



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Literature Review

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan tiga penelitian sebagai referensi. Penelitian tersebut adalah penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara, Naomi Theresa, yang berjudul *Representasi Propaganda Heroisme Amerika dalam film Captain America: The First Avenger* (2012). Lalu yang kedua adalah *Representasi Sosial Kondisi Transportasi di Jakarta Tahun 1997 Ditinjau dari Perspektif Komik Lagak Jakarta: Benny & Mice* (2011), karya Marcellinus Indra Jati Surya Atmaja. Ketiga adalah *Representasi Bias Gender dalam Iklan Extra Joss Edisi "Laki Nggak Minum Rasa"* (2012) karya Sheridan Olenka Mediana.

Penelitian yang dilakukan oleh Naomi Theresa menggunakan metode analisis data semotika Charles Sanders Peirce. Penelitian tersebut bertujuan untuk menemukan dan menjelaskan simbol dan tanda yang menunjukkan propaganda Amerika dalam film *Captain America: The First Avenger*. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis. Hasil dari penelitian ini adalah memang Amerika melakukan praktik propaganda melalui industri perfilmannya, salah satunya yaitu melalui film *Captain Amerika: The First Avenger*. Hal tersebut terungkap dari para tokoh, organisasi, dialog, tanda

visual dan sekuens dari film tersebut. Menurut penelitian ini, propaganda yang ingin dilakukan melalui film *Captain America: The First Avanger* ini adalah propaganda nilai-nilai Amerika atau disebut juga propaganda *American Way*. Amerika melakukan eksploitasi pada media komunikasi massa untuk memperluas pengaruhnya di wilayah-wilayah lain dengan biaya yang cenderung murah, lebih efektif, dan lebih aman, salah satunya adalah melalui film.

Selanjutnya penelitian kedua, yaitu mengenai *Representasi Sosial Kondisi Transportasi di Jakarta Tahun 1997 Ditinjau dari Perspektif Komik Lagak Jakarta: Benny & Mice*. Sama seperti penelitian sebelumnya, dalam penelitian ini Indra melakukan analisis dengan menggunakan metode analisis data semiotika Charles Sanders Peirce. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan tanda dan mengetahui bagaimana tanda tersebut merepresentasikan kondisi transportasi di Jakarta. Hasilnya, Indra memberikan kesimpulan bahwa komik tersebut memang merepresentasikan keadaan sosial dalam kondisi transportasi Jakarta pada tahun 1997. Indra menemukan bahwa dalam komik *Lagak Jakarta: Benny & Mice*, terkait dengan konsumen/penumpang sebagai pengguna angkutan umum, selalu menjadi korban dari perilaku penyedia jasa angkutan umum di Jakarta. Digambarkan dalam lima komik yang diteliti bahwa sopir bus, kondektur bus, supir taksi, tukang ojek dan awak angkutan umum lainnya memperlakukan para penumpang sewenang-wenang dan tidak disiplin dalam berkendara. Pemerasan, penipuan, pemaksaan, dan perlakuan yang sewenang-wenang

seringkali terjadi pada pengguna angkutan umum dan pelakunya adalah para awak angkutan umum itu sendiri. Namun pada kenyataannya, masyarakat selalu diam bila diperlakukan tidak benar oleh awak angkutan. Selain itu, komik *Lagak Jakarta: Benny & Mice* juga merepresentasikan belum optimalnya peraturan-peraturan yang terkandung dalam Undang-Undang Dasar yang mengatur mengenai transportasi. Dengan kata lain, kebijakan pemerintah juga menjadi salah satu akar permasalahan transportasi di Jakarta.

Lalu yang ketiga adalah *Representasi Bias Gender dalam Iklan Extra Joss Edisi “Laki Nggak Minum Rasa”*. Sheridan menggunakan metode analisis semiotika Charles Sanders Peirce sebagai pisau analisis untuk meneliti bagaimana representasi bias gender yang ditampilkan dalam iklan *Extra Joss* edisi “Laki Nggak Minum Rasa”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana representasi bias gender dan mengetahui stereotip yang ditunjukkan dalam iklan *Extra Joss* edisi “Laki Nggak Minum Rasa”. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan Sheridan, terungkap bahwa representasi bias gender dan stereotip terhadap perempuan dalam iklan ini ditampilkan melalui beberapa hal, baik verbal maupun nonverbal. Menurut hasil penelitian ini, tanda nonverbal dalam iklan *Extra Joss* tidak terlihat merendahkan perempuan karena fokus iklan ini dalam menunjukkan kuli-kuli yang sedang kelelahan hanya ditunjukkan dari tanda verbal, yaitu ucapan-ucapan yang terjadi dalam iklan ini. Namun apabila kedua tanda tersebut digabungkan, maka akan terlihat jelas bahwa iklan ini merepresentasikan

ketidaksetaraan gender yang ditampilkan melalui kuli-kuli yang sedang kelelahan yang mengeluarkan suara perempuan.

Meskipun objek penelitian dari tiga penelitian tersebut berbeda (film, iklan, dan komik), ketiga penelitian di atas memiliki pendekatan dan paradigma yang sama, yaitu pendekatan kualitatif dengan paradigma kritis. Ketiga penelitian ini juga menggunakan teori tanda dan makna dan teori semiotika.

Tabel 2.1 : Perbandingan Penelitian dengan Riset Terdahulu

Ervina Intan	Naomi Theresa	Sheridan Olenka	M. Indra Jati
Bertujuan melakukan analisis konotasi dengan merujuk pada konteks sosio-kultural yang menjadi latar dalam setting penceritaan dan melakukan upaya untuk melihat adanya konsep relasi kuasa yang secara implisit memengaruhi penceritaan dalam Komik Doyok.	Bertujuan untuk menemukan dan menjelaskan simbol dan tanda yang menunjukkan propaganda Amerika dalam film <i>Captain America: The First Avanger</i> .	Bertujuan untuk mengetahui bagaimana representasi bias gender dan mengetahui stereotip yang ditunjukkan dalam iklan <i>Extra Joss</i> edisi “Laki Nggak Minum Rasa”.	Bertujuan untuk menemukan tanda dan mengetahui bagaimana tanda tersebut merepresentasikan kondisi transportasi di Jakarta
Menggunakan Semiotika Roland	Menggunakan Semiotika Charles	Menggunakan Semiotika Charles	Menggunakan Semiotika Charles

Barthes	Sanders Peirce	Sanders Peirce	Sanders Peirce
Menggunakan paradigma konstruktivis dengan pendekatan kualitatif-deskriptif			

2.2 Teori Konstruksi Sosial atas Realita

Seperti yang peneliti sebutkan sebelumnya, segala hal yang ada di dunia ini adalah hasil konstruksi sosial. Tindakan individu tidak sepenuhnya ditentukan oleh norma-norma, kebiasaan-kebiasaan, nilai-nilai, dan sebagainya. Individu dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak di luar batas kontrol struktur dan pranata sosialnya. Manusia secara aktif dan kreatif mengembangkan dirinya melalui respons-respons terhadap stimulus dalam dunia kognitifnya. Dalam proses sosial, individu dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas dalam dunia sosialnya (Bungin;2008:187).

Istilah konstruksi sosial atas realitas (*Social Construction of Reality*) diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Dalam bukunya yang berjudul "*The Social Construction of Reality, a Treatise in the Sociological of Knowledge*" (1966), Berger dan Luckmann menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, yang mana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif (Bungin;2008:189).

Berger dan Luckmann memulai penjelasan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman “kenyataan” dan “pengetahuan”. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam realitas-realitas yang diakui memiliki keberadaan yang tidak tergantung pada kehendak individu. Sedangkan pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata dan memiliki karakteristik yang spesifik (Bungin;2008:191).

Menurut Berger dan Luckmann pengetahuan yang dimaksud adalah realitas sosial masyarakat. Realitas sosial tersebut adalah pengetahuan yang bersifat keseharian yang hidup dan berkembang di masyarakat, seperti konsep, kesadaran umum, wacana publik, sebagai hasil dari konstruksi sosial. Realitas sosial yang dimaksud Berger dan Luckmann ini terdiri dari *realitas objektif*, *realitas simbolis*, dan *realitas subjektif*. *Realitas objektif* adalah realitas yang terbentuk dari pengalaman di dunia objektif yang berada di luar individu dan realitas ini dianggap sebagai kenyataan. *Realitas simbolis* merupakan ekspresi simbolis dari realitas objektif dalam berbagai bentuk. Sedangkan *realitas subjektif* adalah realitas yang terbentuk sebagai proses penyerapan kembali realitas objektif dan simbolis ke dalam individu melalui proses internalisasi (Bungin;2008:192).

Realitas sosial dikonstruksikan melalui tiga momen simultan,yaitu:

1. Eksternalisasi,yaitu penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia. Proses ini adalah tahap awal dalam satu pola perilaku interaksi antara individu dengan produk-produk sosialnya.

Ketika sebuah produk sosial telah menjadi sebuah bagian penting dalam masyarakat yang setiap saat ditubuhkan oleh individu, maka produk sosial itu menjadi bagian penting dalam kehidupan seseorang untuk melihat dunia luar, lalu

2. Objektivasi, yaitu interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi dan yang ketiga adalah
3. Internalisasi, yaitu proses yang mana individu mengidentifikasi dirinya dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya.

Tiga momen ini memunculkan suatu proses konstruksi sosial yang dilihat dari segi asal muasalnya merupakan hasil ciptaan manusia, yaitu buatan interaksi subjektif (Bungin;2008:194).

Proses sosialisasi yang diterima Individu tidak diterima dari sembarang orang. Individu mengalami dua proses sosialisasi, yaitu sosialisasi primer dan sosialisasi sekunder (Bungin;2008:198). Sosialisasi primer dialami Individu dalam masa kanak-kanak yang membuat Individu menjadi bagian dari masyarakat. Karena sosialisasi primer terjadi saat Individu masih kanak-kanak, sosialisasi primer itu diterima dari keluarga Individu. Sedangkan sosialisasi sekunder adalah lanjutan dari sosialisasi primer. Sosialisasi sekunder diterima dari orang lain selain orang tua Individu, seperti guru di sekolah. Dalam sosialisasi sekunder, terjadi internalisasi “subdunia”

kelembagaan atau yang berlandaskan lembaga (Bungin;2008:200). Salah satu lembaga yang membentuk realitas sosial dalam masyarakat adalah media massa dan proses pembentukan realitas sosial melalui media massa ini disebut juga *Konstruksi Sosial Media Massa*.

Konstruksi sosial media massa merupakan kritik dari Teori Konstruksi Sosial. Pada kenyataannya, konstruksi sosial atas realitas berlangsung lambat, membutuhkan waktu lama, bersifat spasial, dan berlangsung secara hierarkis-vertikal, di mana konstruksi sosial berlangsung dari pimpinan kebawahannya, pimpinan kepada massanya, kyai kepada santrinya, atau guru kepada muridnya (Bungin;2008:202).

Substansi pada teori konstruksi sosial media massa adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan sebarannya merata. Realitas yang terkonstruksi itu juga membentuk opini massa, massa cenderung apriori dan opini massa cenderung sinis (Bungin;2008:203).

Konstruksi sosial yang disebabkan media massa tidak terjadi secara tiba-tiba. Ada tahapan-tahapan penting dalam proses konstruksi sosial media massa. Tahapan tersebut adalah:

1. Tahap menyiapkan materi konstruksi

Tahap ini adalah tugas redaksi media massa. Isu-isu yang diangkat pun adalah isu penting, terutama yang berhubungan dengan tiga hal,yaitu

kedudukan (tahta), harta, dan perempuan. Fokus kedudukan termasuk juga soal jabatan, pejabat, dan kinerja birokrasi dan layanan publik. Dalam penyiapan materi, ada 3 hal penting, yaitu: (a) Keberpihakan media massa kepada kapitalisme, (b) Keberpihakan semu kepada masyarakat, dan (c) Keberpihakan kepada kepentingan umum. Tiga hal tersebut dapat mempengaruhi bagaimana media menyiapkan materinya sebelum disebarkan kepada publik.

2. Tahap sebaran konstruksi

Pada umumnya, sebaran konstruksi sosial media massa menggunakan model satu arah, dimana media menyodorkan informasi sementara konsumen media tidak memiliki pilihan lain kecuali mengonsumsi informasi itu. prinsip dasar dari penyebaran ini adalah apa yang dianggap penting oleh media, menjadi penting pula bagi pemirsa atau pembaca.

3. Tahap pembentukan konstruksi

Setelah pemberitaan disampaikan pada pembaca atau pemerisa, terjadi pembentukan konstruksi di masyarakat. Pembentukan konstruksi ini terjadi melalui 3 tahap. Pertama, tahap konstruksi realitas membenaran. Masyarakat cenderung membenarkan apa yang tersaji di media massa sebagai realitas kebenaran. Kedua adalah tahap kesediaan dikonstruksi oleh media massa. Di tahap ini, pemirsa dan pembaca media massa mulai menikmati media yang dipilihnya dan bersedia dikonstruksi

pikirannya oleh media massa. Terakhir adalah tahap media massa menjadi pilihan konsumtif. Di tahap ini, individu mulai bergantung pada media massa. Media massa adalah kebiasaan hidup yang tidak dapat dilepaskan. Pembentukan konstruksi ini tidak hanya untuk membentuk realitas, tetapi juga citra dari media massa itu sendiri. Melalui pemberitaan yang disampaikan, media massa ingin membentuk citranya.

4. Tahap konfirmasi

Terakhir adalah tahap konfirmasi. Di tahap ini, media massa maupun pembaca atau pemirsa memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam tahap pembentukan konstruksi. Bagi media, tahapan ini perlu sebagai bagian untuk memberi argumentasi terhadap alasan-asalan konstruksi sosial, sedangkan bagi pembaca atau pemirsa, tahap ini menjadi alasan mengapa mereka ikut serta dalam pembentukan konstruksi realita (Bungin;2008:207-212).

2.3 Komik

Komik adalah suatu bentuk seni yang menggunakan gambar-gambar tidak bergerak yang disusun sedemikian rupa sehingga membentuk jalinan cerita³. Komik sendiri terbagi menjadi 2 jenis, yaitu komik strip dan buku komik. Komik strip adalah komik yang terdiri dari beberapa lembar bingkai kolom

³dikutip dari www.file.upi.edu. Diakses pada 9 Agustus 2013.

yang dimuat dalam suatu harian atau majalah dan biasanya ceritanya bersambung sedangkan buku komik adalah komik yang berbentuk buku⁴.

Dalam kehidupan sehari-hari, komik tidak hanya berguna sebagai sarana hiburan, tetapi juga sarana komunikasi visual. Tujuan utama komik adalah sebagai hiburan dalam bentuk bacaan ringan, meski cerita yang disajikan beberapa diantaranya relatif panjang, namun tidak selalu terkait dengan pesan-pesan moral tertentu⁵. Namun dalam konteks perannya sebagai media komunikasi, komik turut merepresentasikan aspek-aspek kehidupan sosial dalam masyarakat melalui humor yang ada di dalamnya.

2.3.1 Fungsi Humor dalam Komik

Berbicara tentang komik, pasti tidak lepas dari yang disebut dengan humor. Koestler membagi humor menjadi dua kategori, yaitu *humor verbal* dan *humor situasional*. Dalam humor verbal misalnya dibicarakan tentang *satire*, yang disebut sebagai karikatur verbal yang sengaja memperlihatkan gambaran seseorang, lembaga, atau masyarakat, dalam distorsi. Sedangkan dalam kontes humor situasional, yang disebut Koestler juga sebagai *humor praktis*, diperbincangkan tentang humor dalam seni visual yang mencerminkan kerangka logis sama seperti yang sudah diperbincangkan sebelumnya. Secara sederhana, dalam konteks visual humor situasional ini juga seperti cermin cekung cembung, yang membuat wajah pencermin bagaikan terbetot kesana kemari, dan membuatnya tertawa seketika itu juga (Ajidarma;2013:24).

⁴dikutip dari www.file.upi.edu. Diakses pada 9 Agustus 2013.

⁵dikutip dari <http://mangozie.net>. Diakses pada 9 Agustus 2013.

Selain untuk menghibur dengan humornya, kartun juga memiliki fungsi lain yaitu untuk menceritakan kondisi sosial. Kartun itu harus mengisahkan sebuah cerita, meskipun teramati hanya beberapa detik (Ajidarma;2013:22). Jika diibaratkan dengan sebuah teater, para karakter dalam komik adalah aktor-aktornya. Apabila diamati, kartun merupakan gambaran dari lingkungan sosial yang ada di masyarakat. Secara tidak langsung, kartun menggambarkan fenomena-fenomena yang sedang terjadi di masyarakat.

Konteks sosial humor adalah suatu permainan. Menurut Rod A. Martin yang dikutip Seno Gumira Ajidarma dalam bukunya yang berjudul *Antara Tawa dan Bahaya*, humor adalah cara manusia berinteraksi dengan sikap bermain (2012:38). Memandang humor sebagai bentuk permainan yang terdiri dari komponen kognitif (keganjilan nonserius), emosional (kegembiraan), dan ekspresif (tawa), menurut Martin adalah cara terbaik. Segenap elemen humor ini memiliki dimensi sosial karena tawa yang berbagi dengan orang lain (Ajidarma;2013:39). Gervais & Wilson (2005) mengatakan bahwa sebagai fungsi sosial humor mungkin merupakan pemilihan (*co-optations*), yang dengan munculnya bahasa dan kemampuan kognitif yang lebih tinggi, maupun organisasi sosial yang lebih kompleks, kegiatan bergembira yang terhubung dengan permainan mengalami adaptasi dalam evolusi manusia, bagi berbagai keperluan luas yang berhubungan dengan komunikasi interpersonal dan pengaruh (Ajidarma;2013:40). Bergson mengatakan, individu tidak akan

menghargai yang lucu jika individu tersebut merasa terisolasi dari yang lain-lainnya. Tawa individu adalah tawa kelompok (Ajidarma;2013:12).

Bergson juga mengatakan kelucuan dihargai sebagai sesuatu yang hidup, yang dengan itu diandaikan lebih bijak mengamatinya tumbuh dan berkembang, meskipun sampai kepada taraf metamorfosisnya yang paling asing (Ajidarma;2013:12). Humor cerdas dan halus, tendensi agresif mungkin bisa dilacak melalui analisis yang cermat, tetapi jika agresi itu digantikan simpati, maka yang seharusnya lucu dalam kartun akan jadi menyedihkan. Elemen agresif itulah yang melepaskan kebencian dari peniru lucu, yang mengubah *pathos* menjadi *bathos*, dan tragedi menjadi parodi. (Ajidarma;2013:18).

Penyebab tawa pada humor itu sendiri terbagi dalam beberapa teori. Pertama adalah Teori Superioritas / Penghinaan. Dalam teori ini, Thomas Hobbes menuliskan bahwa tawa adalah 'kejayaan mendadak' atas kemenangan diri terhadap ketakterhormatan yang diderita orang lain. Menurut Hobbes, orang yang biasanya tertawa adalah orang yang menyadari sedikitnya kemampuan dalam dirinya sehingga memaksakan diri sendiri untuk tetap berada dalam posisi menguntungkan dengan mengamati ketidaksempurnaan orang lain (Ajidarma;2013:29).

Kedua adalah Teori Keganjilan dan Resolusi Keganjilan. Teori ini memusatkan perhatian pada elemen kejutan. Humor tercipta dari konflik antara yang diharapkan dan yang sesungguhnya muncul dari lelucon.

Pertimbangan ini merupakan ciri yang paling jelas dari humor, yaitu suatu ambiguitas atau makna ganda yang dengan sengaja menyesatkan publiknya, disusul dengan suatu 'sodokan akhir' (*punchline*) (Ajidarma;2013:31). Teori ini kemudian dikembangkan lagi oleh Thomas Schultz menjadi teori resolusi keganjilan. Schultz menemukan bahwa sodokan akhir suatu lelucon menciptakan keganjilan dengan memperkenalkan informasi yang tidak cocok dengan pemahaman awal ketika lelucon digelar. Ini cepat membuat penerima lelucon menyusuri kembali dan menemukan ambiguitas dalam naratif lelucon, yang ternyata dapat ditafsirkan secara berbeda dan memungkinkan sodokan akhir masuk akal (Ajidarma;2013:33). Schultz menyimpulkan bahwa keganjilan tidak lagi hadir pada titik tempat suatu lelucon diterima sebagai lucu karena telah 'dipecahkan' sebelumnya (Ajidarma;2013:34).

Ketiga adalah Teori Pelepasan dan Ketergugahan. Dalam teori ini, humor mengungkapkan semacam pertempuran dalam diri sendiri. Teori pelepasan menjelaskan bahwa pemicu tawa berasal dari pegertian bebas atas tekanan yang tadinya menguasai. Dalam wilayah teori ini, humor mengungkapkan apa yang justru ditabukan (Ajidarma;2013:25). Rasa terbebas itu membawa tawa menjadi kesenangan. Kesenangan terbesar terhubung dengan jumlah ketergugahan secukupnya, ketika terlalu sedikit atau terlalu banyak ketergugahan kesenangan tidaklah lagi menyenangkan (Ajidarma;2013:26). Sodokan terakhir lelucon adalah resolusi mendadak dari piranti ketergugahan lelucon itu, mengakibatkan

tingkat ketergugahan berkurang dengan sangat cepat mencapai tingkat menyenangkan sekali lagi. Pengurangan mendadak ketergugahan ini adalah kenikmata dari lelucon tersebut (Ajidarma;2013:37).

2.4 Semiotika

Dalam kehidupan bermasyarakat, banyak sekali tanda-tanda yang terdapat di masyarakat. Setiap tanda memiliki makna tersendiri, maka karena itu munculah sebuah ilmu yang disebut dengan semiotika. Semiotika adalah ilmu yang mempelajari kehidupan tanda-tanda dalam masyarakat (Danesi;2012:5).

Semiotika berasal dari bahasa Yunani, yaitu *semeion*, yang berarti “tanda” (Danesi;2012:5). Istilah *semeiotics* diperkenalkan oleh Hippocrates (460-377 SM), penemu ilmu medis barat, seperti ilmu gejala-gejala. Menurut Hippocrates, gejala merupakan *semeion* (tanda fisik/penunjuk) dari sesuatu (Danesi;2012:6). Sejak pertengahan abad ke-20, semiotika telah tumbuh menjadi bidang kajian yang besar termasuk kajian bahasa tubuh, bentuk-bentuk seni, wacana retorik, komunikasi visual, media, mitos, naratif, bahasa artefak, isyarat, kontak mata, pakaian, iklan, upacara, bahkan makanan semuanya digunakan, diciptakan, atau diadopsi oleh manusia untuk memproduksi makna (Danesi;2012:6).

Dalam bukunya yang berjudul *Semiotika dan Dinamika Sosial Budaya*, Benny Hoed mengatakan bahwa semiotika adalah ilmu yang mengkaji tanda dalam kehidupan manusia. Artinya, semua yang hadir dalam kehidupan

manusia dilihat sebagai tanda, yakni sesuatu yang harus diberi makna (Hoed;2011:3). Semiotika yang biasa didefinisikan sebagai pengkajian tanda-tanda, pada dasarnya merupakan suatu studi atas kode-kode yakni sistem apapun yang memungkinkan kita memandang entitas-entitas tertentu sebagai tanda-tanda atau sebagai sesuatu yang bermakna (Wibowo;2006:13).

Ada beberapa tokoh yang memiliki pengaruh dalam ilmu semiotika, salah satunya adalah Charles S Peirce dan Ferdinand de Saussure. Peirce mengatakan bahwa semiosis adalah suatu aksi, suatu pengaruh, yang merupakan, atau melibatkan, suatu kerja bareng antara tiga subjek, yaitu tanda, objeknya dan interpretannya (Eco;2009:20). Teori Peirce sering kali disebut '*grand theory*' dalam teori semiotika karena gagasan Peirce bersifat menyeluruh, deskripsi struktural dari semua penandaan (Wibowo;2006:28). Peirce melihat tanda sebagai sesuatu yang bagi seseorang mewakili sesuatu yang lain dalam beberapa hal atau kapasitas. Sesuatu yang lain itu disebut sebagai interpretant dari tanda yang pertama yang mengacu pada objek tertentu (Wibowo;2006:29).

Sedangkan de Saussure terfokus pada semiotika *linguistik*. Dalam pandangannya tentang tanda, Saussure menggunakan pemahaman historis terhadap bahasa yang dikembangkan pada abad ke-19. Saat itu, studi bahasa hanya berfokus pada perilaku linguistik yang nyata (*parole*). Studi tersebut menelusuri perkembangan kata-kata dan ekspresi sepanjang sejarah, mencari faktor-faktor yang berpengaruh seperti geografi, perpindahan penduduk dan

faktor lain yang mempengaruhi perilaku linguistik manusia (Wibowo;2006:33).

Teori semiotika de Saussure kemudian dikembangkan langsung oleh Roland Barthes. Berbeda dengan teori Charles S Peirce, Barthes mengaitkan mitos dengan pemaknaan suatu tanda. Barthes menggunakan pengembangan teori tanda de Saussure sebagai upaya menjelaskan bagaimana kita dalam kehidupan bermasyarakat didominasi oleh konotasi. Konotasi adalah pengembangan segi petanda (makna atau isi suatu tanda) oleh pemakai tanda sesuai dengan sudut pandangnya. Apabila konotasi sudah menguasai individu, maka makna konotasi tersebut akan menjadi mitos (Hoed;2011:5).

Dalam mengembangkan konsep denotasi dan konotasi ini, Barthes menggunakan model dikotomis penanda-petanda. Ia mengemukakan bahwa dalam kehidupan sosial budaya penanda ada “ekspresi” (E) tanda, sedangkan petanda adalah “isi” (dalam bahasa Prancis *contenu* (C)). Jadi, sesuai dengan teori de Saussure, tanda adalah “relasi” (R) antara E dan C. Ia mengemukakan konsep tersebut dengan model E-R-C (Hoed;2011:13).

2.4.1 Denotasi

Barthes, seperti juga de Saussure, melihat semua komponen sebagai sistem tanda karena masing-masing sudah mendapat dan menentukan “makna”-nya sendiri dalam suatu jaringan relasi perbedaan yang terbentuk dalam ingatan atau kognisi anggota masyarakat yang

bersangkutan. Tanda-tanda tersebut tersusun dalam susunan tertentu sesuai dengan “makna”-nya masing-masing (Hoed;2011:12).

Dalam mengembangkan teori semiotikanya, Barthes mengembangkan konsep yang disebut denotasi dan konotasi. Denotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda, atau antara tanda dan rujukannya pada realitas yang menghasilkan makna pada apa yang tampak (Piliang;2010:304). Barthes menyebut Denotasi sebagai sistem “pertama”. Biasanya pemakai tanda mengembangkan pemakaian tanda ke dua arah, ke dalam apa yang disebut oleh Barthes sebagai sistem “kedua” (Hoed;2011:13). Apabila tanda sudah dimaknai dengan menggunakan sistem “kedua” tersebut, maka tanda telah dimaknai secara konotatif.

2.4.2 Konotasi

Konotasi adalah makna baru yang diberikan pemakai tanda sesuai dengan keinginan, latar belakang pengetahuannya, atau konvensi baur yang ada dalam masyarakatnya. Konotas (Hoed;2011:13). Konotasi menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda yang di dalamnya memiliki makna yang tidak langsung dan tidak pasti (Piliang;2010:304). Makna yang tercipta dari makna lapis kedua ini terbentuk ketika penanda dikaitkan dengan berbagai aspek psikologis seperti perasaan, emosi, atau keyakinan (Piliang;2010:305).

Perbedaan antara denotasi dengan konotasi bukanlah perbedaan antara signifikasi yang ‘univokal’ dengan signifikasi yang ‘kabur’, atau antara komunikasi ‘referensial’ dengan ‘emosional’, dan seterusnya (Eco;2009:79). Perbedaan antara denotasi dan konotasi hanya terletak pada soal konvensi kode (Eco;2009:80). Konsep konotasi digunakan oleh Barthes untuk menjelaskan bagaimana gejala budaya – yang disebut sebagai tanda – memperoleh makna khusus dari anggota masyarakat (Hoed;2011:14). Konotasi adalah pengembangan segi petanda (makna atau isi suatu tanda) oleh pemakai tanda sesuai dengan sudut pandangnya. Kalau konotasi sudah menguasai masyarakat, akan menjadi mitos (Hoed;2011:5).

2.4.3 Mitos

Mitos adalah suatu sistem komunikasi, mitos adalah suatu pesan. mitos bukanlah suatu objek, konsep, atau gagasan; mitos merupakan mode pertandaan, suatu bentuk (Barthes;2007:295).

Pada tahap awal kebudayaan manusia, mitos berfungsi sebagai teori asli mengenai dunia. seluruh kebudayaan telah menciptakan kisah-kisah semacam itu untuk menjelaskan asal-usul mereka. Mitos menciptakan suatu sistem pengetahuan metafisika untuk menjelaskan asal-usul, tindakan, dan karakter manusia selain fenomena di dunia (Danesi;2012:167). Dengan mempelajari mitos, individu dapat mempelajari bagaimana masyarakat yang berbeda menjawab pertanyaan-

pertanyaan dasar tentang dunia dan tempat bagi manusia di dalamnya. Individu mengkaji mitos untuk mempelajari bagaimana orang-orang mengembangkan suatu sistem sosial khusus dengan banyak adat istiadat dan cara hidup, dan juga memahami secara lebih baik nilai-nilai yang mengikat para anggota masyarakat untuk menjadi satu kelompok. Mitos dapat dibandingkan untuk mengetahui bagaimana kebudayaan dapat saling berbeda atau menyerupai satu sama lain, dan mengapa orang bertingkah laku seperti itu (Danesi;2012:168).

Menurut pandangan Barthes, mitos digunakan pada tingkatan tanda lapis kedua, yaitu konotasi, yang maknanya disepakati bersama oleh sebuah anggota masyarakat. Mitos adalah pengkodean makna dan nilai-nilai sosial sebagai sesuatu yang dianggap alamiah (Piliang;2010:353).

2.5 Teori Tanda dan Makna

Berbicara tentang semiotika, pasti tidak lepas dari tanda. Tanda didefinisikan sebagai suatu – yang atas dasar konvensional sosial yang terbangun sebelumnya – dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain (Wibowo;2006:15). Sedangkan, merujuk pada Charles S Peirce, para *pragmatis* melihat tanda sebagai “sesuatu” yang mewakili “sesuatu”, dimana “sesuatu” itu bisa berupa hal yang konkret (dapat ditangkap pancaindra manusia), yang kemudian melalui suatu proses, mewakili “sesuatu” yang ada di dalam kognisi manusia. Peirce melihat bahwa tanda bukanlah suatu

struktur melainkan proses kognitif yang berasal dari apa yang dapat ditangkap pancaindra (Hoed;2011:4).

Teori tanda pertama kali diperkenalkan oleh Santo Agustinus (354-430 SM). Namun ia tidak menggunakan istilah semiotika untuk mengidentifikasikannya. Ia membagi tanda menjadi dua jenis, yaitu tanda alami dan tanda konvensional. Tanda alami adalah tanda yang ditemukan secara harafiah di alam, seperti pergesekan daun-daun, warna tumbuhan, dan sebagainya. Sebaliknya, tanda konvensional adalah tanda yang dibuat oleh manusia, seperti simbol, kata, dan isyarat (Danesi;2012:10). Tanda konvensional dalam teori semiotika modern saat ini dibagi menjadi tanda verbal dan non-verbal.

Hal yang dirujuk oleh tanda, secara logis, dikenal sebagai *referen* (objek/petanda). Ada dua jenis referen, yaitu referen konkrit dan referen abstrak. Referen konkrit adalah sesuatu yang dapat ditunjukkan hadir di dunia nyata. Sedangkan referen abstrak bersifat imajiner dan tidak dapat diindikasikan hanya dengan menunjuk suatu benda (Danesi;2012:7).

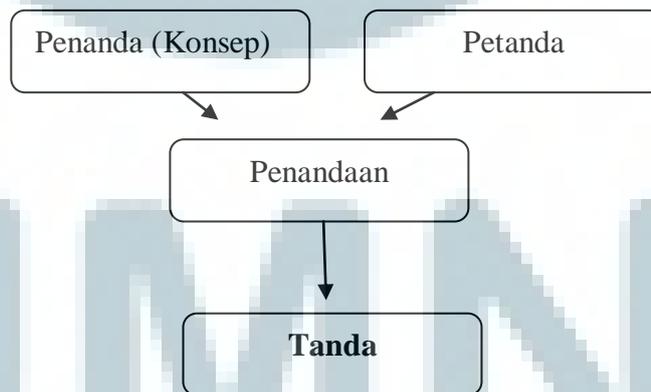
Saussure mengatakan tanda adalah gabungan dari satu penanda dan satu petanda. Ranah penanda berurusan dengan ranah ekspresi, sedangkan ranah petanda berkaitan dengan ranah isi (Barthes;2012:32). Saussure memberi penekanan pada kandungan mental dari petanda dengan menyebutnya *konsep* : petanda dari kata *lembu* bukanlah karena hewan *lembu* melainkan citra atau imaji mentalnya (Barthes;2012:36). Sedangkan penanda mengisyaratkan

cacatan yang kurang lebih sama dengan catatan untuk petanda karena penanda merupakan suatu relatum yang definisinya tidak bisa dipisahkan dari definisi petanda (Barthes;2012:42). Saussure menggunakan kata *citra* untuk membentuk teorinya tentang tanda dimana Saussure mendefinisikan penanda sebuah kata sebagai “citra bunyi” dan petanda sebagai “citra” dari sumber acuan yang serta-merta ditimbulkan dalam benak individu (Danesi;2012:78).

Penanda dan Petanda melalui sebuah proses yang disebut Penandaan dimana proses tersebut dipahamii sebagai tindakan pengikat antara penanda dan petanda yang kemudian menimbulkan sebuah tanda (Barthes;2012:43).

Apabila digambarkan dalam bagan, maka teori tentang tanda Saussure akan berbentuk seperti bagan di bawah ini:

Gambar 2.1 : Penjelasan tentang Tanda menurut Roland Barthes



2.6 Sejarah Media Massa

Media Massa mengalami masa-masa terburuknya selama Orde baru. Pada jaman pemerintahan Soeharto, banyak sekali media massa yang

dibredel. Pada jaman itu, menurut ketentuan Undang-Undang Pers no.11 tahun 1966, surat kabar atau majalah hanya dapat diterbitkan, jika lebih dulu memperoleh surat izin terbit dari pemerintah, Departemen Penerangan (Oetama;2001:42). Media massa yang menentang pemerintah akan ditutup dan dicabut surat ijin terbitnya. Pembredelan ini dipandang sebagai kebodohan politis, dimana presiden mengambil upaya pengamanan melalui jalan belakang, tanpa mendapatkan masukan yang bernas, dilakukan demi upaya sia-sia untuk memperlambat aksi-aksi atas nama demokratisasi (Hill;2011:3).

Namun sejak turunnya Soeharto, Indonesia mulai memasuki era pemerintahan yang baru,yaitu era reformasi. Gerakan reformasi ini bertujuan untuk membangun sistem dan pemerintahan demokrasi serta mewujudkan kesejahteraan rakyat,yakni kemakmuran yang berkeadilan sosial (Oetama;2001:45). Dalam era ini, media Indonesia mulai merasakan kebebasannya dan kontrol atas media massa berkurang (Suranto,Haryanto,dan Lasmina;2005:3).

Reformasi ini menyebabkan Indonesia memiliki sebuah sistem pemerintahan yang berlandaskan demokrasi. Salah satu syarat dalam demokrasi adalah adanya kebebasan pers (Oetama;2001:42). Media massa tidak lagi berada di bawah pemerintah secara penuh, tetapi ada juga ruang lingkup publik yang bekerja sebagai mitra sekaligus pengawas terselenggaranya pemerintahan (Oetama;2001:51). Namun kebebasan pers ini tidak serta merta membuat pers menjadi bebas seutuhnya dalam

menyampaikan sebuah isu. Ada beberapa faktor yang membuat media massa masih berhati-hati dalam menyampaikan sebuah isu, salah satunya adalah masyarakat, kaum elit, dan pemerintah masih terbiasa dengan pola lama ketika pers sangat mengendalikan diri karena kesadaran atau adanya ancaman pencabutan izin terbit (Oetama;2001:43).

Dengan sistem pemerintahan yang berlandaskan pada demokrasi, bukan berarti media massa bebas sepenuhnya. Pemerintah masih memegang kontrol pada media massa. Namun ruang lingkup kekuasaan tidak sepenuhnya berada dalam lingkungan dan kekuasaan pemerintah, tetapi ada juga ruang lingkup publik yang cukup luas dan berperan sebagai mitra sekaligus pengawas terselenggaranya pemerintahan (Oetama;2001:51). Media massa sendiri masih berhati-hati dalam menyampaikan sebuah isu karena masyarakat, kaum elit, dan pemerintah masih terbiasa dengan pola lama ketika pers sangat mengendalikan diri karena kesadaran atau adanya ancaman pencabutan izin terbit (Oetama;2001:43).

Media sendiri tidak mengangkat sembarang isu. Pers menggunakan fungsi *agenda setting* dalam menyusun isu yang akan disampaikan kepada masyarakat dan dalam konteks Indonesia, isu yang diutamakan adalah isu yang berhubungan dengan demokrasi dan prokesejahteraan rakyat (Oetama;2001:47).