

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini, peneliti akan menyampaikan teori-teori yang relevan dengan masalah yang diteliti. Pada bagian ini juga, terdapat beberapa kajian yang berasal dari jurnal, tulisan ilmiah, buku, atau penelitian terdahulu. Uraian tersebut menjadi rujukan dan asumsi penulis dalam membantu penalaran penulis menjawab permasalahan penelitian.

Dalam kajian pustaka, peneliti memulai dengan menelaah penelitian yang sudah lebih dulu dilakukan yang memiliki keterkaitan serta memiliki relevansi dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan saat ini. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding sehingga penulisan skripsi ini lebih memadai dan memberikan gambaran awal mengenai kajian yang terkait dalam penelitian ini. Peneliti meninjau berbagai penelitian serupa yang telah dilakukan sebelumnya. Ada beberapa penelitian yang telah mengangkat semiotika, yang menggunakan metode kualitatif dengan analisis semiotika Roland Barthes. Hasil pencarian ini menjadi masukan bagi peneliti mengenai bahasan-bahasan tersebut, serta pendekatan analisis semiotika Roland barthes. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang peneliti jadikan rujukan:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Tahun	Identitas Peneliti	Judul Penelitian	Metode yang digunakan	Persamaan dan Perbedaan
2016	Nurul Kholisoh	Analisis Semiotika Terhadap 99 Pesan Nabi	Metode Kualitatif dengan Paradigma Konstruktivis Analisis Semiotika Roland Barthes	Sama – sama menggunakan analisis semiotika yang dikemukakan oleh Roland barthes, yaitu berusaha menggambarkan bagaimana makna tanda dalam sebuah komik. Perbedaannya adalah Peneliti terdahulu mengambil permasalahan dari komik yang berbentuk buku komersil, sedangkan peneliti mengambil permasalahan dari ilustrasi dalam media sosial.
2014	Rosma Aliah	Analisis Semiotika Pesan Moral Islami Dalam Kitab Komik Sufi	Metode Kualitatif dengan Paradigma Konstruktivis Analisis Semiotika Roland Barthes	Persamaan yang ada dalam penelitian ini adalah sama – sama menggunakan paradigma konstruktivis semiotika Roland Barthes, yang sama – sama menganalisa makna tanda dalam sebuah karya. Peneliti terdahulu menggambarkan bagaimana pesan moral islami dalam kitab komik sufi. Berbeda dengan peneliti yang menggunakan semiotika

				Roland Barthes untuk menganalisa makna tanda dalam sebuah ilustrasi di media sosial. Perbedaan lain adalah penulis menggunakan karya dari media <i>online</i> , sedangkan peneliti terdahulu mengambil ilustrasi online.
2011	Santi Dwi Jayanti	Twitter Sebagai Bentuk <i>Citizen Journalism Baru</i> di Internet (Analisis Isi Kualitatif Pemberitaan Bencana Lahar Dingin dan Penampakan Halo Matahari di Akun Jogja Update Situs <i>Microblogging</i> Twitter sebagai Media Citizen Journalism bagi Masyarakat Yogyakarta Periode 1 Januari 2011- 5 Januari 2011).	Metode Kualitatif dengan Paradigma Konstruktivis Analisis Isi Kualitatif	Persamaan yang ada dalam penelitian ini adalah sama – sama mengambil konteks dalam media sosial sebagai objek penelitian, juga menganalisis tentang adanya penginformasian dalam media internet. Perbedaannya, peneliti terdahulu meneliti konten dalam twitter dan menggunakan Analisis Isi sebagai pisau bedah, sementara peneliti meneliti ilustrasi dalam media sosial instagram, dan menggunakan Analisis Semiotika.

Sumber : Analisis Peneliti, 2017

2.2 Tinjauan Pustaka

2.2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.2.1.1 Komunikasi Sebagai Ilmu

Dalam kehidupan sehari-hari, kita memang tidak dapat melepaskan diri dari kegiatan komunikasi. Bahkan pada saat berdoa sekalipun.

Nyaris didalam kegiatan kehidupan manusia membutuhkan atau setidaknya disertai komunikasi. Oleh karena itu, kajian ilmiah tentang gejala atau realitas komunikasi mencakup bidang yang sangat luas, meliputi segala bentuk hubungan antarmanusia dan menggunakan lambang-lambang, misalnya bahasa verbal (lisan atau tertulis) dan bahasa nonverbal yang meliputi bentuk-bentuk ekspresi simbolik lainnya, seperti lukisan, pahatan, gerak tubuh dalam beraneka jenis tari dan musik (Pawito, 2008: 1).

Ilmu komunikasi merupakan hasil dari suatu proses perkembangan yang panjang. Dapat dikatakan bahwa lahirnya ilmu komunikasi dapat diterima baik di Eropa maupun di Amerika Serikat, bahkan di seluruh dunia. Hal tersebut merupakan hasil perkembangan dari publisistik dan ilmu komunikasi massa yang dimulai dengan adanya pertemuan antara tradisi Eropa yang mengembangkan ilmu publisistik dengan tradisi Amerika yang mengembangkan ilmu komunikasi massa.

Sebagai ilmu, komunikasi menembus banyak disiplin ilmu. Sebagai jala perilaku, komunikasi dipelajari bermacam-macam disiplin ilmu, antara lain sosiologi dan psikologi (Rakhmat, 2011: 3).

2.2.1.2 Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah aktifitas, sebuah ilmu sosial, sebuah seni liberal dan sebuah profesi. Ilmu komunikasi merupakan hasil dari suatu proses perkembangan yang panjang. Dapat dikatakan bahwa lahirnya ilmu komunikasi dapat diterima baik di Eropa maupun di Amerika Serikat bahkan di seluruh dunia, adalah merupakan hasil perkembangan dari publisistik dan ilmu komunikasi massa. Hal ini dimulai oleh adanya pertemuan antara tradisi Eropa yang mengembangkan ilmu publisistik dengan tradisi Amerika yang mengembangkan ilmu komunikasi massa.

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama,” *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama (Mulyana, 2007:46).

Komunikasi membuat orang dapat menyampaikan apa yang ada dalam pikirannya kepada orang lain. Melalui komunikasi,

seseorang dapat membuat dirinya untuk tidak terasing dan terisolir dari lingkungan di sekitarnya. Banyak definisi-definisi yang muncul tentang komunikasi. Hal tersebut disebabkan oleh komunikasi yang terus berkembang dari masa ke masa. Banyaknya definisi tersebut, membuat komunikasi diklasifikasikan kepada tiga konseptualisasi, yaitu komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi dan komunikasi sebagai transaksi (Mulyana, 2007: 67).

Adapun pendapat para ahli mengenai definisi komunikasi, yaitu:

1. Gerald R. Miller

Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima.

2. Everett M. Rogers

Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka

3. Harold Lasswell

Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut : *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*” Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana? (Mulyana, 2007: 68).

Dari beberapa pengertian di atas, peneliti mengambil kesimpulan bahwa komunikasi merupakan proses pertukaran makna/pesan baik verbal maupun nonverbal dari seseorang kepada orang lain melalui media dengan tujuan untuk mempengaruhi orang lain.

2.2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

2.2.2.1 Definisi Komunikasi Massa

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Rakhmat, 2003: 188), yakni “Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*)”.

Sedangkan dalam definisi lain diungkapkan oleh Herbnner yang 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, missal harian, mungguan, dwimingguan, atau bulanan. Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan sendirian atau oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri. (Ardiyanto, 2007: 3)

2.2.2.2 Karakteristik Komunikasi Massa

Karakteristik komunikasi massa menurut Ardianto Elvinaro, dkk; dalam Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Sebagai berikut:

1. Komunikator terlambangkan

Pada ciri pertama, jelas dimulai dari komunikatornya. Dengan mengingat pendapat Wright, bahwa komunikasi massa melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam komunikasi yang kompleks, dalam jenis media massa apapun baik cetak ataupun elektronik.

2. Pesan bersifat umum

Artinya, ditujukan untuk semua orang dan tidak hanya untuk sekelompok orang tertentu saja. Pesan yang disampaikan dapat berupa fakta, peristiwa ataupun opini.

3. Komunikannya anonim dan heterogen

Mengapa anonim? Karena komunikatornya tidak mengenal satu persatu siapa komunikannya, dan komunikasinya menggunakan media dan tidak bertatap muka. Heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda.

4. Media massa menimbulkan keserempakan

Jumlah sasaran komunikasi yang dicapainya relatif banyak dan tak terbatas.

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 pesan, yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakan.

6. Komunikasi massa bersifat satu arah

Ini merupakan kelemahan dari komunikasi massa. Karena komunikasinya dilakukan dengan menggunakan media, maka komunikatornya dan komunikannya tidak dapat berkomunikasi secara tatap muka.

7. Stimulasi alat indera terbatas

Ini pula kelemahan dari komunikasi massa. Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indera bergantung pada jenis media massa.

8. Umpan balik tertunda (*delayed*) dan tidak langsung (*indirect*)

Artinya, komunikator komunikasi massa tidak dapat dengan segera mengetahui dengan segera bagaimana

reaksi komunikasi atau khalayak terhadap pesan yang disampaikan. (Ardianto, 2007: 7)

2.2.2.3 Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa menurut Dominick dalam Ardianto, Elvinaro. dkk. Komunikasi Massa Suatu Pengantar Terdiri dari:

1. 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.

2. 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.

3. Pertalian

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

4. 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.

5. 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. (Ardianto, dkk. 2009: 14).

2.2.2.4 Proses Komunikasi Massa

Menurut Bungin (2007: 74-75), proses komunikasi massa terlihat berproses dalam bentuk:

1. Melakukan distribusi dan penerimaan informasi dalam skala besar. Proses komunikasi massa melakukan distribusi informasi kemasyarakatan dalam skala besar, sekali siaran pemberitaan yang disebarkan dalam jumlah yang luas, dan diterima oleh massa yang besar pula.
2. Proses komunikasi massa juga dilakukan melalui satu arah, yaitu dari komunikator ke komunikan. Apabila terjadi interaksi diantara komunikator dan komunikan, maka umpan baliknya bersifat sangat terbatas, sehingga tetap saja didominasi oleh komunikator.
3. Proses komunikasi massa berlangsung secara simetris diantara komunikator dan komunikannya

yang menyebabkan komunikasi yang terjadi berlangsung datar dan bersifat sementara.

4. Proses komunikasi massa juga berlangsung impersonal (non-pribadi) dan tanpa nama (anonim). Proses ini menjamin, bahwa komunikasi massa akan sulit diidentifikasi siapa penggerak dari pesan-pesan yang disampaikan.
5. Proses komunikasi massa berlangsung berdasarkan pada hubungan-hubungan kebutuhan (*market*) di masyarakat. Seperti radio dan televisi yang melakukan penyiaran karena adanya kebutuhan masyarakat akan informasi.

2.2.3 Tinjauan Tentang Media Sosial

Kehadiran media baru semakin memudahkan manusia dalam berkomunikasi. Media baru seperti internet, pada akhirnya berfungsi sebagai media sosial. Melalui media sosial, pola komunikasi masyarakat tidak lagi terbatas oleh ruang dan waktu. Media sosial mempercepat arus komunikasi dengan mendorong kontribusi dan umpan balik dari semua orang yang tertarik, dan merupakan percakapan dua arah ketika membandingkan ke media tradisional karena media sosial terbuka untuk umpan balik dan partisipasi (Mayfield, 2008: 13).

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein, media sosial adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis Internet yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*. Jadi, yang dimaksud *user-generated content* adalah segala isi yang dibuat dan atau dipublikasikan oleh pengguna media siber antara lain, artikel, gambar, komentar, suara, video dan berbagai bentuk unggahan yang melekat pada media siber, seperti blog, forum, komentar pembaca atau pemirsa, dan bentuk lain. (Kaplan dan Haenlein, 2010: 54-55),

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi diikuti dengan perubahan gaya hidup masyarakatnya, tidak terkecuali di Indonesia. Data dari penelitian pos dan informatika memperlihatkan bahwa masyarakat Indonesia yang sudah mengadopsi teknologi informasi dan komunikasi, terbilang aktif utamanya dalam menggunakan sosial media. Kemunculan Internet yang disusul dengan berbagai sarana media sosial, dimana komunikasi antara manusia dapat berlangsung *real time* dengan cakupan wilayah lebih luas. Di Indonesia, media sosial telah menarik perhatian masyarakat. Media sosial menjadi media interaksi baru yang membuat ruang-ruang bagi masyarakat untuk saling berbagi, bercerita dan menyalurkan ide-idenya. Aktivitas masyarakat yang banyak dilakukan dengan menggunakan internet adalah membuka situs jejaring sosial (64,43%). Selain membuka situs jejaring sosial, aktivitas lain adalah mencari

informasi mengenai barang/jasa (48,55%), mengirim dan menerima email (47,33%), dan mengunduh film/gambar (46,98). Selanjutnya individu menggunakan internet untuk aktifitas belajar dan mengakses berita melalui portal berita (Meiningsih, 2011: 17)

Media sosial menjadi bermanfaat dan saluran komunikasi yang semakin penting karena meningkatnya penggunaan media sosial sebagai situs berita dan informasi oleh banyak orang, penggunaan terus-menerus dan ketergantungan terhadap media sosial di kalangan masyarakat, penyebaran berita dan informasi melalui media sosial dan jejaring sosial, memperluas audiens media massa, referensi ke situs berita utama yang seringkali datang dari media sosial (misalnya, dalam percakapan *online* dan *link posting*), peningkatan penggunaan media sosial untuk komunikasi publik yang diawali oleh pelanggan, karyawan dan warga, termasuk komentar tentang brand, produk dan layanan.³

2.2.3.1 Mengenal Instagram Sebagai Platform Jejaring Sosial Media Berbagi Foto

Salah satu sarana (*platform*) sosial media yang menyodok para pesaingnya adalah *photo sharing* (berbagi foto). Media sosial berbagi foto mulai menjadi primadona seiring makin mudahnya orang menangkap momen-momen dengan berbagai perangkat fotografinya. Selain mudah dan *simple*, dengan berbagi gambar atau foto sebenarnya kita tidak hanya menunjukkan apa yang sedang kita lihat,

kerjakan atau rasakan namun lebih dari itu kita bisa menyampaikan pesan di dalamnya. Hal ini menjadi salah satu nilai tambah kenapa media sosial berbagi foto makin diminati. Layanan berbagi foto tidak hanya sebagai kebutuhan personal, kini juga mulai dilirik tangan kreatif dunia bisnis. Para enterprenuer dan korporat sudah bisa menangkap celah positif *photo sharing* (berbagi foto) sebagai media promosi dan perluasan bisnisnya. Sosial media terpopuler yang mengambil alih ialah *Instagram*. Berbeda dengan *Facebook* dan *Twitter*, situs ini menggunakan foto sebagai media penyampai pesan dimana ia dibaca sebagai sebuah teks. Foto dilekati tanda yang dapat berfungsi sebagai petanda dan penanda sekaligus yang terjadi ketika sebuah narasi didalam foto dari si narrator dimaknai oleh si pembaca narasi.⁴

Berbagi foto ponsel menjadi bagian dari masa depan *public* dan merupakan salah satu tren media sosial paling cepat berkembang dalam beberapa tahun terakhir. Merek-merek besar mulai memperhatikan, menggunakan tren ini untuk keuntungan mereka. Informasi yang kutip dari majalah mix edisi Januari 2013, *Instagram* telah mengumpulkan 15 juta pengguna yang telah meng-*upload* dalam waktu kurang dari dua tahun. Salah satu contoh yang memanfaatkan *Instagram* adalah Presiden AS yang bernama Obama juga ikut berpartisipasi berbagi foto-foto *behind the scenes*-nya selama kampanye pemilihan 2012 lalu di *Instagram*.⁵

Berbagi foto adalah hal menarik yang bisa dilakukan dan ditambah kelebihan yang diberikan ponsel atau *gadget*.

2.2.3.2 Sejarah Perkembangan Instagram

Nugraha (2012: 13) menyebutkan bahwa *Instagram* diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, dan didirikan pada bulan Oktober 2010. *Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *Instagram* sendiri. Satu fitur yang unik di *Instagram* adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak *Instamatic* dan *polaroid*. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peranti bergerak. *Instagram* dapat digunakan di *iPhone*, *iPad* atau *iPod Touch* versi apapun dengan sistem operasi iOS 3.1.2 atau yang terbaru, dan telepon genggam *Android* apapun dengan sistem operasi versi 2.2 (*Froyo*) ke atas. Aplikasi ini dapat diunggah melalui *Apple App Store* dan *Google Play*.

Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata "*insta*" berasal dari kata "*instan*", seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan". *Instagram* juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata "*gram*"

berasal dari kata "*telegram*" yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan *Instagram* yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan Internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itu, *Instagram* merupakan gabungan dari kata *instan* dan *telegram*. (Nugraha: 2012:13)

2.2.4 Tinjauan Mengenai Informasi

Secara umum informasi dapat didefinisikan sebagai hasil dari pengolahan data dalam suatu bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimanya yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian yang nyata yang digunakan untuk pengambilan keputusan.

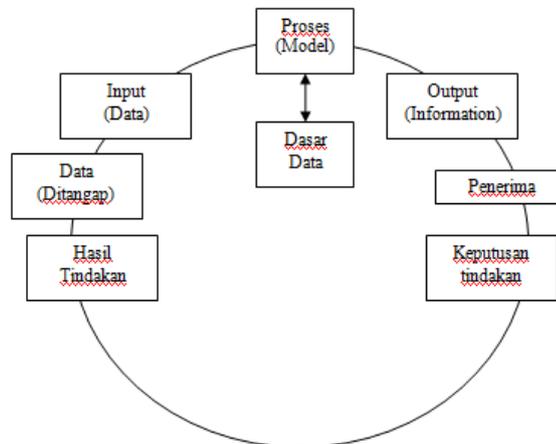
Sumber dari informasi adalah data. Data adalah kenyataan yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian dan kesatuan nyata. Kejadian-kejadian adalah sesuatu yang terjadi pada saat tertentu. Di dalam dunia bisnis, kejadian-kejadian yang sering terjadi adalah transaksi perubahan dari suatu nilai yang disebut transaksi. Kesatuan nyata adalah berupa suatu obyek nyata seperti tempat, benda dan orang yang betul-betul ada dan terjadi.

Data merupakan bentuk yang masih mentah, belum dapat bercerita banyak sehingga perlu diolah lebih lanjut. Data diolah melalui suatu

metode untuk menghasilkan informasi. Data dapat berbentuk simbol-simbol semacam huruf, angka, bentuk suara, sinyal, gambar, dsb.

Data yang diolah melalui suatu model menjadi informasi, penerima menerima informasi tersebut, membuat keputusan dan melakukan tindakan, yang berarti menghasilkan tindakan yang lain yang membuat data kembali. Data tersebut akan ditangkap sebagai input, diproses kembali lewat suatu model dan seterusnya membentuk suatu siklus. Siklus informasi ini dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.1
Siklus Informasi



Sumber: Sutabri, (2005: 21)

Kualitas informasi ditentukan oleh beberapa faktor yaitu sebagai berikut :

1. Keakuratan dan teruji kebenarannya.

Informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak menyesatkan.

2. Kesempurnaan informasi

Informasi disajikan dengan lengkap tanpa pengurangan, penambahan, dan perubahan.

3. Tepat Waktu

Infomasi harus disajikan secara tepat waktu, karena menjadi dasar dalam pengambilan keputusan.

4. Relevansi

Informasi akan memiliki nilai manfaat yang tinggi, jika Informasi tersebut dapat diterima oleh mereka yang membutuhkan.

5. Mudah dan murah

Apabila cara dan biaya untuk memperoleh informasi sulit dan mahal, maka orang menjadi tidak berminat untuk memperolehnya, atau akan mencari alternatif substitusinya (Budi Sutedjo Dharma Oetomo, 2002 : 16 -17).

2.2.5 Tinjauan Tentang Ilustrasi

Kusmiyati mengatakan, Ilustrasi gambar adalah gambaran singkat alur cerita suatu cerita guna lebih menjelaskan salah satu adegan. (Kusmiyati, 1999: 46).

Gambar ilustrasi adalah gambar atau bentuk visual lain yang menyertai suatu teks, tujuan utama dari ilustrasi adalah memperjelas naskah atau tulisan dimana ilustrasi itu dikumpulkan (Enciclopedia Americana, 1990,No;14:787). Dengan demikian, gambar ilustrasi adalah gambar yang bercerita yang memiliki tema sesuai dengan tema isi cerita tersebut.

Gambar ilustrasi dimulai dengan adanya upaya untuk menggunakan grafis sebelum tulisan, yang ingin sekedar bernilai tanda atau untuk memenuhi kepuasan estetis, merupakan pengganti kata-kata

dan pengesahan lisan. Dinding pada gua Lascaux, belum mengandung sandi yang membentuknya menjadi bahasa, tetapi sudah menunjukkan sebuah pesan sehingga upaya untuk menorehkan gagasan-gagasan kepada mereka dalam gambar-gambar yang bersifat simbolik atau magis. (Kusmiyati, 1999: 56)

Prof. Wilbur Schram menyebutkan bahwa "*We can not not communicate.*" (Effendy, 2000: 1). Komunikasi adalah kebutuhan yang sangat fundamental bagi seseorang dalam kehidupan bermasyarakat. Faktor untuk mempertahankan kelangsungan hidup adalah hal yang mendorong manusia untuk berkomunikasi. Gambar ilustrasi merupakan sebuah cara komunikasi antara komunikasi seseorang dengan orang lain, sekalipun di dalam masyarakat primitif yang berusaha mengungkapkan isi cerita melalui gambar. (Kusmiyati, 1999: 56).

Bukti kecakapan ini ditandai dengan ditemukannya tanah liat yang bertulis di Simeria dan Mesopotamia sekitar 4000 SM, kemudian berlanjut dengan ditemukannya berbagai tulisan dikulit binatang dan batu arca lalu berturut-turut dapat disebutkan pemakaian huruf di Mesir, alfabet di Phunisia, huruf Yunani kuno, huruf latin, percetakan buku pertama di China, pemakaian tinta dan kertas di Persia dan Eropa sekitar abad 12.

Masa ini mencapai kejayaan ketika *Guttenberg* berkebangsaan Jerman berhasil menemukan mesin cetak pertama di dunia pada tahun 1440. Sehingga penemuan ini dianggap awal revolusi komunikasi.

Sehubungan dengan keterampilan mencetak ini terbuka kesempatan baru hingga manusia dapat untuk berkomunikasi dengan jumlah orang yang lebih banyak.

Pada masa kekaisaran Romawi, beberapa naskah romawi yang bertahan dari abad ke empat A.D, menunjukkan bahwa ilustrasi, gambaran lebih penting dari pada dekorasi. Lalu pada periode selanjutnya pengenalan percetakan pada abad ke XV mampu menjangkau pembaca-pembaca yang baru dan lebih luas yang sering memerlukan satu gambar untuk memperjelas teks.

Masa-masa Art Neveau dan Avant garde di Barat, adalah masa-masa ilustrasi berkembang pesat di tengah dunia industrialisasi hingga masa perang dunia II, kampanye-kampanye menghasilkan propaganda politik banyak ditemukan (Enciclopedia Americana 2006, No;14:788)

Pada saat ini peranan ilustrasi sangat bermanfaat bagi perkembangan periklanan khususnya pada media cetak dan televisi. Ilustrasi menjadi berkembang dan menjadi sebuah fenomena yang mewarnai dunia periklanan bersamaan dengan elemen-elemen lain seperti tipografi, layout, advertising dan lainnya.

Penggunaan ilustrasi dalam media massa maupun dalam media sosial tentunya tidak hanya berkuat pada dunia periklanan saja. Pada media sosial instagram politik, ilustrasi digunakan untuk mengangkat

dan menginformasikan isu-isu sosial, politik dan budaya dalam sebuah kemasan informasi yang serius namun menarik, apalagi dibubuhkan seulas humor atau kritik.

2.2.6 Tinjauan Tentang Semiotika

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 (Sobur, 2013:15).

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, 2013:16), 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’ (Sobur, 2013:16).

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).

Tanda-tanda (*signs*) adalah basis dari seluruh komunikasi (Sobur, 2013:15). Manusia dengan perantaraan tanda-tanda, dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya. Banyak hal bisa dikomunikasikan di dunia ini.

Kajian semiotik sampai sekarang telah membedakan dua jenis semiotika, yakni semiotika komunikasi dan semiotika signifikasi (Sobur, 2009:15). Pertama, menekankan pada teori tentang produksi tanda yang salah satu di antaranya mengasumsikan adanya enam faktor dalam komunikasi, yaitu pengirim, penerima kode (sistem tanda), pesan, saluran komunikasi, dan acuan (hal yang dibicarakan) (Sobur, 2009:15). Kedua, memberikan tekanan pada teori tanda dan pemahamannya dalam suatu konteks tertentu.

Berdasarkan interpretant, tanda (*sign, representamen*) dibagi atas *rheme, dicent sign* atau *dicisign dan argument*. *Rheme* adalah tanda yang memungkinkan orang menafsirkan berdasarkan pilihan. Misalnya, orang yang matanya merah dapat saja menandakan bahwa orang itu baru menangis, atau menderita penyakit mata, atau mata dimasuki insekta, atau baru bangun, atau ingin tidur. *Dicent sign* atau *dicisign* adalah tanda sesuai kenyataan. Misalnya, jika pada suatu jalan sering terjadi kecelakaan, maka di tepi jalan dipasang rambu lalu lintas yang menyatakan bahwa di situ sering terjadi kecelakaan. *Argument* adalah tanda yang langsung memberikan alasan tentang sesuatu (Sobur, 2013:42).

Tanda itu sendiri, dalam pandangan Saussure, merupakan manifestasi konkret dari citra bunyi – dan sering diidentifikasi dengan citra bunyi itu sebagai penanda. Jadi, penanda dan petanda merupakan unsur-unsur mentalistik. Dengan kata lain, di dalam tanda terungkap citra bunyi ataupun konsep sebagai dua komponen yang tak terpisahkan. Dengan kata lain, kehadiran yang satu berarti pula kehadiran yang lain seperti dua sisi kertas (Sobur, 2013:32). Bagi Saussure, hubungan antara penanda dan petanda bersifat *arbitrer* (bebas), baik secara kebetulan maupun ditetapkan. Menurut Saussure, ini tidak berarti “bahwa pemilihan penanda sama sekali meninggalkan pembicara” namun lebih dari itu adalah “tak bermotif”, yakni *arbitrer* dalam pengertian penanda tidak mempunyai hubungan alamiah dengan petanda (Sobur, 2013:32).

Dengan tanda-tanda, kita mencoba mencari keteraturan di tengah-tengah dunia yang centang-perenang ini, setidaknya agar kita sedikit punya pegangan. Pines menyatakan, “apa yang dikerjakan oleh semiotika adalah mengajarkan kita bagaimana menguraikan aturan-aturan tersebut dan ‘membawanya pada sebuah kesadaran’” (Sobur, 2013:16).

Dengan semiotika, kita lantas berurusan dengan tanda. Semiotika, seperti kata Lechte (Sobur, 2013: 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’ (Sobur, 2013:16).

Pada teori semiotika Barthes, digunakan 3 pembedahan tanda dalam sebuah objek yaitu melihat dari sisi denotatif yang terdapat dalam objek, lalu melihat dari sisi konotatif, serta mitos/ideologi yang terdapat dalam objek agar objek tersebut dapat dijabarkan secara teliti dan menyeluruh oleh peneliti.

Denotasi adalah makna yang sebenarnya yang sama dengan makna lugas untuk menyampaikan sesuatu yang bersifat factual, makna pada kalimat yang denotative tidak mengalami perubahan.

Tanda konotasi merupakan makna yang terkandung dalam sebuah tanda, yang bukan sebenarnya, yang umumnya bersifat sendirian dan

merupakan makna denotasi yang mengalami perubahan, dalam hal ini ilustrasi yang diunggah oleh akun instagram poliklinik.

Barthes tidak sebatas itu memahami proses penandaan, tetapi dia juga melihat aspek lain dari penandaan, yaitu mitos (*myth*) yang menandai suatu masyarakat. Mitos adalah cerita atau kisah jaman dahulu yang makna dari denotasinya belum tentu akan keberadaannya dan mempunyai objek sebagai pelengkap, dan biasanya mitos ini mempunyai pesan-pesan yang terkandung didalam sebuah cerita tersebut. Mitos (atau mitologi) sebenarnya merupakan istilah lain yang dipergunakan oleh Barthes untuk idiologi.

2.3 Kerangka Pemikiran

2.3.1 Semiotika Roland Barthes

Barthes dikenal sebagai salah seorang pemikir strukturalis yang getol mempraktikkan model linguistik dan semiologi Saussurean. Ia juga intelektual dan kritikus sastra Prancis yang ternama; eksponen penerapan strukturalisme dan semiotika pada studi sastra. Bertens (2001:208 dalam Sobur, 2009:63) menyebutnya sebagai tokoh yang memainkan peranan sentral dalam strukturalisme tahun 1960-an dan 70-an.

Barthes, sebagai salah satu tokoh semiotika, melihat signifikasi (tanda) sebagai sebuah proses yang total dengan suatu susunan yang sudah terstruktur. Signifikasi itu tidak terbatas pada bahasa, tetapi terdapat pula hal-

hal yang bukan bahasa. Pada akhirnya, Barthes menganggap pada kehidupan sosial, apapun bentuknya, merupakan suatu sistem tanda tersendiri pula (Wahyuningsih, 2009:45).

Barthes juga mengungkapkan adanya peran pembaca (the reader) dengan tanda yang dimaknainya. Dia berpendapat bahwa “konotasi”, walaupun merupakan sifat asli tanda, membutuhkan keaktifan pembaca agar dapat berfungsi.

Seperti yang telah Barthes tuangkan dalam karyanya yang berjudul *The Pleasure of The Text* (1975), apabila sebuah teks tidak mampu menggetarkan buhul-buhul darah para pembaca, maka teks tersebut tidak akan memiliki arti apapun.

Barthes, tidak hanya karya sastra yang dikaji lewat semiotika jenis ini, namun merambah ke pelbagai gejala sosial lainnya seperti mode, foto dan film (Wahyuningsih, 2009:46).

Berikut adalah peta tanda dari Roland Barthes:

Tabel 2.2

Peta Tanda Roland Barthes

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

Sumber: Sobur, 2009:69

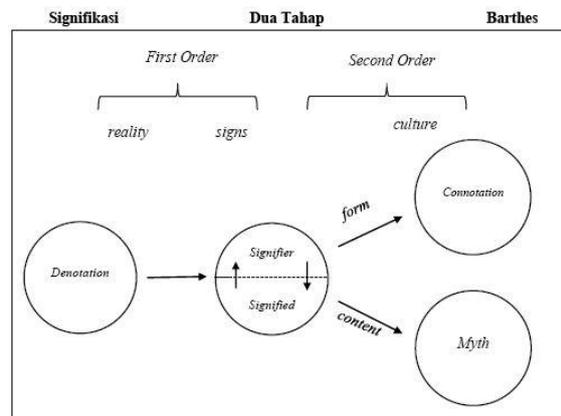
Dari peta Barthes di atas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Dengan kata lain, hal tersebut merupakan unsur material: hanya jika Anda mengenal tanda “singa”, barulah konotasi seperti harga diri, kegarangan, dan keberanian menjadi mungkin (Cobley dan Jansz, 1999:51 dalam Sobur, 2013:69). 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, 2013:69).

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. Mitologi ini merupakan level tertinggi dalam penelitian sebuah teks, dan merupakan rangkaian mitos yang hidup dalam sebuah kebudayaan. Mitos merupakan hal yang penting karena tidak hanya berfungsi sebagai pernyataan (*charter*) bagi kelompok yang menyatakan, tetapi merupakan kunci pembuka bagaimana pikiran manusia dalam sebuah kebudayaan bekerja (Wahyuningsih, 2009:47). Mitos ini tidak dipahami sebagaimana pengertian klasiknya, tetapi lebih diletakkan 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 merupakan mitos, dan konstruksi penandaan tingkat kedua ini dipahami oleh Barthes sebagai metabahasa (*metalanguage*). Perspektif Barthes tentang mitos ini menjadi salah satu ciri khas semiologinya yang membuka ranah baru semiologi, yakni penggalan lebih jauh penandaan untuk mencapai mitos yang bekerja dalam realitas keseharian masyarakat (Wahyuningsih, 2009:47-48).

Adapun 2 (dua) tahap penandaan signifikasi (*two order of signification*) Barthes dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.2
Signifikasi Dua Tahap Barthes



Sumber: Sobur, 2013:12

Melalui gambar 2.2 ini Barthes, seperti dikutip Fiske, menjelaskan: signifikasi tahap pertama merupakan 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. (Sobur, 2001:128).

Pada signifikasi tahap kedua yang berhubungan dengan isi, tanda bekerja melalui mitos (*myth*). Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala

alam. 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 (Sobur, 2001:128 dalam Wahyuningsih, 2009:49-50).

Dalam 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 di atas, 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 denotatif dengan petanda konotatif terjadi secara termotivasi (Budiman dalam Sobur, 2013:70-71).

Dalam pengamatan Barthes, hubungan mitos dengan bahasa terdapat pula dalam hubungan antara penggunaan bahasa *literer* dan estetis dengan bahasa biasa. Dalam fungsi ini yang diutamakan adalah konotasi, yakni penggunaan bahasa untuk mengungkapkan sesuatu yang lain daripada apa yang diucapkan. Baginya, lapisan pertama itu taraf denotasi, dan lapisan kedua adalah taraf konotasi: penanda-penanda konotasi terjadi dari tanda-tanda sistem denotasi. Dengan demikian, konotasi dan

kesusastraan pada umumnya, merupakan salah satu sistem penandaan lapisan kedua yang ditempatkan di atas sistem lapisan pertama dari bahasa (Sobur, 2006:19-20)

Barthes menggunakan konsep *connotation*-nya Hjemslev untuk menyingkap makna-makna yang tersembunyi. Konsep ini menetapkan dua pemunculan makna yang bersifat promotif, yakni denotatif dan konotatif, pada tingkat denotatif, tanda-tanda itu mencuat terutama sebagai makna primer yang “alamiah”. Namun pada tingkat konotatif, di tahap sekunder, muncullah makna yang ideologis.

Arthur Asa Berger membandingkan konotasi dan denotasi, sebagai berikut:

Tabel 2.3

Perbandingan Antara Konotasi dan Denotasi

KONOTASI	DENOTASI
Pemakaian figur	Literatur
Petanda	Penanda
Kesimpulan	Jelas
Memberi kesan tentang makna	Menjabarkan
Dunia mitos	Dunia keberadaan/eksistensi

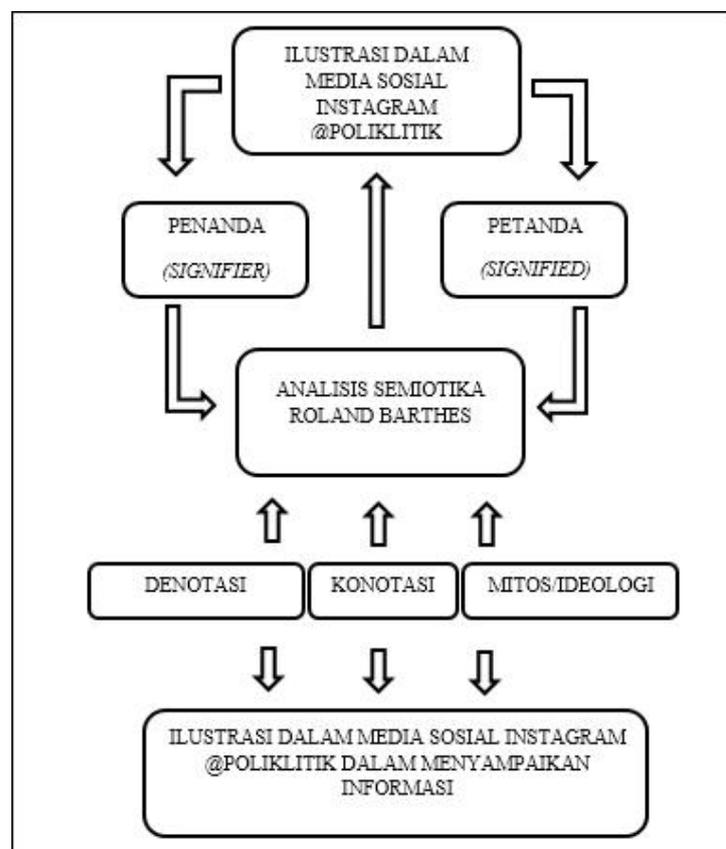
Sumber: Wahyuningsih, (2009:52)

Tanda-tanda denotatif dan konotatif yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah ilustrasi unggahan @poliklitik yang yang terpilih melalui karakter, bahasa tubuh, gaya berbicara, kata-kata yang dipergunakan dalam ilustrasi, dan juga gaya berbusana yang dipergunakan oleh tokoh dalam ilustrasi pada media sosial instagram @poliklitik. Dari hasil analisis inilah diharapkan dapat ditemukan makna pesan yang hendak disampaikan oleh sang ilustrator.

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

Gambar 2.3

Model Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti, 2019