

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Lahirnya pertunjukan film ini merupakan satu titik penting dalam perkembangan dunia hiburan. Film kemudian menjadi sumber hiburan populer masyarakat dunia. Pada akhirnya, film dan bioskop menjadi bagian gaya hidup masyarakat, sekaligus tampil sebagai barang dagangan yang menguntungkan bagi para pengusaha. Film merupakan salah satu jenis media massa yang menjadi wadah bagi ide, dan gagasan sehingga pada akhirnya nilai-nilai yang ada pada suatu film akan diinternalisasi oleh masyarakat. Film dianggap sebagai sarana yang cukup efektif dalam membentuk opini atau perspektif khalayaknya (McQuail, 2011:109). Munculnya pengaruh itu sesungguhnya sebuah kemungkinan yang sangat tergantung pada proses negosiasi makna oleh khalayak terhadap pesan dari film itu dan mengacu pada keberhasilan khalayak dalam proses negosiasi makna dari pesan yang disampaikan. Menurut (McQuail, 2011:110) jika negosiasi makna yang dilakukan khalayak tersebut lemah, maka akan semakin besar pengaruh tayangan tersebut. Negosiasi makna merupakan sebuah proses transaksional dari komunikasi, dimana komunikasi menerima dan menginterpretasikan makna dari pesan yang diterima sesuai dengan latar belakang sosial budaya yang dimiliki.

Film sebagai bagian dari media massa dalam kajian komunikasi massa modern dinilai memiliki pengaruh pada khalayaknya. Khalayak menerima dan menginterpretasikan pesan tekstual dari film melalui cara yang terkait dengan kondisi sosial dan budaya mereka terhadap kondisi tersebut. Dapat kita lihat bagaimana realitas yang coba ditunjukkan oleh sebuah film bergantung terhadap penangkapan makna dari khalayak. Melihat fenomena tersebut, wajar bila proses produksi film sangat membutuhkan perencanaan dan eksekusi yang matang, guna memastikan pesan dan nilai yang ingin disampaikan kepada khalayak menjadi tepat sasaran.

Dalam konteks perfilman Indonesia, genre drama keluarga menjadi salah satu medium yang kerap digunakan untuk menyampaikan nilai-nilai sosial, moral, dan kemanusiaan kepada khalayak. Sejumlah film drama keluarga Indonesia, seperti *Keluarga Cemara* (2019), *Nanti Kita Cerita tentang Hari Ini* (2020), *Miracle in Cell No. 7* versi Indonesia (2022), dan *Sabtu Bersama Bapak* (2016), menunjukkan bagaimana relasi keluarga, pengorbanan, empati, serta tanggung jawab sosial direpresentasikan melalui narasi audiovisual. Film-film tersebut tidak hanya menghadirkan konflik

emosional yang dekat dengan realitas kehidupan masyarakat, tetapi juga mengonstruksikan makna tentang peran orang tua, anak, dan keluarga sebagai ruang pembentukan nilai-nilai kemanusiaan. Kehadiran film-film drama keluarga tersebut mempertegas bahwa film Indonesia memiliki kecenderungan kuat dalam mengangkat isu relasi keluarga sebagai sarana komunikasi nilai, sehingga genre ini menjadi relevan untuk dikaji lebih lanjut dalam perspektif komunikasi dan representasi makna sosial.

Dalam konteks penelitian ini, penulis memilih film *Panggil Aku Ayah* (2025) sebagai objek kajian karena film ini menunjukkan representasi nilai heroisme dalam ranah kehidupan keluarga melalui figur ayah nonbiologis yang menarik untuk diteliti. Berbeda dengan film drama keluarga Indonesia lainnya seperti *Keluarga Cemara*, *Nanti Kita Cerita tentang Hari Ini*, *Miracle in Cell No. 7* versi Indonesia, dan *Sabtu Bersama Bapak* yang lebih menekankan konflik emosional keluarga secara umum, *Panggil Aku Ayah* menempatkan kepahlawanan dalam bentuk heroisme nonfisik yang diwujudkan melalui tindakan keseharian, pengorbanan berkelanjutan, serta keberanian moral dalam menjalankan peran ayah tanpa ikatan darah.

Film ini menyoroti proses pembentukan makna kepahlawanan melalui relasi interpersonal antara ayah dan anak, sehingga heroisme tidak ditampilkan sebagai tindakan yang spektakuler, melainkan sebagai praktik sosial yang bersifat humanis dan kontekstual. Selain itu, *Panggil Aku Ayah* menghadirkan representasi peran ayah sebagai konstruksi moral dan sosial yang dibangun melalui tanggung jawab, empati, dan komitmen jangka panjang. Hal ini membuka ruang untuk mengkaji bagaimana makna kepahlawanan dikonstruksikan dalam konteks relasi keluarga, khususnya melalui figur ayah nonbiologis.

Berdasarkan hal tersebut, film ini memiliki potensi analitis untuk diteliti lebih lanjut menggunakan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce, guna mengungkap makna tanda dan simbol heroisme yang dikonstruksikan dalam film serta bagaimana makna tersebut direpresentasikan dalam konteks sosial. Film *Panggil Aku Ayah* (2025) memperoleh respons positif dari masyarakat selama penayangannya di layar lebar Indonesia. Sepanjang masa edar di bioskop, film ini berhasil menarik lebih dari 800.000 penonton, yang menunjukkan tingginya minat khalayak terhadap film drama keluarga dengan tema relasi ayah dan anak. Setelah masa tayang bioskop berakhir, film ini kemudian dirilis di *platform* Netflix pada 5 Desember 2025, dan tercatat masuk dalam daftar teratas 10 film yang paling banyak ditonton di Netflix Indonesia pada periode awal penayangannya. Pencapaian tersebut menunjukkan tingginya minat dan respons penonton terhadap film ini di *platform streaming* digital. Berdasarkan situs *Internet Movie Database* (IMDb), film *Panggil Aku Ayah* memperoleh

rating 7.5/10, yang menunjukkan respons positif dari penonton terhadap pesan dan nilai yang dihadirkan dalam film tersebut.



Gambar 1.1 Poster Film Panggil Aku Ayah (2025)

(Sumber: Instagram @visinemaid)

Penelitian ini juga didasari oleh masalah bahwa fenomena perkembangan industri film yang semakin krusial perannya sebagai salah satu media massa yang mampu menginternalisasi nilai di masyarakat melalui representasi yang dimunculkan. Peneliti ingin mengetahui bagaimana bentuk-bentuk representasi nilai heroisme yang terdapat pada film *Panggil Aku Ayah* dengan dianalisis melalui model semiotika Charles Sanders Peirce.

Film *Panggil Aku Ayah* menghadirkan kisah tentang seorang laki-laki yang harus menjalani peran sebagai figur ayah bagi seorang anak tanpa adanya hubungan biologis. Narasi film ini menyoroti dinamika relasi yang dibangun melalui proses tanggung jawab, kepedulian, dan pengorbanan dalam kehidupan sehari-hari. Melalui konflik-konflik personal dan sosial yang dialami tokohnya, film ini menggambarkan makna peran ayah sebagai bentuk kehadiran dan komitmen moral, bukan semata-mata ditentukan oleh ikatan darah. Representasi tersebut menjadikan *Panggil Aku Ayah* sebagai teks film yang sarat dengan nilai-nilai kemanusiaan, khususnya nilai heroisme yang diwujudkan dalam tindakan-tindakan sederhana namun bermakna, sehingga menarik untuk dikaji secara akademik dalam konteks pembentukan makna dan nilai sosial.

Heroisme dipahami sebagai seperangkat nilai yang mencerminkan keberanian, pengorbanan, dan komitmen moral individu untuk bertindak demi kepentingan yang melampaui kepentingan pribadi. Franco, Blau, dan Zimbardo (2011) menjelaskan bahwa heroisme berkaitan dengan tindakan yang mengandung risiko serta didorong oleh nilai moral dan kepedulian terhadap orang lain. Nilai heroisme tidak selalu diwujudkan melalui tindakan luar biasa atau spektakuler, tetapi juga dapat hadir dalam tindakan keseharian yang mencerminkan tanggung jawab, empati, dan keteguhan moral dalam menghadapi tekanan sosial. Becker (1973) memandang heroisme sebagai upaya manusia dalam memberi makna pada kehidupannya melalui tindakan-tindakan yang bernilai dan bermoral. Dalam konteks budaya, nilai heroisme tidak bersifat alamiah semata, melainkan dikonstruksikan melalui narasi, simbol, dan representasi yang membentuk pemahaman kolektif mengenai keberanian dan pengorbanan (Campbell, 2008; Barker, 2012). Dalam perspektif ilmu komunikasi, heroisme dapat dipahami sebagai fenomena komunikasi yang dimediasi oleh simbol, pesan, dan makna. Tindakan heroik tidak hanya merupakan peristiwa sosial, tetapi juga bentuk penyampaian makna yang dapat ditafsirkan oleh pihak lain melalui ekspresi verbal, nonverbal, dan simbolik.

Dalam film, nilai heroisme direpresentasikan melalui narasi audio-visual yang mencakup dialog, visual, gestur, serta alur cerita, sehingga film berfungsi sebagai media komunikasi massa yang menyampaikan pesan-pesan nilai kepada khalayak luas (McQuail, 2010).

Pada saat yang sama, tindakan heroik yang terjadi antartokoh dalam film merepresentasikan proses komunikasi interpersonal karena melibatkan interaksi langsung, relasi emosional, serta pertukaran makna antarindividu (Littlejohn & Foss, 2011). Dengan demikian, heroisme dalam film dapat dipahami sebagai fenomena komunikasi yang bersifat multidimensional, yakni sebagai praktik komunikasi interpersonal dalam ranah cerita, sekaligus sebagai pesan komunikasi massa ketika direpresentasikan dan disebarluaskan melalui media film.

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan penambahan ilmu pengetahuan secara ilmiah di dalam bidang studi Ilmu Komunikasi, terutama di dalam kajian pemahaman komunikasi massa dalam suatu film.

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang telah mengkaji film sebagai media representasi nilai dengan menggunakan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce:

Fahreyza (2025) dalam penelitiannya yang berjudul “Representasi Pesan Moral dalam Film *Pertaruhan* (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)” menganalisis tanda-tanda visual dan verbal dalam film *Pertaruhan*

untuk mengungkap pesan moral yang disampaikan kepada penonton. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada fokus kajian, di mana penelitian terdahulu membahas pesan moral secara umum, sedangkan penelitian ini secara khusus memusatkan perhatian pada nilai heroisme, terutama heroisme nonfisik yang diwujudkan melalui tanggung jawab dan pengorbanan tokoh dalam relasi keluarga.

Penelitian lain dilakukan oleh Istifada dan Wirawanda (2022) melalui studi yang berjudul “Representasi Nilai-Nilai Kemanusiaan dalam Film *Miracle in Cell No. 7* Versi Indonesia (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce).” Penelitian ini menyoroti bagaimana nilai-nilai kemanusiaan seperti kasih sayang, keadilan, dan pengorbanan direpresentasikan melalui tanda-tanda visual dan dialog dalam film. Hasil kajian menunjukkan bahwa pendekatan semiotika Peirce mampu mengungkap makna nilai kemanusiaan yang dikonstruksikan secara emosional dalam film. Adapun pembeda dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada spesifikasi nilai yang dianalisis, karena penelitian ini berfokus pada nilai kemanusiaan secara luas, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menitikberatkan pada nilai heroisme sebagai bentuk tindakan moral yang berisiko dan berorientasi pada kepentingan orang lain, khususnya dalam konteks figur ayah.

Selanjutnya, penelitian oleh Rahman dan Fernanda (2023) yang berjudul “Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce dalam Film *Spotlight*” mengkaji representasi nilai moral profesional dan tanggung jawab sosial dalam film *Spotlight*. Penelitian ini menunjukkan bahwa tanda-tanda visual dan simbolik dalam film merepresentasikan keberanian dan integritas dalam praktik jurnalisme investigatif. Perbedaan utama dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada konteks dan objek kajian, karena penelitian tersebut berfokus pada heroisme dalam ranah profesional dan sosial dalam film Barat, sedangkan penelitian ini mengkaji heroisme nonfisik dalam konteks kehidupan keluarga dan budaya Indonesia yang direpresentasikan melalui film *Panggil Aku Ayah*.

Berdasarkan uraian penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa meskipun pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce telah banyak digunakan untuk mengkaji nilai moral, kemanusiaan, dan sosial dalam film, kajian yang secara khusus membahas representasi nilai heroisme nonfisik dalam film Indonesia, khususnya yang berfokus pada peran ayah dan relasi keluarga, masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan fokus dengan mengkaji heroisme sebagai nilai komunikasi yang direpresentasikan melalui tanda-tanda visual dan verbal dalam film. Maka dari itu, penulis tertarik untuk mengangkat kajian tersebut ke dalam sebuah penelitian dengan judul “REPRESENTASI NILAI

HEROISME DALAM FILM PANGGIL AKU AYAH (2025): ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah yaitu: Bagaimana representasi nilai heroisme yang ditunjukkan oleh tokoh utama dalam film *Panggil Aku Ayah* (2025)?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui representasi nilai heroisme yang ditunjukkan oleh tokoh utama dalam film *Panggil Aku Ayah* (2025) melalui model semiotika Charles Sanders Peirce.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan penambahan ilmu pengetahuan secara ilmiah, khususnya di dalam bidang studi Ilmu Komunikasi, terutama di dalam kajian pemahaman komunikasi massa dalam suatu film dan bisa menjadi bahan bacaan maupun referensi bagi semua pihak yang membutuhkan pustaka mengenai pola komunikasi melalui model semiotika Charles Sanders Peirce. Hasil penelitian ini diharapkan juga dapat menambah ruang lingkup penelitian tentang nilai ideologi dan budaya yang terdapat dalam film menggunakan analisis semiotika.

b. Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan banyak wawasan mengenai makna perwujudan tentang heroisme. Hasil penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan deskripsi dalam membaca makna-makna yang terkandung dalam sebuah film melalui analisis semiotika, serta menambah pengetahuan dalam perfilman atau sinematografi kepada mahasiswa/i.

1.4 Kerangka Konseptual

1. Film Sebagai Komunikasi Massa

Menurut McQuail, film didefinisikan sebagai suatu media yang informatif, mampu menjangkau khalayak luas, serta memiliki sisi hiburan dan seni di dalamnya. Oleh karena itu, film dikategorikan sebagai salah

satu media massa yang mempunyai berbagai kelebihan (McQuail, 2011:14).

Sedangkan bila berkaca dari regulasi negara, yakni Pasal 1 UU No. 33 Tahun 2009 mengenai perfilman, definisi film sendiri telah diberi batasan. Film dimaknai sebagai suatu karya seni budaya yang dapat dijadikan sebagai pranata sosial, serta bagian sarana dari komunikasi massa yang ditujukan sebagai media yang diharapkan dapat mencerdaskan kehidupan negara, menjadi sarana masyarakat untuk mengembangkan diri, membina akhlak sesuai nilai bangsa dan negara, memajukan tingkat kesejahteraan masyarakat, hingga menjadi sarana promosi Indonesia di kancah internasional.

Kemudian ditambahkan oleh Jakob Sumardjo dalam (1984) dalam Hendra (2017:430), film ialah sarana komunikasi massa yang mampu menginternalisasi nilai dan pengalaman, bahkan sebuah alat propaganda, karena jangkauannya yang luas, realisme, serta popularitas tinggi yang dimilikinya. Pendapat tersebut menekankan bahwa film mampu menyampaikan pesan yang dibuatnya dengan cepat, serentak, luas dan memiliki kemampuan memanipulasi kenyataan dengan pesan fotografinya.

Berdasarkan banyak definisi film oleh para ahli tersebut, maka dapat diambil kesimpulan bahwa film merupakan salah satu media komunikasi massa dengan tujuan khusus yang mampu menjangkau khalayak luas dengan cepat dan serentak dalam upaya pencapaian tujuan tersebut.

Untuk mengadakan sebuah komunikasi untuk massa, maka diperlukan pula media yang dapat dikonsumsi secara massal. Dalam hal ini, banyaknya pilihan sarana komunikasi massa akan sangat disesuaikan pemakaiannya dengan fungsi dan tujuannya masing-masing. Sebagai salah satu bentuk sarana tersebut, film hadir dengan perannya yang dapat menjadi alat komunikasi massa, meliputi sarana hiburan, propaganda, promosi bahkan pendidikan. Menjalani perannya sebagai media komunikasi massa, film juga bertujuan untuk mampu menanamkan nilai-nilai dan pesan tertentu sesuai dengan kehendak pihak kreator tersebut kepada masyarakat. Nilai-nilai tersebut terwujud dalam misi berbentuk cerita yang direpresentasikan melalui produksi film itu sendiri (Hendra, 2017:45). Dalam komunikasi massa, film termasuk media periodik yang kehadirannya tidaklah terus menerus, melainkan ber-periode. Film juga sudah menjadi wujud seni dengan respons yang cukup kuat dari berbagai kalangan yang dikonsumsi guna pemenuhan nilai hiburan, ilham, informasi, serta wawasan.

2. Representasi

Secara harfiah, representasi berasal dari bahasa Inggris "*representation*" yang bermakna perwakilan, gambaran, atau penggambaran. Secara umum dan sederhana, representasi juga dapat dimaknai sebagai suatu penggambaran dalam media mengenai hal-hal yang ada di kehidupan.

Menurut ahli Chris Barker, representasi merupakan suatu upaya pengonstruksian sosial dengan mengeksplorasi mengenai pembentukan makna yang tekstual serta mendalami perihal penyelidikan mengenai produksi makna tersebut dalam berbagai konteks. Hakikatnya, mereka dikonstruksi dengan dibentuk, ditampilkan, digunakan, serta akhirnya dipahami dalam tingkatan konteks sosial tertentu (Baker, 2016: 97).

Sedangkan menurut David C. & William H. dalam (Agung, 2015), representasi didefinisikan sebagai suatu hasil proses penyeleksian dengan menggarisbawahi atau menyoroti hal-hal khusus. Dalam konteks representasi yang dilakukan di media, tanda sebagai simbol yang dapat menggambarkan suatu hal akan diseleksi secara seksama dan dipilih berdasarkan tujuan-tujuan tertentu.

Berdasarkan berbagai definisi mengenai representasi di atas, dapat disimpulkan bahwa representasi ialah suatu proses penyeleksian tanda-tanda atau simbol yang dapat mewakili suatu hal secara khusus.

Dalam penjelasan Chris Barker (2014: 97), representasi merupakan konsep pemaknaan budaya dengan pemakaian materialitas khusus dalam penyajiannya, yang dapat melekat pada bunyi, objek, citra, majalah, hingga program di televisi. Eriyanto menyatakan bahwa representasi dalam pertelevisian, seperti film, dapat dimaknai sebagai pengadaan elemen-elemen khusus yang ditandai secara teknis, meliputi tata cahaya, musik, ruang, kamera dan sebagainya. Kemudian hal tersebut diupayakan untuk ditransmisikan kedalam suatu kode representasional yang dapat menggambarkan objek, seperti karakter, narasi, dialog dan lainnya (Eriyanto, 2008:115).

Kajian mengenai representasi ini memiliki posisi yang sangat krusial dalam studi kebudayaan karena dengan konsep ini kita dapat menghubungkan antara makna dengan bahasa yang ada dalam suatu kebudayaan. Sebab, menurut Hall (1997) dalam (Agung, 2015), representasi juga bermakna penggunaan bahasa untuk mengungkapkan sesuatu dengan makna tertentu, memunculkan kembali dunia dengan makna yang lebih dalam kepada konsumennya.

3. Heroisme

Heroisme atau kepahlawanan merupakan nilai moral yang melekat pada individu dan diwujudkan melalui tindakan keberanian, pengorbanan, serta komitmen untuk bertindak demi kepentingan orang lain atau kepentingan yang lebih luas. Pahlawan dipahami sebagai individu yang memiliki keberanian dan kesediaan untuk berkorban dalam membela kebenaran dan keadilan, sehingga tindakannya dinilai memiliki kualitas moral yang menonjol dibandingkan individu lainnya (Abdurrahman, 2016). Dalam pengertian ini, heroisme tidak selalu ditandai oleh tindakan fisik yang spektakuler, melainkan oleh tujuan moral dan nilai kemanusiaan yang melandasi tindakan tersebut.

Menurut Goethals dan Allison (2012), heroisme merupakan perilaku prososial yang diwujudkan melalui beberapa nilai utama, yaitu:

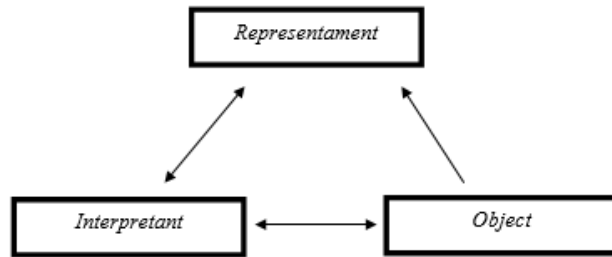
- a. Keberanian moral, yaitu keberanian individu dalam mengambil keputusan dan tanggung jawab demi kepentingan orang lain, meskipun menghadapi risiko sosial, emosional, atau pribadi.
- b. Pengorbanan, yaitu kesediaan untuk mengorbankan kepentingan pribadi, kenyamanan, waktu, atau perasaan demi kesejahteraan orang lain.
- c. Kepedulian dan empati, yaitu kemampuan individu untuk memahami dan merasakan kondisi orang lain, yang mendorong tindakan membantu dan melindungi.
- d. Tanggung jawab sosial, yaitu komitmen individu untuk menjalankan peran dan kewajibannya demi terciptanya rasa aman, kesejahteraan, dan keteraturan dalam relasi sosial.

Berdasarkan nilai-nilai tersebut, dalam penelitian ini heroisme dipahami sebagai nilai yang tercermin melalui keberanian moral, pengorbanan, kepedulian, dan tanggung jawab sosial yang diwujudkan dalam tindakan tokoh. Definisi konseptual ini digunakan sebagai landasan untuk menganalisis representasi heroisme nonfisik dalam film melalui tanda-tanda visual dan verbal.

4. Analisis Semiotika

Semiotika merupakan sebuah ilmu yang mempelajari secara khusus mengenai tanda atau *sign*. Semiotika sendiri berasal dari kata "*Semeion*" dalam bahasa Yunani yang artinya "tanda". Secara terminologi, semiotika dapat diartikan sebagai suatu ilmu yang mengkaji perihal objek, peristiwa, serta kebudayaan sebagai suatu tanda (Seto, 2013:7). Dalam konteks ini, Zoest (1993) dalam (Eriyanto, 2008:24) berpendapat bahwa secara umum, semua hal (tidak hanya benda) yang sifatnya dapat diamati atau dibuat agar dapat teramati adalah sesuatu yang disebut tanda. Tanda-tanda yang ditampilkan tersebut dapat dipelajari pemaknaannya melalui ilmu semiotika ini.

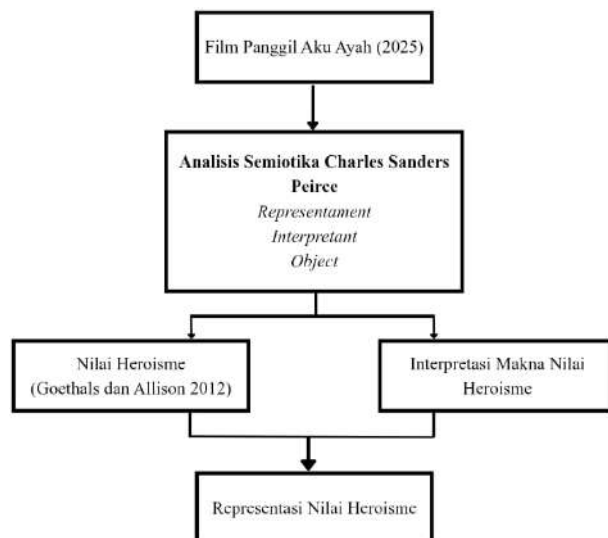
Sejarah panjang semiotika membuat ada banyak perspektif mengenai kajiannya. Namun, berbicara mengenai semiotika, kita tidak bisa lepas dari sosok ahli semiotika yang kental dengan gagasan logikanya, yaitu Charles Sanders Peirces.



Gambar 1.2 Segitiga Makna (*Triangle of Meaning*)
(Sumber: Vera (2014 : 22))

Teori tanda Peirce, atau semiotik, adalah catatan tentang penandaan, representasi, referensi, dan makna. Meskipun teori ini memiliki sejarah yang panjang, catatan Peirce unik dan inovatif karena keluasan dan kerumitannya, dan untuk menangkap pentingnya interpretasi terhadap penandaan.

Peirce juga memperlakukan teori tanda sebagai pusat karyanya tentang logika, sebagai media untuk penyelidikan dan proses penemuan ilmiah, dan bahkan sebagai salah satu cara yang mungkin untuk 'membuktikan' pragmatismenya. Kepentingannya dalam filosofi Peirce, karenanya, tidak bisa dilebih-lebihkan.



Gambar 1.3 Bagan Kerangka Konseptual

1.5 Definisi Konseptual

1. Film yang dimaksud dalam penelitian ini ialah Film *Panggil Aku Ayah* yang dirilis pada tahun 2025 yang disutradarai oleh Benni Setiawan.
2. Heroisme merupakan keberanian dalam membela kebenaran di mana menurut Goethals dan Allison (2012) ada empat ciri seseorang dengan heroisme yang tinggi yaitu Keberanian Moral, Pengorbanan, Kepedulian dan Empati, serta Tanggung Jawab Sosial.
3. Teori semiotika Charles Sanders Peirce dalam penelitian ini digunakan untuk mengidentifikasi dan menganalisis tanda-tanda yang merepresentasikan nilai heroisme dalam film *Panggil Aku Ayah* (2025). Analisis difokuskan pada tiga unsur utama, yaitu *representant* (bentuk tanda yang muncul dalam adegan), *object* (makna yang dirujuk oleh tanda terkait heroisme), dan *interpretant* (pemaknaan yang dihasilkan dari hubungan antara tanda dan objek dalam konteks film).

1.6 Metode Penelitian

1. Waktu dan Objek Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada bulan Desember 2025 hingga Februari 2026 dengan objek penelitian berupa film *Panggil Aku Ayah*.

2. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini ialah deskriptif kualitatif dengan jenis penelitian semiotika yang menggambarkan dan menganalisis makna dari tanda maupun simbol dalam sebuah film. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan dengan metode semiotika Charles Sanders Peirce untuk mengumpulkan data, mengamati, dan menganalisis objek dan subjek secara mendalam.

3. Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ialah berupa data primer dan sekunder, di mana data primer merupakan data yang diperoleh dari hasil pengamatan yaitu film *Panggil Aku Ayah* (2025). Data yang dikumpulkan berupa teks dan gambar yang berkaitan dengan nilai heroisme yang kemudian akan dilanjutkan dengan analisis semiotika dalam menginterpretasi setiap adegan atau tanda (*sign*) dalam film tersebut.

Sedangkan data sekunder merupakan data yang dikumpulkan melalui buku, jurnal, internet, dan hasil penelitian lainnya yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini.

4. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisa data penelitian, peneliti menggunakan metode analisis semiotika menurut Charles Sanders Peirce. Semiotika menurut Peirce dalam ialah suatu tindakan (*action*), pengaruh (*influence*), atau kerja sama tiga subjek, yaitu tanda (*representament*), objek (*object*) dan intepretan (*interpretant*). Menurut Peirce, tanda merupakan segala sesuatu yang ada pada seseorang untuk menyatakan sesuatu yang lain dalam beberapa hal atau kapasitas. Tanda dapat berarti sesuatu bagi seseorang jika hubungan yang berarti ini diperantarai oleh interpretan. Interpretan sebagai suatu peristiwa psikologis dalam pikiran interpreter, hanya saja harus dipahami secara non antropomorfis.

Inti dari tanda menurut Peirce adalah kemampuannya dalam "mewakili" beberapa hal atau kepastian tertentu. Teknis analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah semiotika oleh Charles Sanders Peirce dengan teori segitiga makna atau *Triangle Meaning* yang terdiri dari tiga elemen utama, yaitu: tanda (*representament*), obyek (*object*) dan interpretan (*interpretant*). Dengan dasar teori segitiga makna dari Peirce, maka tahapan analisis yang dilakukan peneliti adalah:

- a. Mengidentifikasi tanda-tanda yang terdapat dalam *scene* film *Panggil Aku Ayah* (2025).
- b. Menginterpretasikan satu per satu tanda yang telah diidentifikasi dalam *scene* film *Panggil Aku Ayah* (2025).
- c. Memaknai secara keseluruhan mengenai beberapa *scene* yang ada dalam film *Panggil Aku Ayah* (2025) kemudian dikaitkan dengan representasi nilai heroisme.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Film

1. Pengertian Film

Film merupakan karya seni audiovisual yang menyajikan rangkaian gambar bergerak yang dipadukan dengan unsur suara untuk membentuk sebuah cerita dan menyampaikan pesan kepada penonton. Bordwell dan Thompson (2013) mendefinisikan film sebagai medium naratif yang dibangun melalui struktur cerita dan teknik sinematik yang saling berkaitan, sehingga mampu menciptakan makna dan pengalaman visual bagi penontonnya. Film tidak hanya dipahami sebagai produk hiburan, melainkan juga sebagai medium komunikasi yang sarat dengan pesan sosial dan budaya. Film adalah alat komunikasi yang sangat kaya akan bahasa dengan menggabungkan dua realitas bahasa atau dua unsur makna yaitu kata dan bukan kata. Makna berupa kata mencakup bahasa verbal atau teks, sedangkan makna bukan kata mencakup supra bahasa atau bahasa bukan verbal yaitu gambar, bunyi, musik, dan ekspresi visual (Ichsani, 2020: 1).

Dalam kajian komunikasi, Ardianto dan Komala (2007) memandang film sebagai salah satu bentuk media massa yang memiliki daya pengaruh kuat karena mampu menyentuh aspek kognitif, afektif, dan konatif penonton secara bersamaan. Melalui visual, dialog, dan alur cerita, film dapat membentuk persepsi serta memengaruhi cara pandang khalayak terhadap realitas sosial. Dengan demikian, film merupakan medium komunikasi yang efektif dalam menyampaikan nilai, ideologi, dan pesan moral.

2. Sejarah Perkembangan Film

Perkembangan film tidak terlepas dari kemajuan teknologi visual dan audio. Cook (2004) menjelaskan bahwa film bermula dari eksperimen fotografi bergerak pada akhir abad ke-19, yang kemudian berkembang menjadi media hiburan publik. Pada tahap awal, film diproduksi tanpa suara dan hanya mengandalkan kekuatan visual serta ekspresi aktor dalam menyampaikan cerita.

Memasuki abad ke-20, perkembangan teknologi suara melahirkan film bersuara yang memungkinkan dialog dan musik menjadi bagian penting dalam penceritaan. Selanjutnya, penggunaan warna memberikan dimensi estetika baru yang memperkuat suasana dan emosi dalam film. Hingga kini, perkembangan teknologi digital telah mengubah proses produksi, distribusi, dan konsumsi film, sehingga film dapat diakses secara luas melalui berbagai platform digital dan tidak lagi terbatas pada ruang bioskop.

3. Jenis-Jenis Film

Film dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis berdasarkan bentuk dan tujuan pembuatannya. Nichols (2010) membedakan film ke dalam beberapa kategori utama sebagai berikut:

1. Film Fiksi

Film fiksi merupakan film yang dibangun berdasarkan cerita rekaan dengan struktur naratif tertentu. Cerita dalam film fiksi disusun secara dramatik dan menampilkan konflik yang dirancang untuk membangkitkan emosi penonton. Film jenis ini paling umum dijumpai dalam industri perfilman dan sering digunakan untuk menyampaikan pesan moral melalui karakter dan alur cerita.

2) Film Dokumenter

Film dokumenter menyajikan realitas atau peristiwa nyata dengan tujuan informatif dan edukatif. Film dokumenter berupaya merepresentasikan realitas sosial secara faktual, meskipun tetap melibatkan sudut pandang pembuat film dalam proses penyajiannya.

3) Film Animasi

Film animasi merupakan film yang menggunakan teknik penggambaran atau pemodelan objek untuk menciptakan ilusi gerak. Film animasi tidak bergantung pada aktor nyata, melainkan pada gambar atau karakter animasi yang dirancang untuk menyampaikan cerita.

d. Film Pendek dan Film Panjang

Pengelompokan ini didasarkan pada durasi film. Film pendek umumnya berdurasi kurang dari 60 menit, sedangkan film panjang berdurasi lebih dari 60 menit dan biasanya diputar di bioskop sebagai film utama.

4. Genre Film

Genre film merupakan bentuk pengelompokan film berdasarkan kesamaan tema, konflik, struktur cerita, serta gaya penceritaan yang digunakan. Pengelompokan ini membantu dalam mengidentifikasi karakteristik tertentu yang membedakan satu jenis film dengan jenis lainnya. Neale (2000) menyatakan bahwa genre berfungsi sebagai sistem konvensi yang digunakan oleh pembuat film untuk membangun narasi, sekaligus menjadi kerangka acuan bagi penonton dalam

memahami jenis cerita yang disajikan. Dengan adanya genre, penonton dapat memiliki ekspektasi awal terhadap alur cerita, karakter, serta konflik yang akan ditampilkan dalam film.

Selain itu, Altman (1999) menjelaskan bahwa genre tidak hanya berfungsi sebagai kategori, tetapi juga sebagai proses komunikasi antara pembuat film dan penonton. Genre membantu menciptakan kesepahaman mengenai makna dan struktur cerita, sehingga mempermudah penonton dalam menginterpretasikan pesan yang disampaikan. Dengan kata lain, genre menjadi bagian penting dalam proses pembentukan makna dalam film.

Beberapa genre film yang umum dikenal antara lain drama, komedi, aksi, keluarga, romantis, dan horor. Setiap genre memiliki karakteristik yang berbeda dalam menyampaikan cerita. Genre drama, misalnya, lebih menekankan pada konflik emosional dan perkembangan karakter, sedangkan genre aksi lebih berfokus pada ketegangan dan peristiwa fisik. Menurut Bordwell dan Thompson (2013), perbedaan genre ini memengaruhi bagaimana unsur naratif dan sinematik digunakan dalam membangun pengalaman menonton.

Genre keluarga dan drama secara khusus cenderung menonjolkan nilai-nilai kemanusiaan, seperti kasih sayang, empati, tanggung jawab, serta hubungan antarindividu. Pratista (2008) menyatakan bahwa film dengan genre drama biasanya mengangkat persoalan kehidupan sehari-hari yang dekat dengan realitas sosial, sehingga lebih mudah dipahami dan dirasakan oleh penonton. Hal ini menjadikan genre tersebut relevan dalam kajian representasi nilai, karena mampu menghadirkan makna yang bersifat emosional dan reflektif.

Lebih lanjut, menurut Lacey (2000), genre juga memiliki fungsi ideologis, yaitu sebagai sarana untuk menyampaikan nilai-nilai sosial yang berkembang dalam masyarakat. Melalui konvensi yang dimiliki, genre dapat membentuk cara pandang penonton terhadap suatu fenomena, termasuk dalam memahami konsep-konsep seperti kepahlawanan, pengorbanan, dan tanggung jawab sosial.

Dengan demikian, genre film tidak hanya berfungsi sebagai kategori hiburan, tetapi juga sebagai perangkat penting dalam proses penyampaian dan pembentukan makna. Dalam konteks penelitian ini, genre drama dan keluarga menjadi relevan karena mampu

merepresentasikan nilai-nilai heroisme melalui relasi antar tokoh dan konflik emosional yang ditampilkan dalam film.

5. Unsur-Unsur Pembentuk Film

Film dibangun oleh dua unsur utama, yaitu unsur naratif dan unsur sinematik. Bordwell dan Thompson (2013) menjelaskan bahwa unsur naratif berkaitan dengan cerita yang meliputi tema, alur, tokoh, konflik, dan latar.

Unsur naratif berkaitan dengan aspek cerita yang menjadi dasar dari sebuah film. Bordwell dan Thompson (2013) menjelaskan bahwa unsur naratif mencakup tema, alur (*plot*), tokoh (karakter), konflik, serta latar (*setting*). Unsur ini berfungsi sebagai kerangka utama dalam menyampaikan pesan kepada penonton. Melalui pengembangan cerita dan interaksi antar tokoh, film mampu menyampaikan berbagai nilai, ideologi, dan makna tertentu. Selain itu, Pratista (2008) menyatakan bahwa narasi dalam film berperan sebagai penggerak utama yang menentukan bagaimana informasi disampaikan dan dipahami oleh penonton.

Sementara itu, unsur sinematik berkaitan dengan aspek teknis visual dan audio, seperti sinematografi, *mise-en-scène*, *editing*, dan tata suara. Unsur sinematik berfungsi memperkuat emosi, suasana, dan makna cerita. Melalui pencahayaan, sudut kamera, serta musik, film mampu membangun makna simbolik yang tidak selalu diungkapkan secara verbal.

Unsur sinematik tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap visual, tetapi juga memiliki peran penting dalam membangun emosi dan makna dalam film. Menurut Monaco (2009), teknik visual dan audio dalam film mampu menciptakan makna yang bersifat simbolik dan interpretatif, sehingga penonton dapat memahami pesan yang tidak disampaikan secara langsung. Hal ini sejalan dengan pendapat Effendy (2003) yang menyatakan bahwa kekuatan film terletak pada kemampuannya dalam memengaruhi emosi dan persepsi penonton melalui kombinasi gambar dan suara.

Dengan demikian, unsur naratif dan sinematik merupakan dua komponen utama yang saling melengkapi dalam membangun keseluruhan makna film. Keduanya bekerja secara bersamaan dalam menyampaikan pesan, sehingga analisis terhadap film perlu mempertimbangkan kedua aspek tersebut untuk memahami bagaimana makna dikonstruksikan dan direpresentasikan kepada penonton.

2.2 Heroisme

1. Pengertian Heroisme

Heroisme secara umum dipahami sebagai tindakan individu yang menunjukkan keberanian, pengorbanan, dan orientasi pada kebaikan orang lain, terutama dalam situasi yang melibatkan risiko atau konsekuensi tertentu bagi pelakunya. Dalam kajian psikologi sosial, heroisme sering ditempatkan dalam ranah perilaku prososial, yaitu perilaku yang bertujuan memberikan manfaat bagi orang lain atau masyarakat secara luas (Franco et al., 2011).

Menurut Zimbardo (2007), heroisme merupakan tindakan sukarela yang dilakukan seseorang dengan kesadaran penuh untuk membantu atau melindungi orang lain, meskipun tindakan tersebut mengandung risiko pribadi, baik secara fisik, sosial, maupun psikologis. Zimbardo menekankan bahwa heroisme tidak selalu hadir dalam bentuk tindakan ekstrem atau luar biasa, tetapi juga dapat terwujud dalam tindakan sehari-hari yang dilakukan secara konsisten demi kepentingan orang lain. Dengan demikian, heroisme tidak terbatas pada figur pahlawan besar, melainkan dapat dimiliki oleh individu biasa dalam konteks sosial tertentu.

Dalam perspektif sosial-budaya, heroisme juga dipahami sebagai konstruksi nilai yang berkembang dalam masyarakat. Becker (1973) memandang heroisme sebagai bentuk pencarian makna manusia melalui tindakan yang melampaui kepentingan diri sendiri. Pandangan ini menempatkan heroisme sebagai nilai moral yang berkaitan dengan tanggung jawab, keberanian, dan komitmen etis individu dalam kehidupan sosial. Oleh karena itu, heroisme tidak hanya dinilai dari hasil tindakan, tetapi juga dari niat dan nilai moral yang melandasinya.

2. Heroisme dalam Perspektif Ilmu Komunikasi

Dalam perspektif ilmu komunikasi, heroisme dapat dipahami bukan hanya sebagai tindakan, melainkan sebagai makna yang dibangun, disebarkan, dan dinegosiasikan melalui proses komunikasi. Sebagai media komunikasi massa, film memproduksi pesan tentang siapa yang disebut “pahlawan”, tindakan apa yang dianggap “heroik”, dan nilai moral apa yang ditonjolkan.

Kerangka ini sejalan dengan pemahaman McQuail bahwa komunikasi massa bekerja melalui proses mediasi sosial-budaya dan turut membentuk cara masyarakat memahami pengalaman serta relasi sosialnya.

Pada tingkat pemaknaan, heroisme juga dapat dipahami sebagai hasil dari proses *encoding-decoding* pesan. Hall

(1973) menjelaskan bahwa pesan media dikodekan (*encoded*) oleh produsen melalui tanda dan struktur tertentu, lalu didekodekan (*decoded*) oleh audiens sesuai posisi sosial dan kerangka pengetahuan mereka.

Dalam konteks film, nilai heroisme menjadi sesuatu yang “dikomunikasikan” lewat pilihan adegan, dialog, gestur, musik, dan struktur cerita, sementara penonton membangun interpretasi heroisme berdasarkan pengalaman, nilai budaya, dan konteks sosial yang mereka miliki. Dengan demikian, heroisme dalam film dapat diposisikan sebagai konstruksi makna yang beroperasi dalam ranah komunikasi massa dan komunikasi simbolik.

3. Heroisme Menurut Goethals dan Allison

Dalam kajian heroisme kontemporer, Scott T. Allison dan George R. Goethals memandang heroisme sebagai konstruksi psikologi-sosial yang dibentuk melalui persepsi moral masyarakat terhadap tindakan individu. Menurut mereka, pahlawan tidak hanya dipahami sebagai individu yang memiliki kekuatan luar biasa, tetapi sebagai sosok yang menunjukkan kualitas moral dan sosial yang tinggi melalui tindakannya.

Allison dan Goethals menekankan bahwa heroisme berkaitan erat dengan perilaku prososial yang melibatkan keberanian, pengorbanan, dan orientasi pada kebaikan bersama (Allison & Goethals, 2011; Franco et al., 2016).

Dalam kerangka tersebut, heroisme dapat diidentifikasi melalui beberapa nilai utama yang menjadi dasar penilaian heroik dalam konteks sosial. Nilai-nilai ini tidak harus muncul dalam bentuk tindakan fisik yang ekstrem, melainkan dapat terwujud dalam tindakan nonfisik dan relasional, terutama dalam konteks kehidupan sehari-hari dan hubungan interpersonal. Nilai heroisme menurut Goethals dan Allison dalam penelitian ini dirumuskan ke dalam empat aspek utama sebagai berikut:

a. Keberanian Moral

Keberanian moral merupakan kemampuan individu untuk mengambil sikap dan bertindak berdasarkan prinsip moral yang diyakini benar, meskipun tindakan tersebut mengandung risiko sosial, emosional, atau pribadi. Allison dan Goethals menegaskan bahwa keberanian merupakan salah satu inti dari persepsi kepahlawanan, terutama ketika individu berani mempertahankan nilai kebenaran dalam situasi yang tidak menguntungkan bagi dirinya. Keberanian moral tidak selalu ditunjukkan melalui perlawanan fisik, tetapi dapat muncul dalam

bentuk keteguhan sikap, keputusan sulit, dan konsistensi dalam membela yang benar meskipun menghadapi tekanan atau penolakan sosial (Allison & Goethals, 2011).

Dalam konteks film, keberanian moral dapat direpresentasikan melalui adegan-adegan yang menunjukkan pilihan tokoh untuk tetap melakukan tindakan yang dianggap benar, meskipun berisiko terhadap relasi sosial, kenyamanan pribadi, atau stabilitas emosionalnya.

b. Pengorbanan

Pengorbanan merupakan nilai heroisme yang berkaitan dengan kesediaan individu untuk mengesampingkan kepentingan pribadi demi kepentingan orang lain atau kepentingan yang lebih luas. Menurut Allison dan Goethals, pengorbanan diri (*self-sacrifice*) merupakan elemen penting yang membuat suatu tindakan dipersepsikan sebagai heroik, karena melibatkan kesediaan menanggung “biaya” tertentu, baik berupa waktu, tenaga, kenyamanan, maupun emosi (Allison & Goethals, 2014).

Pengorbanan dalam heroisme tidak selalu bersifat ekstrem, seperti mempertaruhkan nyawa, tetapi dapat berupa pengorbanan nonfisik yang berkelanjutan. Dalam film, nilai pengorbanan sering tampak melalui tindakan tokoh yang secara konsisten mendahulukan kebutuhan orang lain, menerima beban tanggung jawab, atau menahan kepentingan pribadi demi kesejahteraan pihak lain.

c. Kepedulian dan Empati

Kepedulian dan empati merupakan nilai heroisme yang berkaitan dengan kemampuan individu untuk memahami dan merasakan kondisi orang lain, serta terdorong untuk membantu atau melindungi mereka. Allison dan Goethals memandang bahwa pahlawan dipersepsikan sebagai individu yang memiliki kepekaan sosial dan orientasi pada kesejahteraan orang lain, bukan semata-mata sebagai sosok yang kuat atau berani (Franco et al., 2016).

Empati menjadi dasar munculnya tindakan heroik karena dari empatilah individu terdorong untuk bertindak demi orang lain. Dalam konteks film, nilai kepedulian dan empati dapat direpresentasikan melalui gestur, dialog, maupun relasi emosional antartokoh yang menunjukkan perhatian, kasih sayang, dan komitmen terhadap kondisi orang lain.

d. Tanggung Jawab Sosial

Tanggung jawab sosial merujuk pada kesadaran individu terhadap peran dan kewajibannya dalam relasi sosial, serta komitmen untuk menjalankan peran tersebut demi kebaikan bersama. Allison dan Goethals menekankan bahwa heroisme tidak terlepas dari konteks sosial, karena tindakan heroik selalu berdampak pada orang lain dan lingkungan sosial di sekitarnya. Oleh karena itu, pahlawan dipersepsikan sebagai individu yang bersedia memikul tanggung jawab sosial, terutama dalam situasi ketika orang lain memilih untuk menghindari (Allison & Goethals, 2011).

Dalam film, tanggung jawab sosial dapat ditampilkan melalui peran tokoh sebagai figur yang menjaga, melindungi, atau membimbing pihak lain, serta melalui konsistensi tokoh dalam menjalankan perannya meskipun menghadapi kesulitan. Nilai ini menegaskan bahwa heroisme bersifat relasional dan berakar pada komitmen sosial.

2.3 Komunikasi Massa

1. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan melalui media massa kepada khalayak yang luas, heterogen, dan tersebar secara geografis. Menurut McQuail (2010), komunikasi massa ditandai oleh penggunaan media institusional, pesan yang bersifat publik, serta audiens yang tidak saling mengenal satu sama lain. Dalam konteks ini, media massa berperan sebagai perantara utama dalam mendistribusikan pesan-pesan sosial, budaya, dan ideologis kepada masyarakat.

Sejalan dengan pendapat tersebut, Ardianto, Komala, dan Karlinah (2014) menyatakan bahwa komunikasi massa tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai alat pembentukan sikap, opini, dan nilai-nilai sosial. Oleh karena itu, komunikasi massa memiliki peran strategis dalam membangun pemaknaan kolektif terhadap realitas sosial yang disajikan melalui media.

2. Film sebagai Media Komunikasi Massa

Film merupakan media komunikasi massa yang memiliki pengaruh signifikan dalam menyampaikan pesan kepada publik. Sebagai gambar hidup atau sinema, film berasal dari kata 'kinetik' yang berarti gerak. Secara harfiah, film adalah hasil dari *cinematography*,

yang menggabungkan elemen cahaya dan gambar untuk menciptakan visual bergerak. McQuail (2010) menyebutkan bahwa film memiliki daya tarik emosional yang tinggi karena mampu mengombinasikan narasi, visual, dialog, dan musik dalam satu kesatuan pesan. Dengan karakteristik tersebut, film tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai medium penyampai nilai, ideologi, dan konstruksi realitas sosial.

Dalam kajian komunikasi, film dipahami sebagai teks media yang memuat pesan-pesan simbolik. Sobur (2009) menegaskan bahwa film sebagai media massa bekerja melalui sistem tanda yang dapat dimaknai beragam oleh khalayak, tergantung pada latar belakang sosial, budaya, dan pengalaman masing-masing individu. Hal ini menjadikan film sebagai objek yang relevan untuk dikaji dalam penelitian komunikasi, khususnya dalam memahami proses representasi makna.

Film sebagai media komunikasi massa memiliki kemampuan dalam menyampaikan pesan melalui kombinasi bahasa verbal dan nonverbal. Bahasa verbal berupa dialog atau teks, sedangkan bahasa nonverbal mencakup gambar, suara, dan ekspresi visual yang saling melengkapi dalam membentuk makna. Kombinasi tersebut memungkinkan film menyampaikan realitas secara lebih kompleks dibandingkan media yang hanya mengandalkan satu bentuk bahasa. Selain itu, film tidak hanya menampilkan realitas, tetapi juga merepresentasikan realitas yang telah melalui proses seleksi dan konstruksi oleh pembuat film. Realitas yang disajikan dalam film merupakan hasil pengolahan yang dipengaruhi oleh nilai, ideologi, dan sudut pandang tertentu, sehingga makna yang muncul tidak bersifat netral.

Dengan demikian, film dapat dipahami sebagai media yang tidak hanya menyampaikan cerita, tetapi juga membentuk makna sosial. Melalui tanda-tanda visual dan narasi, film mampu merepresentasikan berbagai nilai, termasuk nilai kepahlawanan, yang kemudian dimaknai oleh khalayak dalam konteks sosial.

3. Komunikasi Massa dan Representasi Nilai

Komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan melalui media kepada khalayak luas yang bersifat heterogen (McQuail, 2010). Media massa tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai alat pembentuk makna dan nilai dalam masyarakat. Film sebagai salah satu bentuk media komunikasi massa memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan secara visual dan

naratif, sehingga dapat memengaruhi cara pandang, sikap, serta pemaknaan khalayak terhadap realitas sosial.

Dalam konteks ini, film tidak hanya menampilkan realitas secara apa adanya, tetapi juga mengkonstruksi realitas melalui berbagai tanda, simbol, dan narasi yang disusun secara sistematis. Proses ini menjadikan film sebagai medium representasi yang tidak netral, melainkan sarat dengan nilai dan makna tertentu yang ingin disampaikan kepada penonton.

Stuart Hall menjelaskan bahwa representasi merupakan proses produksi makna melalui bahasa, tanda, dan simbol yang digunakan dalam media (Hall, 1997). Representasi tidak sekadar mencerminkan realitas, tetapi juga membentuk dan mengonstruksi realitas tersebut melalui sistem makna yang dipahami dalam konteks sosial dan budaya. Dengan demikian, makna tidak bersifat tetap, melainkan dihasilkan melalui proses interpretasi terhadap tanda-tanda yang disajikan.

Hall juga menegaskan bahwa media memiliki peran penting dalam membangun pemahaman masyarakat terhadap berbagai konsep sosial. Melalui representasi yang ditampilkan, media dapat membentuk cara pandang khalayak terhadap suatu fenomena, serta menentukan bagaimana suatu tindakan dimaknai dalam konteks sosial (Hall, 1997).

Dalam penelitian ini, teori representasi Stuart Hall digunakan untuk memahami bagaimana nilai-nilai heroisme direpresentasikan dalam film *Panggil Aku Ayah*. Tindakan-tindakan yang dilakukan oleh tokoh Dedi tidak hanya dilihat sebagai bagian dari alur cerita, tetapi juga sebagai bentuk representasi nilai yang dikonstruksikan melalui tanda dan simbol. Nilai-nilai seperti keberanian moral, pengorbanan, kepedulian dan empati, serta tanggung jawab sosial dibangun melalui adegan-adegan yang ditampilkan, sehingga menghasilkan makna tertentu yang dapat dipahami oleh penonton.

Dengan demikian, pendekatan representasi memungkinkan peneliti untuk melihat bagaimana film sebagai media komunikasi massa tidak hanya menyampaikan cerita, tetapi juga berperan dalam membentuk dan mereproduksi nilai-nilai sosial melalui sistem tanda yang digunakan.

2.4 Semiotika

1. Pengertian Semiotika

Semiotika merupakan cabang ilmu yang mempelajari tanda, proses pembentukan makna, dan bagaimana tanda-tanda digunakan dalam konteks sosial dan budaya. Dalam ilmu komunikasi, semiotika sangat penting karena seluruh proses komunikasi baik verbal maupun nonverbal selalu melibatkan tanda dan sistem tanda. Charles Sanders Peirce, seorang filsuf dan ilmuwan asal Amerika Serikat, menjadi salah satu tokoh kunci dalam kajian semiotika modern. Ia berpendapat bahwa tanda adalah sesuatu yang mewakili sesuatu yang lain bagi seseorang dalam suatu bentuk tertentu (Peirce dalam Chandler, 2007).

Dalam kerangka ilmu komunikasi, teori semiotika digunakan untuk memahami bagaimana pesan dikonstruksi, dikodekan, dan diinterpretasikan oleh audiens. Terutama dalam media massa seperti film, tanda-tanda (baik visual, verbal, maupun simbolik) digunakan untuk menyampaikan makna sosial dan ideologis, termasuk makna tentang heroisme.

2. Tiga Elemen Tanda dalam Semiotika Peirce

Peirce mengembangkan model tanda yang bersifat trikotomis atau tiga unsur, yaitu:

1) Representamen

Representamen adalah wujud fisik dari tanda, seperti gambar, kata, warna, atau suara dalam film. Ini adalah aspek yang langsung diterima oleh pancaindra.

2) Objek

Objek adalah apa yang diwakili oleh tanda tersebut. Dalam konteks film, objek dapat berupa konsep abstrak seperti keberanian, pengkhianatan, atau kebebasan informasi.

3) Interpretan

Interpretan adalah pemaknaan atau efek mental yang timbul dari hubungan antara representamen dan objek. Interpretan dipengaruhi oleh latar belakang budaya, ideologi, dan pengetahuan khalayak.

Dalam konteks komunikasi massa, proses pemaknaan tanda sangat penting karena tidak semua audiens menafsirkan tanda dengan cara yang sama. Oleh karena itu, pendekatan semiotik memungkinkan peneliti komunikasi untuk mengevaluasi bagaimana suatu pesan dimaknai secara beragam oleh publik (Sobur, 2009).

3. Jenis Tanda

Peirce membedakan tanda menjadi tiga kategori berdasarkan hubungan antara representamen dan objek:

a. Ikon

Ikon adalah tanda yang menyerupai objek yang direpresentasikan.

b. Indeks

Indeks adalah tanda yang memiliki hubungan kausal atau eksistensial dengan objek.

c. Simbol

Simbol adalah tanda yang hubungannya dengan objek bersifat arbitrer atau konvensional.

4. Semiotika dalam Komunikasi

Komunikasi merupakan proses penyampaian makna melalui simbol-simbol yang dipahami bersama oleh individu atau kelompok dalam interaksi sosial. Simbol tersebut dapat berupa bahasa, isyarat, atau tanda yang memiliki makna tertentu bagi penerima pesan (Muhtar & Akbar, 2025). Dalam kajian komunikasi, simbol memiliki peran penting karena menjadi media utama dalam pembentukan makna. Hal ini sejalan dengan pendekatan semiotika yang memandang tanda sebagai unsur utama dalam proses pemaknaan pesan.

Dalam ilmu komunikasi, semiotika digunakan sebagai metode untuk mengurai makna yang tersembunyi di balik pesan-pesan media. Semiotika Peirce memberi alat analisis yang kaya untuk memahami bagaimana tanda-tanda dalam film dibentuk dan ditafsirkan, serta bagaimana tanda tersebut menyampaikan pesan ideologis, budaya, maupun politik.

Komunikasi dalam film, sebagai bagian dari komunikasi massa, bersifat tidak langsung dan tersusun melalui sistem tanda yang kompleks. Oleh karena itu, pendekatan semiotik memungkinkan peneliti untuk menggali makna laten dari representasi karakter, narasi, simbol visual, dan gaya sinematik yang digunakan oleh pembuat film.