

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

1. Komunikasi Massa

a. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi merupakan proses penyampaian suatu pesan kepada orang lain dengan tujuan dapat membuat orang tersebut memberikan respon sesuai dengan keinginan si penyampai pesan. Istilah komunikasi berpangkal pada perkataan latin *communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa latin *coomunico* yang artinya membagi.²⁴

Komunikasi massa adalah proses penyampaian informasi, ide, dan sikap kepada banyak orang (biasanya dengan menggunakan mesin atau media yang diklasifikasikan ke dalam media massa, seperti radio siaran, televisi siaran, surat kabar/ majalah dan film).

Komunikasi massa merupakan suatu tipe komunikasi manusia (*human communication*). Ia lahir seiring dengan penggunaan alat-alat mekanik yang mampu melipatgandakan pesan-pesan komunikasi.²⁵ Komunikasi massa diadopsi dari istilah bahasa Inggris, *mass communication*, sebagai kependekan dari *mass media communication*

²⁴ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2011), hlm. 53

²⁵ Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Grasindo, 2004), hlm. 67

(komunikasi media massa). Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa atau komunikasi yang *mass media*. Istilah *mass communications* atau *communications* diartikan sebagai salurannya, yaitu media massa (*mass media*) sebagai kependekan dari *media of mass communication*.²⁶

Komunikasi massa adalah suatu proses tempat suatu organisasi yang kompleks dengan bantuan satu atau lebih mesin memproduksi dan mengirimkan pesan kepada khalayak yang besar, heterogen, dan tersebar.²⁷

Kata massa dalam komunikasi massa dapat diartikan lebih dari sekadar “orang banyak” sebagaimana orang-orang yang sedang mengerumuni penjual obat di trotoar atau sedang bersama-sama berhenti menanti pintu lintasan kereta api dibuka. Massa di sini bukan sekadar orang banyak di suatu lokasi yang sama. Massa di sini diartikan sebagai “meliputi semua orang yang menjadi sasaran alat –alat komunikasi massa atau orang-prang pada ujung lain dari saluran”.²⁸ Massa mengandung pengertian orang banyak. Mereka tidak harus berada di lokasi tertentu yang sama. Mereka dapat tersebar atau terpencar di berbagai lokasi, dalam waktu yang sama atau hampir bersamaan dapat memperoleh pesan-pesan komunikasi yang sama.

²⁶ Susanto Astrid S, *Komunikasi Dalam Teori Dan Praktik. Jilid*, (Bandung: Binacipta., 1974), hlm 121

²⁷ Nurani Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jogjakarta: Ar-ruzz media, 2010), hlm 192

²⁸ David K. Berlo, *The Process Of Communication: An Introduction To Theory And Practice*, (United State: -----, 1960), hlm. 349

Komunikasi massa dibedakan dengan jenis komunikasi lainnya karena komunikasi massa dialamatkan kepada sejumlah populasi dari berbagai kelompok dan bukan hanya satu atau beberapa individu atau sebagian khusus dari populasi. Komunikasi massa juga mempunyai anggapan tersirat akan adanya alat-alat khusus untuk menyampaikan komunikasi agar komunikasi itu dapat mencapai pada saat yang sama semua orang yang mewakili berbagai lapisan sosial.

b. Karakter Komunikasi Massa

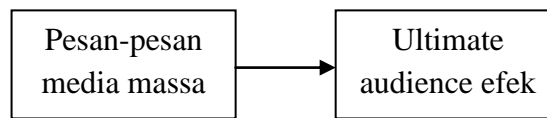
Karakter dari komunikasi massa yakni, dilakukan oleh institusi sosial (lembaga media pers). Media dan masyarakat saling memberi pengaruh/ interaksi. Dia adalah komuniaktor melembaga (*institutionalized communicator*) atau komunikator kolektif (*collective communication*) karena media massa adalah lembaga sosial, bukan orang per orang. Pada komunikasi massa proses penyampaian pesan pada umumnya bersifat satu arah, yaitu informasi yang disampaikan media massa kepada masyarakat. Meskipun kadang ada ruang untuk memberikan tanggapan (*feed back*), hal itu jarang dan hanya sebagian kecil saja dari proses komunikasi yang ada. Seperti misalnya masyarakat boleh berkomentar terhadap isu yang sedang dibahas oleh sebuah acara dialog politik, bahkan bisa bicara melalui telepon. Karena proses penyampaian pesannya yang berlangsung satu arah, maka umpan balik dari proses komunikasi massa juga tertunda atau bisa disebut (*delayed feedback*) atau tidak langsung (*indirect feedback*)

respon audiens atau pembaca tidak langsung diketahui seperti pada komunikasi antar pribadi.

Pada penyampaian informasi, media sebagai komunikator pada komunikasi media massa akan memilih audiens. Artinya media tak mungkin memberitakan semua peristiwa yang terjadi dalam masyarakat. Media akan memilih apa yang akan di suguhkan sebagai pesan dan informasi. Pesan dalam komunikasi massa juga bersifat umum, universal, dan ditujukan kepada orang banyak dan khalayak luas. Sifat ini didasari pada tujuan pembuatan media yang secara teknologis untuk menjangkau masyarakat luas dan massa. Pesan yang disampaikan juga menimbulkan keserempakan (*simultaneous*) dan keserentakan (*instantaneous*) penerimaan oleh massa. Komunikannya juga bersifat anonim dan heterogen, tidak saling mengenal satu sama lain dan terdiri dari pribadi-pribadi dengan berbagai karakter, beragam latar belakang sosial, budaya, agama, usia, dan pendidikan.

c. Proses Komunikasi Massa

Proses komunikasi massa dapat di bahas dengan model S-M-C-R-E, atau dapat mengikuti formula Harold D. Laswell, “*who says what in which channel to whom and with what effect?*”. Pada model ini dipusatkan pada arus komunikasi massa, mulai dari pesan-pesan yang disampaikan melalui media massa, sampai kepada tanggapan atau efek pesan dari anggota-anggota dalam *mass audience*.



Bagan 2.1 : Aliran Pesan Komunikasi Massa

Dari bagan diatas, dapat ditunjukkan bahwa model ini dipusatkan pada aliran-aliran pesan komunikasi sejak disebarluaskan melalui media massa, hingga mencapai dan memperoleh efek dari khalayak massa (*mass audience*) yang terakhir. Namun demikian, jalannya pesan-pesan media tidak sesederhana seperti yang diperkirakan banyak orang.

d. Efek Komunikasi Massa

Dalam komunikasi massa, efek digolongkan menjadi dua, yakni efek yang bersifat umum dan efek bersifat khusus. Efek yang bersifat umum menyangkut efek dasar yang diramalkan dapat terjadi akibat pesan-pesan yang disiarkan melalui media massa. Secara umum atau luas, komunikasi melalui media massa telah menciptakan suatu jaringan pengertian, yang tanpa itu tidak mungkin tercipta masyarakat yang besar dan modern. Komunikasi massa mempunyai pengaruh yang besar terhadap modernisasi. Sedangkan efek khusus terutama menyangkut ramalan tentang efek yang diperkirakan akan timbul pada individu-individu dalam suatu *mass audience* pada perilaku mereka dalam menerima pesan-pesan media massa.²⁹

²⁹ Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi, ...*, hlm. 90

2. Film Sebagai Media Komunikasi

Film adalah media komunikasi yang bersifat audio visual untuk menyampaikan suatu pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat tertentu. Pesan pada komunikasi massa dapat berbentuk apa saja tergantung dari misi film tersebut. Akan tetapi, pada umumnya sebuah film dapat mencakup berbagai pesan, baik itu pesan pendidikan, hiburan dan informasi. Pesan dalam film adalah menggunakan mekanisme lambing-lambang yang ada pada pikiran manusia berupa isi pesan, suara, perkataan, percakapan dan sebagainya.

Film juga dianggap sebagai media komunikasi yang ampuh terhadap massa yang menjadi sasarannya. Karena sifatnya yang audio visual, yaitu gambar dan suara yang hidup. Dengan gambar dan suara, film mampu bercerita banyak dalam waktu singkat. Ketika menonton film penonton seakan-akan dapat menembus ruang dan waktu yang dapat menceritakan kehidupan dan bahkan dapat mempengaruhi *audiens*.

Dewasa ini terdapat berbagai ragam film, meskipun cara pendekatannya berbeda-beda, semua film dapat dikatakan mempunyai satu sasaran, yaitu menarik perhatian orang terhadap muatan-muatan masalah yang dikandung. Selain itu, film dapat dirancang untuk melayani keperluan publik terbatas maupun publik yang seluas-luasnya.

Pada dasarnya film dapat dikelompokkan ke dalam dua pembagian dasar, yaitu kategori film cerita dan non cerita. Pendapat lain menggolongkan menjadi film fiksi dan non fiksi. Film cerita adalah film

yang diproduksi berdasarkan cerita yang dikarang, dan dimainkan oleh aktor dan aktris. Pada umumnya film cerita bersifat komersil, artinya dipertunjukkan di bioskop dengan harga karcis tertentu atau diputar di televisi dengan dukungan sponsor iklan tertentu. Film non cerita adalah film yang mengambil kenyataan sebagai subjeknya, yaitu merekan kenyataan daripada fiksi tentang kenyataan.

Dalam perkembangannya, film cerita dan non cerita saling mempengaruhi dan melahirkan berbagai jenis film yang memiliki ciri, gaya dan corak masing-masing. Seperti halnya dengan film Arisan!. yang saat ini dibahas oleh penulis. Film ini termasuk film cerita karena ceritanya dikarang yang dipertunjukkan di televisi dengan dukungan iklan.

Film cerita agar tetap diminati penonton harus tanggap terhadap perkembangan zaman, artinya ceritanya harus lebih baik, penggarapannya yang lebih professional dengan teknik penyuntingan yang semakin canggih sehingga penonton tidak merasa dibohongi dengan trik-trik tertentu bahkan seolah-olah justru penonton yang menjadi aktor atau aktris di film tersebut. Dalam pembuatan film cerita diperlukan proses pemikiran dan proses teknis, yaitu berupa pencarian ide, gagasan atau cerita yang digarap, sedangkan proses teknis berupa ketrampilan artistik untuk mewujudkan segala ide, gagasan atau cerita menjadi film yang siap untuk ditonton.

3. Media Infiltrasi

Media secara umum dipahami sebagai sarana komunikasi seperti pers, media penyiaran (*broadcasting*) dan sinema.³⁰ Media berperan untuk memediasi yaitu media mengkonstruksi materi sumber dengan berbagai cara, untuk berbagai alasan, terutama untuk menjadi menarik didepan khalayak atau audiens. Pekerjaan media sebenarnya adalah mengkonstruksikan realitas. Isi media adalah hasil para pekerja media mengkonstruksikan berbagai realitas yang dipilihnya, diantaranya realitas sosial. Dari sifat dan faktanya bahwa pekerjaan media massa adalah menceritakan peristiwa-peristiwa, maka seluruh isi media adalah realitas yang telah dikonstruksikan (*constructed reality*). Pembuatan berita di media pada dasarnya tak lebih dari penyusunan realitas-realitas hingga membentuk sebuah cerita.

Isi media pada hakikatnya adalah hasil konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Sedangkan bahasa bukan saja sebagai alat merepresentasikan realitas, namun juga bias menentukan relief tersebut. Akibatnya, media massa memiliki peluang yang sangat besar untuk mempengaruhi makna dan gambaran yang dihasilkan dari realitas yang dikonstruksikannya.

4. Budaya Metropolitan

Budaya dapat dikatakan sebagai keberadaan (*distinctiveness*) kelompok-kelompok sosial yang memberikan mereka identitas. Posisi

³⁰ Graeme Burton, *Media dan Budaya Populer*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2012), hlm. 9

media memiliki posisi yang signifikan dalam merepresentasikan identitas kepada pihak-pihak lain, serta kepada kelompok budaya yang ada.

Budaya adalah tradisi dan gaya hidup yang dipelajari dan didapatkan secara sosial oleh anggota dalam suatu masyarakat, termasuk cara berpikir, perasaan, dan tindakan yang terpola dan dilakukan berulang-ulang. Budaya memberi makna kepada pengalaman manusia dengan memilih dari dan mengelola budaya tersebut. Budaya secara luas mengacu pada bentuk-bentuk melalui apa orang memahami hidupnya, bukan sekadar mengacu pada opera atau seni dalam museum.

Penciptaan dan pemeliharaan suatu budaya terjadi melalui komunikasi, termasuk komunikasi massa. Budaya memiliki suatu tujuan. Budaya membantu kita mengategorikan dan mengklasifikasikan pengalaman, budaya membantu mendefinisikan diri, dunia, dan tempat kita di dalamnya. Dalam melakukannya budaya dapat memiliki beberapa dampak yang saling bertentangan.

Suatu tradisi budaya dan nilai-nilai yang dipelajari dapat dipandang sebagai cara berpikir, berperasaan, dan bertindak yang terpola dan terus berulang. Budaya membatasi pilihan seseorang dan menyediakan petunjuk yang berguna untuk mengambil suatu tindakan. Budaya tidak hanya membatasi, representasi media tentang kecantikan wanita sering menemui perdebatan dan ketidaksepakatan yang merujuk pada fakta bahwa budaya juga dapat membebaskan karena budaya juga dapat dipertentangkan.

Kebudayaan merupakan elemen subjektif dan objektif yang dibuat manusia yang di masa lalu meningkatkan kemungkinan untuk bertahan hidup dan berakibat dalam kepuasan pelaku dalam ceruk ekologis, dan demikian tersebar diantara mereka yang dapat berkomunikasi satu sama lainnya, karena mereka mempunyai kesamaan bahasa dan mereka hidup dalam waktu dan tempat yang sama.³¹

Budaya ada untuk melayani kebutuhan vital dan praktis manusia, untuk membentuk masyarakat juga untuk memelihara spesies, menurunkan pengetahuan dan pengalaman berharga ke generasi berikutnya, untuk menghemat biaya dan bahaya dari proses pembelajaran semuanya mulai dari kesalahan kecil selama proses coba-coba sampai kesalahan fatal.

Kebudayaan dan masyarakat adalah dua hal yang tidak bisa dipisahkan. Kebudayaan sebuah masyarakat juga tidak bisa dipisahkan dengan komunikasi. Komunikasi memiliki peran penting bagi inovasi budaya dan sebaliknya budaya juga penting untuk kelangsungan hidup manusia dalam hal ini adalah komunikasi. Dalam pendekatan kebudayaan sebagai komunikasi simbolik, budaya tidak lagi seperti yang ada pada pandang konvensional yang menganggap budaya itu kuno dan ketinggalan zaman sehingga tidak menarik. Budaya dalam pendekatan komunikasi simbolik di pandang sebagai sesuatu yang menarik. Melihat kebudayaan sebagai ekspresi simbolik manusia yang dinamis dan terikat pada konteks kurun dan waktu tertentu. Ini berarti cara atau modus manusia

³¹ Larry a. Samovar, Richard e. Porter, dan Edwin r. McDaniel. *Komunikasi Lintas Budaya*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2000), hlm. 27

berkomunikasi dan budaya komunikasi akan sangat bergantung pada model dan pendekatan yang di ambil. Sesuai dengan karakteristik dari sebuah budaya yakni dinamis, walaupun budaya itu bersifat kuat dan stabil, budaya tidak pernah statis.

Budaya metropolitan merupakan budaya hasil dari bentukan media yang menjadi konsumsi masyarakat luas dan kemudian menjadi tren untuk di sebarluaskan. Dalam kaitannya dengan komunikasi, budaya metropolitan termasuk pada budaya populer, yang mana masyarakat cenderung lebih mengenalnya. Istilah budaya populer (*cultural popular*) dalam bahasa latin merujuk secara harfiah pada “*culture of the people*” (budaya orang-orang atau masyarakat).³²

5. Media Dalam Membingkai Budaya

Budaya memiliki keterkaitan dengan dunia luar, baik itu budaya kemudian bersifat membuka diri ataupun bersifat tertutup terhadap pengaruh dari luar tersebut. Jika pengaruh tersebut di anggap baik maka akan diterima dan sebaliknya jika dinilai negatif maka akan ditolak. Budaya merupakan ranah pertempuran nilai-nilai. Budaya mampu melakukan seleksi seperti di atas secara mulus, kadang penetrasi yang terlalu tinggi dari pengaruh luar tersebut tidak mampu dibendung oleh budaya.

Pada era digital seperti saat ini, informasi bisa didapatkan dari berbagai media dengan mudah. Hal tersebut merupakan pengaruh yang

³² Idi Subandi Ibrahim, *Budaya Populer Sebagai Komunikasi*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2011), hlm. xxvii

datang dari luar bagi kebudayaan, dan kebudayaan kini telah kehilangan dayanya untuk membendung gencarnya informasi yang masuk ke dalam tubuh kebudayaan itu sendiri.

Konstruksi budaya terjadi akibat hadirnya banyak informasi yang melakukan penetrasi terhadap nilai-nilai lama kebudayaan. Masifnya penetrasi tersebut, kebudayaan lama tak mampu membendung terjadinya konstruksi budaya baru dengan nilai-nilai baru melalui media komunikasi yang ada.

Dalam media, kultus teknologi mengalahkan tujuan dan idealism, maka teknik penetrasi sering mengalahkan isi berita atau pesan yang akan disampaikan. Media massa sangat kental dengan warna rasionalitas instrumental. Seperti yang di katakan oleh Baudrillard bahwa sebuah pesan yang sebenarnya bukanlah isi yang mengungkapkan suara dan gambar, tetapi skema yang dikaitkan dengan esensi teknik media yang berupa transisi normal dan deprogram berdasar pada abstraksi. Jadi bukan dari isi film secara langsung yang mendorong konsumsi tetapi melalui transisi sistematis, pada ranah tanda, pesan yang menyamakan sejarah dengan berita sehari-hari, peristiwa dengan tontonan, informasi dan iklan.

6. Semiotika Roland Barthes

Semiotika atau semiologi merupakan sebuah ilmu yang mengkaji kehidupan tanda-tanda di tengah masyarakat. Dengan tujuan untuk menunjukkan proses terbentuknya sebuah tanda beserta kaidah-kaidah yang mengaturnya. Dasar dari semiotika adalah konsep tentang tanda,

tidak hanya bahasa dan system komunikasi yang tersusun oleh tanda-tanda, melainkan dunia itu sendiri pun sejauh terkait dengan pikiran manusia seluruhnya terdiri atas tanda-tanda. Karena jika tidak begitu, manusia tidak akan bisa menjalin hubungannya dengan realitas.

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 (*thinks*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda.³³ Tanda (*sign*) merupakan satuan dasar bahasa yang niscaya tersusun dari dua realita yang tidak terpisahkan yaitu citra-bunyi (*Cooustic Image*) sebagai unsur penanda (*signifier*) dan konsep sebagai petanda (*signified*).³⁴

Semiotika sebagai suatu model dari ilmu pengetahuan sosial memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki dasar unit yang disebut dengan tanda. Dengan demikian semiotik mempelajari hakikat tentang keberadaan suatu tanda.³⁵ Menurut Fiske, studi ini dengan jelas menggambarkan bahwa isyarat, dalam hal ini sebuah *pronomia* (kata ganti), dihubungkan pada acuannya melalui pikiran seorang pengguna.

³³ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), hlm. 15

³⁴ Kris Budiman, *Semiotika Visual*, (Yogyakarta: Buku Baik, 2004), hlm. 46

³⁵ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 87

Jadi, makna bergantung pada gambaran atau pikiran orang dalam hubungannya dengan isyarat dan objek yang diisyaratkan.

Dalam hal semiotik, istilah ini sering pula disebut sebagai *semiologi*. Keduanya kurang lebih dapat saling menggantikan karena sama-sama digunakan untuk mengacu kepada ilmu tentang tanda. Bidang kajian *semiotic* atau *semiologi* adalah mempelajari fungsi tanda dalam teks, yaitu bagaimana memahami sistem tanda yang ada dalam teks yang berperan membimbing pembacanya agar bisa menangkap pesan yang terkandung di dalamnya. Dengan ungkapan lain, *semiologi* berperan untuk melakukan interogasi terhadap kode-kode yang dipasang oleh penulis agar pembaca bias memasuki bilik-bilik makna yang tersimpan dalam sebuah konteks. Seorang pembaca, ibarat pemburu harta karun yang bermodalkan peta, harus paham terhadap sandi dan tanda-tanda yang menunjukkan dimana “makna-makna” itu disimpan dan kemudian dengan bimbingan tanda-tanda baca itu pintu makna di buka.³⁶ Dalam semiotik, tanda terdapat dimana-mana: kata adalah tanda, demikian pula dengan gerak isyarat, lampu lalu lintas, bendera dan sebagainya. Semiotik berusaha menggali hakikat sistem tanda yang beranjak ke luar kaidah tata bahasa dan sintaksis dan yang mengatur arti teks yang rumit, tersembunyi dan bergantung pada kebudayaan.³⁷ Hal ini kemudian menimbulkan perhatian pada makna tambahan (*connotative*) dan arti penunjukkan (*denotative*) – kaitan dan kesan yang ditimbulkan dan diungkapkan melalui penggunaan dan

³⁶ Dedy N. Hidayat, *Institusi Pers, Modal dan Demokratisasi. Jurnal Demokrasi & HAM. Vol 1. No 2. September-November 200, 2000.* Hlm 75-100.

³⁷ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 126

kombinasi tanda. Pelaksanaan hal itu dilakukan dengan mengakui adanya mitos, yang telah ada dan sekumpulan gagasan yang bernilai yang berasal dari kebudayaan dan disampaikan melalui komunikasi.

Metode semiotika dikembangkan untuk menafsirkan simbol komunikasi sehingga dapat diketahui bagaimana komunikator mengkonstruksi pesan untuk maksud-maksud tertentu. Pemaknaan simbol dapat menggunakan denotatif dan konotatif atau nilai-nilai psikologis (atau mitologi dalam istilah Roland Barthes) dan kultural. Melalui analisis semiotika dapat dikupas tanda dan makna yang diterapkan pada sebuah naskah pidato, iklan, novel, film dan naskah lainnya. Hasil analisis rangkaian tanda itu akan dapat menggambarkan konsep pemikiran yang hendak disampaikan oleh komunikator, dan rangkaian tanda yang terinterpretasikan menjadi suatu jawaban dan pertanyaan nilai-nilai ideologi dan cultural yang berada di balik sebuah naskah.

Dalam penelitian ini, peneliti memahami hubungan antara material atau gambar dari film ARISAN! Dengan lebih menggunakan teori Semiotika Roland Barthes. Barthes (pengikut Saussure) menggunakan model sistematis dalam menganalisis makna dari tanda-tanda. Fokus penelitiannya tertuju pada gagasan tentang signifikasi dua tahap. Signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* dan *signified* di dalam sebuah denotasi yaitu makna paling nyata dari sebuah tanda. Konotasi adalah istilah Barthes untuk menyebut signifikasi tahap kedua yang menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu

dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaannya. Konotasi mempunyai nilai yang subjektif atau intersubjektif. Denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap subjek, sedangkan konotasi adalah bagaimana menggambarannya. Pada 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.³⁸

Mitos adalah salah satu jenis sistem semiotik tingkat dua. Teori mitos dikembangkan Barthes untuk melakukan kritik (membuat dalam “krisis”) atas ideology budaya massa (atau budaya media).³⁹ Mitos (berasal dari bahasa Yunani *mutos*, berarti cerita) biasanya dipakai untuk menunjuk cerita yang tidak benar, cerita buatan yang tidak memiliki kebenaran historis. Meskipun demikian, cerita semacam itu tetap dibutuhkan agar manusia dapat memahami lingkungan dan dirinya. Sebagai sistem semiotik, mitos dapat diuraikan ke dalam tiga unsur yaitu: *signifier*, *signified*, dan *sign*. Untuk membedakan istilah-istilah yang dipakai dalam sistem semiotik tingkat pertama, Roland Barthes menggunakan istilah berbeda untuk ketiga unsur itu yaitu *Form*, *Concept*, dan *Signification*. Dengan kata lain, *form* sejajar dengan *signifier*, *concept* dengan *signified*, dan *signification* dengan *sign*. Perbedaan istilah-istilah ini karena proses *signification* dalam sistem semiotik tingkat pertama dan tingkat kedua tidak persis sama. Kalau sistem pertama adalah sistem linguistik, sistem

³⁸ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 128

³⁹ Sunardi, St, *Semiotika Negativa*, (Yogyakarta: Kanak, 2002), hlm. 99

kedua adalah sistem mistis yang mempunyai keunikan. Sistem kedua memang mengambil model sistem pertama, akan tetapi tidak semua prinsip yang berlaku pada sistem pertama berlaku pada sistem kedua.⁴⁰

Sebagaimana telah dipahami sebelumnya, jika melihat konfigurasi dari pemikiran Roland Barthes yang tidak lepas dari bapak semiologi yaitu Ferdinand de Saussure. Oleh karena itu, kajian semiotika Roland Barthes tidak jauh berbeda dari aslinya yaitu mengkaji tentang struktur bahasa karena embrio dari semiotika ini adalah paham bersifat strukturalisme.⁴¹

Penanda menurut Saussure merupakan aspek sensoris dari tanda-tanda, yang di dalam bahasa lisan mengambil wujud sebagai citra-bunyi atau citra-akustik yang berkaitan dengan sebuah konsep (petanda). Hakikat penanda adalah murni sebagai relatum, yang pembatasannya tidak mungkin terlepas dari petanda. Substansi penanda senantiasa bersifat material: bunyi-bunyi, objek-objek, imaji-imaji dan sebagainya.⁴² Petanda adalah aspek mental dari tanda-tanda yang biasanya disebut sebagai “konsep”. Petanda bukanlah “sesuatu yang diacu oleh tanda” (*referen*). Melainkan sebuah representasi mental dari “apa yang diacu”. Walaupun bagi beberapa ahli semiologi sesudah Saussure, misalnya saja Roland Barthes, pengertian ini dianggap terlalu kaku dan mentalistik. Pengertian tentang petanda tampaknya masih tetap bermanfaat sebagai suatu cara untuk menganalisis makna tanda tanpa dirancukan dengan referensi.

⁴⁰ Sunardi, St, *Semiotika Negativa*, (Yogyakarta: Kanal, 2002), hlm. 103-104

⁴¹ Richard Harland, *Supersstrukturalisme; Pengantar Komprehensif kepada Semiotika*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2006), hlm. 73-74

⁴² Kris Budiman, *Kosa Semiotika*, (Yogyakarta: Lkis, 1999), hlm. 93

Dalam definisi lain, penanda (*signifier*) adalah citraan atau kesan mental dari sesuatu yang bersifat atau visual, seperti suara, tulisan, atau benda. Sedangkan petanda (*signifier*) adalah konsep abstrak atau makna yang dihasilkan oleh tanda.⁴³

B. Kajian Teori

1. Teori Simbol Susanna K. Langer

Teori simbol yang terkemuka dan sangat bermanfaat diciptakan oleh Susanner Langer. Penulis *Philosophy in a New Key* yang sangat diperhatikan oleh pelajar yang mempelajari simbolisme. Tanda (*sign*) adalah sebuah stimulus yang menandakan kehadiran dari suatu hal. Sebagai contoh, jika anda melatih anjing anda untuk berguling ketika anda memberikan perintah yang tepat, maka kata guling adalah sebuah tanda untuk anjing supaya berguling. Dengan demikian, sebuah tanda berhubungan erat dengan makna dari kejadian sebenarnya. Hubungan sederhana ini disebut sebagai pemaknaan (*signification*).

Sebaliknya, simbol digunakan dengan cara yang lebih kompleks dengan membuat seseorang untuk berpikir tentang sesuatu yang terpisah dari kehadirannya. Sebuah simbol adalah “sebuah instrumen pemikiran”. Simbol adalah sebuah konseptualisasi manusia tentang suatu hal, sebuah simbol ada untuk sesuatu. Simbol merupakan inti dari kehidupan manusia

⁴³ Yasraf Amir Pilang, *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*, (Bandung: Jalasutra, 2003), hlm. 20

dan proses simbolisasi penting juga untuk manusia seperti halnya makan dan tidur.

Sebuah simbol atau kumpulan simbol-simbol bekerja dengan menghubungkan sebuah konsep, ide umum, pola atau bentuk. Menurut Langer, konsep adalah makna yang disepakati bersama-sama antara pelaku komunikasi. Bersama, makna yang disetujui adalah makna denotasi. Sebaliknya, gambaran atau makna pribadi adalah konotatif. Sebagai contoh, jika anda melihat sebuah lukisan hasil dari seorang pelukis terkenal. Anda bersama-sama orang yang melihat akan memberikan makna bahwa anda sedang melihat lukisan karya seorang pelukis terkenal secara nyata.

Langer memandang makna sebagai sebuah hubungan kompleks di antara simbol, objek, dan manusia yang melibatkan denotasi (makna bersama) dan konotasi (makna pribadi).

Abstraksi merupakan sebuah proses pembentukan ide umum dari sebarang keterangan konkret, berdasarkan pada denotasi dan konotasi dari simbol. Langer mencatat bahwa proses manusia secara umum cenderung abstrak. Ini adalah sebuah proses yang mengesampingkan detail dalam memahami objek, peristiwa, atau situasi secara umum. Sebagai contoh, kata anjing secara denotatif mengacu pada sebuah binatang berkaki empat, tetapi bukan gambaran secara keseluruhan, tingkatan detail apa pun atau abstraksi selalu menyisakan sesuatu. Semakin abstrak simbol, gambaran semakin kurang lengkap: Seekor anjing adalah mamalia, yaitu seekor

binatang: seekor binatang adalah organism, yaitu benda hidup. Setiap istilah dalam rangkaian ini lebih mendetail, sehingga lebih abstrak daripada istilah sebelumnya.

Walaupun denotasi biasanya lebih mendetail, konotasi dapat memasukkan banyak detail menyangkut makna simbol bagi individu. Penggunaan simbol pada manusia dirumitkan oleh fakta bahwa tidak ada hubungan langsung simbol dan objek sebenarnya. Bahkan, lebih dirumitkan lagi oleh fakta bahwa kita menggunakan simbol dalam kombinasi, signifikansi sebenarnya dari bahasa adalah wacana, yang didalamnya menghubungkan kata-kata menjadi kalimat dan paragraf.

2. Teori Semiotika Roland Barthes

Teori adalah seperangkat dalil atau prinsip umum yang berkaitan mengenai aspek-aspek suatu realitas.⁴⁴ Roland Barthes seorang tokoh pemikir strukturalis dan juga seorang tokoh dalam semiotik yang telah cukup banyak memberkan kontribusinya dalam pengembangan semiotik khususnya strukturalis. Barthes adalah penerus Saussure yang mengembangkan teori penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) menjadi lebih dinamis. Bertens menyebut Barthes sebagai tokoh yang memainkan peranan sentral dalam strukturalisme tahun 1960-an dan 70-an. Barthes mengembangkan model dikotomis penanda dan petanda menjadi lebih dinamis.

⁴⁴ Onong Uchjana, *ilmu Teori dan filsafat komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), hlm 244.

Roland Barthes dikenal sebagai salah seorang pemikir strukturalis yang getol mempraktikkan model *linguistic* dan semiologi Saussure. Ia juga intelektual dan kritikus sastra Prancis yang ternama, eksponen penerapan strukturalisme dan semiotika pada studi sastra. Ia berpendapat bahasa adalah sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu.⁴⁵ Menurut Kurniawan, semiologi Roland Barthes tersusun atas tingkatan-tingkatan sistem bahasa. Umumnya Barthes membuatnya dalam dua tingkatan bahasa. Bahasa pada tingkat pertama adalah bahasa sebagai objek dan bahasa pada tingkat kedua yang disebutnya metabahasa.

Bahasa ini merupakan suatu sistem tanda yang memuat penanda dan petanda. Sistem tanda kedua terbangun dengan menjadikan penanda dan petanda tingkat pertama sebagai petanda baru yang kemudian memiliki penanda baru sendiri dalam suatu sistem tanda baru yang kemudian memiliki penanda baru sendiri dalam suatu sistem tanda baru pada taraf yang lebih tinggi. Sistem tanda pertama kadang disebutnya dengan istilah denotasi atau sistem terminologis, sedang sistem tanda tingkat kedua disebutnya sebagai konotasi atau sistem retorik atau mitologi. Fokus kajian Barthes terletak pada sistem tanda tingkat kedua atau metabahasa.⁴⁶

Menurut Barthes, pada tingkat denotasi, bahasa menghadirkan konvensi atau kode-kode sosial yang bersifat eksplisit, yakni kode-kode yang makna tandanya segera naik ke permukaan berdasarkan relasi

⁴⁵ Alex Sobur, *semiotika komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), hlm. 63.

⁴⁶ Eriyanto, *analisis wacana pengantar analisis teks media* (Yogyakarta: LkiS, 2001), hlm.

penanda dan petandanya. Sebaliknya, pada tingkat konotasi, bahasa menghadirkan kode-kode yang makna tandanya bersifat implisit yaitu sistem kode yang tandanya bermuatan makna-makna tersembunyi dan apa yang tersembunyi ini adalah makna yang menurut Barthes merupakan kawasan dari ideologi atau mitologi.⁴⁷

Lebih lanjut Chris Barker menjelaskan bahwa denotasi adalah level makna deskriptif dan literal dan secara tampak dimiliki semua anggota kebudayaan. Pada level kedua yaitu konotasi, makna terbentuk dengan mengaitkan penanda dengan aspek-aspek kultural yang lebih luas, keyakinan, sikap, kerangka kerja dan suatu formasi sosial. Makna sebuah tanda dapat dikatakan berlipat ganda jika makna tunggal tersebut disarati dengan makna yang berlapis-lapis. Ketika konotasi dinaturalkan sebagai suatu yang normal dan alami, maka ia bertindak sebagai mitos, yaitu konstruksi kultural dan tampak sebagai kebenaran universal yang telah ada sebelumnya dan melekat pada nalar awan.⁴⁸

⁴⁷ Tommy Chirstomy, *Semiotika Budaya*, (Depok: Jurnal PPKB Univ. Indonesia, 2004), hlm. 79.

⁴⁸ Chris Barker, *cultural studies, teori dan praktik* (Yogyakarta: kreasi wacana, 2009), hlm. 74.