

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Tinjauan Pustaka

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai teori-teori yang relevan mengenai penelitian ini

2.1.1. Penelitian Terdahulu

Peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang berkaitan dan relevan dengan penelitian yang akan dilakukan, dengan demikian peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap dan pembanding serta memberik gambaran awal mengenai kajian yang terkait dengan permasalahan dalam penelitian ini.

Berpedoman pada judul penelitian, maka peneliti melakukan studi pendahuluan berupa peninjauan terhadap penelitian serupa sebelumnya terlebih dahulu melakukan penelitian, yang mengkai hal yang sama serta relevan dengan kajian yang akan diteliti oleh peneliti.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti (Kampus)	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian ini
1	Makna Maskulinitas Pada Tayangan Iklan Djarum Super <i>My Great Adventure</i> Indonesia	Arisa Sugiri (Universitas Komputer Indonesia)	Metode Penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif Analisis Semiotika Roland Barthes	Makna Denotasi : Menggambarkan sebuah petualangan yang dilakukan selama duapuluh sembilan hari yang dilakukan di beberapa tempat di Indonesia. Makna Konotasi : Adanya berbagai kegiatan yang dilakukan dan properti yang digunakan yang identik dengan sifat laki-laki. Makna Mitos : Makna mitos yang dapat diambil ,kegiatan yang berbahaya yang mengandalkan kekuatan fisik serta keahlian khusus hanya umum dilakukan oleh kaum laki-laki.	Perbedaan dengan peneliti ialah dari objek penelitian, peneliti akan mengambil objek penelitian dari tayangan iklan layanan masyarakat yaitu merokok dekat dengan kematian. Selain itu, dari penelitian ini reprintsasinya ialah makna maskulinitas, sedangkan peneliti akan mengambil makna bahwa merokok memberikan dampak tidak baik bagi pengguna nya pada tayangan iklan layanan masyarakat yang di upload oleh Yayasan Jantung Indonesia
2	Representasi Rasisme Dalam Film <i>"This Is England"</i>	Astrid Widianty Utami (Universitas Komputer Indonesia)	Metode Penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif Analisis Semiotika Roland Barthes	Makna Denotasi : Adanya bentuk doktrinisasi, inisiasi, dan perlawanan terhadap imigran di Inggris dalam sequence. Makna Konotasi : Didapat dari adanya bentuk tindakan perlawanan dan kata-kata yang di ucapkan terdapat unsur rasisme kepada para imigran. Makna Mitos : Terjadi dari imigran Pakistan yang paling sering mendapat tindakan rasis termasuk yang dilakukan warga	Perbedaan dengan peneliti ialah dalam objek dan representasi berbeda, dalam penelitian ini reprintsasinya sebagai rasisme, sedangkan peneliti ingin melihat representasi mengenai bahaya merokok pada objek pun berbeda, peneliti melakukan penelitian dari tayangan iklan layanan masyarakat oleh yayasan jantung indonesia sedangkan penelitian ini menggunakan objek film yakni film This Is England.

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti (Kampus)	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian ini
3	Representasi Isu Rasisme Dalam Film Straight Outta Compton (Analisis Semiotika Roland Barthes Mengenai Rasisme Dalam Film)	Abdul Fattah Zakaria Rambe (telkom Universitas)	Metode Penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif Analisis Semiotika Roland Barthes	Makna denotasi : adanya bentuk rasisme dalam film Straight Outta Compton Makna konotasi : di dapat dari bentuk perlawanan dan kata-kata yang di ucapkan terdapat unsur rasisme Makna mitos : orang-orang kulit hitam yang paling sering mendapatkan tindakan rasis termasuk yang dilakukan warga	Perbedaan dengan peneliti ialah dalam objek dan representasi berbeda, dalam penelitian ini representasinya sebagai rasisme, sedangkan peneliti ingin melihat representasi mengenai bahaya merokok pada objek pun berbeda, peneliti melakukan penelitian dari tayangan iklan layanan masyarakat oleh yayasan jantung indonesia sedangkan penelitian ini menggunakan objek film yakni film Straight Outta Compton

Sumber: *Peneliti, November 2019*

2.2 Tinjauan Komunikasi

2.2.1 Pengertian Komunikasi

Manusia merupakan makhluk sosial yang setiap harinya memerlukan sebuah komunikasi. Manusia bukanlah makhluk hidup yang berdiri sendiri, didalam kehidupannya manusia berhubungan satu sama lainnya. Manusia berhubungan dengan manusia lainnya

dengan berinteraksi dengan individu lainnya. Dalam interaksi tersebut tanpa disadari terjadi sebuah komunikasi. Komunikasi tersebut dapat berupa verbal maupun non verbal.

Dalam komunikasi terdapat berbagai macam istilah dari mulai komunikasi timbal balik, komunikasi tatap muka, komunikasi langsung, komunikasi tidak langsung, komunikasi vertikal, komunikasi horizontal, komunikasi dua arah dan lain sebagainya. Sudah lama para ahli yang berkecimpung dalam ilmu pengetahuan, mempermasalahkan apakah komunikasi itu ilmu atau hanya sekedar pengetahuan, yang pada akhirnya komunikasi diannngap pengelompokannya kedalam kelompok ilmu sosial dan merupakan ilmu terapan (*applied science*), karena masuk kedalam ilmu sosial dan ilmu terapan, komunikasi itu bersifat interdisipliner atau multidisipliner, ini disebabkan oleh objek materialnya sama dengan ilmu lainnya, terutama yang termasuk kedalam ilmu sosial.

Kata komunikasi atau *communication* berasal dari kata latin yakni *communis* yang berarti sama, *communico* atau *communicare* yang berarti membuat sama (*to make common*). Sama disini maksudnya adalah sama

makna, jadi jika dua orang terlibat komunikasi, maka komunikasi akan terjadi selama ada kesamaan makna mengenai apa yang diperbicarakan (Effendy, 2003:30)

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan), pikiran itu dapat berupa gagasan, informasi, opini, dan lain-lain, sedangkan perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya. Adapun pengertian menurut para ahli tentang komunikasi adalah sebagai berikut:

2.2.2 Komunikasi Verbal

Dalam komunikasi terdapat beberapa pengiriman pesan baik dengan menggunakan pesan verbal maupun dengan menggunakan pesan non verbal. Pesan verbal adalah suatu pesan yang disampaikan dengan menggunakan kata-kata yang dilancarkan secara lisan maupun tulisan. Dalam proses komunikasi, bahasa sebagai lambang verbal paling banyak dan paling sering digunakan, oleh karena hanya bahasa yang mampu mengungkapkan pikiran komunikator mengenai hal atau peristiwa baik yang kongret maupun yang abstrak, yang terjadi masa kini, masa lalu dan masa yang akan datang. (Effendy, 2003:33)

Komunikasi verbal dalam pemakaiannya menggunakan bahasa. Bahasa dapat didefinisikan seperangkat kata yang telah disusun secara berstruktur sehingga menjadi himpunan kalimat yang mengandung arti.

Menurut Hafied Cangara dalam bukunya pengantar komunikasi mengatakan bahasa memiliki banyak fungsi, namun sekurang-kurangnya ada tiga fungsi yang erat hubungannya dalam menciptakan komunikasi yang efektif yaitu :

1. Untuk mempelajari tentang dunia sekeliling kita
2. Untuk membina hubungan yang baik diantara sesama manusia
3. Untuk menciptakan ikatan-ikatan dalam kehidupan manusia.

(Cangara, 2012:113)

Dalam tayangan Iklan Layana Masyarakat Ajakan Berhenti Merokok ini pun terdapat unsur komunikasi non verbal yang melambangkan makna tersendiri didalamnya.

2.2.3 Komunikasi Non Verbal

Manusia dalam berkomunikasi selain memakai pesan verbal (bahasa) juga memakan pesan non verbal. Pesan non verbal biasa disebut bahasa isyarat atau bahasa diem (*silent language*).

Mark Knapp (1978) dalam Cangara (2012:118) mengatakan bahwa penggunaan pesan non verbal dalam berkomunikasi memiliki fungsi untuk:

1. Meyakinkan apa yang diucapkannya (*repetition*)
2. Menunjukkan perasaan dan emosi yang tidak bisa diutarakan dengan kata-kata (*substitution*)
3. Menunjukkan jati diri sehingga orang lain bisa mengenalnya (*identity*)
4. Menambah atau melengkapi ucapan-ucapan yang dirasakan belum sempurna.

Stewart dan D'Angelo dalam Mulyana (2005:112-113), berpendapat bahwa bila kita membedakan verbal dan nonverbal, serta vokal dan non vokal, kita mempunyai empat kategori atau jenis komunikasi. Komunikasi verbal/vokal merujuk pada komunikasi melalui kata yang diucapkan. Dalam komunikasi verbal/nonvokal kata-kata digunakan tapi tidak diucapkan. Dalam komunikasi nonverbal/vokal gerutuan atau vokalisasi. Jenis komunikasi yang keempat komunikasi nonverbal/nonvokal, hanya mencakup sikap dan penampilan. Dalam tayangan iklan ini pun terdapat unsur-unsur non verbal seperti ekspresi muka serta gerakan-gerakan yang membuat makna tersendiri didalamnya.

2.2.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

Komunikasi massa berasal dari istilah bahasa Inggris, *mass communication*, sebagai ringkasan dari *mass media communication*. Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa atau komunikasi yang *mass mediated*. Istilah *mass communication* atau *communications* diartikan sebagai salurannya, yaitu media massa (*mass media*) sebagai ringkasan dari *media of mass communication*. Massa mengandung pengertian orang banyak, mereka tidak harus berada di lokasi tertentu yang sama, mereka dapat tersebar atau terpencar di berbagai lokasi, yang dalam waktu yang sama atau hampir bersamaan dapat memperoleh pesan-pesan komunikasi yang sama. Massa diartikan sebagai sesuatu yang meliputi semua orang yang menjadi sasaran alat-alat komunikasi massa atau orang-orang pada ujung lain dari saluran. Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi melalui

media massa modern, yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada umum, dan film yang dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop (Effendy, 2003:79). Definisi yang paling sederhana tentang komunikasi massa dirumuskan oleh Bittner, Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*Masscommunication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar di lapangan luas yang dihadiri oleh ribuan, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah: radio siaran dan televisi, keduanya dikenal sebagai media elektronik; surat kabar dan majalah, keduanya disebut media cetak; serta media film. Film sebagai media komunikasi massa adalah bioskop (Rakhmat, 2003:188 dalam Elvinaro, dkk, 2007:3).

Karakteristik komunikasi massa

Karakteristik komunikasi massa menurut Ardianto Elvinaro, dkk. Dalam bukunya “Komunikasi Massa Suatu Pengantar”. Sebagai berikut :

1. Komunikator terlambangkan.

Ciri komunikasi masa yang pertama adalah komunikatornya.

Komunikasi massa itu melibatkan lembaga dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks. (Elvinaro,dkk, 2007:7)

2. Pesan bersifat umum.

Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. (Elvinaro,dkk, 2007:7)

3. Komunikannya anonim dan heterogen.

Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim),karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Di samping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda. (Elvinaro,dkk, 2007:8)

4. 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 lainnya berada dalam keadaan terpisah. (Elvinaro,dkk, 2007:9)

5. Komunikasi mengutamakan 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. (Elvinaro,dkk, 2007:9)

6. **Komunikasi massa bersifat satu arah.**

Karena komunikasinya melalui media massa, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog. (Elvinaro,dkk, 2007:10)

7. **Stimulasi Alat Indera Terbatas.**

Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada radio siaran dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar. (Elvinaro,dkk, 2007:11)

8. **Umpan Balik Tertunda (*Delayed*) dan tidak langsung (*Indirect*).**

Komponen umpan balik atau yang lebih populer dengan sebutan feedback merupakan faktor penting dalam proses komunikasi massa. Efektivitas komunikasi Umpan Balik Tertunda (*Delayed*) dan tidak langsung (*Indirect*), Komponen umpan balik atau yang lebih populer dengan sebutan feedback merupakan faktor penting dalam proses komunikasi massa. Efektivitas komunikasi sering dapat dilihat dari feedback yang disampaikan oleh komunikan. (Elvinaro,dkk, 2007:11)

Fungsi komunikasi massa

Fungsi komunikasi massa menurut Dominick dalam Ardianto, Elvinaro. dkk. 2007: 14 terdiri dari:

1. ***Surveillance*** (pengawasan) Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama: fungsi pengawasan peringatan terjadi

ketika media massa menginformasikan tentang suatu ancaman; fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari. (Elvinaro. dkk. 2007: 14)

2. **Interpretation** (penafsiran) Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan. Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca, pemirsa atau pendengar untuk memperluas wawasan. (Elvinaro. dkk. 2007: 14)
3. **Linkage** (pertalian) Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk linkage (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu. (Elvinaro. dkk. 2007: 17)
4. **Transmission of Values** (penyebaran nilai-nilai) Fungsi penyebaran nilai tidak kentara. Fungsi ini disebut juga socialization (sosialisasi). Sosialisasi mengacu kepada cara, di mana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain, Media mewakili kita dengan model peran yang kita amati dan harapan untuk menirunya. (Elvinaro. dkk. 2007: 17)

5. **Entertainment** (hiburan) Radio siaran, siarannya banyak memuat acara hiburan, Melalui berbagai macam acara di radio siaran pun masyarakat dapat menikmati hiburan. meskipun memang ada radio siaran yang lebih mengutamakan tayangan berita. fungsi dari media massa sebagai fungsi menghibur tiada lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan membaca berita-berita ringan atau melihat tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali. (Elvinaro. dkk. 2007: 18)

2.2.5 Tinjauan Tentang Iklan

Iklan Layanan Masyarakat atau yang juga dikenal dengan singkatanya ILM adalah suatu jenis periklanan yang dilakukan oleh oleh suatu organisasi kemersial dan non komersil (tak jarang juga digunakan oleh pemerintah) guna mencapai suatu tujuan sosial terutama untuk kesejahteraan ataupun kebaikan masyarakat. (<http://www.scribd.com>)

Umumnya Iklan Layanan Masyarakat bertujuan memberikan informasi dan penerangan serta pendidikan kepada masyarakat dalam rangka pelayanan dengan mengajak masyarakat untuk berpartisipasi, bersikap positif terhadap pesan yang disampaikan.

Iklan layanan masyarakat tidak terlalu terikat pada penatan yang ketat, perancangan pesan yang rumit, pemilihan media yang sesuai, sampai pada penentuan khalayak sasaran maupun pemilihan tempat dan waktu yang benar-benar pas.

2.2.6 Tinjauan tentang Rokok

1. Pengertian Rokok

Rokok adalah hasil olahan tembakau terbungkus termasuk cerutu atau bentuk lainnya yang dihasilkan dari tanaman *Nicotiana Tabacum*, *Nicotiana Rustica* dan spesies lainnya atau sintetisnya yang mengandung nikotin dan tar dengan atau tanpa bahan tambahan (PP no.19 tahun 2003).

2. Kandungan Rokok

Setiap sedutan rokok menyerupai satu sedutan maut. Di antara kandungan asap rokok termasuklah *aceton* (bahan pembuat cat), *naftalene* (bahan kapur barus), arsen, tar (bahan karsinogen penyebab kanker), *methanol* (bahan bakar roket), *vinyl chloride* (bahan plastik PVC), *phenol butane* (bahan bakar korek api), *potassium nitrate* (bahan baku pembuatan bom dan pupuk), *polonium-201* (bahan radioaktif), *ammonia* (bahan pencuci lantai) dan sebagainya. Racun yang paling utama ialah tar, nikotin, dan karbon monoksida (Jaya, 2009). Berikut beberapa jenis bahan yang terkandung dalam rokok antara lain adalah sebagai berikut:

a. Nikotin

Komponen ini terdapat di dalam asap rokok dan juga di dalam tembakau yang tidak dibakar. Nikotin bersifat toksik terhadap jaringan saraf, juga menyebabkan tekanan darah sistolik dan diastolik mengalami peningkatan. Denyut jantung bertambah,

kontraksi otot jantung seperti dipaksa, pemakaian oksigen bertambah, aliran darah pada pembuluh koroner bertambah, dan vasokonstriksi pembuluh darah perifer. Nikotin meningkatkan kadar gula darah, kadar asam lemak bebas, kolesterol LDL dan meningkatkan agregasi sel pembekuan darah. Nikotin memegang peran penting dalam ketagihan merokok (Sitepoe,2000).

b. Tar

Tar hanya dijumpai pada rokok yang dibakar. Eugenol atau minyak cengkeh juga diklasifikasikan sebagai tar. Di dalam tar dijumpai zat-zat karsinogen seperti polisiklik hidrokarbon aromatis yang dapat menyebabkan terjadinya kanker paru-paru. Selain itu, dijumpai juga *N nitrosamine* di dalam rokok yang berpotensi besar sebagai zat karsinogenik terhadap jaringan paru-paru (Sitepoe, 2000). Tar juga dapat merangsang jalan nafas dan tertimbun di saluran nafas yang akhirnya menyebabkan batuk-batuk, sesak nafas, kanker jalan nafas, lidah atau bibir (Jaya, 2009).

c. Karbon Monoksida

Gas ini bersifat toksik dan dapat menggeser gas oksigen dari transport hemoglobin. Dalam rokok, terdapat 2-6% gas karbon monoksida pada saat merokok sedangkan gas karbon monoksida yang diisap perokok paling rendah 400 ppm (*part per million*) sudah dapat meningkatkan kadar karboksi-hemoglobin dalam

darah sejumlah 2-16%. Kadar normal karboksi-hemoglobin hanya 1% pada bukan perokok. Seiring berjalannya waktu, terjadinya polisitemia yang akan mempengaruhi saraf pusat (Sitepoe, 2000).

3. Efek Rokok

a. Pada Sistem Respirasi

Merokok merupakan penyebab utama kanker paru-paru serta penyakit paru-paru lain yang bersifat kronis dan obstruktif, seperti bronkitis dan emfisema. Sekitar 85% dari penderita penyakit ini disebabkan oleh rokok. Gejala yang ditimbulkan berupa batuk kronik, berdahak dan gangguan pernafasan. Apabila diadakan tes fungsi paru-paru maka hasil tes pada perokok lebih buruk berbanding dengan bukan perokok. Merokok juga terkait dengan influenza dan radang paru-paru lainnya. Perokok lebih mudah terserang influenza dan radang paru-paru lainnya berbanding yang bukan perokok. Pada penderita asma, merokok akan memperparah gejala asma karena asap rokok akan menyempitkan lagi saluran pernafasan (Sitepoe, 2000).

Kematian umumnya bukan terjadi akibat kesulitan bernafas karena membesarnya kanker, tetapi posisi paru-paru dalam sistem peredaran darah yang membuat kanker mudah menyebar ke seluruh tubuh. Metastase kanker ke otak dan bagian kritis lainnya menjadi penyebab kematian (Jaya, 2009).

b. Pada Sistem Kardiovaskular

Dalam sistem kardiovaskular, merokok menjadi faktor utama penyebab penyakit pembuluh darah jantung. Bukan hanya menyebabkan penyakit jantung koroner, merokok juga mempunyai akibat buruk bagi pembuluh darah otak dan perifer. Asap yang dihembus oleh para perokok dapat dibagikan atas asap utama dan asap samping. Asap utama merupakan asap tembakau yang dihirup langsung oleh perokok, sedangkan asap samping merupakan asap tembakau yang disebarkan ke udara bebas, yang akan dihirup oleh orang lain atau perokok pasif. Telah ditemukan hampir 4000 jenis bahan kimia dalam rokok, dengan 40 jenis di antaranya bersifat karsinogenik, di mana bahan racun ini lebih banyak terdapat pada asap samping. Misalnya, karbon monoksida ditemukan 5 kali lipat lebih banyak pada asap samping berbanding asap utama. Begitu juga dengan benzopiren, dengan 3 kali lipat dan amoniak dengan 50 kali lipat. Bahan-bahan ini dapat bertahan sampai beberapa jam lamanya dalam ruang setelah rokok berhenti. Umumnya, rokok akan lebih difokuskan pada peran nikotin dan karbon monoksida. Kedua-dua bahan ini, selain meningkatkan kebutuhan oksigen, juga mengganggu suplai oksigen ke otot jantung sehingga akhirnya merugikan kerja otot jantung. Nikotin mengganggu sistem saraf simpatik dengan akibat meningkatnya kebutuhan oksigen otot jantung. Selain

menyebabkan ketagihan merokok, nikotin juga merangsang pelepasan adrenalin, meningkatkan frekuensi denyut jantung, serta menyebabkan gangguan irama jantung. Nikotin turut mengaktifkan trombosit dengan akibat timbulnya adhesi trombosit (penggumpalan) ke dinding pembuluh darah. Karbon monoksida menimbulkan desaturasi hemoglobin, menurunkan langsung persediaan oksigen untuk jaringan seluruh tubuh termasuk ke otot jantung. Karbon monoksida menggantikan tempat oksigen di hemoglobin, mengganggu pelepasan oksigen dan mempercepat arterosklerosis. Dengan demikian, karbon monoksida menurunkan kapasitas latihan fisik, meningkatkan viskositas darah, sehingga mempermudah penggumpalan darah. Di samping itu, asap rokok mempengaruhi profil lemak. Jika dibandingkan dengan bukan perokok, kadar kolesterol total, kolesterol LDL dan trigliserida darah perokok lebih tinggi, sedangkan kolesterol HDL lebih rendah (Tandra, 2003).

c. Pada Sistem Limfatik dan Imunitas

Rokok juga dapat mengakibatkan melemahnya sistem imun. Rongga mulut sangat mudah terpapar efek yang merugikan akibat merokok. Terjadinya perubahan dalam rongga mulut adalah disebabkan oleh mulut merupakan tempat awal terjadinya penyerapan zat-zat hasil pembakaran rokok. Temperatur rokok pada bibir adalah 30°C, sedangkan ujung rokok yang terbakar

bersuhu 900°C. Asap panas yang berhembus secara terus-menerus ke dalam rongga mulut merupakan rangsangan panas yang menyebabkan perubahan aliran darah dan mengurangi pengeluaran saliva. Akibatnya, rongga mulut menjadi kering dan hal ini mewujudkan suasana anaerob sehingga memberikan lingkungan yang sesuai untuk tumbuhnya bakteri anaerob dalam plak. Secara otomatis, perokok berisiko lebih besar untuk mendapat infeksi bakteri penyebab penyakit jaringan pendukung gigi berbanding mereka yang bukan perokok. Pada perokok, terdapat penurunan zat kekebalan tubuh yang terdapat di dalam saliva yang berguna untuk menetralkan bakteri dalam rongga mulut dan akhirnya menyebabkan gangguan fungsi-fungsi sel-sel pertahanan tubuh. Sel pertahanan tubuh tidak dapat mendekati dan memfagosit bakteri-bakteri yang menyerang tubuh sehingga sel pertahanan tubuh tidak peka lagi terhadap perubahan di sekitarnya maupun terhadap infeksi (Sitepoe, 2000).

d. Pada Sistem Gastrointestinal

Bagi sistem pencernaan terutama gusi, efek rokok itu sudah dapat dilihat. Gusi seorang perokok juga cenderung mengalami penebalan lapisan tanduk. Daerah yang mengalami penebalan ini terlihat lebih kasar dibandingkan jaringan di sekitarnya dan kekenyalannya berkurang. Penyempitan pembuluh darah yang disebabkan nikotin mengakibatkan aliran darah ke

gusi tidak adekuat, dan akhirnya meningkatkan kecenderungan timbulnya penyakit gusi (Sitepoe, 2000). Tar dalam asap rokok juga memperbesar peluang terjadinya radang gusi, yaitu penyakit gusi yang paling sering terjadi yang disebabkan oleh plak bakteri dan sebarang faktor lain yang dapat menyebabkan bertumpuknya plak di sekitar gusi. Tar dapat diendapkan pada permukaan gigi dan akar gigi sehingga permukaan ini menjadi kasar dan mempermudah perlekatan plak. Dari beberapa penelitian, plak dan karang gigi lebih banyak terbentuk pada rongga mulut perokok berbanding yang bukan perokok. Rokok juga melemahkan katup esofagus distal maupun proksimal, sehingga mengakibatkan regurgitasi asam lambung ke esofagus. Hal ini akhirnya memicu terjadinya erosi yang disebabkan oleh asam lambung pada esofagus (Sitepoe, 2000). Di dalam perut dan usus, terjadi keseimbangan antara pengeluaran asam yang dapat mengganggu lambung dengan daya perlindungan. Tembakau meningkatkan asam lambung sehingga terjadilah tukak lambung dan usus. Perokok menderita gangguan dua kali lebih tinggi dari bukan perokok (Gondodiputro, 2007).

e. **Pada Sistem Reproduksi**

Merokok akan mengurangi terjadinya konsepsi, fertilitas pria ataupun wanita yang merokok akan mengalami penurunan, nafsu seksual juga mengalami penurunan dibandingkan dengan

bukan perokok. Wanita perokok akan mengalami *menopause* lebih cepat berbanding wanita yang bukan perokok (Sitepoe, 2000). Pada wanita hamil yang merokok, anak yang dikandung akan mengalami penurunan berat badan, bayi lahir prematur, karena bayi juga akan turut merokok secara tidak langsung. Merokok pada wanita hamil juga berisiko tinggi mengalami keguguran, kematian janin, kematian bayi sesudah lahir dan kematian mendadak pada bayi. Kesehatan fisik maupun intelektual anak-anak yang akan bertumbuh kembang itu juga turut terganggu (Sitepoe, 2000).

Asap rokok menyebabkan terganggunya spermatogenesis dalam tubulus seminiferus. *FSH*, tesosteron dan *LH* adalah hormon yang berperan penting dalam spermatogenesis. Yardimci (1997) dan Yamamoto (1999) menyatakan bahwa asap rokok menyebabkan terjadinya penurunan kadar hormon testosteron. Nikotin mempengaruhi kerja sistem saraf pusat dengan cara menghambat kerja *GnRH* sehingga pembentukan *FSH* dan *LH* terhambat.

Relevansi dengan penelitian ini agar semua khalayak tau kandungan dalam rokok ini seperti nikoti, tar, karbon monoksida dan sebagainya bisa menimbulkan penyakit yang berbahaya.

2.2.7 Larangan Merokok

1. Peraturan Larangan Merokok

Indonesia telah memiliki peraturan untuk melarang orang merokok di tempat-tempat yang ditetapkan. Sejak tahun 1999, melalui PP 19/2003 tentang Pengamanan Rokok bagi Kesehatan, Peraturan Pemerintah tersebut, memasukkan peraturan Kawasan Tanpa Rokok pada bagian enam pasal 22 – 25. Pasal 25 memberikan kewenangan kepada pemerintah daerah untuk mewujudkan Kawasan Tanpa Rokok. Kesehatan merupakan hak fundamental masyarakat, dan negara berkewajiban untuk memberikan pelayanan kesehatan termasuk mengatur hal-hal yang berkaitan dengan kesehatan diantaranya masalah rokok. Mengingat asap rokok tidak hanya membahayakan perokok, tetapi membahayakan orang disekitarnya yang menghirup asap rokok atau perokok pasif. Berkaitan dengan itu pemerintah melalui Undang-undang nomor 36 tahun 2009 tentang kesehatan yang menyatakan Pemerintah Daerah wajib menetapkan kawasan tanpa rokok di wilayahnya.

2.2.8 Tinjauan Tentang Semiotika

Kata semiotika berasal dari bahasa Yunani, *semeion* yang berarti “tanda”. Atau *seme* yang berarti “tanda”. Semiotika berakar dari studi klasik dan skolastik atas seni logika, retorika dan poetika (Kurniawan dalam Sobur, 2009:17).

Tanda pada masa itu bermakna sesuatu yang merujuk pada hal lain. Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari

jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. (Sobur, 2009:15) Tanda-tanda (*signs*) adalah basis dari seluruh komunikasi (Littlejohn dalam Sobur, 2009:15).

Manusia dengan perantaraan tanda-tanda, dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya. Banyak hal bisa dikomunikasikan di dunia ini. (Sobur, 2009:15) 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. (Sobur, 2009:16). Dengan semiotika, kita lantas berurusan dengan tanda. Semiotika, seperti kata Lechte (2001:191 dalam Sobur, 2009:16) adalah teori tentang tanda penandaan. Lebih jelasnya lagi, semiotika adalah suatu disiplin yang menyelidiki semua bentuk komunikasi yang terjadi dengan tanda sarana *signs* “tanda-tanda” (Segers dalam Sobur, 2009:16) Tayangan iklan layanan masyarakat ajakan berhenti meroko dibangun dengan menggunakan tanda. Tanda disini terdiri dari gambar yang bergerak dinamis dan bahasa yang dipergunakan, sehingga pada akhirnya mampu menjawab pertanyaan seputar masalah yang terdapat dalam penelitian ini.

2.3 Kerangka Pemikiran

2.3.1 Kerangka Teoritis

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, ditengah-tengah manusia dan bersama-sama

manusia. Semiotika, atau dalam istilah Barthes, semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda (Barthes, 1988:179; Kurniawan, 2001:53). (Sobur, 2003: 15).

Suatu tanda menandakan sesuatu selain dirinya sendiri, dan makna (*meaning*) ialah hubungan antara suatu objek atau idea dan suatu tanda (Littlejohn, 1996:64). 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.

Dengan semiotika, kita lantas berurusan dengan tanda. Semiotika, seperti kata Lechte (2001:191 dalam Sobur, 2003:16)), adalah teori tentang tanda dan penandaan. Lebih jelasnya lagi, semiotika adalah suatu disiplin yang menyelidiki semua bentuk komunikasi yang terjadi dengan sarana signs “tanda-tanda” dan berdasarkan pada *sign system* (code) “sistem tanda” (Seger, 2000:4 dalam Sobur,2003:16).

Tanda tidak mengandung makna atau konsep tertentu, namun tanda memberi kita petunjuk-petunjuk yang semata-mata menghasilkan makna melalui interpretasi. Tanda menjadi bermakna manakala diuraikan isi

kodenya (*decoded*) menurut konvensi dan aturan budaya yang dianut orang secara sadar maupun tidak sadar (Sobur, 2003:14).

Salah satu area penting yang dirambah Barthes dalam studinya tentang tanda adalah peran pembaca (*the reader*). Konotasi walaupun merupakan sifat asli tanda, membutuhkan keaktifan pembaca agar dapat berfungsi. Barthes secara panjang lebar mengulas apa yang di sebut sebagai sistem pemaknaan tataran ke-dua, yang dibangun di atas sistem lain yang telah ada sebelumnya. Serta merupakan contoh paling jelas sistem pemaknaan tataran ke-dua ini oleh barthes di sebut dengan *konotatif*, yang di dalam *Mythologies*-nya secara tegas ia bedakan dari *denotatif* atau atau sistem pemaknaan tataran pertama. Melanjutkan studi Hjelmslev, Barthes menciptakan peta tentang bagaimana tanda bekerja (Cobley & Jansz, 1999 dalam sobur, 2009:69)

Gambar 2.1

Peta Tanda Roland Barthes

<i>Signifier</i> (Penanda)	<i>Signified</i> (Petanda)
<i>Denotative Sign</i> (Tanda Denotatif)	<i>Connotative Sign</i> (Tanda Konotatif)
<i>Connotative Signifier</i> (Penanda Konotatif)	<i>Connotative Signified</i> (Petanda 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 “*sign*”, barulah konotasi seperti harga diri, kegarangan, dan keberanian menjadi mungkin (Cobley dan Jansz, 1999 dalam Sobur, 2009:69)

“Jadi, dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar 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).

Pemetaan perlu dilakukan pada tahap-tahap konotasi. Tahapan konotasi pun dibagi menjadi 2. Tahap pertama memiliki 3 bagian, yaitu :

Efek tiruan, sikap (*pose*), dan objek. Sedangkan 3 tahap terakhir adalah :

Fotogenia, estetisme, dan sintaksis.

1. Efek tiruan : hal ini merupakan tindakan manipulasi terhadap objek seperti menambah, mengurangi atau mengubah objek yang ada menjadi objek yang sama sekali lain (berubah) dan memiliki arti yang lain juga seperti tayangan iklan layanan masyarakat mengenai anti rokok yang memakai model dengan tokoh seorang yang sedang ingin merokok
2. Pose/sikap : gerak tubuh yang berdasarkan stok of sign masyarakat tertentu dan memiliki arti tertentu pula seperti pada saat orang-orang

sekitar yang berusaha berlarian menghampiri sei perokok untuk membacakan surat yasin

3. Objek : benda-benda yang dikomposisikan sedemikian rupa sehingga diasumsikan dengan ide-ide tertentu. Seperti halnya penggunaan rokok dalam seorang tokoh yang mana mengartikan si tokoh dalam keadaan menuju kematian nya karena menghisap rokok.
4. Fotogenia : adalah seni memotret sehingga foto yang dihasilkan telah dibumbui dengan kerumuhan orang sekitar serta pedagang serta anak bayi menangis, yang menjadi faktor pendukung bahwa rokok benar-benar bahaya tidak bagi si penghisap pengguna rokok tapi juga dengan orang-orang sekitarnya
5. Eestisisme : disebut juga sebagai estetika yang berkaitan dengan komposisi gambar untuk menampilkan para tokoh yang ada dalam iklan tersebut.
6. Sintaksis : biasanya hadir dalam rangkaian gambar yang ditampilkan dalam satu judul dimana waktu tidak muncul lagi pada masing-masing gambar, namun pada keseluruhan gambar yang ditampilkan terutama bila dikaitkan dengan judul utamanya, yaitu rokok yang menjadi sorotan utama dalam iklan tersebut. (Barthes, 2010:7-11).

Barthes tidak sebatas itu memahami proses penandaan, tetapi dia juga melihat aspek lain dari penandaan, yaitu mitos (*myth*) yang menandai suatu masyarakat. Mitos atau mitologi sebenarnya merupakan istilah lain yang dipergunakan oleh Barthes untuk ideologi.

Barthes mengartikan Mitos sebagai cara berpikir kebudayaan tentang sesuatu, sebuah cara mengkonseptualisasikan atau memahami sesuatu hal. (Sobur, 2009:224)

Mitos adalah sistem komunikasi, sebab ia membawakan pesan. maka dari itu, mitos bukanlah objek. Mitos bukan pula konsep atau suatu gagasan, melainkan suatu cara signifikasi, suatu bentuk. Lebih jauh lagi, mitos tidak ditentukan oleh objek ataupun materi pesan yang disampaikan. Mitos tidak hanya berupa pesan yang disampaikan dalam bentuk verbal (kata-kata lisan ataupun tulisan), namun juga dalam berbagai bentuk lain atau campuran antara bentuk verbal dan nonverbal seperti dalam bentuk film, lukisan, fotografi, iklan dan komik, semuanya dapat digunakan untuk menyampaikan pesan. (Sobur, 2009:224)

Mitos merupakan hal yang penting karena tidak hanya berfungsi sebagai pernyataan bagi kelompok yang menyatakan, tetapi merupakan kunci pembuka bagaimana pikiran manusia dalam sebuah kebudayaan bekerja.

Mitos ini tidak dipahami sebagaimana pengertian klasiknya, tetapi lebih diletakan pada proses penandaan ini sendiri, artinya mitos berada dalam diskursus semiologinya tersebut. menurut Barthes, mitos berada pada tingkat kedua penandaan, jadi setelah terbentuk sistem tanda-penanda-petanda, maka tanda tersebut akan menjadi penanda baru yang kemudian memiliki petanda kedua dan membentuk tanda baru. Konstruksi penandaan pertama adalah bahasa, sedang konstruksi penandaan kedua adalah mitos, dan konstruksi penandaan tingkat kedua ini dipahami Barthes sebagai metabahasa

(*metalanguage*). Perspektif Barthes tentang mitos ini, menjadi salah satu ciri khas semiologinya yang membuka ranah baru semiologi, yakni penggalian lebih jauh penandaan untuk mencapai mitos yang bekerja dalam realitas keseharian masyarakat. (Kurniawan, 2001: 22-23)

Dalam peta Barthes, mitos sebagai unsur yang terdapat dalam sebuah semiotik tidak nampak, namun hal ini baru terlihat pada signifikasi tahap kedua Roland Barthes.

Signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* dan *signified* didalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal. Barthes menyebutnya sebagai denotasi, yaitu makna paling nyata dari tanda. Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukan 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 inter subyektif. Pemilihan kata-kata merupakan pilihan terhadap konotasi. Misalnya, kata penyuapan dengan memberi uang pelicin. Dengan kata lain, denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek, sedangkan konotasi adalah bagaimana menggambarkannya. (Fiske dalam Sobur, 2001:128)

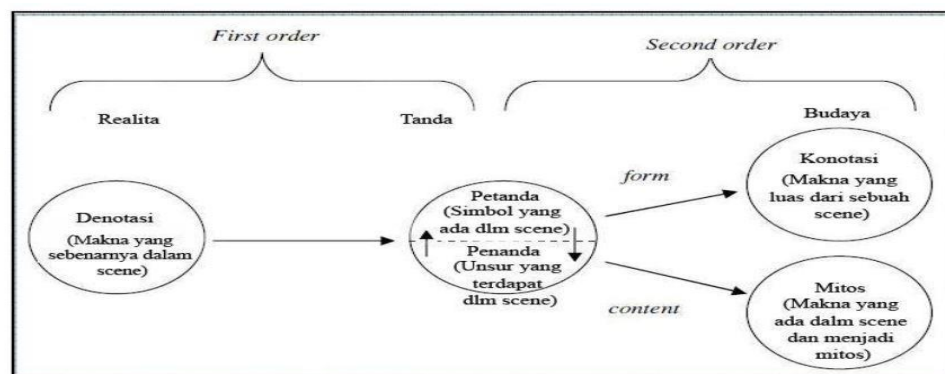
Dalam semiologi Roland Barthes, denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua. Dalam hal ini denotasi justru lebih diasosiasikan dengan ketertutupan makna dan dengan demikian, merupakan sensor atau represi politis. Sebagai reaksi

yang paling ekstrem melawan keharfiahan denotasi yang bersifat opresif ini, Barthes mencoba menyingkirkan dan menolaknya. Baginya, yang ada hanyalah konotasi semata-mata. Penolakan ini mungkin terasa berlebihan, namun ia tetap berguna sebagai sebuah koreksi atas kepercayaan bahwa makna “harfiah” merupakan sesuatu yang bersifat alamiah (Budiman,1999 dalam Sobur, 2009:22)

2.3.2 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.2

Signifikasi Dua Tahap Roland Barthes



Sumber : Peneliti. Signifikasi Dua Tahap Roland Barthes, 2019

Dari peta Barthes di atas diadaptasi bahwa tanda denotatif yang memiliki makna sebenarnya terdiri atas isi cerita berupa *scene* yang berfungsi sebagai penanda dan petanda.

Tayangan Iklan Layanan Masyarakat ajakan Berhenti Merokok terdapat beberapa *scene* yang mempunyai makna denotatif yang dapat secara langsung dimaknai oleh khalayak. Khalayak dapat menerima pesan tersebut karena khalayak tidak memaknai secara dalam tentang apa yang ada dalam *scene* tersebut.

Makna konotasi merupakan makna yang terkandung dalam sebuah tanda, dalam hal ini *scene* yang ada dalam Iklan Layanan Masyarakat ajakan Berhenti Merokok dikaji menggunakan 3 konsep penandaan konotatif yang meliputi :

1. Pose/sikap : gerak tubuh yang berdasarkan stok of sign masyarakat tertentu dan memiliki arti tertentu pula. Dalam *scene* Iklan Layanan Masyarakat ajakan Berhenti Merokok pose/sikap dapat terlihat beberapa pose dan sikap yang ditunjukkan dalam iklan ini.
2. Objek : benda-benda yang dikomposisikan sedemikian rupa sehingga diasumsikan dengan ide-ide tertentu. Seperti halnya penggunaan rokok di asumsikan sebagai salah satu penyebab kematian dalam objek tersebut. Dalam *scene* Iklan Layanan Masyarakat ajakan Berhenti Merokok terdapat benda-benda yang dikomposisikan sedemikian rupa sehingga menimbulkan makna konotasi.
3. Esestisisme : disebut juga sebagai estetika yang berkaitan dengan komposisi gambar untuk menampilkan sebuah keindahan awal.

Dari ke 3 perspektif konotasi diatas, merupakan salah satu pengkajian penandaan konotatif. Tidak hanya memiliki makna denotatif dan konotatif, perspektif dari Roland Barthes mengenai mitos menjadi salah satu ciri khas dari semiologinya yang membuka ranah baru semiologi. Mitos sendiri biasanya hadir dalam kehidupan sehari-hari dan menjadi realita dalam kehidupan masyarakat yang sudah dipercaya.

Berdasarkan kerangka konseptual yang peneliti lakukan, maka peneliti mengkaji melalui alur pemikiran peneliti. Berikut alur pemikiran peneliti sesuai dengan model signifikasi dua tahap Roland Barthes.

Gambar 2.3

Model Alur Kerangka Pemikiran Peneliti



Sumber : Peneliti, 2019