ia Ingin Menikahi Risna

Makna Denotasi	Anca membahas dengan keluarganya bahwa ia ingin menikahi kekasihnya.
Makna Konotasi	Menikah bukanlah persoalan yang mudah, banyak yang harus di pertimbangkan karena hidup seseorang akan bergantung padanya nanti.
Mitos	Bagi masyarakat Sulawesi Selatan menikah bukan lagi menjadi masalah dua orang bertemu tetapi menikah melibatkan dua keluarga.
Representasi Sosial	Berdasarkan makna konotasi di atas, pesan sosial dapat kita lihat dari apa yang dikatakan Ibu dan Ayah Anca yaitu menikah bukan masalah yang gampang, karena menikah harus kuat mental jasmani dan rohani.

Visual	 <p>Jadi, kalau memang Nak Ancha mau datang dengan niat baik, masa Tante tidak ferimal Bagaimana Pak?</p>
	Gambar 4.2.5 Ketika Anca “ Ma’manu’-manu” ke rumah Risna

Makna Denotasi	Anca sedang mengutarakan niatnya untuk datang melamar Risna.
Makna Konotasi	Dengan kedatangan Anca ke rumah Risna, menyampaikan bahwa keseriusan hubungan anaknya dengan Anca yang datang melamar
Mitos	Dalam budaya Bugis Makassar bahwa laki-laki yang mendatangi perempuan dan seorang laki-laki yang mendatangi rumah perempuan menunjukkan keseriusan.
Representasi Sosial	<p>(Dialog) “Jadi, kalau Nak Ancha mau datang dengan niat baik, masa tante tidak terima”</p> <p>Berdasarkan makna konotasi di atas, pesan sosial yang dapat di lihat melalui sikap orang tua Risna yang merespon dengan baik rencana lamaran Anca. Niat baik akan selalu di terima dengan baik jika bersungguh-sungguh.</p>

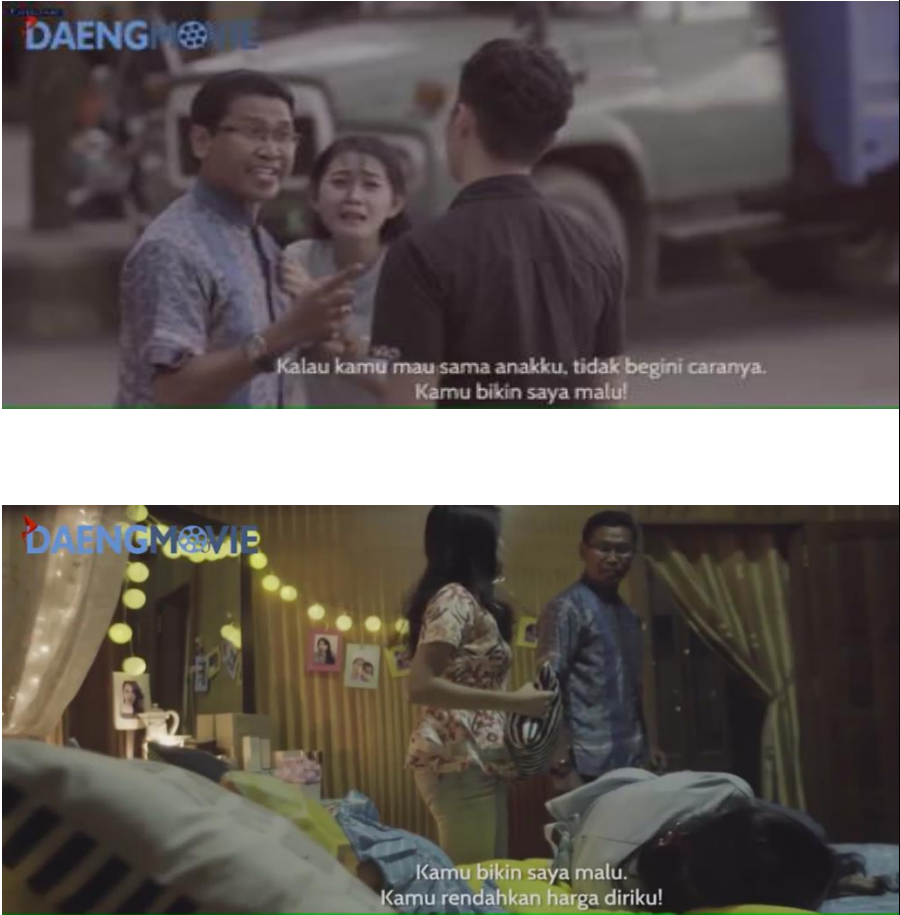


<p>Visual</p>	 <p>Ini belum mengikat dan sah! Karena siapa tahu masih ada yang berminat meminang Adinda kita di atas nominal tersebut!</p> <p>Gambar 4.2.6 Perwakilan Keluarga Anca dan Risna membahas tentang kesepakatan bersama <i>Uang Panai'</i></p>
<p>Makna Denotasi</p>	<p>Pihak keluarga Risna dan Anca bertemu membahas kesepakatan <i>Uang Panai'</i> sebanyak 120 juta. Tetapi belum resmi sebelum membawa <i>Uang Panai'</i> tersebut.</p>
<p>Makna Konotasi</p>	<p><i>Uang panai'</i> merupakan syarat yang harus dipenuhi calon mempelai laki-laki untuk bisa mempersunting calon mempelai perempuan.</p>
<p>Mitos</p>	<p>Jika tidak memiliki <i>Uang Panai'</i> yang disepakati, calon mempelai pria tidak bisa menikahi calon mempelai wanita.</p>
<p>Representasi Sosial</p>	<p>Berdasarkan pada makna konotasi di atas, pesan sosial yang di sampaikan bahwa <i>Uang Panai'</i> menjadi syarat jika ingin menikahi gadis suku Bugis Makassar.</p>

<p>Visual</p>	 <p>Gambar 4.2.7 Keluarga Anca membahas <i>Uang Panai</i> yang di rasa terlalu mahal</p>
<p>Makna Denotasi</p>	<p>Keluarga Anca membahas <i>Uang Panai</i> yang dirasa terlalu mahal sebagai uang mahar yang dulunya <i>Uang Panai</i> ' adalah bentuk penghargaan kepada calon mempelai wanita.</p>
<p>Makna Konotasi</p>	<p><i>Uang Panai</i> dulunya adalah uang penghargaan kepada calon mempelai wanita bukan sebagai syarat untuk menikahi calon mempelai wanita. Sehingga menjadi berat bagi keluarga calon mempelai laki-laki .</p>
<p>Mitos</p>	<p>Dalam kultur budaya Bugis Makassar <i>Uang Panai</i> adalah seutu</p>


	penghargaan kepada calon mempelai wanita.
Representasi Sosial	di atas nilai pesan sosial yang terkandung dalam yaitu orang tua Anca memberikan nasehat bahwa <i>Uang Panai'</i> bukanlah sebagai syarat melainkan penghargaan untuk menikahi wanita Bugis Makassar.


Visual




Gambar 4.2.8 Ayah Risna sangat marah besar mengetahui rencana Risna dan Anca ingin kawin lari.

Makna Denotasi	Kekecewaan Ayah Risna melihat anaknya dan kekasihnya berencana untuk kawin lari(<i>silariang</i>) dikarenakan Risna tak ingin di jodohkan dengan sahabatnya sendiri.
Makna Konotasi	Cinta dapat membuat seseorang melakukan hal yang di luar perkiraan. Dalam budaya Bugis Makassar bahwa <i>silariang</i> salah satu alternatif karena tidak sanggupnya mengumpulkan <i>Uang Panai'</i> yang di sepakati.
Mitos	Dalam masyarakat Bugis Makassar salah satu cara jika tidak mendapatkan persetujuan maka mereka akan <i>silariang</i> (kawin lari) yang dimungkinkan secara adat, tetapi dalam budaya Bugis Makassar merupakan sesuatu hal yang tabu.
Representasi Sosial	<p>(Dialog & Tanpa Dialog) “ Kalau kamu mau sama anakku, tidak begini caranya kamu bikin saya malu, kamu bikin saya malu kamu rendahkan harga diriku”</p> <p>pesan yang ingin di sampaikan menurut makna konotasi dengan sikap Risna dan Anca yang ingin kawin lari merupakan bukan jalan yang terbaik, menghadapi dan berusaha mencari jalan keluar yang terbaik agar tidak mengecewakan pihak keluarga.</p>

<p>Visual</p>	 <p>Gambar 4.2.9 Anca dan Risna sedang bertengkar</p>
<p>Makna Denotasi</p>	<p>Anca yang tidak terima saat Risna membantunya mencukupkan Uang Panai’.</p>
<p>Makna Konotasi</p>	<p>bahwa dalam hal ini uang panai adalah masalah bersama yang wajar saja jika dipikul berdua karena yang akan dicapai adalah tujuan berdua.</p>
<p>Mitos</p>	<p>Dalam masyarakat Bugis Makassar bahwa laki-laki yang akan bekerja keras untuk mencari uang panai.</p>
<p>Representasi Sosial</p>	<p>pesan sosial pada dialog scene tersebut bahwa sebagai laki-laki Bugis makassar berusaha bekerja keras agar dapat mengumpulkan <i>Uang panai’</i>.</p>

<p>Visual</p>	 <p>Gambar 4.2.10 Ayah Anca berencana meminjam uang kepada rentenir</p>
<p>Makna Denotasi</p>	<p>Ayah Anca berusaha membantu Anca untuk mencukupkan <i>Uang Panai</i> agar segera menikahi Risna.</p>
<p>Makna Konotasi</p>	<p>Perjuangan orang tua demi anaknya akan selalu diusahakan demi kebahagiaanya walaupun dengan resiko yang berat nantinya.</p>
<p>Mitos</p>	<p>Dalam Budaya Bugis Makassar percaya bahwa meminjam uang kepada rentenir minjam.</p>
<p>Representasi Sosial</p>	<p>(Dialog) Berdasarkan makna konotasi di atas pesan sosial dapat di lihat yaitu usaha seorang ayah untuk kebahagiaan anaknya yang rela melakukan apapun.</p>

<p style="text-align: center;">Visual</p>	 <p style="text-align: center;">Gambar 4.2.11 percakapan ayah Risna dengan seorang tamu</p>
<p>Makna Denotasi</p>	<p>Terlihat percakapan yang membahas tentang uang panai yang dahulunya tidak seperti sekarang.</p>
<p>Makna Konotasi</p>	<p>Bahwa uang panai dulunya tidak setinggi pada jaman sekarang.</p>
<p>Mitos</p>	<p><i>Uang Panai'</i> dalam budaya Bugis Makassar merupakan bentuk</p>

	<p>penghargaan kepada wanita.</p>
<p>Representasi Sosial</p>	<p>(Dialog)“Ini Uang Panai memang di tanah Bugis dan Makassar, sudah menjadi masalah sosial karena uang panai, selalu tinggi, akhirnya banyak orang kawin lari bahkan banyak orang menjadi perawan tua gara-gara Uang Panai’nya tidak mampu di Sanggupi. Kalau orang tuaa membesarkan dan memahalkan mahar atau Uang Panai’ itu berarti dia sendiri menghalangi kewajibannya yang paripurna.”</p> <p>Berdasarkan makna konotasi diatas pesan sosial terlihat jelas dalam dialog Bapak bahwa <i>Uang Panai’</i> di Makassar sudah menjadi masalah sosial karna semakin tingginya <i>Uang panai’</i> banyak yang memilih untuk kawin lari(<i>silariang</i>) bahkan menjadi perawan tua.</p>

<p>Visual</p>	
----------------------	--

	 <p>Gambar 4.2.12 Kesalah pahaman Anca terhadap Risna</p>
Makna Denotasi	Terlihat Anca yang tengah putus asa karna kesalah pahamannya, dan dengan ikhlas membayar hutang Ayah Risna kepada rentenir.
Makna Konotasi	Anca sebagai laki-laki Bugis Makassar telah membuktikan bahwa dia bertanggung jawab dan dapat membuktikan kata-katanya.
Mitos	Sebagai laki-laki Bugis Makassar pantang untuk menyerah pada apa yang telah di ucapkan.
Representasi Sosial	(Dialog& tanpa Dialog) “Tapi kamu sudah membuktikan keteguhanmu memegang kata-katamu yang menunjukkan kamu bertanggung jawab, itu dibilang laki-laki Bugis Makassar” Pesan yang disampaikan dalam dialog tersebut bahwa ada sedikit kompromi yang diberikan ayah risna karena Anca telah membuktikan “ <i>Taro ada taro gau</i> ” (apa yang dikatakan itu yang dilakukan) di hadapannya.

4.3 Pembahasan

Antropologi adalah studi tentang umat manusia, berusaha menyusun generalisasi yang bermanfaat tentang manusia dan perilakunya, dan untuk memperoleh pengertian yang lengkap tentang keanekaragaman manusia. Antropologi budaya, cabang antropologi yang mengkhususkan dirinya pada pola-pola kehidupan masyarakat (budaya). Budaya berkenaan dengan cara manusia hidup. Manusia belajar berpikir, merasa, mempercayakan, dan mengusahakan apa yang patut menurut budayanya. Bahasa, persahabatan, kebiasaan makan, praktik komunikasi, tindakan-tindakan sosial, kegiatan-kegiatan ekonomi politik, dan teknologi, semua ini berdasarkan pola-pola budayanya.

Berdasarkan hasil Analisis semiotika yang dilakukan dengan memperhatikan unsur denotasi, konotasi, dan mitos hingga menyampaikan pesan sosial. Pada dasarnya film merupakan tontonan yang memberikan hiburan, pengetahuan, dan informasi yang bermanfaat. Seperti film *Uang Panai'* yang menceritakan permasalahan sosial terkhusus suku Bugis Makassar tentang semakin tingginya *Uang Panai'* yang menjadi permasalahan sosial di Sulawesi selatan terkhususnya suku Bugis Makassar. Film *Uang Panai'* tidak secara langsung memaparkan mengenai pesan sosial. Sesuai dengan analisis data yang peneliti kemukakan, maka dapat ditemukan bahwa film *Uang Panai'* tersebut memiliki pesan sosial. Hal ini dapat terlihat pada representasi pesan sosial yang dianalisis yaitu rasa hormat, menghargai, tolong menolong dan memberikan wawasan tentang makna *Uang Panai'* yang sebenarnya hingga bagaimana seorang laki-laki Bugis mempetanggung jawabkan apa yang telah dikatakan. Di balik adegan-adegan yang mengkritik banyak hal positif dan pelajaran yang bisa kita petik dalam film tersebut, bahwa Lelaki dalam memperjuangkan harga diri menyangkut uang panai' itu harus seperti Anca

mengatakan “*Taro ada taro gau*” (apa yang dikatakan, itu yang dilakukan) pepatah Bugis yang dimaknai Anca dengan bekerja keras demi mengumpulkan uang panai’nya. Anca tidak mengemis pada orang tuanya yang hidup sederhana. Serta mengenai harga diri saat Risna ingin membantu anca mencukupkan uang panai, bahwa dalam hal ini uang panai adalah masalah bersama yang wajar saja jika dipikul berdua karena yang akan dicapai adalah tujuan berdua.

Pesan sosial disampaikan saat perjuangan Anca mengumpulkan uang panai untuk melamar Risna. Dari 12 *scene* yang diteliti dalam film *Uang Panai*’ dengan cara mengidentifikasi simbol-simbol atau tanda-tanda yang mewakili bentuk pesan sosial yang muncul berupa visual maupun berupa audio visual. Film dengan durasi 01.49.44 ini memaparkan tentang perjuangan mengumpulkan *Uang Panai*’ dengan 12 *scene* yang merepresentasikan pesan sosial dalam film tersebut.

No	Keterangan Gambar	Durasi
1.	Gambar 4.2.1	00.05.15 – 00.06.00
2.	Gambar 4.2.2	00.07.13 – 00.07.24
3.	Gambar 4.2.3	00.07.09 – 00.08.07
4.	Gambar 4.2.4	00.09.53 – 00.10.57
5.	Gambar 4.2.5	00.34.00 – 00.35. 27
6.	Gambar 4.2.6	00.36.00 – 00.38. 00
7.	Gambar 4.2.7	00. 42.43 – 00.45.10

8.	Gambar 4.2.8	00.45.19 – 00.46.11
9.	Gambar 4.2.9	01.33.37 – 01.59.44
10.	Gambar 4.2.10	01.35.51 – 01.35.56
11.	Gambar 4.2.11	01.41.06 – 01.42.28
12.	Gambar 4.2.12	01.54.35 – 01.55.12

Tabel 2.3.1 *Scene* yang terkandung pesan sosial

Gambar *Screen shoot scene* di atas memperlihatkan para pemain menggambarkan pesan sosial kepada masyarakat melalui dialog, ekspresi wajah, dan bahasa tubuh dalam film tersebut. Namun, untuk merepresentasikan pesan sosial yang ingin disampaikan dalam konsep Roland Barthes yang mempertimbangkan segala unsur yang diperlihatkan dalam film perlu di aplikasikan.

Pesan sosial yang ada dalam film uang panai ini bagaimana masyarakat sebagai penonton mengetahui salah satu Adat istiadat suku bugis Makassar yaitu *Uang Panai* dan sebagai seorang laki-laki Bugis Makassar haruslah berjuang dan bekerja keras.

Hasil Wawancara

Nama: Muliadi Mau

Pendidikan:

-Universitas Hasanuddin di Makassar jurusan Komunikasi

Pekerjaan :

- ✓ Dosen Broadcasting di Universitas Fajar Makassar
- ✓ Dosen Broadcasting dan Jurnalistik di Universitas Hasanuddin
- ✓ Dosen Komunikasi di Universitas Islam Negeri Makassar

“Menurut saya penelitian film uang panai telah sesuai menggunakan analisis semiotika Roland bathes yang mengkaji gambar dan dialog melalui tanda konotasi, denotasi dan mitos. Jadi setiap makna konotasi yang ada dalam film dan di jelaskan, mitos dapat bermain dalam makna konotasi tersebut karena setiap makna konotasi pasti akan memiliki mitosnya karena mitos merupakan sebuah kepercayaan yang di percaya masyarakat terkhusus dalam film tentang Suku Bugis Makassar

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Objek dalam penelitian ini adalah 12 *scene* film *uang panai*. Dua belas *scene* itu dikaji menggunakan semiotika Roland Barthes dengan menganalisis makna denotasi, konotasi, dan mitos. Kesimpulan yang diperoleh dari hasil temuan dan hasil analisis data pada Film *Uang Panai'* adalah suatu pemaknaan akan pesan sosial dengan menggunakan sebuah pendekatan semiotika merupakan upaya penggalian secara lebih mendalam perihal pesan-pesan yang terjadi dalam konteks bersosial dewasa ini.

A. Makna Denotasi

Makna denotasi dalam penelitian ini adalah gambaran tentang salah satu adat istiadat suku Bugis Makassar sebelum menikah yaitu *Uang Panai'*. Dalam film ini perjuangan seorang laki-laki yang akan mempersunting kekasihnya yang diperhadapkan dengan berbagai masalah hingga *Uang Panai'* yang terkumpulkan tidak ada lagi.

B. Makna Konotasi

Makna konotasi yang ada dalam film ini adalah makna adat istiadat tentang *Uang Panai'* yang kini telah mengalami pergeseran makna karena nilainya semakin tinggi sehingga menjadi masalah sosial saat ini di kalangan masyarakat Bugis Makassar atau bahkan bagi seseorang yang ingin menikahi gadis suku Bugis makassar. Hal ini terlihat dalam beberapa *scene* yang menceritakan perjuangan laki-laki untuk menikahi wanita Bugis Makassar yang merupakan bentuk penghargaan dan realitas penghormatan terhadap norma dan strata sosial serta sebagai

ajang pembuktian bahwa pria tersebut mempunyai kesungguhan untuk melamar pasangannya dan bisa bertanggung jawab.

C. Mitos

Mitos yang berusaha dipaparkan dalam film ini yaitu tentang kepercayaan masyarakat suku Bugis Makassar tentang bagaimana seorang laki-laki mempertanggung sebuah keputusan yang telah dikatakan.

B. Saran

Saran-saran yang bisa diberikan untuk dijadikan bahan masukan, sebagai berikut :

1. Penikmat film dalam menonton sebuah film, baik itu di bioskop ataupun di rumah agar lebih cerdas lagi. Sebuah film adalah media komunikasi yang cukup mampu untuk menyampaikan sebuah pesan. Pesan yang ingin disampaikan ini bisa berguna bagi masyarakat yang menontonnya ataupun berguna bagi orang-orang dibalik keberadaan film itu. Sebuah ideologi bisa saja dimasukkan dalam sebuah film, dan ini kembali ke penikmat film bagaimana ia memilah manfaat dari film ditonton.
2. Untuk pengembangan kajian pada bidang Ilmu Komunikasi, sebaiknya perlu dipertimbangkan untuk memperdalam pengetahuan mahasiswa tentang kajian-kajian analisis teks seperti analisis semiotika, analisis framing, dan analisis wacana karena bidang kajian tersebut dapat sangat membantu dalam memahami pesan-pesan dalam proses komunikasi apalagi dengan perkembangan media teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat dan pengajar yang membawakan kajian-kajian tersebut agar menguasai dan memang berkompeten.
3. Saran Kepada produser atau sutradara sebelum memutuskan untuk membuat film mengenai kebudayaan suatu adat istiadat yang ada, harus

secara cermat dan berhati-hati terhadap dampak dari pembuatan film ini kepada masyarakat agar tujuan yang di maksud dari pembuat film tersampaikan secara baik. Terima kasih.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2011. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media group.
- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Effendy, Uchjana, Onong. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat komunikasi*. Bandung: PT. Cita Aditya Bakti.
- Efendi, Heru. 2004. *Mari Membuat Film*. Jakarta: Erlangga
- Effendy, Onong, Uchjana. 2004. *Mari Membuat Film, Panduan Untuk menjadi Produser*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kasman, Suf. 2004. *Jurnalisme Universal*. Jakarta: Teraju.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Pratista, Himawan. 2009. *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2012. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Sobur, Alex. 2003. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Rosda Karya.
- Taburaka, Apriadi. 2012. *Agenda Setting Media Masa*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Vera, Nawiroh. (Ed). 2014. *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia

_____. 2004. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Zoebazary, Ilham. 2010. *Kamus Istilah Televisi & Film*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Skripsi

Andi Addenan Enteng A.B. 2016. Analisis Semiotika Terhadap Film Sepatu Baru. Universitas Fajar. Fei., 1210121007.

Ismatun Nisa. 2014. Analisis Pesan Moral dalam Film Jokowi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. FIDIK. 1110051000065.

Denny Pratama. 2014. Makna pEsan Sosial dalam Film *Freedom Writers*. Universitas Hasanuddin Makassar. Fisip. E31110260.

Sukasih Nur. 2008. Analisis Wacana Pesan Moral dalam Film Naga Bonar Karya Asrul Sani. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah..Fdk. 10405001806.

Khaitun Nisa Abdillah. 2014. Pesan Moral Islamai dalam Film Tanda Tanya(Analisis Roland Bathes). Fdk. 08210083.

Sumber Lain

<http://bogalacom.blogspot.co.id/2014/12/elemen-komunikasi-massa.html>

<https://suksesmeraihangen.wordpress.com/2011/10/03/karakteristik-komunikasi-massa>

<http://cdp.khoirilanwar.com/2017/03/30/anak-muda-anging-mamiri-angkat-film-lokal-ke-nasional/>

<https://id.bookmyshow.com/person/abu/1071311>

http://googleweblight.com/lite_url=http://posfilm.com/sinopsis-film-uang-panai-2016-ketika-cinta-terbentur-uang-mahar&ei=XPfYAClo&lc=id-

<ID&s=1&m=813&host=www.google.co.id&ts=1499789560&sig=ALNZjWkZdtx-ow0lhzu3aTIJCKC5A5lhyQ>

https://id.m.wikipedia.org/wiki/uang_Panai%27

<https://www.google.co.id/amp/s/m.bintang.com/amp/2905681/iboma-2017-berikan-penghargaan-khusus-untuk-film-uang-panai>

https://id.m.wikipedia.org/wiki/Indonesia_Box_Office_Movie_Awards