

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat penelitian ini maka perlunya data-data penelitian terdahulu yang dapat dijadikan acuan dan referensi pada poin-poin tertentu guna menunjang teori dan hasil penelitian ini.

Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang ada keterkaitan dengan penelitian ini :

2.1.1 Sensualitas Perempuan Dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan Kispray Versi Gold For Moment)

Penelitian tersebut dilakukan oleh Larasari Dwi Putri, Dian Novitasari, dan Darwadi M Suwarno dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Baturaja pada tahun 2019 yang berjudul “Sensualitas Perempuan Dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan Kispray Versi Gold For Moment)”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis paradigma kritis. Hasil dari penelitian ini dapat ditemukan bahwa adanya unsur sensualitas dalam tayangan iklan Kispray versi gold for moment dimulai dari pengambilan gambar yang berlebihan pada tubuh perempuan dan terdapat mitos dalam tayangan iklan Kispray versi gold for moment yaitu perempuan mampu menggoda dengan sentuhan tampilan seksi. Ekspresi wajah, gesture tubuh dan

nada suara perempuan dapat memancing imajinasi seksual pria dan wangi Kispray gold setara dengan wangi parfum mewah.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah terletak pada objek penelitian, yang dimana penelitian tersebut berfokus pada sensualitas perempuan sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada seksualitas pada film *Little Mom*. Persamaan penelitian terdahulu dan peneliti sendiri yaitu kedua objek penelitiannya menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan analisis semiotika Roland Barthes dan paradigma kritis.

2.1.2 Representasi Seksualitas Dalam Novel *Saman* Karya Ayu Utami

Penelitian ini berasal dari jurnal karya Rina Partriana Chairiyani, Vol 3 No 2 Oktober 2012. Penelitian ini tentang ideologi perempuan yang dibuat masyarakat heteroseksual dan patriarkal. Di novel ini perempuan di gambarkan tidak peduli dengan aturan dan norma yang ada di masyarakat. Menurutnya berhubungan seksual adalah hal yang wajar dan menjadi kebutuhan dasar manusia, serta bukan lagi yang bersifat sakral.

Hasil penelitian ini adalah Novel *Saman* karya Ayu Utami menampilkan representasi seksualitas perempuan. Keempat tokoh utama perempuan menunjukkan bahwa ideologi yang dibangun telah menempatkan perempuan pada posisi lemah, tidak mempunyai kekuasaan, pasrah, dan menjadi objek seksual. Perempuan hanya dipandang sebagai benda yang tidak mempunyai perasaan dan jiwa serta dapat diatur sesuai keinginan laki-laki sebagai pemegang kekuasaan.. Keempat tokoh utama perempuan dalam novel ini masing-masing mempunyai

kesamaan pandangan tentang lembaga perkawinan dan identitas perempuan serta sikap terhadap hubungan seksual.

Perbedaan penelitian Rina dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada metode analisis isi dan objek novel, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan kualitatif deskriptif dengan analisis semiotika Roland Barthes yang objek penelitiannya pada tayangan film *Little Mom*. Persamaan pada penelitian Rina dan penelitian yang akan dilakukan adalah berfokus menjelaskan representasi seksualitas.

2.1.3 Representasi Perempuan Pada Iklan Televisi Dancow *Calcium Plus Versi More Than A Woman*

Penelitian ini dilakukan oleh Priscilla Marcia Wijaya Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain Universitas Kristen Petra, Surabaya. Dalam penelitian ini menunjukkan figure perempuan dimana mampu melakukan berbagai macam pekerjaan atau aktivitas baik yang biasanya dilakukan laki-laki. Namun tetap peran perempuan yaitu menjadi ibu rumah tangga dengan mengurus pekerjaan rumah tangga, melayani suami, mengurus anak, mendidik anak dan patuh pada suami. Peneliti menganalisis menggunakan semiotika dengan kode televisi John Fiske berdasarkan capture gambar yang signifikan dengan fokus penelitian yaitu yang berkaitan dengan relasi gender dan membagi sebanyak 8 bagian analisis.

Hasil penelitian representasi perempuan pada iklan televisi Dancow Calcium Plus Versi *More Than A Woman* ini, dapat disimpulkan bahwa representasi perempuan pada iklan ini cenderung bias gender modern, yaitu

konstruksi sosial yang menempatkan perempuan sebagai sosok tradisional pada budaya modern, serta terdapat adanya pencampuran ideologi-ideologi tradisional dan modern pada masyarakat patriarkat.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terdapat pada metode penelitian. Penelitian tersebut menggunakan semiotika dengan kode televisi John Fiske, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan semiotika Roland Barthes. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah berfokus pada representasi dalam tayangan media.

2.1.4 Analisis Mitos Gaya Hidup Dalam Iklan #Ada Aqua Versi Selfie

Penelitian yang dilakukan oleh Dian Novitasari Studi Ilmu Komunikasi Universitas Baturaja tahun 2020 yang berjudul (Analisis Mitos Gaya Hidup Iklan #Ada Aqua Versi Selfie). Hasil dari penelitian tersebut analisis setiap frame ditemukan bahwa Pengiklan melalui iklan Aqua versi selfie ini berusaha untuk menanamkan mitos minum Aqua sebagai bagian dari gaya hidup sehat. Iklan Aqua versi Selfie ini menampilkan cerminan gaya hidup masa kini yang gemar menonton konser, gaya berpakaian kekinian yang direpresentasikan oleh model dan gemar melakukan selfie untuk eksistensi diri. Juga ditemukan ideologi kapitalisme dan ideologi konsumerisme di balik iklan Aqua versi selfie yang berusaha disusupkan di balik Iklan Ada Aqua Versi Selfie.

Perbedaan penelitian ini adalah penelitian Dian Novitasari berfokus analisis mitos gaya hidup dalam iklan, sedangkan peneliti yang akan dilakukan berfokus pada representasi seksualitas pada tayangan film. Persamaan pada kedua penelitian

ini adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif menggunakan metode semiotika Roland Barthes dan paradigma kritis.

2.2 Komunikasi Massa

Manusia merupakan makhluk sosial yang hidup sebagai individu dalam kelompok sosial, organisasi, masyarakat. Komunikasi menjadi bagian penting dalam kehidupan manusia terutama dalam kehidupan sosial. Pada dasarnya komunikasi memiliki pengertian yang sama yaitu penyampaian suatu pesan atau informasi dari sumber kepada sumber yang lainnya.

Secara etimologi istilah komunikasi atau dalam bahasa inggris *communication* berasal dari kata latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti "sama". "Sama" disini maksudnya adalah "sama makna". Jadi komunikasi dapat terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan (Effendy, 2006:9).

Dalam proses komunikasi muncul proses pertukaran kata dengan makna dan pesan tertentu. Dari sudut pandang pertukaran makna, komunikasi dapat dipahami sebagai "proses penyampaian pesan dalam bentuk ide atau informasi dari orang kepada orang lain dengan menggunakan beberapa media atau media komunikasi melalui". Pertukaran pesan merupakan tujuan komunikasi yang diharapkan, karena yang disampaikan seseorang melalui komunikasi bukanlah kata-kata yang diucapkan, melainkan makna atau konotasi dari kata-kata tersebut. komunikasi dilakukan; pihak yang menerima pesan; umpan balik dan dampak (Hardjana, 2003, p. 12).

Komunikasi massa merupakan suatu proses penyampaian ide-ide atau gagasan yang telah dikemas sedemikian rupa dari sumber ke penerima. Namun yang membedakan komunikasi massa dengan komunikasi lainnya adalah karakteristik unsur-unsur yang ada dalam komunikasi massa itu sendiri, mulai sumber atau komunikator sampai efek yang dihasilkannya.

Komunikasi massa berasal dari istilah bahasa Inggris, *mass communication*, sebagai kependekan dari *mass media communication*. Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa. Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi yang dilakukan melalui media massa baik itu melalui media cetak atau media elektronik (Nurudin, 2009 : 3-4).

Adapun bentuk-bentuk media massa adalah :

- a) Media cetak, yang mencakup surat kabar, majalah, buku, brosur, dan sebagainya.
- b) Media elektronik, seperti radio, televisi, film, slide, video, dan lain-lain.

2.3 Film

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia terbitan Balai Pustaka (1990 : 242), film adalah selaput tipis yang dibuat dari seluloid untuk tempat gambar negative (yang akan dibuat potret) atau gambar positif (yang akan dimainkan di bioskop). Yang kedua, film diartikan sebagai lakon (cerita) gambar hidup. Film memberikan dampak negatif dan positif pada penonton, melalui pesan dalam film tersebut memberikan pengaruh dan membentuk karakter.

Berdasarkan Pasal 1 UU No. 33 Tahun 2009 tentang perfilman menyebutkan bahwa film adalah karya seni budaya yang merupakan pranata sosial dan media komunikasi massa yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi dengan atau tanpa suara yang dapat dipertunjukkan.

Film merupakan salah satu media komunikasi massa. Dikatakan sebagai media komunikasi massa karena merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, dalam arti berjumlah banyak, tersebar dimana-mana, khalayaknya heterogen dan anonim, dan menimbulkan efek tertentu (Hidayat, 1967).

Film di Indonesia cepat beredar sampai saat ini dengan berbagai jenis, isi, makna dan lain-lain. Menurut Rayya Makarim (2009) dijelaskan bahwa film adalah salah satu sarana komunikasi massa, selain jaringan radio, televisi dan telekomunikasi. Film membawa pesan-pesan komunikasi untuk diperlihatkan pada penonton, sesuai yang ingin diberikan oleh sutradara dalam drama, horor, komedi, dan action.

Film menampilkan beberapa gambar bergerak dengan suatu jalan cerita yang dimainkan oleh para pemeran yang diproduksi untuk menyampaikan suatu pesan dan memberikan dampak positif maupun negatif kepada para penontonnya. Seperti halnya menurut Arsyad (2003:45) film merupakan kumpulan dari beberapa gambar yang berada di dalam frame, dimana frame demi frame diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga pada layar terlihat gambar itu

menjadi hidup. Film bergerak dengan cepat dan bergantian sehingga memberikan daya tarik tersendiri.

2.4 Representasi

Menurut Eriyanto (2001 : 113), istilah representasi menuju pada bagaimana seseorang, satu kelompok, gagasan tertentu ditampilkan dalam pemberitaan. Representasi penting dalam dua hal yaitu apakah seseorang, kelompok, atau gagasan tersebut ditampilkan sebagaimana mestinya dan bagaimana representasi ditampilkan. Dari kutipan tersebut dapat dipahami maksud representasi ditampilkan sebagaimana mestinya ini mengacu bagaimana seseorang atau kelompok tersebut ditampilkan untuk disajikan kepada khalayak apakah seseorang atau kelompok itu ditampilkan apa adanya atau ditampilkan berlebihan dari realita.

Representasi dalam media massa memiliki beberapa aspek yang bergantung dari sifat kajiannya, salah satunya adalah film. Dalam studi media massa melihat tentang bagaimana wacana yang berkembang di dalamnya, dan biasanya di temukan dalam pemberitaan media kritis untuk memahami representasi sebagai konsep yang menunjukkan pada bagaimana individu dan kelompok tertentu dalam pemberitaan tersebut (Eriyanto, 2001:113).

2.5 Seksualitas

Pada masa remaja perkembangan seksualitas diawali melalui interaksi dengan lawan jenis, baik dengan lawan jenis atau berinteraksi dengan teman sebayanya. Ketika remaja memutuskan untuk berkencan dengan lawan jenisnya, para remaja ini biasanya sering melibatkan aspek emosi yang diekspresikan melalui berbagai cara, seperti halnya berpelukan, berciuman hingga melakukan hubungan seksual.

Dalam kajian psikologi, seksualitas adalah bagaimana seseorang merasa tentang diri mereka dan bagaimana mereka mengkomunikasikan perasaan tersebut kepada orang lain melalui tindakan yang dilakukannya seperti sentuhan, pelukan, ataupun perilaku yang lebih halus seperti isyarat gerak tubuh, cara berpakaian, dan perbendaharaan kata, termasuk pikiran, pengalaman, nilai, fantasi, emosi. Pada dasarnya, aspek seksualitas mempengaruhi dan dipengaruhi oleh aspek biologi, psikologi, sosiologi, kultural dan spiritual. Seksualitas dari dimensi psikologis erat kaitannya dengan bagaimana menjalankan fungsi sebagai makhluk seksual, identitas peran atau jenis, serta bagaimana dinamika aspek-aspek psikologis (kognisi, emosi, motivasi, perilaku) terhadap seksualitas itu sendiri.

Dalam seksualitas tidak luput dari bentuk perilaku yang menjadikan faktor seksualitas tersebut. Bentuk perilaku seksual yang sering dilakukan kalangan remaja saat ini mulai dari timbulnya perasaan saling tertarik, kencan, bercumbu dan akhirnya melakukan hubungan seksual. Berbagai faktor perilaku seksual seperti dilakukan oleh diri sendiri untuk mencapai kepuasan, melibatkan orang lain, maupun dari kegiatan *video call sex* yang tanpa adanya kontak mata langsung.

2.5.1 Bentuk-Bentuk Perilaku Seksual

Menurut Sarwono (2011:174), perilaku seksual adalah segala tingkah laku yang didorong oleh hasrat seksual, baik dengan lawan jenisnya maupun dengan sesama jenis. Bentuk-bentuk tingkah laku ini bisa bermacam-macam, mulai dari perasaan tertarik sampai tingkah laku berkencan, bercumbu, dan bersanggama. Dapat disimpulkan bahwa bentuk perilaku seksual mencakup kegiatan yang bersifat negatif mulai dari resiko yang paling ringan sampai resiko berat.

The Diagram Group (1981) menunjukkan dalam tahap-tahap sebagai berikut (Ii & Seksual, 1999) :

- a) Pandangan ke tubuh lawan bicara dengan menghindari kontak mata.
- b) Saling menatap mata.
- c) Berbincang-bincang dan berdiskusi dengan lawan jenis
- d) Berpegangan tangan, kontak fisik yang pertama yang mungkin terjadi saat mengulurkan sesuatu
- e) Memeluk bahu, tubuh lebih didekatkan
- f) Memeluk pinggang, tubuh dalam kontak yang rapat
- g) Ciuman di bibir
- h) Berciuman bibir sambil berpelukan
- i) Rabaan, elusan dan eksplorasi tubuh pasangannya

- j) Dalam kondisi pakaian terbuka, mencium daerah erotis pasangannya
- k) Saling mengelus bagian-bagian erotis
- l) Melakukan hubungan seksual

Diungkapkan oleh Larasati Dwi Putri, Dian Novitasari, dan Darwadi M Suwarno dalam jurnal komunikasi dan budaya tentang sensualitas perempuan dalam iklan televisi bentuk-bentuk sensualitas antara lain: 1) Menyentuh (*Touching*) menyentuh berarti “menyinggung sedikit dan menjamah”. 2) Memeluk (*Hugging*) memeluk berarti meraih seseorang ke dalam dekapan kedua tangan yang dilingkarkan mendekap. 3) Memeluk Dengan Penuh Kasih Sayang (*Cuddling*) berarti berpegang erat pada lengan seseorang sebagai cara untuk memperlihatkan cinta dan perasaan. 4) Memijat (*Massages*) memiliki arti menekan dengan jari, memencet dan mengurut bagian tubuh untuk melemaskan otot sehingga peredaran darah lancar. Dan yang terakhir 5) Perhatian (*Caring*) dapat diartikan seseorang yang memperlihatkan kebaikan dan perhatian yang lebih terhadap orang lain. Dapat disimpulkan bahwa bentuk-bentuk sensualitas yang muncul berupa kontak fisik dengan lawan jenis.

2.6 Semiotika

Pengertian semiotika berbicara kajian ilmu komunikasi, khususnya tentang analisis teks media, maka tidak akan pernah lepas membahas tentang semiotika kajian ini populer digunakan oleh akademisi/ilmuwan komunikasi sebagai pisau analisis dalam penelitian-penelitian yang berkaitan dengan media massa, istilah semiotika sendiri berasal dari kata Yunani “*semeion*” yang berarti tanda.

Semiotika mempelajari tentang bagaimana perkembangan pola pikir manusia. Semiotik menjadi salah satu kajian yang bahkan menjadi tradisi dalam teori komunikasi. Tradisi semiotik terdiri atas sekumpulan teori tentang bagaimana tanda-tanda merepresentasikan benda, ide, keadaan, situasi, perasaan dan kondisi di luar tanda-tanda itu sendiri. (Littlejohn, 2009:53).

Teori Semiotika menurut para Ahli :

1. Semiotika menurut Charles Sanders Peirce, teori segitiga makna atau triangle meaning yang terdiri dari tiga elemen utama, yakni tanda (sign), object, dan Interpretant.
2. Semiotika menurut Ferdinand De Saussure, teori semiotika yang dikemukakan oleh Saussure. Dalam teori ini semiotik dibagi menjadi dua bagian (dikotomi) yaitu penanda (signifier) dan pertanda (signified).
3. Semiotika menurut Roland Barthes, dalam teorinya tersebut Barthes mengembangkan semiotika menjadi dua tingkatan pertanda, yaitu tingkat denotasi dan konotasi.

2.7 Teori Semiotika Roland Barthes

Kombinasi antara gambar, suara, serta musik yang dimiliki oleh sebuah film pada setiap adegan memunculkan banyak tanda yang memiliki tanda-tanda tertentu. Untuk menemukan arti dibalik setiap tanda dalam sebuah film, maka peneliti menggunakan analisis semiotika dalam penelitian ini.

Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang suatu tanda (sign). Dalam ilmu komunikasi “tanda” merupakan sebuah interaksi makna yang disampaikan kepada orang lain melalui tanda-tanda. Dalam berkomunikasi tidak hanya dengan bahasa lisan saja namun melalui sebuah tanda tersebut juga dapat berkomunikasi (Mudjiyanto & Nur, 2013),

Roland Barthes membagi sistem pemaknaan menjadi dua yaitu konotasi dan denotatif. Konotasi walaupun merupakan sifat asli tanda, membutuhkan keaktifan pembaca agar dapat berfungsi. Barthes secara panjang lebar mengulas apa yang sering disebut sistem tataran kedua, yang dibangun atas sistem lain yang telah ada sebelumnya. Sastra merupakan contoh paling jelas sistem pemaknaan tataran kedua yang dibangun diatas sistem bahasa sebagai sistem pertama. Sistem ke-dua ini Barthes disebut konotatif, yang didalam *Mythologies*-nya secara tegas dibedakan dari denotatif atau sistem pemaknaan tataran pertama. Barthes menciptakan tentang bagaimana tanda bekerja. Yaitu sebagai berikut :

Bagan 1 Semiotika Roland Barthes

1. <i>SIGNIFIER</i> (PENANDA)	2. <i>SIGNIFIED</i> (PETANDA)
3. <i>DENOTATIVE SIGN</i> (TANDA DENOTATIF)	
4. <i>CONNOTATIVE SIGNIFIER</i> (PENANDA KONOTATIF)	5. <i>CONNOTATIVE SIGNIFIED</i> (PETANDA KONOTATIF)
6. <i>CONNOTATIVE SIGN</i> (TANDA KONOTATIF)	

Sumber : Alex Sobur. (2009:69)

Dari bagan Barthes terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Pada saat bersamaan tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4) dengan kata lain, hal tersebut merupakan unsur material : hanya jika anda mengenal tanda barulah konotasi seperti harga diri, kegarangan, dan keberanian menjadi mungkin (Sobur, 2009:69). Berdasarkan kutipan tersebut yaitu dapat dipahami bahwa sebuah tanda yang memungkinkan pergerakan dari denotatif menuju konotatif adalah tidak akan mungkin terjadi dan tentu saja tergantung pada denotatif. Pada pemaknaan denotatif merupakan sebuah bahan tanda dan penandaan dalam makna konotatif.

Berikut ini adalah pemamparan mengenai makna denotasi, makna konotasi, dan mitos :

a) Makna Denotasi

Tatanan signifikasi yang pertama adalah studi yang dilakukan Saussure. Pada tahap ini menjelaskan relasi antara penanda (Signifier) dan petanda (Signified) didalam tanda, dan antara tanda dengan objek yang diwakilinya (its referent) dalam realitas eksternalnya. Barthes menyebutnya sebagai denotasi. Denotasi merujuk pada apa yang diyakini akal sehat/orang banyak (common-sense), makna yang teramati dari sebuah tanda (Fiske, 2012:140).

b) Makna Konotasi

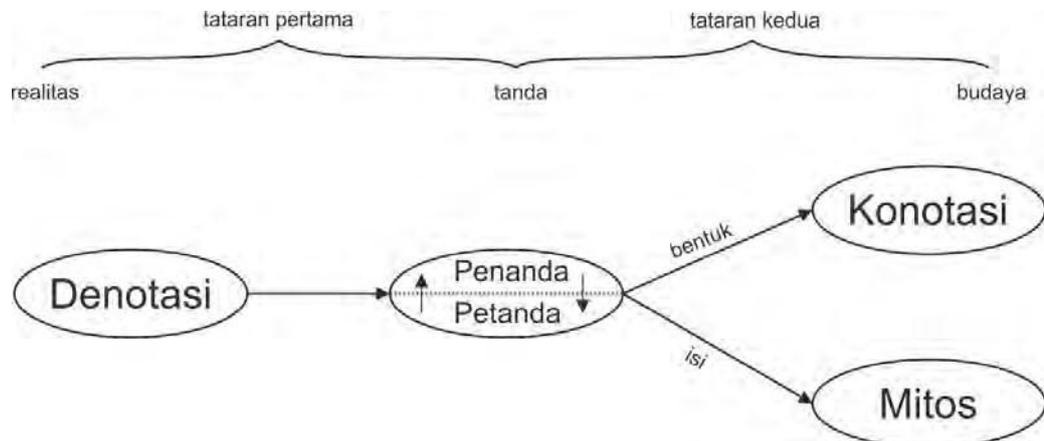
Konotasi merupakan istilah yang digunakan Barthes untuk menjelaskan salah satu dari tiga cara kerja tanda. Konotasi menjelaskan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pengguna dan nilai-nilai dalam budaya mereka. Hal ini terjadi ketika makna bergerak kearah pemikiran subjektif atau setidaknya intersubjektif.

c) Mitos

Barthes menjelaskan cara kedua dalam kerja tanda di tatanan kedua adalah melalui mitos. Mitos adalah sebuah cerita dimana suatu kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek dari realitas atau alam. Mitos primitif adalah mengenai hidup dan mati, manusia dan tuhan, baik dan buruk. Sementara mitos terkini adalah soal maskulinitas dan feminitas, tentang keluarga, tentang kesuksesan, tentang polisi inggris, dan tentang ilmu pengetahuan (Fiske, 2012:143-144).

Rumusan terkait signifikasi dan mitos Barthes dapat dilihat pada bagan berikut :

Bagan 2 Bagan Signifikansi Dua Tahap Roland Barthes



Sumber : John Fiske, Introduction to Communication Studies, 1990, hal 88
(dalam Sobur, 2001:12)

Signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara signifier dan signified di dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal. Barthes menyebutnya sebagai denotasi, yaitu makna paling nyata dari tanda. Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaannya.

Signifikasi tahap kedua yang berhubungan dengan isi, tanda bekerja melalui mitos (myth). Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Mitos merupakan produk kelas sosial mengenai hidup dan mati, manusia dan dewa, dan sebagainya. Sedangkan mitos masa kini misalnya mengenai feminitas, maskulinitas, ilmu pengetahuan, dan kesuksesan (Fiske, 1990:88 dalam Sobur, 2001:128).

Pada semiologi Roland Barthes, denotasi merupakan sistem signifikasi tahap pertama, sementara konotasi merupakan sistem signifikasi tahap kedua. Dalam hal ini, denotasi lebih diasosiasikan dengan ketertutupan makna, dan dengan demikian, merupakan sensor atau represi politis. Sedangkan konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebutnya sebagai mitologi (mitos), seperti yang telah diuraikan diatas, yang berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. Barthes juga mengungkapkan bahwa baik di dalam mitos maupun ideologi, hubungan antara penanda konotatif dengan petanda konotatif terjadi secara termotivasi (Sobur, 2001:70-71).

2.8 Kerangka Pemikiran

Film merupakan media komunikasi yang berusaha menyampaikan pesan melalui perpaduan antara audio (suara), visual (gambar) dan juga suara musik yang dihadirkan lewat komposisi teknik kamera dan sejumlah teknologi yang membuatnya menjadi gambar bergerak. Sebagai salah satu bentuk media massa, dalam hal ini film juga memiliki tanggung jawab secara sosial kepada masyarakat tentang apa yang akan disampaikan. Bukan hanya sekedar menyampaikan informasi dan menghibur tetapi dituntut untuk menjalankan fungsi edukatifnya untuk memberi pencerahan dan pendidikan kepada masyarakat. Dalam dunia perfilman Indonesia banyak film yang menuai kontroversi dengan adanya tayangan yang mengarah ke unsur seksualitas. Unsur seksualitas tersebut menjadikan perempuan sebagai komodifikasi untuk daya tarik penonton.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik menggunakan analisis semiotika Roland Barthes pada film Little Mom pada episode 1 dan mengkaji makna representasi seksualitas dengan bukti 15 frame. Teori semiotika Roland Barthes dijelaskan ada tiga unsur yang menjadi fokus kajian dalam menjelaskan suatu tanda dan penanda, yakni: makna denotasi, makna konotasi, dan makna mitos. Denotasi dan konotasi menjelaskan makna sebenarnya pada film. Selanjutnya kedua makna tersebut terlahirnya mitos. Dari ketiga unsur tersebut pada akhirnya dapat ditarik sebuah kesimpulan yang merujuk pada pemaknaan pada sebuah tanda dan penanda.

Bagan 3 Kerangka Pemikiran

