

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah karya ilmiah yang telah diteliti oleh peneliti sebelumnya sebelum mereka memulai penelitian baru. Penelitian terdahulu sangat penting untuk memberikan gambaran awal, memperluas pengetahuan, dan mencegah penelitian yang sama terulang lagi. Penelitian terdahulu adalah tahapan pertama untuk menunjukkan hasil penelitian baru (*researt novelty*) karena mendeskripsikan penelitian terbaru sampai dengan "hari ini" (Rh et al., 2021).

Kebaruan di sini didefinisikan sebagai banyaknya artikel yang telah dipublikasikan dan seluruh upaya yang telah ditelusuri dari berbagai sumber penelitian atau publikasi ilmiah, tidak ada penelitian lain yang pernah mempublikasikan hasil penelitian sebelumnya. Dengan melihat penelitian sebelumnya, peneliti dapat memperoleh pemahaman tentang berbagai pendekatan, teknik, dan temuan yang telah dicapai dalam bidang yang sama. Ini sangat membantu dalam merumuskan rumusan masalah, tujuan, dan rencana penelitian, serta arah dan ruang lingkup penelitian.

Penelitian sebelumnya tidak hanya memberikan referensi yang berguna, tetapi juga memiliki kelebihan dan kekurangan. Kekurangannya dapat berupa keterbatasan metodologi, cakupan penelitian, atau relevansi dengan konteks saat ini. Kelebihan lainnya terletak pada data dan temuan yang dapat digunakan sebagai landasan awal (Hadi & Afandi, 2021).

Penelitian terdahulu mengenai representasi perawatan diri melalui iklan sebuah produk cukup banyak diteliti, terutama seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial sebagai salah satu sarana promosi yang efektif. Oleh karena itu, peneliti harus melakukan analisis kritis terhadap setiap penelitian yang digunakan sebagai pembanding. Untuk tujuan ini, penulis telah memilih enam

penelitian sebelumnya dari berbagai jurnal ilmiah yang relevan untuk digunakan sebagai referensi dan pembandingan saat menyusun penelitian lebih lanjut. Diharapkan bahwa analisis keenam penelitian tersebut akan membantu memperkuat fondasi teori dan memberikan jalan yang jelas untuk melakukan penelitian .



No	Item	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3	Jurnal 4	Jurnal 5	Jurnal 6
1	Judul Artikel Penelitian	Semiotik Charles Sanders Pierce pada Kumpulan Cerpen Kayu Naga Karya Korrie Layuan Rampan	Representasi Perempuan dalam Stand Up Comedy (Aanalisis Semiotika Pierce dalam Tayangan Annie Yang)	Aanalisis Semiotika Pierce pada Sampul Majalah Tempo Edisi Berebut Anak Abah Tanggal 15 September 2024	Aanalisis Semiotik Charles Sanders Pierce dalam Film Spotlight	Keterkaitan Mitos dengan Patriarki dalam Serial “Gadis Kretek”.	Analisis Semiotika : Roland Barthes Dalam Iklan K - Natural White Brightening Body Wash Versi Agatha Chelsea
2	Nama Lengkap Peneliti, Tahun Terbit dan Penerbit	Putra Irawan Sapwan, Endang Dwi Sulistyowati, Purwanti, 2022, Jurnal Bahasa, Sastra, Seni dan Budaya.	Iswahyu Pranawukir, Misnan Misnan, Agus Hitopa Sukma, Nur Desilawati, Rezzi Nanda Barizki, Agung Pramudi	Nunik Hariyanti, Kendy Julio Saputra, 2025, Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial.	Deni Rahman, Jihan Fernanda, 2023, Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam.	Destri Sari Gunarti, 2024, Jurnal Semiotika	Nurfitriani, Ian Wahyuni, Ahmad Mubarak, 2023, Jurnal Bahasa, Sastra dan Budaya
3	Fokus Penelitian	Fokus penelitian pertama: Penelitian ini berfokus kepada	Fokus penelitian kedua: Penelitian ini bertujuan untuk	Fokus penelitian ketiga: Penelitian ini	Fokus penelitian keempat: Penelitian ini berfokus pada	Fokus penelitian kelima : Penelitian ini	Penelitian ini membahas tentang makna tanda denotasi, konotasi

		tanda tanda semiotik yang ingin dianalisis pada cerpen Kayu Naga yang menceritakan tentang unsur budaya masyarakat dayak kalimantan.	menganalisa lelucon yang disampaikan oleh Annie Yang dengan pendekatan feminisme dan semiotika Charles S. Pierce. Penelitian ini mengkaji bagaimana lelucon yang disampaikan memiliki standar ganda dan bagaimana audiens menafsirkan maknanya secara positif maupun negatif. Dalam konteks sosial dan budaya tertentu	difokuskan pada analisis Sampul Majalah Tempo untuk mengungkap makna visual dan pesan tersembunyi yang disampaikan melalui elemen - elemen ilustrasi, isu isu sosial dan simbol kekuasaan yang lebih luas. Hal ini menegaskan bahwa ilustrasi sampul dapat menjadi medium kritis untuk merefleksikan dinamika sosial dan politik, terutama dalam	analisa semiotika guna mencari makna simbol jurnalisme dalam film Spotlight	berfokus pada makna komunikasi verbal dan non-verbal yang disampaikan oleh karakter utama pada serial ini	dan mitos yang membentuk pemaknaan kecantikan wanita Indonesia berdasarkan standar ideal korea.
--	--	---	---	---	--	--	--

				pilkada jakarta 2024			
4	Konsep dan Teori	Semiotika, Cerita Pendek, Semiotika Charles Sanders Pierce.	Semiotika Charles Sanders Pierce, Teori Kajian Feminisme.	Semiotika Charles Sanders Pierce	Semiotika Charles Sanders Pierce	Semiotika Roland Barthes	Iklan, Semiotika, Semiotika Roland Barthes
5	Metode Penelitian	Kualitatif Deskriptif Kepustakaan	Kualitatif Deskriptif	Kualitatif Deskriptif	Kualitatif Deskriptif	Kualitatif Deskriptif	Kualitatif Deskriptif
6	Persamaan dengan penelitian yang dilakukan	Persamaan dalam penelitian ini adalah penggunaan teori Charles Sanders Peirce dengan analisis tanda semiotik	Persamaan dalam penelitian ini adalah penggunaan metode penelitian kualitatif deskriptif yang mengacu pada analisis semiotik representasi menurut teori Charles Sanders Peirce.	Persamaan dalam penelitian ini adalah penggunaan metode penelitian kualitatif deskriptif yang mengacu pada analisis semiotik. Membahas tentang visual	Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif untuk menganalisis objek penelitian, memungkinkan eksplorasi mendalam dan pemahaman yang lebih baik tentang fenomena yang diteliti. Penelitian mengacu pada teori semiotika Charles Sanders	Persamaan dalam penelitian ini yaitu menggunakan semiotika dan menggunakan kualitatif deskriptif	Persamaan pada penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif

7	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan	Perbedaan penelitian ini terletak pada objek yang diteliti, yaitu cerpen.	Perbedaan terletak pada fokus objek penelitian dan metodologi yang digunakan. penelitian ini berfokus pada representasi karakter dalam serial televisi.	Perbedaan pada penelitian ini terletak dari objek analisis, pada penelitian ini berfokus pada sampul majalah, sedangkan penelitian yang saya lakukan berfokus pada konten iklan	Penelitian tersebut menganalisis representasi karakter dalam serial televisi. Ini menciptakan konteks berbeda dalam penerapan teori.	Perbedaan pada Penelitian ini menganalisis simbol – simbol menggunakan denotasi, konotasi dan makna mitos.	Penelitian pertama berfokus pada makna kecantikan wanita Indonesia dan bagaimana standar ideal dari budaya Korea memengaruhi pemaknaan tersebut. Di sisi lain, penelitian
8	Hasil Penelitian	Analisis terhadap kumpulan cerpen "Kayu Naga" karya Korrie Layun Rampan menggunakan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce mengungkapkan berbagai tanda, yakni ikon, indeks, dan	Dalam penelitian ini, Anni mengeksplorasi representasi karakter dalam 3 episode "Love Sausage." Hasil analisis menunjukkan bahwa karakter utama memiliki pengembangan yang kompleks, mencerminkan	Dalam penelitian ini, menampilkan gambar Ridwan Kamil dan Pramono Anung yang sedang bermain catur dengan papan catur berbentuk peta DKI Jakarta. Visual tersebut	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce. Fokusnya adalah pada analisis representasi karakter dalam serial televisi. Dengan mengidentifikasi berbagai tanda, termasuk ikon,	hasil ditemukan pada serial gadis gretek memiliki makna denotasi digambarkan oleh perilaku yang memiliki makna sebenarnya pada setiap adegan, makna konotasi	Hasil ditemukan bahwa makna denotasi dalam teks narasi iklan K-Natural White mendeskripsikan kriteria kecantikan wanita adalah wanita yang berpenampilan menarik seperti berkulit lembut, wangi, dan segar. Makna konotasi kecantikankwang

		simbol. Tanda ikon menunjukkan hubungan antara objek dan acuan, sementara indeks memberikan bukti melalui keterkaitan fisik. Penulis menemukan dua simbol dari cerpen. tersebut, menggambarkan makna konvensional yang lebih dalam. Temuan ini menyoroti nilai moral dan sosial yang terkandung dalam karya tersebut.	dinamika hubungan sosial dan norma gender. Cerita berhasil menyampaikan pesan yang relevan tentang kehidupan sehari-hari dan tantangan yang dihadapi oleh karakter-karakternya.	secara keseluruhan mencerminkan situasi atau peristiwa terkini yang terkait dengan pilihan-pilihan yang ada Redaksi Tempo memilih gambar ini untuk mendampingi pemberitaan dalam opini Berebut Anak Abah.	indeks, dan simbol, penelitian ini mengungkap dinamika hubungan sosial dan norma yang membentuk karakter, serta pesan yang disampaikan melalui cerita. Hasilnya menunjukkan kompleksitas pengembangan karakter yang relevan dengan konteks kehidupan sehari-hari.	memiliki kiasan, dijelaskan pada pembahasan setiap scene yang memiliki konotasi “menyindir”. Terdapat mitos pada adegan 1 dimana seorang anak gadis bersama ibu nya pergi ke pasar untuk berbelanja dan bukan sikap patriarki kepada aisyah	skin (kulit cerah Korea) dijadikan standar kecantikan wanita Indonesia sebagai kecantikan dari luar diri (outer beauty). Mitos yang dimaknai dalam iklan K-Natural
--	--	--	--	--	--	--	---

Penelitian pertama, yang diteliti oleh (Dwi Sulistyowati & Irawan Sapwan, 2022) berjudul Semiotik Charles Sanders Pierce pada Kumpulan Cerpen *Kayu Naga* Karya Korrie Layuan Rampan. Perbedaan dengan penelitian yang akan diteliti oleh penulis, yaitu terletak pada objek yang diteliti dimana pada penelitian tersebut menggunakan cerpen sebagai objek penelitian. Penelitian ini berfokus kepada tanda-tanda semiotik yang ingin dianalisis pada cerpen *Kayu Naga* yang menceritakan tentang unsur budaya masyarakat Dayak Kalimantan.

Charles Sanders Peirce memiliki tiga elemen visual utama yaitu representamen (bentuk tanda), objek (hal yang dirujuk oleh tanda), dan Interpretant (makna yang dihasilkan dari hubungan antara representamen dan objek). Dalam konteks cerpen *Kayu Naga*, para peneliti menemukan dua simbol utama yang memiliki yang lebih dalam dan tidak hanya berfungsi sebagai elemen cerita, namun sebagai jembatan menuju nilai-nilai budaya dan sosial masyarakat Dayak.

Simbol-simbol tersebut mencerminkan nilai moral dan sosial yang hidup dalam komunitas Dayak, terhadap penghormatan terhadap alam, kekuatan spiritual leluhur, dan pentingnya menjaga warisan budaya. Cerpen berfungsi sebagai media pelestarian nilai-nilai lokal. Penulis telah menggambarkan bagaimana budaya Dayak hadir melalui tanda-tanda yang memiliki beban makna simbolis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan semiotik Peirce dapat digunakan untuk menafsirkan karya sastra dengan kedalaman makna yang lebih luas. Menganalisis tanda-tanda dalam cerpen, pembaca diajak untuk memahami konteks budaya yang melatarbelakangi cerita dan bagaimana simbol-simbol mengkomunikasikan pesan moral kepada masyarakat luas. Sehingga menambah pemahaman pada sastra cerminan kebudayaan.

Penelitian Kedua, penelitian yang diteliti oleh (Pranawukir et al., 2024) berjudul Representasi Perempuan Dalam *Stand Up Comedy* (Analisis Semiotika Pierce dalam Tayangan Annie Yang) berfokus pada analisis lelucon yang disampaikan oleh Annie Yang, dengan pendekatan feminisme dan semiotika Charles S. Pierce. Penelitian ini mengkaji bagaimana lelucon yang disampaikan memiliki standar ganda dan bagaimana audiens menafsirkan maknanya secara positif maupun negatif. Dalam Konteks sosial dan budaya. Objek dan metodologi penelitian merupakan perbedaan penelitian, dimana dalam penelitian ini lebih terfokus untuk membahas representasi karakter dalam serial televisi, sehingga ada perbedaan dalam teknik pengumpulan data serta hasil analisa.

Dengan menggunakan teori semiotika Pierce yang mencakup tiga elemen utama ikon, indeks, dan simbol peneliti menguraikan bagaimana makna dari setiap lelucon terbentuk dan ditafsirkan oleh audiens. pendekatan feminisme digunakan untuk menyoroti bagaimana lelucon-lelucon Annie Yang mencerminkan, mengkritisi, atau bahkan memperkuat stereotip gender. Penelitian ini juga mengkaji adanya standar ganda dalam respons audiens terhadap materi komedi yang dibawakan oleh perempuan, yang sering kali ditanggapi secara berbeda dibandingkan dengan komika laki-laki, baik dari segi isi maupun cara penyampaian.

Hasil dari penelitian ini terdapat pada karakter utama dalam tayangan “Love Sausage” menggambarkan kondisi yang sulit dipahami dan realistis. Penelitian ini menggambarkan kesulitan dan halangan pada wanita dalam kehidupan sehari-hari.

Melalui lelucon dan narasi yang disampaikan. Annie Yang menggambarkan dengan baik bagaimana kehidupan sosial tentang peran laki-laki dan perempuan yang berkembang dan berubah. Selain untuk hiburan, tayangan ini disampaikan untuk mengangkat isu-isu dan kritik terkait representasi perempuan dalam budaya populer.

Penelitian ketiga oleh (Saputra & Hariyanti, 2025) berjudul Analisis Semiotika Peirce Pada Sampul Majalah Tempo Edisi Berebut Anak Abah Tanggal 15 September 2024. Penelitian ini memiliki fokus penelitian yaitu pada analisis

Sampul Majalah Tempo untuk mengungkap makna visual melalui elemen - elemen ilustrasi, isu isu sosial dan simbol kekuasaan. Objek analisis merupakan perbedaan dengan penelitian yang akan diteliti, pada penelitian ini berfokus pada sampul majalah, sedangkan penelitian yang diteliti berfokus pada konten iklan.

Dengan menggunakan teori semiotika Pierce, yang terdiri dari ikon (tampilan visual langsung), indeks (tanda yang merujuk pada hubungan sebab-akibat), dan simbol (tanda yang memiliki makna berdasarkan konvensi sosial), peneliti menguraikan makna dari elemen-elemen visual pada sampul majalah tersebut. Tokoh Ridwan Kamil dan Pramono Anung sebagai pemain catur mencerminkan posisi mereka sebagai aktor penting dalam strategi politik, papan catur berbentuk peta Jakarta menjadi simbol medan perebutan kekuasaan. Catur sendiri sebagai simbol strategi dan kompetisi menggambarkan bagaimana proses politik dipenuhi oleh manuver-manuver taktis dan pertarungan kepentingan.

Ilustrasi dalam penelitian tersebut berfungsi sebagai media kritik sosial dan politik. Redaksi tempo secara tidak langsung menunjukkan bahwa proses demokrasi pada dalam pilkada, bahwa dunia politik sering kali disalahgunakan oleh orang - orang yang memiliki kekuasaan dan permainan politik yang terjadi di belakang layar.

Penelitian keempat, penelitian yang berjudul Analisis Semiotik Charles Sanders Pierce dalam Film Spotlight oleh (Rahman, 2023) . Penelitian ini berfokus pada analisa semiotika guna mencari makna simbol jurnalisme dalam film Spotlight. Letak perbedaan pada penelitian ini yaitu analisis representasi karakter dalam serial televisi. Hal tersebut menciptakan konteks berbeda dalam penerapan teori. Penelitian ini lebih berfokus pada pengembangan karakter dan dinamika hubungan dalam konteks cerita di televisi.

Dengan teori semiotika Peirce, penelitian ini membagi tanda tanda dalam film ke dalam tiga kategori utama: ikon, indeks, dan simbol. Ikon digambarkan pada elemen visual seperti ruang redaksi koran dan dokumen investigasi yang secara langsung menggambarkan dunia jurnalisme. Indeks terlihat dalam tindakan-tindakan investigatif para jurnalis yang menunjukkan

hubungan sebab-akibat antara peristiwa dan pengungkapan fakta. Sementara itu, simbol terlihat dari nilai-nilai jurnalisme itu sendiri seperti kejujuran, keberanian yang menjadi pesan utama film dan dipahami dan dikenal secara luas dalam budaya masa kini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada film *Spotlight*, tidak hanya menceritakan kisah penyelidikan, tetapi mengajak penonton untuk membayangkan bagaimana kehidupan sosial dalam dunia jurnalistik. Masing - masing karakter dalam dunia jurnalistik memberi tahu bahwa media memiliki peranan penting sebagai pengawas dan pembela kepentingan masyarakat. Dengan menggunakan semiotika peneliti dapat berhasil menjelaskan bagaimana pesan - pesan moral tersebut disampaikan melalui cerita dan gambar film.

Penelitian kelima diteliti oleh (Sari Gunarti, 2024) yang berjudul *Keterkaitan Mitos dengan Patriarki dalam Serial “Gadis Kretek”*. Dalam penelitian ini menggunakan serial gadis kretek episode 1-5 sebagai objek penelitian, yang berfokus pada makna komunikasi verbal dan non-verbal yang disampaikan oleh karakter utama pada serial ini. Perbedaan dalam penelitian ini terdapat pada beberapa aspek yaitu topik utama yang diambil, dimana hal ini membahas mengenai representasi patriarki terhadap perempuan. Media yang di analisis, bersumber dari serial netflix. Fokus gender, membahas perempuan yang menjadi korban dominasi patriarki oleh laki-laki, dan kritik sosial, yang membahas kritik terhadap dominasi gender dan ketidaksetaraan.

Terakhir, penelitian yang berjudul *Analisis Semiotika : Roland Barthes Dalam Iklan K - Natural White Brightening Body Wash Versi Agatha Chelsea*, yang diteliti oleh (Wahyuni & Mubarak, 2023). Fokus penelitian ini yaitu tentang makna tanda denotasi, konotasi, dan juga mitos yang membentuk pemaknaan kecantikan wanita Indonesia berdasarkan standar ideal Korea. Penelitian yang diteliti oleh penulis meneliti tentang perawatan diri pria dan bagaimana representasi dalam iklan dapat mempengaruhi keputusan pembeli, hal itu menjadi fokus yang berbeda antara penelitian yang dilakukan oleh (Wahyuni & Mubarak, 2023) dan penelitian yang akan diteliti oleh penulis.

Dengan menggunakan semiotika Roland Barthes, penelitian ini ingin bertujuan untuk mencari makna denotasi, konotasi dan mitos yang terbentuk pada pemaknaan kecantikan wanita indonesia berdasarkan standar ideal korea. Penelitian ini berfokus pada bagaimana standar kecantikan di Indonesia dipengaruhi oleh standar kecantikan Korea.

Hasil ditemukan bahwa pada makna denotasi mendeskripsikan bahwa kecantikan wanita indonesia adalah wanita yang berpenampilan menarik seperti segar, wangi dan kulit lembut. Sedangkan, pada makna konotasi kulit cerah korea dijadikan standar pada kecantikan wanita indonesia. Selanjut nya mitos pada iklan ini dimaknai oleh stereotip yang tersebar di masyarakat bahwa standar kecantikan Indonesia dianggap cantik apabila memenuhi kriteria seperti segar, wangi dan kulit cerah. Penelitian ini menggambarkan bagaimana standar kecantikan di indonesia yang masih krisis pada makna yang tersembunyi dalam iklan.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Representasi

Dalam bidang komunikasi, representasi mengacu pada proses dasar dalam menyampaikan pesan melalui berbagai media untuk mencapai tujuan yang sama. Representasi sendiri memiliki arti perbuatan mewakili atau perwakilan, sesuai dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Dalam konteks ini, representasi melibatkan pertukaran pesan yang menghasilkan makna, dimana sesuatu seperti orang, peristiwa, atau objek diluar diri sendiri direpresentasikan melalui media.

Stuart Hall menyatakan bahwa representasi tidak hanya terbatas pada pemaknaan teks; itu juga melibatkan pertukaran makna melalui bahasa atau gambar sebagai simbol. Dalam sistem representasi ini, pemahaman rasa dan pemikiran adalah bagian penting dari pemahaman sesuatu. Proses ini memungkinkan makna diciptakan dan dipertukarkan antara individu dalam suatu budaya melalui penggunaan bahasa dan simbol. (Grace I., 2024)

Stuart Hall menyatakan, terdapat tiga pendekatan dalam representasi. Pertama, pendekatan reflektif menyatakan makna dihasilkan oleh manusia melalui ide, media, objek, dan pengalaman dalam masyarakat. Makna ini terletak pada kejadian atau orang. Kedua, pendekatan intensional menyatakan bahasa, baik lisan maupun tulisan, memberikan makna unik melalui rekayasa penutur. Ketiga, pendekatan konstruksionis, pembicara dan penulis menetapkan makna dalam pesan atau karya mereka. Dalam pendekatan ini, manusia lah yang meletakkan makna, bukan objek atau karya itu sendiri, dan ini merupakan konstruksi dari karakter sosial masyarakat (Grace I., 2024).

Representasi berfungsi melalui sistem yang terdiri dari dua konsep utama yaitu konsep dalam pikiran dan konsep bahasa. Keduanya saling terkait dan mempengaruhi satu sama lain. Konsep dalam pikiran tidak dapat disampaikan tanpa bahasa, dan sebaliknya, bahasa tanpa konsep tidak memiliki makna. Dengan demikian, keduanya bekerja sama untuk memungkinkan komunikasi yang efektif (Grace I., 2024).

2.3. Landasan Konsep

2.3.1 Charles Sanders Pierce

Charles Peirce memiliki teori semiotika yang sangat lengkap, yang sering disebut "*grand theory*" karena ia menjelaskan cara kerja semua jenis tanda. Peirce menemukan bagian-bagian paling dasar dari sebuah tanda dan menyatukan semuanya dalam satu kerangka. Menurutya, sebuah tanda (atau representamen) selalu berhubungan dengan "apa yang diwakilinya" (objek) dan "pemahaman kita tentangnya" (interpretant). Proses di mana tanda dan objek ini bersatu untuk menghasilkan makna disebut "semiosis" atau "pemberian arti. (Wibowo, 2013).

Peirce membedakan tipe representasi menjadi qualisign, sinsign, dan legisign, berikut penjelasannya (Universitas Dian Nuswantoro, 2025):

- 1) Qualisign merupakan tanda yang dapat ditandai berdasarkan sifat yang ada dalam tanda tersebut.
- 2) Sinsign merupakan tanda atas dasar tampilnya dalam kenyataan.
- 3) Legisign merupakan tanda atas dasar suatu peraturan yang berlaku umum.

Peirce membedakan tipe objek menjadi icon, index, dan simbol, berikut penjelasannya (Universitas Dian Nuswantoro, 2025):

- 1) Icon merupakan tanda yang memiliki kemiripan rupa dengan acuannya.
- 2) Index merupakan tanda yang memiliki keterkaitan pada fenomenal dan eksistensial diantara representamen dan objeknya.
- 3) Simbol merupakan tanda yang memiliki sifat konvensional (kesepakatan sosial)

Peirce membedakan tipe interpretant menjadi rheme, dicent, dan argument, berikut penjelasannya (Universitas Dian Nuswantoro, 2025):

- 1) Rheme merupakan tanda yang memungkinkan orang menafsirkan berdasarkan pilihan.
- 2) Decisign merupakan penanda yang menampilkan informasi tentang petandanya.
- 3) Argument merupakan tanda yang langsung memberikan alasan tentang sesuatu.

Charles S. Peirce berpendapat bahwa proses pemberian makna (signifikansi) itu tidak ada habisnya, di mana satu pemahaman (interpretan) bisa menjadi tanda baru (representamen) yang kemudian

memicu pemahaman lainnya, dan begitu seterusnya. Untuk memahami cara kerja tanda ini, Peirce membaginya ke dalam tiga kategori utama yang sudah dibahas sebelumnya. Terdapat 3 tipe tanda, yaitu *firstness*, *secondness*, dan *thirdness*. Dari kategori ini, muncul juga pembagian tanda seperti *qualisign*, *sinsign*, dan *legisign*, serta *rheme*, *dicent sign*, dan *argument*. (Wibowo, 2013).

2.3.2 Komunikasi Visual

Dalam pemahaman modern, desain komunikasi visual adalah bidang yang menggabungkan pemikiran logis, pengetahuan, dan kreativitas untuk menghasilkan karya yang bertujuan praktis. Karya ini mencakup elemen-elemen seperti gambar, tulisan, warna, susunan, dan tata letak. Tujuan utamanya adalah menyampaikan pesan melalui media visual, suara, atau kombinasi keduanya kepada target audiens. Dunia desain komunikasi visual ini selalu berkembang dan berubah, karena memanfaatkan unsur-unsur peradaban serta kemajuan ilmu pengetahuan modern yang mendorong terjadinya industrialisasi. (Tinarbuko, 2009).

Di era modern ini, huruf dan tipografi telah menjadi kunci utama dalam menyalurkan informasi, baik dalam bentuk tulisan maupun tampilan visual, kepada individu, kelompok, atau masyarakat luas. Keduanya dianggap tak terpisahkan dan berperan krusial dalam desain komunikasi visual untuk mendukung penyampaian pesan. Mengingat pentingnya peran huruf dan tipografi dalam menyampaikan informasi produk atau jasa, para desainer komunikasi visual wajib memahami berbagai jenis tipografi, mengenali karakteristiknya, serta memanfaatkan potensi kekuatan visualnya dalam setiap perancangan. Dalam desain komunikasi visual, tipografi secara spesifik berarti memilih bentuk dan ukuran huruf, serta mengatur susunan kata atau kalimat sesuai dengan sifat pesan yang ingin disampaikan (misalnya, pesan sosial atau komersial). (Tinarbuko, 2009).

Elemen desain grafis terdiri dari Warna, gambar, huruf dan tipografi, Semua elemen tersebut berguna untuk menyampaikan pesan secara visual, audio atau video yang tujuan kepada khayalak (Tinarbuko, 2009).

1) Warna, Elemen desain grafis terdiri dari Warna, gambar, huruf dan tipografi, Semua elemen tersebut diperuntukkan dalam menyampaikan pesan secara visual, audio atau video yang tujuan kepada khayalak.

2) Tipografi, melibatkan pemilihan jenis huruf, ukuran huruf, agar menjadi kata atau kalimat yang disesuaikan dengan karakter pesan, baik yang bersifat sosial maupun komersial, yang ingin disampaikan.

Gambar, representasi visual yang digunakan untuk menyampaikan pesan, ide, atau informasi kepada audiens. Gambar dapat berbentuk foto, ilustrasi, grafik, atau diagram, dan masing-masing memiliki fungsi serta cara penyampaian yang berbeda.

2.3.3 Iklan

Iklan dapat diartikan sebagai segala bentuk penyampaian pesan non-pribadi tentang suatu ide, produk, atau layanan, yang dibuat dan dibayar oleh pihak tertentu. Menurut Masyarakat Periklanan Indonesia (MPI), iklan adalah pesan mengenai produk atau jasa yang disebarkan melalui media dan ditujukan kepada masyarakat luas. Intinya, iklan adalah komunikasi tidak langsung yang menonjolkan kelebihan suatu produk, dirancang untuk menarik perhatian dan membujuk orang agar tertarik untuk membeli atau mengambil tindakan yang menguntungkan bagi pembuat iklan. (Kristiani, 2025).

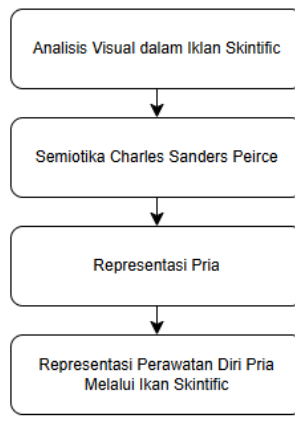
Iklan memiliki berbagai fungsi dan sifat. Sifat-sifat iklan meliputi kemampuan untuk presentasi publik, pervasivitas (pesan yang menyebar karena penayangan berulang), ekspresivitas yang diperkuat (merangsang indera konsumen melalui gambar dan suara), dan impersonalitas (tidak memaksa namun sebagai alat bantu komunikasi). Fungsi utama iklan

antara lain precipitation (mempercepat pengambilan keputusan), persuasion (membangkitkan keinginan khalayak), reinforcement (meneguhkan keputusan konsumen), dan reminder (mengingat produk yang diiklankan). Tujuan periklanan juga mencakup fungsi informasi, persuasif, dan pengingat (Kristiani, 2025).

Saat ini, media sosial menjadi platform yang sangat efektif untuk periklanan, terutama untuk menjangkau anak muda. Kemudahan akses dan banyaknya pilihan media sosial menjadikan platform ini favorit bagi mahasiswa untuk berekspresi dan mencari informasi, termasuk sebagai referensi sebelum pembelian. Perusahaan memanfaatkan media sosial untuk promosi dengan membuat akun resmi, bekerja sama dengan influencer, atau melakukan endorsement untuk menampilkan produk dan memberikan testimoni positif (Kristiani, 2025).

Dampak iklan di media sosial sangat signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Paparan iklan yang sering, baik disengaja maupun tidak, dapat memicu rasa ingin tahu dan keinginan membeli produk, bahkan untuk barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Selain itu, jenis media sosial juga berperan penting. Banyaknya pilihan media sosial dengan fitur beragam memungkinkan pengguna memilih platform berdasarkan kebutuhan dan kemudahan penggunaan, yang pada akhirnya memengaruhi visibilitas iklan dan mendorong perilaku konsumtif (Kristiani, 2025).

2.3. Kerangka Berpikir



Gambar 2.3 Kerangka Berpikir

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi perawatan diri pria melalui iklan Skintific dengan menggunakan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce. Kerangka berpikir penelitian ini dimulai dengan mengidentifikasi iklan Skintific sebagai objek kajian, yang kemudian dianalisis menggunakan semiotika Charles Sanders Peirce yang. Dalam konteks iklan Skintific, pria yang mengalami perubahan setelah menggunakan produk.

Menurut Pierce analisis semiotika menjadi tiga komponen utama. Ketiga komponen utama : Representamen, Objek, Interpretant. Ketiga komponen tersebut nanti nya akan digunakan dalam menganalisis representasi perawatan diri pria dalam iklan skintific.

Ketiga jenis tanda ini digunakan untuk menggali bagaimana iklan tersebut membentuk representasi perawatan diri pria melalui elemen visual, audio, dan naratif. Dari hasil analisis tanda-tanda tersebut, akan diperoleh representasi perawatan pria yang ditunjukkan melalui alur cerita pada iklan skintific.

kerangka berpikir ini memberikan arah analisis untuk memahami bagaimana makna perawatan diri pria dibangun dalam konteks iklan digital. Dengan demikian, kerangka berpikir ini menjadi landasan konseptual untuk memahami bagaimana tanda-tanda dalam iklan Skintific dikonstruksi guna membentuk persepsi pria terhadap perawatan diri. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai elemen elemen visual, audio membangun makna dan representasi perawatan diri pria.