

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka ini berisikan tentang uraian kajian yang diperoleh dari hasil penelitian pihak lain dan tinjauan-tinjauan dari penelitian yang akan diteliti.

##### **2.1.1 Tinjauan Tentang Penelitian Terdahulu**

Peneliti mengawali dengan menelaah penelitian yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang memadai sehingga penulisan proposal usulan penelitian ini menjadi lebih baik.

Hal ini dimaksudkan untuk memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada. Selain itu, karena pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif yang mengharagi berbagai perbedaan yang ada serta cara pandang mengenai objek-objek tertentu, sehingga meskipun terdapat kesamaan maupun perbedaan adalah suatu hal yang wajar dan dapat disinergikan untuk saling melengkapi dan berdasarkan studi pustaka.

Peneliti menemukan beberapa referensi penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti. Studi penelitian terdahulu sangatlah penting sebagai bahan acuan yang membantu peneliti dalam merumuskan dasar untuk mengembangkan.

Tabel 2.1

## Tinjauan Penelitian Terdahulu

Nama	Imas Kartini	Isye Naisilla Zulmi	Anna Pertiwi Afuwwa 2015
Tahun Universitas	2011 Universitas Komputer Indonesia	2014 Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta	Jurnal Internasional
<b>Judul Penelitian</b>	Makna Simbolik Pada Foto “Crop Circle” Sleman Yogyakarta Di Media Internet (Studi Semiotika Makna Simbolik pada Foto “Crop Circle” Sleman Yogyakarta Di Media Internet)	Makna Bencana Dalam Foto Jurnalistik (Analisis Semiotika Foto Terhadap Karya Kemal Jufri Pada Pameran Atermath: Indonesia In Midst Of Catastrophes)	Gambar Ilustrasi Sampul Novel Harry Potter Karya J.K. Rowling Studi Bentuk Makna
<b>Metode Penelitian</b>	Penelitian Kualitatif dengan Analisis Semiotika	Penelitian Kualitatif dengan Analisis Semiotika	Penelitian Kualitatif dengan Analisis Semiotika
<b>Tujuan Penelitian</b>	Tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana Makna Simbolik Pada Foto “Crop Circle” Sleman Yogyakarta Di Media Internet	Tujuan Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna yang terkandung dalam foto jurnalistik karya kemal jufri Pada Pameran Aftermath Indonesia In Midst Of Catastrophes	Tujuan penelitian ini untuk membedah satu persatu struktur dan makna setiap gambar dan ilustrasi sampul Harry Potter
<b>Hasil Penelitian</b>	Hasil penelitian secara denotasi makna simbolik pada foto Crop Circle menandakan bahwa ditempat tersebut sedang terjadi sebuah fenomena atau peristiwa yang terjadi pertama kali di Indonesia yaitu terbentuknya sebuah	Hasil penelitian secara denotasi memberikan gambaran tentang upaya fotografer dalam menyampaikan sebuah informasi mengenai suatu bencana yang menimbulkan banyak korban jiwa tersebut.	Hasil penelitian ini menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Pierce yaitu tipologi tanda ikon Harry Potter bermakna keberanian, semangat dan percaya diri.

	<p>lingkaran tanaman pertama kali di arewa persawahan salah satu warga di Sleman Yogyakarta melihat dengan latar belakang dari tempatnya lingkaran yang menunjukan adanya suatu simbol yang berbentuk lingkaran dengan pola geometris yang terjadi di area pesawahan dan dari analisis peneliti bentuk lingkaran tersebut tidak beraturan dan tidak terlalu besar ingkaran tersebut di bandingkan dengan crop circle di negara lain. untuk membahagikan anaknya.</p>	<p>Dalam tahap ini juga dapat disimpulkan bahwa fotografer ingin memberikan informasi kepada masyarakat secara akurat tanpa adanya rekayasa dan opini visual hooliganisme. Lalu pada sequence kedua adanya pertikaian kedua kelompok hooligans di area umum. Serta yang ketiga adanya perkelahian yang dilakukan didalam bar. Makna konotasi yang terdapat pada lima foto ini adalah keagamaan dan intropeksi diri.</p>	
<p><b>Perbedaan dengan Peneliti</b></p>	<p>Penelitian sebelumnya meneliti bagaimana Makna Simbolik Pada Foto “Crop Circle” Sleman Yogyakarta Di Media Internet. Sedangkan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana makna denotatif, konotatif, dan mitos pada gambar <i>we breathe the same air</i> karya aktivis <i>greenpeace</i>.</p>	<p>Penelitian sebelumnya meneliti makna yang terkandung dalam foto jurnalistik karya Kemal Jufri Pada Pameran Aftermath Indonesia In Midst Of Catastrophes. Sedangkan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana makna denotatif, konotatif, dan mitos pada gambar <i>we breathe the same air</i> karya aktivis <i>greenpeace</i>.</p>	<p>penelitian sebelumnya meneliti makna yang terkandung dalam sampul ilustrasi sampul Harry Potter karya J.K. Rowling. Sedangkan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana makna denotatif, konotatif, dan mitos pada gambar <i>we breathe the same air</i></p>

Sumber: Peneliti, 2019

## 2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

### 2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

Pengertian Komunikasi menurut Struat, 1983 dalam Vardiansyah (2004:3) yang dikutip oleh Rismawaty, Desayu Eka Surya dan Sangra Juliano Prakasa (2014:65) dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi *Welcome to the world of communications* kata “komunikasi” berasal dari bahasa Latin, *communic*, yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Akar katanya *communis* adalah *communico*, yang artinya berbagi (Struat, 1983). Dalam hal ini, yang dibagi adalah pemahaman bersama melalui pertukaran pesan. Komunikasi sebagai kata kerja (*verb*) dalam bahasa Inggris, *communicate*, berarti: (1) untuk bertukar pikiran-pikiran, perasaan-perasaan, dan informasi; (2) proses pertukaran di antara individu-individu melalui sistem symbol-simbol yang sama; (3) seni untuk mengespresikan gagasan-gagasan, dan (4) ilmu pengetahuan tentang pengiriman informasi. Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia, dan bahkan komunikasi telah menjadi suatu fenomena bagi terbentuknya suatu masyarakat atau komunitas yang terintegrasi oleh informasi, dimana masing-masing individu dalam masyarakat itu sendiri saling berbagi informasi (*information sharing*) untuk mencapai tujuan bersama. Secara sederhana komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampai pesan. Senada dengan hal ini bahwa komunikasi

atau *communication* berasal dari bahasa Latin “*communis*. *Communis* atau dalam bahasa Inggrisnya “*commun*” yang artinya sama. Apabila kita berkomunikasi (*to communicate*), ini berarti bahwa kita berada dalam keadaan berusaha untuk menimbulkan kesamaan. (Suwardi, 1986:13 dalam Rohim, 2009:8)

Beragamnya definisi komunikasi menuntun kita untuk lebih mengenal komunikasi secara konseptualisasi seperti yang diungkapkan oleh Wenburg dan Wilmot (Mulyana, 2003:61-68):

1. Komunikasi sebagai tindakan satu arah

Suatu pemahaman mengenai komunikasi manusia adalah komunikasi yang mengisyaratkan penyampaian pesan searah dari seseorang (atau suatu lembaga) kepada seseorang (sekelompok orang lainnya baik secara langsung atau melalui media. Jadi komunikasi dianggap sebagai proses linear yang dimulai dengan sumber atau pengirim dan berakhir pada penerima, sasaran atau tujuannya.

2. Komunikasi sebagai interaksi

Pandangan ini menyertakan komunikasi dengan proses sebab-akibat atau aksi-aksi yang arahnya bergantian. Seseorang menyampaikan pesan baik verbal atau nonverbal, seorang penerima beraksi dengan memberi jawaban verbal atau

menganggukan kepala. Komunikasi sebagai interaksi dipandang lebih dinamis daripada komunikasi satu arah. Namun pandangan ini masih membedakan para peserta sebagai pengirim dan penerima karena itu masih berorientasi pada sumber jadi masih bersifat mekanis dan statis.

### 3. Komunikasi sebagai transaksi

Dalam konteks ini komunikasi adalah suatu proses personal karena makna atau pemahaman yang kita peroleh pada dasarnya bersifat pribadi. Komunikasi bersifat dinamis, lebih sesuai untuk komunikasi tatap muka yang memungkinkan pesan atau respon verbal dan nonverbal bisa diketahui dengan langsung, konsep ini tidak membatasi komunikasi sebagai komunikasi yang disengaja atau respon yang dapat diamati. Komunikasi dilihat sebagai proses dinamis berkesinambungan mengubah perilaku-perilaku pihak yang berkomunikasi.

#### **2.1.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi**

Menurut Effendy dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, ada lima unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain yang diambil dari definisi Lasswell yang terdiri dari :

1. Komunikator (*communication*)
2. Pesan (*message*)
3. Media (*media*)
4. Komunikan (*communication*)
5. Efek (*effect*)

Berdasarkan unsur-unsur tersebut Lasewell menyebutkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Penjelasan mengenai 5 unsur tersebut, yaitu :

a. Komunikator

Komunikator adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk dapat berkomunikasi. Komunikator boleh jadi seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan atau bahkan negara.

(Mulyana, 2003 : 63). Seorang komunikator harus pintar membaca perasaan atau pikiran komunikan, agar komunikan dapat memahami apa yang disampaikan oleh komunikator.

b. Pesan

Pesan yaitu apa yang dikomunikasikan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan merupakan seperangkat symbol verbal maupun nonverbal yang mewakili perasaan , nilai,

gagasan atau maksud sumber tadi. Kata-kata memungkinkan orang berbagi pikiran dengan orang lain. Pesan juga dapat dirumuskan secara nonverbal, seperti melalui tindakan atau isyarat anggota tubuh, juga melalui music, lukisan, patung, tarian dan sebagainya. (Mulyana,2003 : 63).

c. Media

Media yaitu alat wahana yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesannya kepada komunikan. Saluran merujuk pada penyajian pesan : apakah langsung (tatap muka) atau lewat media cetak (surat kabar, majalah) atau media elektronik (radio, televisi). (Mulyana, 2003 : 63).

d. Komunikan

Komunikan yaitu orang yang menerima pesan dari komunikator. Berdasarkan pengalaman masa lalu, rujukan nilai, pengetahuan, persepsi, pola pikir dan perasaan, penerima pesan ini maupun nonverbal yang dia terima menjadi gagasan yang dapat dia pahami. (Mulyana, 2003 : 64).

e. Efek

Efek yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah menerima pesan tersebut, misalnya penambahan pengetahuan, terhibur,

perubahan sikap, perubahan keyakinan, perubahan perilaku, dan sebagainya. (Mulyana. 2003 : 64).

### **2.1.2.3 Fungsi Komunikasi**

Menurut Effendy (2003 : 55) terdapat empat fungsi komunikasi, yaitu:

1. Menyampaikan informasi (*to inform*)

Dengan komunikasi, komunikator dapat menyampaikan informasi kepada komunikan. Serta terjadi pertukaran informasi antara komunikator dan komunikan.

2. Mendidik (*to educate*)

Komunikasi sebagai sarana untuk mendidik, dalam arti bagaimana komunikasi secara formal maupun informal bekerja untuk memberikan atau bertukar pengetahuan. Dan kebutuhan akan pengetahuan terpenuhi. Fungsi mendidik ini dapat juga ditunjukkan dalam bentuk berita dengan gambar maupun artikel.

3. Komunikasi

Menciptakan interaksi antara komunikator dan komunikan. Interaksi tersebut menimbulkan reaksi interaktif yang dapat menghibur baik terjadi pada komunikator maupun komunikan.

4. Mempengaruhi (*to influence*)

5. Komunikasi sebagai sarana untuk mempengaruhi, terdapat upaya untuk memengaruhi komunikan melalui isi pesan yang dikirim oleh komunikator. Upaya tersebut dapat berupa pesan persuasif (mengajak) yang mempengaruhi komunikan. Komunikator membawa pengaruh positif atau negatif, dan komunikan dapat menerima ataupun menolak pesan tanpa ada paksaan.

Keempat tujuan komunikasi diatas, turut mengambil peranan dalam setiap proses yang terjadi. Mulai dari mengubah sikap seseorang, merubah pendapat, dan pandangan seseorang, merubah perilaku, serta mengubah kehidupan sosial penggunanya.

#### **2.1.2.4 Proses Komunikasi**

Berangkat dari paradigma Laswell dalam Onong Uchana Effendy membedakan proses komunikasi menjadi dua tahap, yaitu:

##### **A. Proses komunikasi secara primer**

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah pesan verbal (bahasa), dan pesan nonverbal (*kial/gesturr*, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya) yang secara langsung dapat/mampu menerjemahkan

pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Seperti disinggung di muka, komunikasi berlangsung apabila terjadi kesamaan makna dalam pesan yang diterima oleh komunikan. Dengan kata lain, komunikasi adalah proses membuat pesan yang setara bagi komunikator dan komunikan.

Proses sebagai berikut, pertama-tama komunikator menjadi (*encode*) pesan yang akan disampaikan kepada komunikan. Ini berarti komunikator mengubah pikiran dan atau perasaannya kedalam lambang (bahasa) yang diperkirakan akan dimengrti oleh komunikan. Kemudian giliran komunikan untuk menterjemahkan (*decode*) pesan dari komunikator. Ini berarti ia menafsirkan lambang yang mengandung pikiran dan atau perasaan komunikator tadi dalam kontks pengertian. Yang penting dalam proses penyeiaan, komunikatornya harus menjadikan komunikan untuk menerjemahkan sandi tersebut (terdapat kesamaan makna).

#### B. Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai memdia kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada ditempat yang relatif jauh ataupun jumlahnya

banyak. Surat telepon, surat kabar, majalah, radio, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

Pada umumnya kalau kita berbicara dikalangan masyarakat, yang dinamakan media komunikasi itu adalah media kedua sebagaimana diterangkan di atas. Jarang sekali orang menganggap bahasa sebagai media komunikasi. Hal ini disebabkan oleh bahasa sebagai lambang (*symbol*) serta isi (*content*) yakni, pikiran dan atau perasaan yang dibawanya menjadi totalitas pesan (*message*), yang tampak tak dapat dipisahkan. Tidak seperti, media dalam bentuk surat, telepon, radio, dan lain-lainnya. Yang jelas tidak selalu dipergunakan. Tampaknya seolah-olah orang yang tak mungkin berkomunikasi tanpa bahasa, tetapi orang mungkin dapat berkomunikasi tanpa surat, atau telepon atau televisi dan sebagainya (Effendy, 2003 : 11-17).

- a. Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan atau memberikan informasi kepada individu atau kelompok tentang bagaimana melaksanakan suatu pekerjaan sesuai dengan kompetensinya. Contoh: deskripsi pekerjaan (*job description*)
- b. Komunikasi berfungsi untuk menjual gagasan dan ide, pendapat dan fakta. Termasuk juga menjual sikap organisasi dan sikap tentang sesuatu yang merupakan subjek layanan. Contoh: *public relation*, ekspo dan lain-lain.

- c. Komunikasi berfungsi untuk meningkatkan kemampuan para karyawan, agar mereka bisa belajar dari orang lain (internal), belajar tentang apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dikerjakan orang lain tentang apa yang “dijual” atau yang diceritakan orang lain tentang organisasi.
- d. Komunikasi berfungsi untuk menentukan apa dan bagaimana organisasi membagi pekerjaan atau siapa yang menjadi atasan dan siapa yang menjadi bawahan, dan besaran kekuasaan dan kewenangan, serta menentukan bagaimana menangani sejumlah orang, bagaimana memanfaatkan sumber daya manusia, dan mengalokasikan manusia, mesin, metode dan teknik dalam organisasi

#### 1. Fungsi Khusus

- a. Membuat para karyawan melibatkan diri ke dalam isu-isu organisasi lalu menerjemahkannya ke dalam tindakan tertentu di bawah sebuah komando atau perintah.
- b. Membuat para karyawan menciptakan dan menangani relasi antarsesama bagi peningkatan produksi organisasi.
- c. Membuat para karyawan menciptakan dan menanganidan mengambil keputusan-keputusan dalam suasana yang ambigu dan tidak pasti.

## 2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

### 2.1.3.1 Pengertian Komunikasi Massa

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bitter (Rakhmat, 2003: 188), yakni : *komunikasi massa* adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*massa communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*). Dari definisi tersebut dapat dikemassa tahu bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa.

Adapun definisi lain yang dikemukakan Gerbner (1967) yaitu :

*“Mass Communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies”*, komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri” (Rakhmat, 2003: 188).

Dari definisi Gerbner tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebarkan, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan atau bulanan. Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri.

### **2.1.3.2 Proses Komunikasi Massa**

Gejala umum yang dapat dilihat dari suatu proses adalah bahwa proses merupakan suatu peristiwa yang berlangsung secara kontinyu, tidak diketahui kapan mulainya dan kapan akan berakhirnya. Dalam operasionalnya, proses memerlukan berbagai komponen (elemen) penunjang. Demikian pula dengan komunikasi yang pada hakikatnya merupakan suatu proses, berlangsungnya komunikasi sudah pasti memerlukan berbagai komponen (elemen). Pengertian komponen di sini adalah bagian-bagian yang terpenting dan mutlak harus ada pada suatu keseluruhan atau kesatuan.

Schramm mengatakan bahwa untuk berlangsungnya suatu kegiatan komunikasi, minimal diperlakukan tiga komponen yaitu source, message, dan destination atau komunikator, pesan, komunikan. Apabila salah satu dari ketiga komponen tidak ada, maka komunikasi tidak dapat berlangsung.

Namun demikian, selain ketiga komponen tersebut masih terdapat komponen lainnya yang berfungsi sebagai pelengkap. Artinya, jika komponen tersebut tidak ada, makna tidak akan berpengaruh terhadap komponen lainnya. Komponen-komponen utama (komunikator pesan komunikan) mutlak harus pada proses komunikasi, baik itu

komunikasi antarpersonal, komunikasi kelompok maupun komunikasi massa.

### **2.1.3.3 Karakteristik Komunikasi Massa**

Karakteristik komunikasi massa menurut Ardianto Elvinaro,dkk.

Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Sebagai berikut:

1. Komunikator terlambangkan; Ciri komunikasi massa yang pertama adalah komunikatornya, Komunikasi massa itu melibatkan lembaga dan komunikatornya bergerak ddalam organisasi yang kompleks
2. Pesan bersifat umum; Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan ditujukan untuk sekelompok orang tertentu.
3. Komunikannya anonim dan heterogen; Dalam Komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Di samping anonim, komunkan komunikasi massa adalah hetrogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda. Media massa menimbulkan keserempakan; Effendy mengartikan keserempakan media massa itu sebagai keserempakan konteks dengan sejumlah besar penduduk dalam

jumlah yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lain berada dalam keadaan terpisah.

4. Komunikasi menguatkan isi ketimbang hubungan; Salah satu prinsip komunikasi adalah bahwa komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan. Dimensi isi menunjukkan muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu.
5. Komunikasi massa bersifat satu arah; Karena komunikasinya melalui media massa, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan,
6. Stimulasi Alat Indera Terbatas; Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada radio siaran dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar.
7. Umpan Baik Tetunda (*Delayed*) dan tidak langsung (*Indirect*). (Ardianto Elvinaro, dkk. 2009: 7). Komponen umpan balik atau yang populer dengan sebutan feedback merupakan factor penting dalam proses komunikasi massa.

#### 2.1.3.4 Fungsi Komunikasi Massa

Para pakar mengemukakan tentang sejumlah fungsi komunikasi, kendati dalam setiap item fungsi terdapat persamaan dan perbedaan. Pembahasan tentang fungsi komunikasi telah menjadi diskusi yang cukup penting, terutama konsekuensi komunikasi melalui media massa.

Fungsi komunikasi massa menurut Dominick (2001) terdiri dari *Surveillance* (pengawasan), *Interpretation* (penafsiran), *linkage* (keterkaitan), *transmission of values* (penyebaran nilai) dan *entertainment* (hiburan).

##### 1. Surveillance (Pengawasan)

Fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang ancaman dari angin topan, meletusnya gunung merapi, kondisi yang memprihatinkan, tayangan inflasi. Kendati banyak informasi yang menjadi peringatan atau ancaman serius bagi masyarakat yang dimuat oleh media, banyak pula yang tidak mengetahui tentang ancaman itu.

##### 2. Interpretation (Penafsiran)

Fungsi penafsiran hampir sama dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga membeberkan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan.

1. Linkage (keterkaitan)

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam sehingga membentuk *linkage* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

2. Transmission of values (penyebaran Nilai)

Fungsi penyebaran nilai tidak kentara. Fungsi ini juga disebut *situationalization* (sosialisasi). Sosialisasi mengacu kepada cara, dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca.

3. Entertainment (Hiburan)

Sulit dibantah bahwa pada kenyataannya hampir semua media menjalankan fungsi hiburan. Televisi adalah media massa yang mengutamakan fungsi hiburan melalui berbagai macam.

#### **2.1.4 Tinjauan Tentang Makna**

Makna dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti arti, maksud pembicaraan atau penulis. Menurut A.M. Moefad, Pengertian definisi sebagai kemampuan total untuk mereaksi terhadap bentuk linguistik.

Begitu banyak orang mengulas makna, kata Rakhmat (1994:277), sehingga makna hampirkehilangan maknanya. Banyak diantara penjelasan tentang makna terlalu kabur dan spekulatif, kata Katz (1972:42). Penelitian yang dilakukan

terhadap kondisi lahiriah komunikasi dan hasil usaha para ahli teknik sistem komunikasi telah memberikan sedikit pengertian kepada masalah ini, tetapi hanya sampai pada ukuran terbatas.

Para ahli mengakui, istilah makna (*meaning*) memang merupakan kata dan istilah yang membingungkan. Dalam bukunya *The Meaning of Meaning*, Origen dan mengenai makna. Bentuk makna diperhitungkan sebagai istilah, sebab bentuk ini mempunyai konsep dalam bidang ilmu tertentu, yakni dalam bidang linguistik.

Model proses makna Wendell Johnson yang dikutip oleh Sobur (2013:258) menawarkan sejumlah implikasi bagi komunikasi antar manusia, yaitu:

- a. Makna ada dalam diri manusia. Makna tidak terletak pada kata-kata melainkan pada manusia. Kita menggunakan kata-kata untuk mendekati makna yang ingin kita komunikasikan. Tetapi kata-kata ini tidak secara sempurna dan lengkap menggambarkan makna yang kita maksudkan. Demikian pula, makna yang didapat pendengar dari pesan-pesan kita akan sangat berbeda dengan makna yang ingin kita gunakan untuk memproduksi, dibenak pendengar, apa yang ada dalam benak kita reproduksi ini hanyalah sebuah proses persial dan selalu bisa salah.
- b. Makna berubah. Kata-kata relatif statis, banyak dari kata-kata yang digunakan sejak 200-300 tahun yang lalu. Tetapi makna dari kata-kata ini terus berubah dan khususnya terjadi pada dimensi emosional dari makna.

- c. Makna membutuhkan acuan. Walaupun tidak semua komunikasi mengacu pada dunia nyata, komunikasi masuk akal hanya bila mana ia mempunyai kaitan dengan arau lingkungan eksternal.
- d. Penyingkatan yang berlebihan akan mengubah makna. Berkaitan erat dengan gagasan bahwa makna membutuhkan acuan adalah masalah komunikasi yang timbul akibat penyingkatan yang berlebihan tanpa mengaitkannya dengan acuan yang konkret dan dapat diamati. Penyingkatan perlu diakitkan dengan objek, kejadian dan perilaku dalam dunia nyata.
- e. Makna tidak terbatas jumlahnya. Pada suatu saat tertentu, jumlah kata-kata, sesuatu bahasa terbatas, tetapi maknanya tidak terbatas,t tetapi hanya sebagian saja dari makna-makna ini yang benar-benar dapat dijelaskan.

## **2.1.5 Tinjauan Tentang Gambar**

### **2.1.5.1 Pengertian Gambar**

Gambar adalah sebuah perpaduan antara titik,a. garis, bidang dan warna yang berguna untuk menceritakan sesuatu, gambar juga bisa menjadi sebuah ekspresi perasaan pembuatnya. Gambar dapat diartikan sebagai sebuah tampilan suatu objek kedalam media gambar. Media sebuah gambar dapat berupa kertas, kain, papan kayu, dan berbagai macam media lainnya.

### 2.1.5.2 Jenis-Jenis Gambar

Pada umumnya gambar dapat dibagi kedalam beberapa jenis diantaranya:

#### 1. Gambar Kreatif

Gambar kreatif atau gambar yang dibuat secara bebas, akan tetapi tetap memenuhi kaidah-kaidah logika lazim secara umum. Yang termasuk kedalam jenis gambar kreatif antara lain:

##### a. Gambar Bentuk

Adalah gambar yang menggunakan objek gambar secara nyata, dan memiliki volume, bayangan, efek bahan, maupun kelengkapan dalam bentuk yang utuh. Gambar bentuk dapat dibuat dalam bentuk gambar berwarna maupun gambar dari benda-benda hitam putih. Objek gambar bentuk sangat luas dari benda-benda rumah tangga, hewan, tumbuhan, manusia, alam, maupun gambar imajinatif yang dikonstruksikan.

##### b. Gambar Ekspresif

Adalah gambar yang dibuat berdasarkan penafsiran bentuk riil kedalam bentuk ungkapan secara pribadi, serta subjektif selaras dengan emosi. Pendekatan ekspresi merupakan salah satu cara menuangkan gagasan kreatif baik dalam mewujudkan warna, bentuk, maupun aspek rupa lainnya. Perasaan sedih, kecewa marah, kesal, berontak, kagum, gembira, baik secara tampak

maupun dalam pemilihan warna dan bentuk garis. Objek gambar ekspresif sangat bebas, bahkan dapat berupa gambar khayalan.

## **2. Gambar konstruktif**

Gambar konstruktif adalah gambar yang dibuat menurut kaidah-kaidah objek suatu gambar. Baik ukuran, skala, perspektif, bayangan, volume, hingga bahan sesuai dengan objek gambar. Yang termasuk kedalam gambar konstruktif antara lain:

### **a. Gambar tampak**

Gambar tampak atau gambar teknik dilihat berdasarkan penampakan setiap bagian (tampak atas, tampak depan, tampak samping, atau tampak bawah). Dikenal juga dalam dunia gambar teknik yaitu posisi tampak model Eropa dan model Amerika.

### **b. Gambar perspektif**

Adalah gambar yang dibuat berdasarkan kaidah-kaidah objek suatu gambar, dengan satu titik hilang, dua titik hilang, tiga titik hilang, atau titik hilang diluar bidang gambar. Kesan perspektif (tiga dimensi) adalah keterbatasan persepsi mata manusia dalam menangkap benda/objek secara utuh. Jenis gambar perspektif antara lain; gambar pandang mata ga urung gambar pandang mata katak.

### **c. Gambar isometri**

Adalah gambar yang dibuat berdasarkan kaidah-kgtuaidah objektif suatu gambar, dengan mengurangi kesalahan persepsi manusia. Dalam penglihatan mata normal, gambar isometric terlihat janggal sebab tanpa adanya pengecilan apabila posisi gambar jauh dari mata.

## **2.1.6 Tinjauan Tentang Aktivis**

### **2.1.6.1 Definisi Aktivis**

Aktivis ialah orang yang ikut serta bekerja dalam kepentingan suatu organisasi politik atau organisasi massa lain. Dia mengabdikan tenaga dan pikirannya, bahkan seringkali mengorbankan harta bendanya untuk mewujudkan cita-cita organisasi.

## **2.1.7 Tinjauan Tentang Organisasi *Greenpeace***

### **2.1.7.1 Definisi *Greenpeace***

*Greenpeace* adalah organisasi kampanye global yang bertindak untuk mengubah sikap dan perilaku, untuk melindungi dan melestarikan lingkungan dan mempromosikan perdamaian dengan

- a. Melakukan revolusi energi untuk mengatasi ancaman nomer satu yang dihadapi bumi yaitu, perubahan iklim
- b. Melindungi lautan dengan membatasi kegiatan memancing yang merusak ekosistemn laut, dan menciptakan jaringancagar laut global.

- c. Melindungi hutan-hutan di dunia, hewan, tumbuhan dan orang-orang yang bergantung pada mereka.
- d. Bekerja untuk pembatasan senjata dan perdamaian dengan mengatasi konflik dan menyerukan penghapusan semua senjata konflik.
- e. Menciptakan masa depan yang bebas racun (polusi) dengan bahan alternatif yang lebih aman daripada bahan kimia yang saat ini sangat berbahaya.
- f. Berkampanye untuk pertanian yang berkelanjutan dengan menolak organisme rekayasa genetika, melindungi keanekaragaman hayati.

### **2.1.8 Tinjauan Tentang Semiotika**

Kata 'semiotika' berasal dari bahasa Yunani, *semeion* yang berarti 'tanda' atau *seme* yang berarti 'penafsir tanda'. Semiotika berakar dari studi klasik dan skolastik atas seni logika, retorika, dan poetika. 'Tanda' pada masa itu masih bermakna sesuatu hal yang menunjuk pada adanya hal lain (Sobur, 2003:16-17).

Secara terminologis, semiotik dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda. Van Zoest mengartikan *semiotic* sebagai ilmu tanda (*sign*) dan segala yang berhubungan dengannya: cara berfungsinya, hubungannya dengan kata lain, pengirimannya, dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya. (Sobur, 2004: 95-96).

Suatu tanda menandakan sesuatu selain dirinya sendiri, dan makna (*meaning*) adalah hubungan antara suatu objek atau idea dan suatu tanda. Konsep dasar ini mengikat bersama seperangkat teori yang amat luas berurusan dengan simbol, bahasa, wacana, dan bentuk-bentuk nonverbal, teori-teori yang menjelaskan bagaimana tanda berhubungan dengan maknanya dan bagaimana tanda disusun. Secara umum, studi tentang tanda merujuk kepada semiotika. (Sobur, 2003:16).

### **2.1.9 Semiotika Roland Barthes**

Kancah penelitian semiotika tidak bisa begitu saja melepaskan nama Roland Barthes (1915-1980), ahli semiotika yang mengembangkan kajian yang sebelumnya punya warna kental strukturalisme kepada semiotika teks. Roland Barthes dikenal sebagai salah seorang pemikir strukturalis yang mempraktikkan model linguistik dan semiologi Saussuren. Barthes berpendapat bahwa bahasa adalah sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu (Sobur, 2004: 63).

Barthes merupakan orang terpenting dalam tradisi semiotika Eropa pasca Saussure. Pemikirannya bukan saja melanjutkan pemikiran Saussure tentang hubungan bahasa dan makna, namun ia justru melampaui Saussure terutama ketika ia menggambarkan tentang makna ideologis dari representasi jenis lain yang ia sebut sebagai mitos. Semiotika atau dalam istilah Barthes, semiologi,

pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memakai hal-hal (*things*). Memakai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Menurut Barthes semiologi mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai, dalam hal ini tidak dapat disamakan dengan mengkomunikasikan. Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusikan sistem terstruktur dari tanda (Vera, 2014:26).

Teori semiotika Barthes secara harfiah diturunkan dari teori bahasa menurut de Saussure. Barthes menggunakan teori *significant-signifie* yang dikembangkan menjadi teori tentang metabahasa dan konotasi. Istilah *significant* menjadi ekspresi (E) dan *signifie* (C). Barthes menyatakan antara E dan C harus ada relasi (R) tertentu sehingga membentuk tanda (*sign*). Konsep relasi ini membuat teori tentang tanda lebih mungkin berkembang karena relasi ditetapkan oleh pemakai tanda.

Dalam hal ini, denotasi adalah makna yang relatif stabil namun bukan berarti denotasi akan tetap dari waktu ke waktu. Seperti semua makna, denotasi akan dihasilkan dalam sebuah differensial nilai diantara tanda dan kode, bukan hanya pada korespondensi sederhana antara penanda dan pertanda. Denotasi juga dapat berubah seiring waktu seperti dapat dilihat di zaman lalu tanda perempuan dilihat dari makna denotatif mempunyai pengertian kelemahan, irasionalitas dan

kecurangan. Semua makna ini bersifat denotatif daripada konotatif, sebab makna tersebut haruslah mencakup makna yang berlaku umum dan dominan dan telah didukung oleh kode religius, moral, medis dan bahkan ilmiah.

Pada dasarnya ada perbedaan antara denotasi dan konotasi dalam pengertian secara umum serta denotasi dan konotasi yang dimengerti oleh Barthes. Dalam pengertian umum denotasi dimengerti sebagai makna yang harafiah. Akan tetapi, didalam semiologi Barthes dan para pengikutnya, denotasi lebih diasosiasikan dengan ketertutupan makna dan dengan demikian sensor atau represi politis. Dalam kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebutnya sebagai mitos, dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku di dalam suatu periode tertentu. (Sobur, 2004: 70).

Tanda konotatif merupakan tanda yang penandanya mempunyai keterbukaan makna atau makna yang implisit, tidak langsung dan tidak pasti, artinya terbuka kemungkinan terhadap penafsiran-penafsiran baru. Dalam semiologi Barthes, denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama sedangkan konotasi merupakan signifikasi tingkat kedua. Denotasi dapat dikatakan merupakan makna objektif yang tetap sedangkan konotasi merupakan makna subjektif dan bervariasi.

Selain konotatif dan denotatif dalam semiotika ini Barthes juga melihat aspek lain penandaan yaitu “mitos” yang menandai suatu masyarakat. Dalam penjelasan Barthes tentang semiologi, konotasi identik dengan operasi ideologi yang dinamakan mitos. Mitos berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai yang berlaku dalam suatu periode tertentu. Didalam mitos ini juga terdapat pola tiga dimensi yaitu penanda, petanda dan tanda. Namun, sebagai suatu sistem yang unik mitos terdiri dari suatu pemaknaan yang telah ada sebelumnya atau dengan kata lain, mitos merupakan suatu sistem pemaknaan tataran kedua. Mitos juga didalamnya terdapat petanda yang memiliki beberapa penanda.

Dalam pandangan Barthes sendiri, konsep mitos berbeda dengan arti umum. Dia menyatakan pendapatnya bahwa mitos adalah bahasa sehingga mitos adalah sebuah sistem komunikasi dan sebuah pesan. Ia mengatakan bahwa mitos merupakan perkembangan dari konotasi. Konotasi yang sudah terbentuk dalam masyarakat adalah sebuah mitos. Mitos menurut Barthes bukanlah sebuah mitos yang berkembang dalam masyarakat seperti tahayul atau hal-hal yang tidak masuk akal melainkan sebagai *type of speech* (gaya bicara) seseorang.

Konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebut sebagai “mitos” dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. Konotasi merupakan aspek bentuk dari tanda, sedangkan mitos adalah muatannya. Dalam mitos juga

terdapat pola tiga dimensi penanda, petanda dan tanda pada sistem pemaknaan tataran kedua. Namun sebagai suatu sistem yang unik, mitos dibangun oleh suatu rantai pemaknaan yang telah ada sebelumnya. (Sobur, 2004:71).

## **2.2 Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran adalah pedoman yang dijadikan sebagai alur berpikir yang melatarbelakangi penelitian agar lebih terarah. Peneliti mencoba menjelaskan mengenai pokok masalah yang diupayakan mampu untuk menegaskan, meyakinkan, dan menggabungkan teori dengan masalah yang peneliti angkat dalam penelitian.

Teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah teori semiotika yang merupakan ilmu tentang tanda-tanda. Ilmu ini menganggap bahwa fenomena sosial/masyarakat dan kebudayaan itu merupakan tanda-tanda. Semiotik itu mempelajari system-sistem, aturan-aturan, konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda-tanda tersebut mempunyai arti (Preminger, 2001 dalam, Sobur, 2012:96).

Roland Barthes dikenal sebagai salah seorang pemikir strukturalis yang getol mempraktikkan model linguistik dan semiologi Saussurean. Barthes juga dikenal sebagai intelektual dan kritikus Sastra Prancis yang ternama; eksponen penerapan strukturalisme dan semiotika pada studi sastra (Sobur, 2009:63).

Semiotika adalah suatu ilmu atau metoda 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 (Barthes, 1988, Kurniawan, 2001:53, dalam, Sobur, 2009:15).

**Gambar 2.1**

**Peta Tanda Roland Barthes**

1. <i>Signifier</i> (Penanda)	2. <i>Signified</i> (Petanda)
3. <i>Denotative Sign</i> (Tanda Denotatif)	
4. <i>Connotative Signifier</i> (Penanda Konotatif)	5. <i>Connotative Signified</i> (Petanda Konotatif)
6. <i>Connotative Sign</i> (Tanda Konotatif)	

*Sumber : Paul Cobley & Litza Jansz. 1999. Dalam Sobur, 2009:69*

Dari peta Barthes di atas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Dengan kata lain, hal tersebut merupakan unsur material: hanya jika Anda mengenal tanda —singal, barulah

konotasi seperti harga diri, kegarangan, dan keberanian menjadi mungkin (Cobley dan Jansz, 1999:51 dalam Sobur, 2009:69).

Jadi, dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekadar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Sesungguhnya, inilah sumbangan Barthes yang sangat berarti bagi penyempurnaan semiologi Saussure, yang berhenti pada penandaan dalam tataran denotatif. (Sobur, 2009:69).

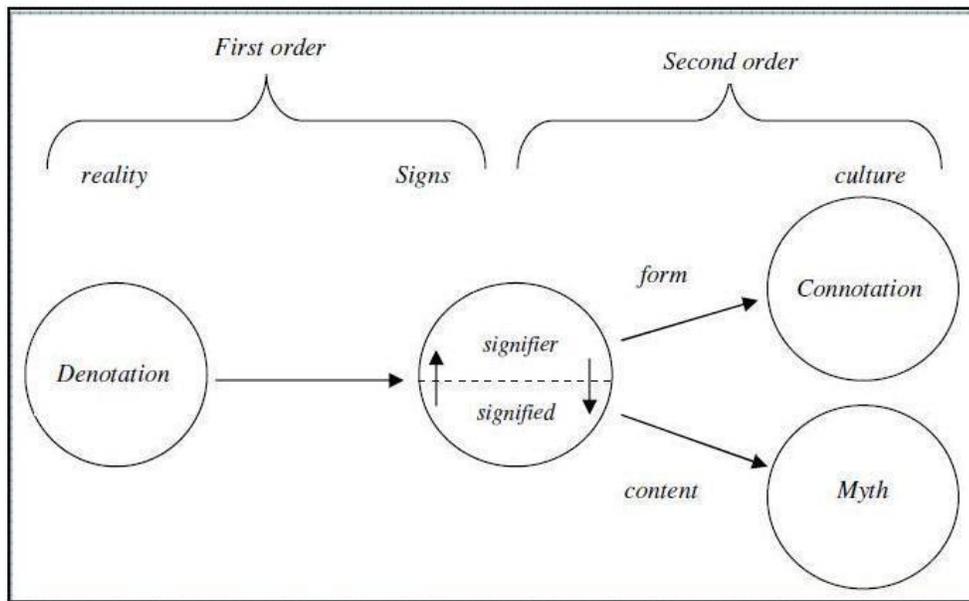
Menurut Barthes, mitos adalah tipe wicara. —Mitos Merupakan sistem komunikasi, bahwa dia adalah sebuah pesan. Mitos tak bisa menjadi sebuah objek, konsep atau ide; mitos adalah cara penandaan (signification), sebuah bentuk, tegasnya (dalam Halim, 2013:109). Ciri mitos berupa mengubah makna menjadi bentuk. Dengan katalain, mitos adalah perampokan bahasa.

Hal ini menunjuk pada fakta yang sesungguhnya mitos merupakan sebuah produk kelas sosial yang telah meraih dominasi dalam sejarah tertentu. Karena, makna menyebarluaskan melalui mitos, namun menampilkannya dengan alami (natural), bukan bersifat historis atau sosial.

Dalam peta tanda Barthes, mitos merupakan unsur yang terdapat dalam sebuah semiotik yang tidak tampak, namun hal ini baru terlihat pada signifikansi tahap kedua Roland Barthes.

Gambar 2.2

## Signifikasi Dua Tahap Barthes



Sumber: Pengantar Ilmu Komunikasi, 2012:145.

Melalui gambar di atas, signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara signifier dan signified di dalam sebuah tanda terhadap hubungan antara signifier dan signified di dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal. Barthes menyebutnya sebagai denotasi, yaitu makna paling nyata dari tanda. Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaannya. Konotasi mempunyai makna subyektif atau paling tidak intersubyektif. (Fiske, 1990:88 dalam Sobur, 2012:128).

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. Mitos merupakan produk kelas sosial mengenai hidup dan mati, manusia dan dewa, dan sebagainya. Sedangkan mitos masa kini misalnya mengenai feminitas, maskulinitas, ilmu pengetahuan, dan kesuksesan (Fiske, 1990:88 dalam Sobur, 2012:128).

Pada semiologi Roland Barthes, denotasi merupakan sistem signifikasi tahap pertama, sementara konotasi merupakan sistem signifikasi tahap kedua. Dalam hal ini, denotasi lebih diasosiasikan dengan ketertutupan makna, dan dengan demikian, merupakan sensor atau represi politis. Sedangkan konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebutnya sebagai mitologi (mitos), seperti yang telah diuraikan diatas, yang berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. Barthes juga mengungkapkan bahwa baik di dalam mitos maupun ideologi, hubungan antara penanda konotatif dengan petanda konotatif terjadi secara termotivasi (Budiman dalam Sobur, 2012:70-71).

Semiotika merupakan salah satu ilmu yang mengkaji tanda-tanda. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana makna yang terkandung di dalam Gambar Kualitas Udara Buruk DKI Jakarta.

Dalam kerangka Barthes denotasi merupakan signifikansi tingkat pertama, sedangkan konotasi merupakan tingkat kedua, dalam kerangkanya konotasi identik dengan ideologi, yang disebut sebagai mitos, dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu (Budiman, 2001:28 dalam Sobur, 2013:71).

Dari paparan diatas dapat dibuat bagan pemikiran guna mempermudah pemahaman kerangka pemikiran dalam penelitian ini, sebagai berikut:

**Gambar 2.3****Kerangka Pemikiran**

Sumber: Peneliti, 2019