

## REPRESENTASI KOMUNIKASI INTERAKTIF BUDAYA BARAT PADA FILM “CHEF” KARYA JOHN FAVREAU

Fahrian<sup>1</sup>

### Abstrak

*Representasi Komunikasi Interaktif Budaya Barat pada Film Chef Karya John Favreau, dibawah bimbingan Inda Fitriyarini, S.Sos., M.Si dan Hikmah S.Sos.,M.Si.*

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanda konotasi dan denotasi dalam film Chef. Metode dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan teori semiotik dengan model Roland Barthes. Barthes mengembangkan semiotik dengan dua tingkatan pertandaan, yaitu denotasi dan konotasi yang menghasilkan makna eksplisit untuk memahami makna yang terkandung dalam film ini. Dalam kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi, yang disebutnya sebagai “mitos” dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. Film Chef, memiliki makna denotasi sebagai film yang menggambarkan perjalanan karir seorang chef masa kini yang kesehariannya tidak lepas dari pengaruh media sosial yang dimana menjadi batu sandungan bagi karirnya. Penuh konflik hingga kemudian mampu kembali bangkit ke puncak karirnya dengan media sosial itu pula. Sedangkan makna konotasinya, seseorang yang memiliki karir atau pekerjaan yang bersentuhan secara langsung atau tidak langsung dengan media sosial dapat dengan mudah menjadi bagian dari isi berita atau pesan yang dikomunikasikan. Pesan atau berita yang telah menjadi isi dari media sosial tersebut dapat menjadi hal yang buruk bagi orang yang terlibat didalamnya jika isi pesan atau berita tersebut mengandung makna negatif. Dan sebaliknya akan menjadi batu loncatan yang baik jika dimanfaatkan dengan mengisi pesan atau berita tentang hal-hal yang positif. Film yang tergolong dalam film motivasi ini menegaskan mitos, bahwa manusia memerlukan komunikasi yang efektif dalam kehidupan. Karena manusia adalah makhluk sosial, baik itu komunikasi verbal maupun nonverbal sangat dibutuhkan.*

**Kata kunci** : *Representasi Komunikasi Interaktif, Analisis Semiotika Roland Barthes, Film Chef Karya John Favreau*

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: donjurutembak@gmail.com

## Pendahuluan

Teknologi telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan umat manusia dalam dunia yang semakin “sempit” ini. Semua ini dapat dipahami, karena teknologi memegang peran amat penting di dalam kemajuan suatu bangsa dan Negara di dalam percaturan masyarakat internasional yang saat ini semakin global, kompetitif dan komparatif. Bangsa dan Negara yang menguasai teknologi tinggi berarti akan menguasai “dunia”, baik secara ekonomi, politik, budaya, hukum internasional maupun pertahanan dan keamanan Negara bahkan kebutuhan intelejen.

Salah satu teknologi informasi yang sangat diminati oleh masyarakat di dunia yaitu “Twitter”. Twitter adalah layanan jejaring sosial yang memungkinkan penggunaannya untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 140 karakter, yang di kenal dengan sebutan kicauan (*tweet*). Twitter didirikan pada bulan Maret 2006 oleh Jack Dorsey, dan situs jejaring sosialnya diluncurkan pada bulan Juli. Sejak diluncurkan, Twitter telah menjadi salah satu dari sepuluh situs yang paling sering dikunjungi di internet, dan dijuluki dengan “pesan singkat” dari internet.

Dengan kepopuleritas jejaring sosial seperti *twitter* membuat para pembuat film di dunia mengangkat cerita tentang jejaring sosial *twitter*. Salah satu film dari luar negeri seperti Hollywood misalnya, film yang berasal dari Negara barat yang berjudul *Chef* ini merupakan salah satu film karya Jon Favreau yang dimana isi dari cerita film tersebut Bercerita tentang Chef Carl Casper (Jon Favreau) bekerja sebagai kepala koki di restoran milik Riva (Dustin Hoffman) dan dibantu oleh Molly (Scarlett Johansson). Carl mendapati postingan salah satu kritikus kuliner bernama Ramsey Michel (Oliver Platt) menghina masakannya. Dia meminta putranya Percy (Emjay Anthony) untuk dibuatkan akun Twitter yang tujuannya mengajak Ramsey *Twit-War*. Kejadian itu membuat Carl mengundang kembali Ramsey ke restoran untuk membuktikan masakan andalan Carl. Tapi Riva menginginkan Carl memasak makanan yang sama. Perbedaan pendapat itu membuat Carl pergi sehingga mengharuskan anak buahnya yang memasak. Perla

kuan aneh ini membuat Ramsey ingin menemui Chef. Bersama Molly, Riva mengulur waktu dan mengatakan bahwa sang Chef tidak bisa menemuinya. Melihat status Ramsey, Carl kembali ke restoran dan menghina Ramsey di depan pelanggan restoran, dan membuat Riva harus memecatnya.

Kehilangan pekerjaan itu membuatnya berpikir untuk memiliki truk makanan sendiri. Marvin (Robert Downey Jr.) yang merupakan mantan suami dari mantan istrinya Inez (Sofia Vergara), membelikan truk bekas yang akan dipakainya untuk menjajakan makanan buatannya sendiri. Kesulitan membersihkan truk bersama putranya, Carl kedatangan bekas anak buahnya dulu ketika masih bekerja di restoran Riva dan bersedia membantunya berkeliling Amerika.

Di perjalanan berkeliling Amerika dengan sebuah truk, putranya mencoba memposting beberapa kegiatan Carl dan anak buah ayahnya dalam twitter milik ayahnya. Dan dari setiap postingan tersebut banyak masyarakat yang tertarik untuk menuju tempat dimana truk Carl singgah. Dari keunikan postingan yang di

unggah ke twitter *food truck* milik Carl sangat banyak di tunggu oleh masyarakat disana. Tindakan yang dilakukan oleh putra Carl merupakan ide-ide yang belum tentu difikirkan oleh ayahnya. Dari tindakan tersebut dapat dikatakan peran media sosial sebagai teknologi komunikasi interaktif cukup berpengaruh dalam merepresentasikan budaya-budaya teknologi baru yang dimana manusia bisa berkomunikasi dengan lancar walaupun ada jarak yang memisahkan mereka.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu. “Bagaimana representasi Komunikasi Interaktif Budaya Barat dalam Film “Chef” melalui tanda konotasi dan Denotasi?”

### **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini bertujuan untuk merepresentasikan Analisis Semiotik Film Chef karya John Favreau melalui tanda Konotasi dan Denotasi.

### **Manfaat Penelitian**

Suatu penelitian tentu akan memiliki manfaat bagi peneliti maupun pihak lain yang akan menggunakannya, maka penelitian ini memiliki sebagai berikut:

#### **1. Secara teoritis**

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan memperkaya pembendaharaan kepustakaan bagi pengembang ilmu pengetahuan pada umumnya dan bagi jurusan ilmu komunikasi khususnya yang berkaitan dengan kajian semiotika.

#### **2. Secara praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak : produser film, masyarakat dan mahasiswa menjadi bahan pertimbangan dalam memilih dan menikmati film agar tidak terjebak memilih film yang tidak memiliki manfaat. diharapkan jika melihat suatu film dapat mengetahui makna yang ada dalam film dan mengambil pelajaran yang ada di dalamnya. Dan tulisan ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, khususnya dalam Komunikasi.

### **Kerangka Dasar Teori**

#### **Semiotika**

Semiotika berasal dari bahasa Yunani, *semeion* yang berarti tanda” (Sudjiman dan van Zoest, 1996:vii) atau *seme*, yang berarti “penafsiran tanda” (Cobley dan Jansz, 1994:4). Semiotika berakar dari studi klasik dan skolastik atas seni logika, retorikam dan poetika (Kurniawan, 2001:49 dalam Sobur, 2013). “Tanda” pada masa itu masih bermakna sesuatu hal yang menunjukkan pada adanya hal lain. Contohnya, asap menandai adanya api.

Jika diterapkan pada tanda-tanda bahasa, maka huruf, kata, kalimat, tidak memiliki arti pada dirinya sendiri. Tanda-tanda itu hanya mengemban arti (*significant*) dalam kaitannya dengan pembacanya. Pembaca istilah yang

menghubungkan tanda dengan apa yang ditandakan (*signife*) sesuai dengan konvensi dalam sistem bahasa yang bersangkutan. Tanda-tanda (*signs*) adalah basis dari keseluruhan komunikasi. Manusia dengan perantara tanda-tanda, dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya. Banyak hal bisa dikomunikasikan di dunia ini. Suatu tanda menandakan sesuatu selain dirinya sendiri, dan makna (*meaning*) ialah hubungan antara suatu objek atau idea dan suatu tanda. Konsep dasar ini mengikat bersamaan seperangkat teori yang amat luas berurusan dengan simbol, bahasa, wacana, dan bentuk-bentuk non-verbal, teori-teori yang menjelaskan bagaimana tanda berhubungan dengan maknanya dan bagaimana tanda disusun. Secara umum, studi tentang tanda merujuk kepada semiotika (Littlejohn, 1996:64 dalam Sobur 2013).

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika, atau dalam istilah Barthes, semiologi pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda (Barthes, 1988: 179; Kurniawan, 2001: 53)

### **Semiotika Menurut Roland Barthes**

Secara etimologis, istilah semiotik berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti tanda. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain (Eco dalam Sobur, 2004: 95). Morris (dalam Trabaut, 1996: 2) mengatakan semiotika adalah ilmu mengenai tanda, baik bersifat manusiawi maupun hewani, berhubungan dengan suatu bahasa tertentu apa tidak, mengandung unsur kebenaran atau kekeliruan, bersifat sesuai atau tidak sesuai, bersifat wajar atau mengandung unsur yang dibuat-buat. Tradisi semiotika memfokuskan pada tanda-tanda dan simbol-simbol. Sistem denotasi adalah sistem pertandaan, yang terdiri dari rantai penanda dan petanda, yakni hubungan materialitas penanda atau konsep abstrak di baliknya. Pada sistem penandaan tingkat kedua rantai penanda atau petanda pada sistem denotasi menjadi penanda, dan seterusnya berkaitan dengan petanda yang lain pada rantai pertandaan lebih tinggi.

Pada dasarnya ada perbedaan antara denotasi dan konotasi dalam pengertian secara umum dengan denotasi dan konotasi yang dimengerti oleh Barthes. Dalam pengertian umum, biasanya dimengerti sebagai, makna yang sesungguhnya, bahkan kadang kala juga dirancukan dengan referensi atau acuan. Proses signifikasi yang secara tradisional disebut sebagai denotasi ini biasanya mengacu kepada penggunaan arti yang sesuai dengan bahasa. Akan tetapi, di dalam semiologi Roland Barthes dan para pengikutnya, denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua. Dalam

hal ini denotasi justru lebih diasosiasikan dengan ketertutupan makna dengan demikian, sensor atau represi politis. Sebagai reaksi yang paling ekstrem melawan keharfiahan denotasi yang bersifat opresif ini, Barthes mencoba menyingkirkan dan menolaknya. Baginya yang ada hanyalah konotasi semata-mata.

Dalam kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebutnya sebagai “mitos”, dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. Dalam mitos juga terdapat pola tiga dimensi penanda, petanda, dan tanda, namun sebagai suatu sistem yang unik, mitos dibangun untuk suatu rantai pemaknaan yang telah ada sebelumnya atau dengan kata lain, mitos adalah juga suatu sistem pemaknaan tataran kedua. Barthes memahami ideologi sebagai sesuatu hal palsu yang membuat orang hidup di dalam dunia berimajiner dan ideal, meski realitas hidupnya sesungguhnya tidaklah demikian. Ideologi ada selama kebudayaan ada, dan itulah sebabnya Barthes mengatakan bahwa konotasi sebagai suatu ekspresi budaya. Kebudayaan mewujudkan dirinya di dalam teks-teks dan, dengan demikian, ideologi mewujudkan dirinya melalui berbagai kode yang merembes masuk ke dalam teks dalam bentuk penanda-penanda penting, seperti tokoh, latar, sudut pandang, dan lain-lain. (Sobur, 2009: 71).

### **Denotasi**

Pada dasarnya, ada perbedaan antara denotasi dan konotasi dalam pengertian secara umum serta denotasi dan konotasi yang dimengerti oleh Barthes. Dalam pengertian umum, denotasi biasanya dimengerti sebagai makna harfiah, makna yang “sesungguhnya,” bahkan kadang kala juga dirancukan dengan referensi atau acuan. Proses signifikasi yang secara tradisional disebut sebagai denotasi ini biasanya mengacu kepada penggunaan bahasa dengan arti yang sesuai dengan apa yang terucap. Akan tetapi, didalam semiologi Roland Barthes dan para pengikutnya, denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama, sementara konotasi tingkat kedua. Dalam hal ini denotasi justru lebih diasosiasikan dengan ketertutupan makna dan, dengan demikian sensor atau represi politis. Sebagai reaksi yang paling ekstrem melawan keharfiahan denotasi yang bersifat opresif ini, Barthes mencoba menyingkirkan dan menolaknya. Baginya, yang ada hanyalah konotasi semata-mata. Penolakan ini merupakan sesuatu yang bersifat alamiah (Budiman, 1999:22 dalam Sobur, 2013:70)

### **Konotasi**

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 dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaannya. Konotasi mempunyai makna yang subjektif atau paling tidak intersubjektif. Dengan kata lain, denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap subjek, sedangkan makna konotasi adalah bagaimana cara menggambarannya.

Konotasi bekerja dalam tingkat subjektif sehingga kehadirannya tidak disadari. Pembaca mudah sekali membaca makna konotatif sebagai fakta

denotatif. Karena itu, salah satu tujuan analisis semiotika adalah untuk menyediakan metode analisis dan kerangka berpikir dan mengatasi terjadinya salah baca (*misreading*) atau salah dalam mengartikan makna suatu tanda (Barthes, dalam Wibowo, 2013:21)

### **Mitos**

Mitos adalah wahana dimana suatu ideologi berwujud, mitos dapat berangkai menjadi mitologi yang memainkan peran penting dalam kesatuan-kesatuan budaya. Pandangan Umar Yunus dalam Wibowo (2013), mitos tidak dibentuk melalui penyelidikan, tetapi melalui anggapan berdasarkan observasi kasar yang digeneralisasikan oleh karenanya lebih banyak hidup dalam masyarakat. Ia mungkin hidup dalam ‘gossip’ kemudian ia mungkin dibuktikan dengan tindakan nyata. Sikap kita terhadap sesuatu ditentukan oleh mitos yang ada dalam diri kita. Mitos ini menyebabkan kita mempunyai prasangka tertentu terhadap suatu hal yang dinyatakan dalam mitos.

### **Interaktivitas**

Dalam teorinya McMillan membagi interaktivitas dalam tiga bentuk yaitu :

#### **1. User to System**

Merupakan interaktivitas yang berarti interaksi dengan teknologi web, seperti mengunduh, me-link ke fitur tertentu dan meng-klik. Komunikasi ini bersifat satu arah yaitu pengunjung berinteraksi-fitur yang ada di *fans pages*. Contoh: *polling*.

#### **2. User to User**

*User to user interactivity* memiliki karakteristik komunikasi antar penggunanya ataupun antar-pengguna dengan *host* (pengelola situs) dengan format “kiriman dan respon” yang ditemukan dalam pesan singkat, *chat* yang dimoderasi dan juga forum diskusi. McMillan (2006) menyebutkan bahwa interaksi antar-*user* ditunjukkan secara jelas dengan melakukan komunikasi pada media baru dengan jalan saling berkaitan dengan pesan-pesan yang berhubungan satu sama lain.

#### **3. User to Document**

Interaksi kali ini terjadi dalam konstruksi yang terbagi dalam pesan *website*, seperti bagaimana pengguna berinteraksi dengan suatu *website* dengan cara mem-*posting* komentar. Menurut McMillan (2006), interaksi ini melibatkan “penciptaan ulang”, isi atau konten yang dilakukan oleh *host* ketika ia memposting informasi atau menyajikan informasi yang dapat mengubah isi pesan dari situs tersebut. Tahapan ini adalah kebebasan pengguna dalam menginterpretasikan, memodifikasi pesan yang disampaikan *admin* sesuai dengan kebutuhan pengguna. Steuer (dalam Wiratmi & Mahfud, 2013) menyatakan interaktivitas sebagai kemampuan pengguna dalam mengontrol dan memodifikasi pesan.

### **Komunikasi Interaktif**

Interaktif berasal dari kata interaksi, yaitu hal saling melakukan aksi, berhubungan, mempengaruhi, antara hubungan. Interaksi terjadi karena adanya hubungan sebab akibat, yaitu adanya aksi dan reaksi. Pengertian Komunikasi interaktif adalah hal yang terkait dengan komunikasi dua arah atau suatu hal bersifat saling melakukan aksi, saling aktif dan saling berhubungan serta mempunyai timbal balik antara satu dengan lainnya (Warsita:2008). Komunikasi Interaktif juga berhubungan dengan Multimedia interaktif yaitu media yang memberikan pembelajaran interaktif dalam bentuk 3D, suara, grafik, video, animasi dan menciptakan interaksi. (Cheng:2009).

Menurut kodrat alam, manusia dimana – mana dan pada zaman apapun selalu hidup bersama, hidup berkelompok. Sekurang – kurangnya kehidupan bersama itu terdiri dari dua orang misalnya suami – istri ataupun ibu dan ayah dan semua itu memerlukan adanya proses komunikasi. Hasrat untuk hidup bersama memang telah menjadi pembawaan manusia, merupakan suatu keharusan badaniah melangsungkan hidupnya. Manusia sebagai individu (perseorangan) mempunyai kehidupan jiwa yang menyendiri, namun sebagai makhluk sosial tidak dapat dipisahkan dari masyarakat. Manusia memerlukan komunikasi, karena komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan sehingga adanya *feedback* (timbal balik) antara komunikator dan komunikan. Dengan teknologi komunikasi interaktif manusia bisa berkomunikasi dengan lancar walupun jarak memisahkan mereka.

Komunikasi interaktif memungkinkan komunikan menjadi aktif dan dapat memberikan *feedback* terhadap informasi yang diterimanya. Interaksi timbal balik sangat terasa antar komunikator dengan komunikan. Inilah kenapa zaman modern dikenal sebagai masa komunikasi interaktif. Masa komunikasi interaktif juga ditandai dengan penetrasi teknologi digital kedalam media komunikasi, sehingga disebut sebagai komunikasi digital. Komunikasi digital diartikan sebagai sebuah bahasa yang menggunakan angka – angka untuk mengkodekan dan memproses informasi yang dikembangkan untuk memindahklan komunikasi antara mesin dan komponennya. Sehingga, dalam komunikasi interaktif pengguna / orang yang memakai bisa memilih atas informasi yang dibutuhkan.

### **Media Sosial**

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan Wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Menurut Antony Mayfield dari iCrossing, media sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa. Manusia biasa yang saling membagi ide, bekerjasama dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berfikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan dan membangun sebuah komunitas. Intinya, menggunakan media sosial menjadikan kita sebagai diri sendiri.

Selain kecepatan informasi yang bisa diakses dalam hitungan detik, menjadi diri sendiri dalam media sosial adalah alasan mengapa media sosial berkembang pesat. Tak terkecuali, keinginan untuk aktualisasi diri dan kebutuhan menciptakan personal branding. Teknologi-teknologi web baru memudahkan semua orang untuk membuat dan yang terpenting menyebarluaskan konten mereka sendiri. Post di Blog, tweet, atau video di YouTube dapat direproduksi dan dilihat oleh jutaan orang secara gratis. Pemasang iklan tidak harus membayar banyak uang kepada penerbit atau distributor untuk memasang iklannya. Sekarang pemasang iklan dapat membuat konten sendiri yang menarik dan dilihat banyak orang (Dan Zarrella, 2010: 2). Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*".

## **Film**

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, film dapat diartikan dalam dua pengertian. Pertama, film merupakan selaput tipis yang dibuat dari seluloid untuk tempat gambar positif (yang akan dimainkan di bioskop). Yang kedua, film diartikan sebagai lakon (cerita) gambar hidup.

Sebagai industri (an industry), film adalah sesuatu yang merupakan bagian dari produksi ekonomi suatu masyarakat dan ia mesti dipandang dalam hubungannya dengan produk-produk lainnya. Sebagai komunikasi (communication), film merupakan bagian penting dari sistem yang digunakan oleh para individu dan kelompok untuk mengirim dan menerima pesan (send and receive messages).

Film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan muatan pesan (message) dibaliknya, tanpa pernah berlaku sebaliknya. Film selalu merekam realitas yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat, dan kemudian memproyeksikan ke atas layar.

Film telah menjadi media komunikasi audio visual yang akrab dinikmati oleh segenap masyarakat dari berbagai tentang usia dan latar belakang sosial. Kekuatan dan kemampuan film dalam menjangkau banyak semen sosial. Lantas membuat para ahli bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayaknya. Film memberi dampak pada setiap penontonnya, baik itu dampak positif maupun dampak negatif. Melalui pesan yang terkandung di dalamnya. Film mampu memberi pengaruh bahkan mengubah dan membentuk karakter penontonnya.

## **Film Sebagai Media Massa**

McQuail, (2011:35), menyatakan bahwa film bermula pada akhir abad ke-19 sebagai teknologi baru, tetapi konten dan fungsi yang ditawarkan masih sangat jarang. Film kemudian berubah menjadi alat persentasi dan distribusi dari tradisi hiburan yang lebih tua. Menawarkan cerita, panggung, musik, drama, humor, dan trik teknis bagi konsumsi populer. Film juga menjadi media massa yang sesungguhnya dalam artian bahwa film mampu menjangkau populasi dalam



jumlah besar dengan cepat, bahkan di wilayah pedesaan. Sebagai media massa, film merupakan bagian dari respons terhadap penemuan waktu luang, waktu libur dari kerja. Dan sebuah jawaban atas tuntutan untuk cara menghabiskan waktu luang keluarga yang sifatnya terjangkau dan (biasanya) terhormat. Film memberikan keuntungan budaya bagi kelas pekerja yang telah dinikmati oleh kehidupan sosial mereka yang cukup baik. Dinilai dari pertumbuhannya yang fenomenal, permintaan yang dipenuhi oleh film sangatlah tinggi.

Dari elemen penting yang disebutkan diatas, bukanlah teknologi ataupun iklim politik, tetapi kebutuhan individu yang dipenuhi oleh film yang paling penting. Hal yang paling jelas adalah mereka yang kabur dari realitas yang membosankan kedunia yang glamor, keinginan untuk mengisi waktu luang dengan aman, murah, dan dengan bersosialisasi. Dalam makna yang seperti ini, tidak banyak hal yang berubah.

### **Pesan Dalam Film**

Menurut McQuail (1997) dalam buku Teori Komunikasi Massa, pesan yang terkandung dalam film timbul dari keinginan untuk merefleksikan kondisi masyarakat dan bahkan mungkin juga bersumber dari keinginan untuk memanipulasi. Pentingnya pemanfaatan film dalam pendidikan sebagian didasari oleh pertimbangan bahwa memiliki kemampuan untuk mengukur mengantar pesan secara unik. Secara mendalam film merupakan alat untuk menyampaikan sebuah pesan bagi pemirsanya dan juga merupakan alat bagi sutradara menyampaikan sebuah pesan untuk masyarakat. Pada umumnya film mengangkat sebuah tema atau fenomena yang terjadi ditengah-tengah masyarakat.

### **Representasi**

Menurut Turner, makna film sebagai representasi dari realitas masyarakat, berbeda dengan film sekadar sebagai refleksi dari realitas. Sebagai representasi dari realitas, film membentuk dan menghadirkan kembali realitas berdasarkan kode-kode, konveksi-konveksi, dan ideologi kebudayaan (Sobur, 2009:127:128). Film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan muatan (message) di baliknya. Dengan kata lain film tidak bisa dipisahkan dari konteks masyarakat yang memproduksi dan mengkonsumsinya. Selain itu sebagai representasi dari realitas, film juga mengandung muatan ideologi pembuatannya sehingga sering digunakan sebagai alat propaganda.

Representasi adalah tindakan menghadirkan atau mempresentasikan suatu baik orang, peristiwa, maupun objek lewat sesuatu yang di luar dirinya, biasanya berupa tanda atau simbol. Representasi ini belum tentu bersifat nyata tetapi bisa juga menunjukkan dunia khayalan, fatasi, dan ide-ide abstrak. (Hall, 1997:28)

Apa yang disampaikan oleh suatu media sangat bergantung pada kepentingan-kepentingan di balik media tersebut. Begitu pula dengan film sebagai salah satu produksi media massa. Pembuatan film telah membingkai realitas sesuai dengan subjektivitasnya yang dipengaruhi oleh kultur dan masyarakatnya. Sebuah film tentu dapat mewakili pula pandangan pembuatannya. Dan seseorang membuat film untuk mengkomunikasikan pandangan itu. Dengan kata lain film

juga mengandung ideologi pembuatannya yang dapat mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap suatu hal.

### **Definisi Konseptional**

Definisi konseptional merupakan pembatasan pengertian tentang suatu konsep atau pengertian, ini merupakan unsur pokok dari suatu penelitian. Sehubungan dengan itu maka peneliti akan merumuskan konsep yang berhubungan dengan penelitian ini. Dari konsep yang telah peneliti paparkan diatas, yaitu representasi komunikasi interaktif budaya barat dalam film Chef melalui analisis semiotika dengan melihat tanda denotasi dan konotasi.

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang di lakukan dalam penyusunan skripsi ini adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif yaitu menurut Kriyantono (2006:69) penelitian yang berusaha menggambarkan atau menguraikan hal dengan apa adanya serta menggunakan data kualitatif yang akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang dan perilaku yang dapat diamati. Setelah itu akan dideskripsikan secara utuh untuk menemukan hasil penelitian, objek penelitian adalah scene-scene dalam film “Cef” yang menampilkan tanda konotasi dan denotasi selama durasi film tersebut.

### **Fokus Penelitian**

Setelah peneliti memaparkan konsep-konsep diatas, fokus penelitian dalam sebuah penulisan dimaksudkan untuk membatasi studi, sehingga dengan pembatasan tersebut akan mempermudah penulis dan dalam pengelolaan data yang kemudian menjadi sebuah kesimpulan. Dengan memperhatikan uraian di atas serta bertitik dari rumusan masalah, maka fokus penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut :

- a. menganalisis makna konotasi pada beberapa adegan dalam film chef
- b. menganalisis makna denotasi pada beberapa adegan dalam film chef

### **Sumber dan jenis data**

Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer : Data yang di peroleh langsung dari objek penelitian yaitu dengan menganalisa objek penelitian yaitu film “Chef”.
2. Data Sekunder : Merupakan data tambahan atau data pelengkap yang sifatnya untuk melengkapi data yang sudah ada, seperti : buku-buku refrensi tentang film dan penelitian serta situs-situs lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penulisan proposal ini, peneliti menggunakan beberapa cara untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan. Oleh karena itu, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang sesuai dengan penulisan skripsi ini, yaitu dengan Dokumentasi dari DVD/*Soft file* film “Chef” dengan cara mengidentifikasi simbol-simbol yang mewakili bentuk tanda yang disampaikan yang muncul berupa audio maupun berupa visual.

### **Teknik Analisis Data**

Analisis dalam penelitian kualitatif ini merupakan upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-memilahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, melalui empat tahap yaitu dengan menentukan objek, mengklasifikasi, memberikan gambaran, serta menganalisisnya agar menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Data kualitatif dapat berupa kata-kata, kalimat-kalimat, atau narasi-narasi. Tahapan analisis data memang peran penting dalam riset kualitatif, yaitu sebagai faktor utama penilaian kualitas terhadap suatu riset. Artinya, kemampuan periset memberi makna kepada data merupakan kunci apakah data yang diperolehnya memenuhi unsur reliabilitas dan validitas atau tidak.

Secara lebih rinci, uraian ringkas mengenai langkah-langkah analisisnya diolah dari analisis semiotika, (Kriyantono, 2009:271-272)

1. Inventarisasi data, yaitu dengan cara mengumpulkan data sebanyak-banyaknya baik dari dokumentasi maupun studi kepustakaan.
2. Kategorisasi model semiotik, menentukan model semiotika yang digunakan, yaitu model semiotika Roland Barthes.
3. Klasifikasi data, identifikasi teks (tanda), alasan-alasan tanda tersebut dipilih, tentukan polo semisis, dan tentukan kekhasan wacananya dengan mempertimbangkan elemen semiotika dalam scene yang dianggap sebagai diskriminasi rasial.
4. Penentuan scene tersebut menentukan penanda (signifer), petanda (signified), makna denotasi pertama (connotative sign 1), yang juga merupakan makna denotasi tahap kedua (denotative sign 2).
5. Analisis data untuk membahas makna konotasi tahap kedua (connotative sign 2) yang berdasarkan ideologi, interpretan kelompok, frame work budaya, aspek sosial, komunikatif, lapisan makna, kaitan dengan tanda lain, hukum yang mengaturnya, serta berasal dari kamus atau ensiklopedia.
6. Penarikan kesimpulan, penilaian terhadap data-data yang ditemukan dibahas dan dianalisis selama penelitian.

Dari uraian teori diatas, maka teknis analisis yang dipakai peneliti, yaitu:

1. Peneliti menonton film “Chef” terlebih dahulu.
2. Melakukan pengamatan adegan atau hal-hal yang terjadi dalam scene tersebut.

3. Mengklasifikasi data dengan melakukan capture scene-scene yang dianggap mewakili representasi komunikasi interaktif dalam film chef
4. Penentuan scene tersebut menentukan penanda (signifer), petanda (signified), makna denotasi pertama (denotative sign 1), lalu makna konotasi pertama yang juga merupakan makna denotasi tahap kedua (connotative sign 1) yang juga merupakan makna denotatif tahap kedua (denotative sign 2).
5. Analisis data untuk membahas makna konotasi tahap kedua (connotative sign 2).
6. Penarikan kesimpulan, penilaian terhadap data-data yang ditemukan dibahas dan dianalisis selama penelitian. (Kriyantono, 2009: 271-272)

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum**

Film Chef adalah film yang berasal dari Amerika Serikat yang bergenre drama yang dibintangi Oleh aktor John Favreau yang juga penulis serta sutradara dari film ini sendiri. Didukung oleh beberapa aktor dan aktris kawakan seperti Dustin Hoffman, Scarlet Johansson, Oliver Platt dan Emjay Anthony, film ini bercerita tentang karir seorang juru masak yang berjuang bangkit dari keterpurukannya setelah mengalami pengalaman-pengalaman buruk dengan penggunaan media sosial. Namun setelah mampu mengatasi berbagai masalah yang datang, ia mampu kembali memulai perjalanan karirnya menjadi juru masak.

### **Pembahasan**

Bercerita tentang Chef Carl Casper (Jon Favreau) bekerja sebagai kepala koki di restoran milik Riva (Dustin Hoffman) dan dibantu oleh Molly (Scarlett Johansson). Carl mendapati postingan salah satu kritikus kuliner bernama Ramsey Michel (Oliver Platt) menghina masakannya. Dia meminta putranya Percy (Emjay Anthony) untuk dibuatkan akun Twitter yang tujuannya mengajak Ramsey *Twitter*. Kejadian itu membuat Carl mengundang kembali Ramsey ke restoran untuk membuktikan masakan andalan Carl. Tapi Riva menginginkan Carl memasak makanan yang sama. Perbedaan pendapat itu membuat Carl pergi sehingga mengharuskan anak buahnya yang memasak. Perlakuan aneh ini membuat Ramsey ingin menemui Chef. Bersama Molly, Riva mengulur waktu dan mengatakan bahwa sang Chef tidak bisa menemuinya. Melihat status Ramsey, Carl kembali ke restoran dan menghina Ramsey di depan pelanggan restoran, dan membuat Riva harus memecatnya. Kehilangan pekerjaan itu membuatnya berpikir untuk memiliki truk makanan sendiri. Marvin (Robert Downey Jr.) yang merupakan mantan suami dari mantan istrinya Inez (Sofia Vergara), membelikan truk bekas yang akan dipakainya untuk menjajakan makanan buatannya sendiri. Kesulitan membersihkan truk bersama putranya, Carl kedatangan bekas anak buahnya dulu ketika masih bekerja di restoran Riva dan bersedia membantunya berkeliling Amerika.

Di perjalanan berkeliling Amerika dengan sebuah truk, putranya mencoba memposting beberapa kegiatan Carl dan anak buah ayahnya dalam twitter milik ayahnya. Dan dari setiap postingan tersebut banyak masyarakat yang tertarik

untuk menuju tempat dimana truk Carl singgah. Dari keunikan postingan yang di unggah ke twitter *food truck* milik Carl sangat banyak di tunggu oleh masyarakat disana. Tindakan yang dilakukan oleh putra Carl merupakan ide-ide yang belum tentu difikirkan oleh ayahnya. Dari tindakan tersebut dapat dikatakan peran media sosial sebagai teknologi komunikasi interaktif cukup berpengaruh dalam merepresentasikan budaya-budaya teknologi baru yang dimana manusia bisa berkomunikasi dengan lancar walaupun ada jarak yang memisahkan mereka.

## Penutup

Setelah mendeskripsikan dan menganalisis hasil temuan data yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dalam bab ini penulis akan menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Di film *Chef* ini memiliki makna Denotasi sebagai film yang menggambarkan peran media sosial sebagai alat komunikasi interaktif pada kehidupan seorang Chef. Chef tersebut kehilangan pekerjaan karena tidak dapat menahan emosinya ketika masakan karyanya di kritik oleh seorang *Food Blogger* di sebuah situs *Blog* dan *Twitter*. Kemudian sang Chef kembali memulai usahanya dengan konsep baru dan menggunakan *twitter* sebagai alat interaksi kepada khalayak yang menjadi konsumennya.
2. Makna Konotasinya adalah ketika timbul sebuah informasi atau pesan melalui media massa melalui media sosial, haruslah cermat dalam mengambil sikap. Karena apabila salah dalam mengambil tindakan saat menjawab atau menanggapi pesan tersebut, efek buruknya akan sangat terasa dan dapat membentuk sebuah konstruksi sosial. Chef sebagai profesi berarti pemimpin pada sebuah dapur restoran dan memiliki bawahan yang bertugas menjalankan instruksinya. Sebagai Pemimpin, Chef harus berjiwa besar dan tidak mudah tersulut emosinya ketika dikritik. Ketika seorang Chef kehilangan kontrol pada dirinya, hal itu akan berpengaruh buruk pada pekerjaan dan mental chef itu sendiri.
3. Film ini menegaskan mitos bahwa manusia memerlukan komunikasi yang baik dalam kehidupan. Karena manusia adalah makhluk sosial, baik itu komunikasi verbal maupun komunikasi nonverbal sangat dibutuhkan. Sama halnya dengan Chef, jika tidak bisa mengatasi pengaruh negatif dari media sosial yang menerpanya, chef tersebut dapat dikatakan gagal dalam mengatasi masalah tersebut. Karena syarat penting dalam kepemimpinan adalah pengendalian diri yang mampu mencermati setiap kejadian dan mengambil sikap bijaksana dalam mengambil keputusan. Profesi Chef diharuskan memiliki sikap kepemimpinan yang baik agar mampu mengatur dan mengorganisasikan tiap-tiap bawahannya agar maksimal dalam pekerjaan dapur tersebut.

## Saran

Ada beberapa saran yang ingin penulis sampaikan mengenai film ini, yaitu :

1. Saat menonton sebuah film, sebaiknya kita tidak pasif menerima apa saja yang disuguhkan film tersebut. Tetapi yang harus kita lakukan adalah bersikap lebih

kritis dan menilai pesan yang sebenarnya yang ingin disampaikan sutradara film tersebut. Sehingga kita tidak mudah terpengaruh dan terprovokasi oleh sebuah film.

2. Pada film ini terlihat media sosial berperan penting dalam kehidupan, karna media sosial bisa menyampaikan informasi atau pesan apa saja. Sebaiknya kita tidak mudah terpengaruh dengan hal-hal yang ada di dunia maya ataupun berita-berita yang ada di media sosial. Segala informasi atau pesan yang didapat melalui dunia maya harus di filter dulu agar akurasi pesan tersebut dapat sampai dan dimengerti Kita juga harus mencerna dan menelaah setiap berita atau postingan yang ada di media sosial tersebut agar terhindar dari *miss communication* atau salah paham dan dapat mengambil manfaat dari berbagai informasi atau pesan yang ingin diterima atau disampaikan.

### Daftar Pustaka

- Azwar, Saifuddin. 2000. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ardianto, Elvinaro dkk. 2009. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Bungin, H. M. Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana
- Cangara, Hafied. 1998. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori & Praktik*, Yogyakarta : Graha Ilmu
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Mardalis. 2007. *Metode Penelitian (Suatu Pendekatan Proposal)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Santoso, Edi dan Mite Setiansah. 2010. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Djuroto, Totok. 2004. *Manajemen Penerbitan Pers*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Effendy, Onong Uchjana. 2004. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*.
- Kriyantono, Rachmat 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Preneda Media Group
- Eriyanto. 2008. *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKis.
- Fiske, John. 2004. *Cultural and Communication Studies ( Sebuah Pengantar Paling Komprehensif)*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Said, Edward W. 2010. *Orientalisme*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sobur, Alex. 2006. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori & Praktik*, Yogyakarta : Graha Ilmu

Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.

Mardalis. 2007. *Metode Penelitian (Suatu Pendekatan Proposal)*. Jakarta: Bumi Aksara.