BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Mengenai Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Secara etimologis istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin yakni C*ommunicare*. Artinya berbicara, menyampaikan pesan, informasi, pikiran, perasaan, gagasan dan pendapat yang dilakukan oleh seorang kepada yang lain dengan mengharapkan jawaban, tanggapan atau arus balik (*feedback*) dari orang yang diajak berbicara tersebut. Komunikasi menurut bahasa Latin yaitu C*ommunicati* (Inggris, *Communication*), artinya pemberitahuan. Kata sifatnya, C*ommunis* (Inggris, *Commonness*), berarti bersama–sama di antara dua orang atau lebih, yang berbicara mengenai kebersamaan, berbagi kepentingan, keinginan, pengetahuan, kepemilikan dan gagasan.

Berdasarkan arti kata komunikasi di atas lebih dipertegas lagi dengan pengertian komunikasi di bawah ini, yaitu :

> "Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dalam bentuk lambang bermakna sebagai paduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, imbauan, dan sebagainya, yang dilakukan seseorang kepada orang lain, baik secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung melalui media, dengan tujuan mengubah sikap, pandangan dan prilaku".(Effendy, 1993:60)

Berdasarkan pengertian di atas, C*ommunicare* bisa berarti dua orang atau lebih, yang secara bersama–sama bertemu baik secara langsung (tatap muka) maupun melalui media atau saluran tertentu (komunikasi

antarpribadi), tukar menukar mengenai pengetahuan, pengalaman, pikiran, gagasan dan perasaan (*to make common, sharing*).

Schramm memberikan tambahan bahwa kesamaan pengalaman diantara komunikator dan komunikan, yang berlangsung secara *source* dan *receiver*, komunikator dan komunikan akan mempunyai sudut pandang yang sama mengenai sesuatu pesan. Komunikasi akan efektif apabila komunikator mampu berkomunikasi sesuai dengan komunikannya.

Selain itu pula, seorang komunikator harus mempunyai rencana dan tujuan, tidak saja pesan itu tersampaikan, tapi juga dapat merubah sikap dan pendapat serta mempengaruhi komunikan, hal ini dipertegas dari definisi komunikasi,yaitu

> "Komunikasi atau upaya–upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas penyampaian informasi serta pembentukan sikap dan pendapat". Secara khusus Hovland menjelaskan bahwa "*Communication is the process to modify the behavior of other individual"*, (komunikasi adalah perubah perilaku orang lain). (Hovland dalam Effendy, 1993:113)

Dalam menyampaikan pesan, komunikasi dilakukan tidak terbatas pada komunikasi secara langsung, bisa juga dilakukan melalui media seperti televisi, radio, surat kabar dan lain–lain. Sehingga pesan akan tersampaikan dan tersebar luas tidak terbatas ruang dan waktu, serta mempengaruhi khalayak secara luas pula. Hal ini berdasar pada pengertian komunikasi :

> "Komunikasi adalah pengoperan atau penyiaran *(transmitter*) lambang-lambang melalui sebagian besar media komunikasi massa seperti Surat Kabar, Radio, Majalah, Buku dan sebagian besar media komunikasi yang bersifat pribadi percakapan antar insan."(Barelson dalam Effendy, 2000:69).

2.1.2 Unsur-unsur Komunikasi

Dalam melakukan komunikasi setiap individu berharap tujuan dari komunikasi itu sendiri dapat tercapai dan untuk mencapainya ada unsur-unsur yang harus di pahami, menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul *Dinamika Komunikasi*, bahwa dari berbagai pengertian komunikasi yang telah ada, tampak adanya sejumlah komponen atau unsur yang dicakup, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Komponen atau unsur-unsur tersebut adalah sebagai berikut:

- Komunikator : Orang yang menyampaikan pesan;
- Pesan : Pernyataan yang didukung oleh lambang;
- Komunikan : Orang yang menerima pesan;
- Media : Sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya;
- Efek : Dampak sebagai pengaruh dari pesan.

(Effendy, 2002 : 6)

2.1.3. Sifat Komunikasi

Onong Uchjana Effendy dalam bukunya "Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek" menjelaskan bahwa berkomunikasi memiliki sifat-sifat. Adapun beberapa sifat komunikasi tersebut, yaitu:

1. Tatap muka (*face-to-face*)
2. Bermedia (*Mediated*)
3. Verbal (*Verbal*)
   - Lisan (*Ora*l)
   - Tulisan
4. Non verbal (*Non-verbal*)
   - Gerakan/ isyarat badaniah (*gestural*)

- Bergambar (*Pictorial*)

(Effendy, 2002:7)

Komunikator (pengirim pesan) dalam menyampaikan pesan kepada komunikan (penerima pesan) dituntut untuk memiliki kemampuan dan pengalaman agar adanya umpan balik *(feddback)* dari si komunikan itu sendiri, dalam penyampain pesan komunikator bisa secara langsung (*face-to-face*) tanpa menggunakan media apapun. Komunikator juga dapat menggunakan bahasa sebagai lambang atau simbol komunikasi bermedia kepada komunikan, fungsi media tersebut sebagai alat bantu dalam menyampaikan pesannya.

Komunikator dapat menyampaikan pesannya secara verbal dan non verbal. Verbal dibagi ke dalam dua macam yaitu lisan (*Oral*) dan tulisan (*Written/ printed*). Sementara non verbal dapat menggunakan gerakan atau isyarat badaniah (*gesturual*) seperti melambaikan tangan, mengedipkan mata, dan sebagainya, ataupun menggunakan gambar untuk mengemukakan ide atau gagasannya,.

2.1.4. Tujuan Komunikasi

Setiap individu dalam berkomunikasi pasti mengharapkan tujuan dari komunikasi itu sendiri, secara umum tujuan berkomunikasi adalah mengharapkan adanya umpan yang diberikan oleh lawan berbicara kita serta semua pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut. Onong Uchjana dalam buku " Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek" mengemukakan beberapa tujuan berkomunikasi, yaitu:

a. Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang persuasif bukan memaksakan kehendak.
b. Memahami orang lain, kita sebagai pejabat atau pimpinan harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya, jangan mereka menginginkan arah ke barat tapi kita memberi jalur ke timur.
c. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakkan sesuatu itu dapat bermacam-macam mungkin berupa kegiatan yang dimaksudkan ini adalah kegiatan yang banyak mendorong, namun yang penting harus diingat adalah bagaimana cara yang terbaik melakukannya.
d. Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti sebagai pejabat ataupun komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) atau bawahan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang kita maksudkan.
(Effendy, 1993 : 18)

Jadi secara singkat dapat dikatakan tujuan komunikasi itu adalah mengharapkan pengertian, dukungan, gagasan dan tindakan. Serta tujuan yang utama adalah agar semua pesan yang kita sampaikan dapat dimengerti dan diterima oleh komunikan.

2.2. Tinjauan Mengenai Komunikasi Antar Pribadi

2.2.1. Pengertian Komunikasi Antar Pribadi

Komunikasi Antar Pribadi adalah komunikasi yang berlangsung dalam situasi tatap muka antara dua orang atau lebih, baik secara terorganisasi maupun pada kerumunan orang (Wiryanto, 2004). Komunikasi Interpersonal adalah interaksi orang ke orang, dua arah, verbal dan non verbal. Saling berbagi informasi dan perasaan antara individu dengan individu atau antar individu di dalam kelompok kecil (Febrina, 2008).

Komunikasi Antar Pribadi antara dua orang adalah komunikasi dari seseorang ke orang lain, dua arah interaksi verbal dan nonverbal yang

menyangkut saling berbagi informasi dan perasaan. Komunikasi Interpersonal antara tiga orang/ lebih, menyangkut komunikasi dari orang ke beberapa oarng lain (kelompok kecil). Masing-masing anggota menyadari keberadaan anggota lain, memiliki minat yang sama dan/atau bekerja untuk suatu tujuan.

Tiga pendekatan utama tentang pemikiran Komunikasi Antar Pribadi berdasarkan:

1. Komponen-komponen utama.
2. Hubungan diadik.
3. Pengembangan

2.2.2. Komponen Komunikasi Antar Pribadi

Bittner (1985:10) menerangkan KAP berlangsung, bila pengirim menyampaikan informasi berupa kata-kata kepada penerima dengan menggunakan medium suara manusia *(human voice).*

Menurut Barnlund (dikutip dalam Alo Liliweri: 1991), ciri-ciri mengenali Komunikasi Antar Pribadi sebagai berikut:

1. Bersifat spontan.
2. Tidak berstruktur.
3. Kebetulan.
4. Tidak mengejar tujuan yang direncanakan.
5. Identitas keanggotaan tidak jelas.
6. Terjadi sambil lalu.

2.2.3. Hubungan Diadik Komunikasi Antar Pribadi

Hubungan diadik mengartikan Komunikasi Antar Pribadi sebagai komunikasi yang berlangsung antara dua orang yang mempunyai hubungan mantap dan jelas.

Untuk memahami perilaku seseorang, harus mengikutsertakan paling tidak dua orang peserta dalam situasi bersama (Laing, Phillipson, dan Lee (1991:117).

Trenholm dan Jensen (1995:26) mendefinisikan Komunikasi Antar Pribadi sebagai komunikasi antara dua orang yang berlangsung secara tatap muka (komunikasi diadik). Sifat komunikasi ini adalah:

1. Spontan dan informal.
2. Saling menerima feedback secara maksimal.
3. Partisipan berperan fleksibel.

Trenholm dan Jensen (1995:227-228) mengatakan tipikal pola interaksi dalam keluarga menunjukkan jaringan komunikasi.

2.2.4. Pengembangan Komunikasi Antar Pribadi

Komunikasi Antar Pribadi dapat dilihat dari dua sisi sebagai perkembangan dari komunikasi impersonal dan komunikasi pribadi atau intim. Oleh karena itu, derajat Komunikasi Antar Pribadi berpengaruh terhadap keluasan dan kedalaman informasi sehingga merubah sikap.

Pendapat Berald Miller dan M. Steinberg (1998: 274), pandangan developmental tentang semakin banyak komunikator mengetahui satu sama lain, maka semakin banyak karakter antar pribadi yang terbawa dalam komunikasi tersebut.

Edna Rogers (2002: 1), mengemukakan pendekatan hubungan dalam menganalisis proses Komunikasi Antar Pribadi mengasumsikan bahwa Komunikasi Antar Pribadi membentuk struktur sosial yang diciptakan melalui proses komunikasi. Ciri-ciri Komunikasi Antar Pribadi menurut Rogers adalah:

1. Arus pesan dua arah.
2. Konteks komunikasi dua arah.
3. Tingkat umpan balik tinggi.
4. Kemampuan mengatasi selektivitas tinggi.
5. Kecepatan jangkauan terhadap khalayak relatif lambat.
6. Efek yang terjadi perubahan sikap.

2.2.5. Efektifitas Komunikasi Antar Pribadi

Komunikasi Antar Pribadi merupakan komunikasi paling efektif untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku seseorang. Menurut Kumar (2000: 121-122), lima ciri efektifitas Komunikasi Antar Pribadi sebagai berikut:

1. Keterbukaan *(openess).*
2. Empati *(empathy).*
3. Dukungan *(supportiveness).*

4. Rasa positif *(positiveness).*
5. Kesetaraan *(equality).*

Feedback yang diperoleh dalam Komunikasi Antar Pribadi berupa *feedback* positif, negatif dan netral. Prinsip mendasar dalam komunikasi manusia berupa penerusan gagasan.

David Berlo (1997:172) mengembangkan konsep empati menjadi teori komunikasi. Empat tingkat ketergantungan komunikasi adalah:

1. Peserta komunikasi memilih pasangan sesuai dirinya.
2. Tanggapan yang diharapkan berupa umpan balik.
3. Individu mempunyai kemampuan untuk menanggapi, mengantisipasi bagaimana merespon informasi, serta mengembangkan harapan-harapan tingkah laku partisipan komunikasi.
4. Terjadi pergantian peran untuk mencapai kesamaan pengalaman dalam perilaku empati.

Berlo membagi teori empati menjadi dua:

1. Teori Penyimpulan *(inference theory),* orang dapat mengamati atau mengidentifikasi perilakunya sendiri.
2. Teori Pengambilan Peran *(role taking theory),* seseorang harus lebih dulu mengenal dan mengerti perilaku orang lain.

Tahapan proses empati :

1. Kelayakan *(decentering).*
2. Pengambilan peran *(role taking).*
3. Empati komuniksi *(empathic communication).*
4. Kelayakan *(decentering)*

Bagaimana individu memusatkan perhatian kepada orang lain dan mempertimbangkan apa yang dipikirkan dan dikatakan orang lain tersebut.

Pengambilan peran *(role taking)*

Mengidentifikasikan orang lain ke dalam dirinya, menyentuh kesadaran diri melalui orang lain. Tingkatan dalam pengambilan peran:

1. Tingkatan budaya *(cultural level),* mendasarkan keseluruhan karakteristik dari norma dan nilai masyarakat.
2. Tingkatan sosiologis *(sociological level),* mendasarkan pada asumsi sebagian kelompok budaya.
3. Tingkatan psikologis *(psycological level),* mendasarkan pada apa yang dialami oleh individu.

Komunikasi memberikan bimbingan kepada peserta komunikasi untuk saling berbagi asumsi, perspektif dan pengertian mengenai informasi yang dibicarakan untuk memudahkan proses empati.

2.3. Tinjauan Mengenai Internet

2.3.1. Pengertian Internet

Internet adalah jaringan komputer yang dapat menghubungkan suatu komputer atau jaringan komputer dengan jaringan komputer lain, sehingga dapat berkomunikasi atau berbagi data tanpa melihat jenis komputer itu sendiri.

Dalam Kamus Komputer dan Teknologi Komunikasi disebutkan bahwa Internet merupakan singkatan dari *Interconnection Networking. The network of the networks.* Diartikan sebagai *a global network of computer networks* atau sebuah jaringan komputer dalam skala global/mendunia, dimana di dalamnya terdapat berbagai sumber daya informasi dari mulai yang statis hingga yang dinamis dan interaktif. Jaringan komputer ini berskala internasional yang dapat membuat masing-masing komputer saling berkomunikasi. *Network* ini membentuk jaringan inter-koneksi (*Inter-connected network*) yang terhubung melalui protokol TCP/IP yang berfungsi sebagai protokol pertukaran paket (*packet switching communication protocol*). Dikembangkan dan diuji coba pertama kali pada tahun 1969 oleh ARPA (*United States Department of Defense Advanced Research Projects Agency*) dalam proyek ARPAnet. Beberapa penyelidikan awal yang disumbang oleh ARPANET termasuk kaedah rangkaian tanpa-pusat (*decentralised network*), teori *queueing*, dan kaedah pertukaran paket (*packet switching*).

Tujuan awal dibangunnya proyek itu adalah untuk keperluan militer dengan menghubungkan komputer di daerah-daerah vital untuk mengatasi masalah bila terjadi serangan nuklir dan untuk menghindari terjadinya informasi terpusat, yang apabila terjadi perang dapat mudah dihancurkan.

2.3.2. Fungsi Internet

Quarterman dan Mitchell membagi kegunaan internet dalam empat kategori, yaitu:

1. Internet sebagai media komunikasi, merupakan fungsi internet yang paling banyak digunakan dimana setiap pengguna internet dapat berkomunikasi dengan pengguna lainnya dari seluruh dunia.
2. Media pertukaran data, dengan menggunakan *email, newsgroup, FTP* dan www (*world wide web* – jaringan situs-situs web) para pengguna internet di seluruh dunia dapat saling bertukar informasi dengan cepat dan murah.
3. Media untuk mencari informasi atau data, perkembangan internet yang pesat, menjadikan www sebagai salah satu sumber informasi yang penting dan akurat.
4. Fungsi komunitas, internet membentuk masyarakat baru yang beranggotakan para pengguna internet dari seluruh dunia. Dalam komunitas ini pengguna internet dapat berkomunikasi, mencari informasi, berbelanja, melakukan transaksi bisnis, dan sebagainya. Karena sifat internet yang mirip dengan dunia kita sehari-hari, maka internet sering disebut sebagai *cyberspace* atau *virtual world* (dunia maya).

   (saifudinse.tripod.com)

Keanggotaan Internet tidak mengenal batas negara, ras, kelas ekonomi, ideologi atau faktor-faktor lain yang biasanya dapat

menghambat pertukaran pikiran. Internet adalah suatu komunitas dunia yang sifatnya sangat demokratis serta memiliki kode etik yang dihormati segenap anggotanya. Manfaat Internet terutama diperoleh melalui kerjasama antar pribadi atau kelompok tanpa mengenal batas jarak dan waktu.

2.3.3. Bagian-Bagian Internet

2.3.2.1. *Website* atau Situs

Situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi, gambar gerak, suara, dan atau gabungan dari semuanya itu baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan link-link.

(Budhi Irawan, 2005 : 4)

2.3.2.1.1. Unsur – unsur *Website* atau Situs

Untuk membangun situs diperlukan beberapa unsur yang harus ada agar situs dapat berjalan dengan baik dan sesuai yang diharapkan. Unsur-unsur yang harus ada dalam situs antara lain:

a. *Domain Name* atau nama domain adalah alamat permanen situs di dunia internet yang digunakan untuk mengidentifikasi sebuah situs atau dengan kata lain domain name adalah alamat yang digunakan untuk menemukan situs kita pada dunia internet. Istilah yang umum digunakan adalah URL.

Berikut beberapa nama domain yang sering digunakan dan tersedia di internet:

1. Generic Domains (gTLDs)

   Merupakan domain name yang berakhiran dengan .com, .net, .org, .edu, .mil, atau .gov.

   Jenis domain ini sering juga disebut *top level domain* dan domain ini tidak berafiliasi berdasarkan negara, sehingga siapapun dapat mendaftar.

   - .com : merupakan top level domain yang ditujukan untuk kebutuhan "commercial".
   - .edu : merupakan domain yang ditujukan untuk kebutuhan dunia pendidikan (education)
   - .gov : merupakan domain untuk pemerintahan (government)
   - .mil : merupakan domain untuk kebutuhan angkatan bersenjata (military)

- .org : domain untuk organisasi atau lembaga non profit (Organization).

2. Country-Specific Domains (ccTLDs)

   Yaitu domain yang berkaitan dengan dua huruf ekstensi, dan sering juga disebut *second level domain*, seperti .id (Indonesia), .au (Australia), .jp (Jepang) dan lain lain. Domain ini dioperasikan dan di daftarkan di masing – masing negara. Di Indonesia, domain-domain ini berakhiran, .co.id, .ac.id, .go.id, .mil.id, .or.id, dan pada akhir-akhir ini ditambah dengan war.net.id, .mil.id, dan web.id. Penggunaan dari masing-masing akhiran tersebut berbeda tergantung pengguna dan pengunaannya, antara lain:

   - .co.id : untuk Badan Usaha yang mempunyai badan hukum sah
   - .ac.id : untuk Lembaga Pendidikan
   - .go.id : khusus untuk Lembaga Pemerintahan Republik Indonesia
   - .mil.id : khusus untuk Lembaga Militer Republik Indonesia

- .or.id : untuk segala macam organisasi yang tidak termasuk dalam kategori "ac.id", "co.id", "go.id", "mil.id", dan lain – lain
- .war.net.id : untuk industri warung internet di Indonesia
- .sch.id : khusus untuk Lembaga Pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan seperti SD, SMP dan atau SMU
- .web.id : ditujukan bagi badan usaha, organisasi ataupun perseorangan yang melakukan kegiatannya di World Wide Web.

Nama domain dari tiap-tiap situs di seluruh dunia tidak ada yang sama sehingga tidak ada satupun situs yang akan dijumpai tertukar nama atau tertukar halaman situsnya. Untuk memperoleh nama dilakukan penyewaan domain, biasanya dalam jangka tertentu (tahunan).

b. Hosting

Hosting dapat diartikan sebagai ruangan yang terdapat dalam *harddisk* tempat menyimpan berbagai dokumen web (html, database, audio, video, dsb) yang akan ditampilkan di homepage/situs web yang dapat dikunjungi dari

seluruh dunia. Besarnya data yang bisa dimasukkan tergantung dari besarnya hosting yang disewa/dimiliki, semakin besar hosting semakin besar pula data yang dapat dimasukkan dan ditampilkan dalam situs.

Hosting juga diperoleh dengan menyewa. Besarnya hosting ditentukan ruangan harddisk dengan ukuran MB (Mega Byte) atau GB (Giga Byte). Lama penyewaan hosting rata-rata dihitung per tahun. Penyewaan hosting dilakukan dari perusahaan-perusahaan penyewa *web hosting* yang banyak dijumpai baik di Indonesia maupun luar negeri.

c. *Scripts*/ Bahasa Program

Scripts atau bahasa program adalah bahasa yang digunakan untuk menerjemahkan setiap perintah dalam situs pada saat diakses. Jenis *scripts* sangat menentukan statis, dinamis atau interaktifnya sebuah situs. Semakin banyak ragam scripts yang digunakan maka situs akan terlihat semakin dinamis, interaktif, serta terlihat bagus. Bagusnya situs dapat terlihat dengan tanggapan pengunjung serta frekuensi kunjungan.

Beragam *scripts* saat ini telah hadir untuk mendukung kualitas situs. Jenis - jenis *scripts* yang banyak dipakai para designer antara lain HTML, ASP, PHP, JSP, Java Scripts, Java Applets, dsb. Bahasa dasar yang dipakai oleh setiap situs adalah HTML sedangkan ASP dan lainnya merupakan bahasa pendukung yang bertindak sebagai pengatur dinamis dan interaktifnya sebuah situs.

Scripts ASP, PHP, JSP atau lainnya bisa dibuat sendiri, bisa juga dibeli dari para penjual *scripts* yang biasanya berada di luar negeri. Harga Scripts rata-rata sangat mahal, biasanya mencapai puluhan juta karena membuatnya cukup sulit. *Scripts* ini biasanya digunakan untuk membangun portal berita, artikel, forum diskusi, buku tamu, anggota organisasi, email, *mailing list* dan lain sebagainya yang memerlukan *update* setiap saat.

d. Design Web

Setelah melakukan penyewaan domain dan hosting serta penguasaan *scripts*, unsur situs yang paling penting dan utama adalah *design*. Design web sangat menentukan kualitas dan keindahan

situs. Design sangat berpengaruh kepada penilaian pengunjung akan bagus tidaknya sebuah website.

Untuk membuat situs biasanya dapat dilakukan sendiri atau menyewa jasa *web designer*. Saat ini sangat banyak jasa web designer, terutama di kota-kota besar. Kualitas situs sangat ditentukan oleh kualitas designer.

Semakin banyak penguasaan *web designer* tentang beragam program/*software* pendukung pembuatan situs maka akan dihasilkan situs yang semakin berkualitas, demikian pula sebaliknya. Jasa web designer ini yang umumnya memerlukan biaya yang tertinggi dari seluruh biaya pembangunan situs dan semuanya itu tergantung kualitas designer.

e. Publikasi

Keberadaan situs tidak ada gunanya tanpa dikunjungi atau dikenal oleh masyarakat atau pengunjung internet. Karena efektif tidaknya situs sangat tergantung dari besarnya pengunjung dan komentar yang masuk.

Untuk mengenalkan situs kepada masyarakat dimerlukan apa yang disebut dengan publikasi atau promosi.Publikasi situs di masyarakat dapat

dilakukan dengan berbagai cara seperti dengan pamflet-pamflet, selebaran, baliho, dan lain sebagainya namun cara ini bisa dikatakan masih kurang efektif dan sangat terbatas. Cara yang biasanya dilakukan dan paling efektif tanpa terbatas ruang atau waktu adalah publikasi langsung di internet melalui *search engine* (mesin pencari, seperti : Yahoo, Google, Search Indonesia, dsb).

Cara publikasi di *search engine* ada yang gratis dan ada pula yang membayar. Yang gratis biasanya terbatas dan cukup lama untuk bisa masuk dan dikenali di *search engine* terkenal seperti Yahoo atau Google. Namun sebenarnya cara efektif dalam publikasi adalah dengan membayar, walaupun harus mengeluarkan biaya tetapi situs cepat masuk ke *search engine* dan dikenal oleh pengunjung.

2.4. Tinjauan Mengenai Semiotik

2.4.1. Pengertian Semiotik

Secara etimologis, istilah semiotik berasal dari kata Yunani, *semeion* yang berarti tanda. Menurut Umberto Eco (dalam Sobur, 2009:95), mengatakan :

> “Tanda itu didefinisinkan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensional sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain”(Sobur, 2009:95).

Istilah *semeion* tampaknya diturunkan dari kedokteran hipokratik atau asklepiadik dengan perhatiannya pada simtomatologi dan diagnostik inferensial. Tanda pada masa itu masih bermakna sesuatu hal yang menunjukkan pada adanya hal lain. Contohnya, asap menandakan adanya api.

Secara terminologis, semiotik dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda. Sedangkan menurut Van Zoest (1996:5), mengatakan :

> “Semiotik adalah ilmu tanda (*sign*) dan segala yang berhubungan dengannya : cara berfungsinya, hubungan dengan kata lain, pengirimannya, dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya.”(Sobur, 2009:96)

Batasan lebih jelas mengenai definisi semiotik dikemukakan oleh Preminger (2001:89), yang mengatakan :

> “Semiotik adalah ilmu tentang tanda-tanda. Ilmu ini menganggap bahwa fenomena sosial / masyarakat dan kebudayaan itu merupakan tanda-tanda. Semiotik itu mempelajari sistem-sistem, aturan-aturan, konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda-tanda itu mempunyai arti.”(Sobur, 2009:96)

Meskipun refleksi mengenai tanda itu mempunyai sejarah filsafat yang patut dihargai, namun semiotik atau semiologi dalam arti modern berangkat dari seorang ahli bahasa Swiss, yakni Ferdinand de Saussure (1857-1913), yang mungemukakan pandangan linguistik hendaknya

menjadi bagian dari suatu ilmu pengetahuan umum tentang tanda, yang disebutnya semiologi.

Pemahaman akan struktur semiosis menjadi dasar yang tidak bisa ditiadakan bagi penafsir dalam upaya mengembangkan pragmatisme. Seorang penasir adalah yang berkedudukan sebagai peneliti, pengamat, dan pengkaji objek yang dipamainya. Dalam mengkaji objek yang dipahaminya, seorang penafsir yang jeli dan cermat, sesuatunya akan dilihat dari jalur logika, yakni (Sobur, 2009:97; Santosa, 1993:10; Zoest, 1993:18-20) :

1. Hubungan penalaran dengan jenis penandanya :
    a. *Qualisigns* : penanda yang bertalian dengan kualitas.

       Tanda-tanda yang merupakan tanda berdasarkan suatu sifat. *Qualisigns* yang murni pada kenyataannya tidak pernah ada. Jadi agar benar-benar berfungsi, *qualisign* harus mempunyai bentuk.

    b. *Sinsigns* : penanda yang bertalian dengan kenyataan.

       Tanda-tanda yang merupakan tanda atas dasar tampilnya dalam kenyataan. Semua pernyataan individual yang tidak dilembagakan merupakan *sinsigns.*

    c. *Legisigns* : penanda yang bertalian dengan kaidah.

       Tanda-tanda yang merupakan tanda atas dasar suatu peraturan yang berlaku umum, sebuah konvensi, sebuah kode. Semua tanda bahasa merupakan *legisigns,* karena bahasa merupakan kode. Setiap *legisigns* mengimplikasikan

sinsigns, sebuah *second* yang mengaitkan sebuah *third*, yakni peraturan yang bersifat umum. Jadi, *legisign* sendiri merupakan sebuah *third*.

2. Hubungan kenyataan dengan jenis dasarnya :
    a. *Icon* : sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang serupa dengan bentuk objeknya,
    b. *Index* : sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang mengisyaratkan petandanya,
    c. *Symbol* : sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang mengisyaratkan kaidah secara konvensi telah lazim digunakan oleh masyarakat.
3. Hubungan pikiran dengan jenis petandanya :
    a. *Rheme or seme* : penanda yang bertalian dengan mungkin terpahaminya objek petanda bagi penafsir,
    b. *Dicent or decisign or pheme* : penanda yang menampilkan informasi tentang petandanya,
    c. *Argument* : penanda yang petandanya akhir bukan suatu benda tetapi kaidah.

    (Sobur, 2004:97-98).

Kesembilan tipe penanda sebagai suatu struktur semiosis itu dapat dipergunakan sebagai dasar kombinasi satu dengan lainnya. Dalam kaitannya dengan ilmu bahasa, semiotik menurut Charles Moris, memiliki tiga cabang :

> “Sintaktika (sintaksis) sebagai ilmu bahasa yang mengkaji penggabungan satuan-satuan lingual yang berupa kata untuk membentuk satuan kebahasaan yang lebih besar seperti frase, klausa, kalimat dan wacana. Semantika (semantik) adalah disiplin ilmu bahasa yang menelaah makna satuan lingual, baik makna leksikal maupun makna gramatikal. Makna leksikal adalah makna unit semantik yang terkecil disebut leksem, sedangkan makna gramatikal adalah makna yang terbentuk dari satuan kebahasaan. Pragmatika (pragmatis) adalah cabang ilmu bahasa yang mempelajari struktur bahasa secara eksternal, yakni bagaimana satuan kebahasaan itu digunakan dalam komunikasi”(Sobur, 2009:102).

2.4.2. Macam-macam Semiotik

Menurut Pateda (2001:29), menerangkan bahwa sekurang-kurangnya terdapat sembilan macam semiotik yang sudah dikenal, yakni :

1. *Semiotik Analitik*, yakni semiotik yang menganalisis sistem tanda. Semiotik berobjekan tanda dan menganalisisnya menjadi ide, objek, dan makna. Ide dapat dikatakan sebagai lambang, sedangkan makna adalah beban yang terdapat dalam lambang yang mengacu pada objek tertentu.
2. *Semiotik Deskriptif*, yakni semiotik yang memperhatikan sistem tanda yang dapat kita alami sekarang, meskipun terdapat tanda lain yang sejak dahulu tetap seperti yang disaksikan sekarang.
3. *Semiotik Fauna* (*zoosemiotic*), yakni semiotik yang khusus memperhatikan sistem tanda yang dihasilkan oleh hewan. Hewan biasanya menghasilkan tanda untuk berkomunikasi antar sesamanya, tetapi sering juga menghasilkan tanda yang ditafsirkan oleh manusia.
4. *Semiotik Kultural*, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang berlaku dalam kebudayaan masyarakat tertentu. Budaya yang terdapat dalam masyarakat yang juga termasuk sistem itu, menggunakan tanda-tanda tertentu yang membedakannya dengan masyarakat yang lain.
5. *Semiotik Naratif*, yakni semiotik yang menelaah sistem tanda dalam narasi yang berwujud mitos dan erita lisan (*folklore*).
6. *Semiotik Natural*, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh alam.
7. *Semiotik Normatif*, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dibuat oleh manusia yang berwujud norma-norma, misalnya rambu-rambu lalu-lintas.
8. *Semiotik Sosial*, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh manusia lambang, baik lambang

yang berwujud kata maupun lambang yang berwujud kata dalam satuan disebut kalimat.

9. *Semiotik Struktural*, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dimanifestasikan melalui struktur bahasa."(Sobur, 2004:100-101)

Dalam perkembangannya semiotik tidak hanya dipakai dalam kajian linguistik, tapi semiotik juga bisa digunakan dalam menganilis berbagai objek seperti semiotik hewan (*zoosemiotic*) dan semiotik alam (*natural semiotic*).

2.4.3. Tanda dan Makna dalam Semiotik

2.4.3.1. Tanda

Semua model makna memiliki bentuk yang secara luas serupa dan atau mirip. Masing-masing memperhatikan tiga unsur yang mesti ada dalam setiap studi tentang makna. Ketiga unsur tersebut adalah : a) tanda, b) acuan tanda, c) pengguna tanda.

Tanda merupakan sesuatu yang bersifat fisik, bisa dipersepsi indra kita; tanda mengacu pada sesuatu di luar tanda itu sendiri; dan bergantung pada pengamatan oleh penggunanya sehingga bisa disebut tanda.

Peirce (dalam Fiske, 2004:62), mengatakan:

"Tanda dalam acuannya dan penggunaannya sebagai tiga titik dalam segitiga. Masing-masing terkait erat pada dua yang lainnya, dan dapat dipahami dalam artian pihak lain" (Suprapto, 2006:114).

Sedangkan Saussure berpendapat lain, ia mengatakan :

> “Tanda terdiri atas bentuk fisik plus konsep mental yang terkait, dan konsep ini merupakan pemahaman atas realitas eksternal”(Suprapto, 2006:114).

Berdasarkan beberapa pernyataan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa tanda terdiri pada realitas hanya melalui konsep orang yang menggunakannya.

2.4.3.1.1. Kategori-Kategori Tanda

Pierce dan Saussure menjelaskan berbagai cara dalam meyampaikan makna. Peirce membuat tiga kategori tanda yang masing-masing menunjukkan hubungan berbeda di antara tanda dan objeknya atau apa yang diacunya.

1. Ikon adalah tanda yang memunculkan kembali benda atau realitas yang ditandainya, misalnya foto atau peta.
2. Indeks ada hubungan langsung antara tanda dan objeknya. Ia merupakan tanda yang hubungan eksistensionalnya langsung dengan objeknya.
3. Simbol adalah tanda yang memiliki hubungan dengan objeknya berdasarkan konvensi, kesepakatan atau aturan kata-kata umumnya adalah simbol (Suprapto, 2006:120).

Tommy Suprapto dalam bukunya yang berjudul *“Pengantar Teori Komunikasi”*, mengemukakan beberapa pokok pikiran tentang makna dan tanda dalam proses komunikasi, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Dalam proses komunikasi, seperangkat tanda merupakan hal yang penting karena ini merupakan pesan yang harus dipahami oleh komunikan. Komunikan harus menciptakan makna yang terkait dengan makna yang dibuat oleh komunikator.

Semakin banyak kita berbagi kode yang sama, makin banyak kita menggunakan sistem tanda yang semakin sama.

2. Tanda-tanda (*sign*) adalah basis dari seluruh kegiatan komunikasi. Manusia dengan perantara tanda dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya. Kajian tentang tanda dalam proses komunikasi tersebut sering disebut semiotika komuniksi.
3. Semiotika komunikasi 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.
4. Semiotika mempunyai 3 bidang, yaitu :
   a. Tanda itu sendiri. Hal ini terdiri atas aturan tentang berbagai tanda yang berbeda, cara tanda-tanda yang berbeda itu dalam menyampaikan makna, dan cara tanda-tanda itu terkait dengan manusia yang menggunakannya.
   b. Kode atau sistem yang mengorganisasikan tanda. Studi ini mencakup cara berbagai kode dikembangkan guna memenuhi kebutuhan suatu masyarakat atau budaya atau untuk mengeksploitasi selama komunikasi yang tersedia mentransmisinya.
   c. Kebudayaan tempat kode dan tanda bekerja. Ini pada gilirannya bergantung pada penggunaan kode-kode dan tanda-tanda itu untuk keberadaan dan bentuknya sendiri.
   (Suprapto, 2006:123).

2.4.3.2. Makna

Semiotik berusaha menggali hakikat sistem tanda yang beranjak ke luar kaidah tata bahasa dan sintaksis dan yang mengatur arti teks yang rumit, tersembunyi, dan bergantung pada kebudayaan. Hal ini kemudian menimbulkan perhatian pada makna tambahan (*connotative*) dan arti penunjukan (*dennotative*), kaitan dan kesan yang ditimbulkan dan diungkapkan melalui penggunaan dan kombinasi tanda.

Dalam pandangan Saussure, makna sebuah tanda sangat dipengaruhi oleh tanda yang lain. Sedangkan Umar Junus menyatakan :

> "Makna dianggap sebagai fenomena yang bisa dilihat sebagai kombinasi beberapa unsur dengan setiap unsur itu. Secara sendiri-sendiri, unsur tersebut tidak mempunyai makna sepenuhnya"(Sobur, 2004:126).

Menurut Bolinger (dalam Aminuddin, 2003:153), mengatakan :

> "Makna adalah hubungan antara bahasa dan dunia luar yang telah disepakati bersama oleh para pemakai bahasa sehingga dapat dimengerti" (Sumadiria, 2006:26).

Dalam pandangan Aminuddin (2003:7), makna dibagi menjadi tiga tingkatan, yakni :

1. Makna menjadi isi abstraksi dalam kegiatan bernalar secara logis sehingga membuahkan proposisi kebahasaan.
2. Makna menjadi isi dari suatu bentuk kebahasaan.
3. Makna menjadi isi komunikasi yang mampu membuahkan informasi tertentu.
   (Sumadiria, 2006:26).

Sebuah makna berasal dari petanda-petanda yang dibuat manusia, ditentukan oleh kultur atau subkultur yang dimilikinya yang merupakan konsep mental yang digunakan dalam membagi realitas dan mengkategorikannya sehingga manusia dapat memahami realitas tersebut.

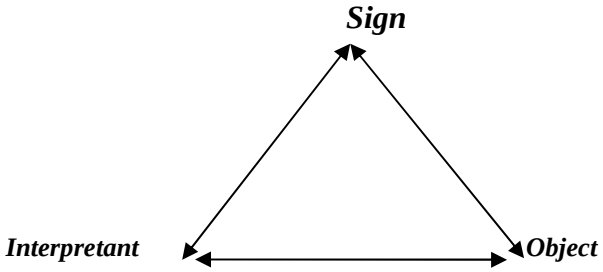
2.5. Semiotika Charles Sander Pierce

”Menurut Pierce salah satu bentuk adalah kata. Sedangkan objek adalah tanda yang ada dalam benak seseorang, maka munculah makna tentang sesuatu yang diwakili oleh tanda tersebut. (Sobur, 2002:115)”.

Pierce juga mengatakan bahwa tanda itu sendiri merupakan contoh dari kepertamaan, objeknya adalah kedua, dan penafsiran unsur pengantara adalah contoh dari ketigaan. Ketigaan yang ada dalam konteks pembentukan tanda juga membangkitkan semiotika yang tidak terbatas, selama satu penafsiran (gagasan) yang membaca tanda sebagai tanda bagi lain (yaitu dari suatu makna dan penanda) bisa ditangkap oleh penafsiran lainnya. Penafsiran ini adalah unsur yang harus ada untuk mengaitkan tanda dengan objeknya (induksi, deduksi, penangkap) membentuk tiga jenis penafsiran yang penting.

Agar bisa ada sebagai suatu tanda, makna tersebut harus ditafriskan yang dikupas teori segitiga makna adalah persoalan bagaimana makna muncul dari sebuah tanda ketika tanda itu digunakan orang pada waktu berkomunikasi. Hubungan segitiga makna Pierce lazimnya ditampilkan seperti gambar berikut :

Gambar 3.1.
Segitiga Semiotik C.S.Pierce



***Sumber** : (Sumbo Tinarbuko, 2008, dalam buku semiotika komunikasi visual)*

Menurut Pierce tanda ialah sesuatu yang dapat mewakili sesuatu yang lain dalam batas-batas tertentu.tanda akan selalu mengacu kepada suatu yang lain, oleh Pierce disebut objek. Mengacu berarti mewakili atau menggantikan, tanda baru dapat berfungsi bila diinterpretasikan dalam benak penerima tanda melaui interpretant. Jadi interpretant ialah pemahaman makna yang muncul dalam diri penerima tanda, artinya tanda baru dapat berfungsi sebagai tanda bila dapat ditangkap dan pemahaman terjadi berkat ground yaitu pengetahuan tentang system tanda dalam suatu masyarakat. Hubungan ketiga unsur yang dikemukan oleh Pierce terkenal dengan nama segitiga semiotik

Bagi Charles Sander Pierce (Pateda, 2001:44 dalam Sobur, 2002:41), tanda *"is something which stand to somebody for something in some resfect or capacity."* Sesuatu yang digunakan agar tanda bisa berfungsi , oleh Pierce disebut *ground*. Konsekuensinya, tanda (*sign* atau *represntament*) selalu terdapat dalam hubungan triadik, yakni *ground, object,* dan *interpretant.*

Atas dasar hubungan ini, Pierce mengadakan klasifikasi tanda. Tanda yang dikaitkan dengan *ground* dibaginya menjadi *qualisign, sinsign,* dan *ligisign*. Berdasarkan Objeknya, Pierce membagi tanda atas *icon* (ikon), *index* (indeks), dan *symbol* (simbol). Dan Berdasarkan Interpretannya dibagi atas *rheme, dicent sign* atau *decisign* dan *argument.*