BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Tentang 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, 1989:60)

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, 1988:113)

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, 1986:69).

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 Visual**

2.2.1 **Pengertian Komunikasi Visual**

Menurut Agus Sachari, dalam bukunya yang berjudul pengantar *Metode Penelitian Budaya Rupa dan Desain (Arsitektur, Seni Rupa, dan Kriya)*, Komunikasi visual, sesuai namanya, adalah komunikasi melalui penglihatan. Komunikasi visual merupakan sebuah rangkaian proses penyampaian kehendak atau maksud tertentu kepada pihak lain dengan penggunaan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indera penglihatan. Komunikasi visual mengkombinasikan seni, lambang, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi, dan warna dalam penyampaiannya.

Komunikasi visual memiliki beberapa fungsi, diantaranya sebagai sarana informasi dan instruksi, bertujuan menunjukkan hubungan antara suatu hal dengan hal yang lain dalam petunjuk, arah, posisi dan skala, contohnya peta, diagram,

simbol dan penunjuk arah. Informasi akan berguna apabila dikomunikasikan kepada orang yang tepat, pada waktu dan tempat yang tepat, dalam bentuk yang dapat dimengerti, dan dipresentasikan secara logis dan konsisten. Sebagai sarana presentasi dan promosi untuk menyampaikan pesan, mendapatkan perhatian (atensi) dari mata (secara visual) dan membuat pesan tersebut dapat diingat; contohnya poster. Juga sebagai sarana identifikasi. Identitas seseorang dapat mengatakan tentang siapa orang itu, atau dari mana asalnya. Demikian juga dengan suatu benda, produk ataupun lembaga, jika mempunyai identitas akan dapat mencerminkan kualitas produk atau jasa itu dan mudah dikenali, baik oleh produsennya maupun konsumennya.

2.2.2. **Kajian Komunikasi Visual**

Dalam Buku *Pengantar Metode Penelitian Budaya Rupa*, Agus Sachari menjelaskan Desain Komunikasi Visual adalah Profesi yang mengkaji dan mempelajari desain dengan berbagai pendekatan baik hal yang menyangkut komunikasi, media, citra tanda maupun nilai. Desain komunikasi Visual juga mengkaji hal-hal yang berkaitan dengan komunikasi dan pesan, teknologi percetakan, penggunaan teknologi multimedia dan teknik persuasi pada masyarakat.

Ruang lingkup Desain Komunikasi Visual Meliputi:

1. Advertising (periklanan)
2. Animasi
3. Desain identitas Usaha (*corporate identity*)
4. Desain Marka lingkungan
5. Multimedia
6. Desain Grafis Industri (promosi)
7. Desain Grafis Media (buku, surat kabar, majalah, dll).

8. Cergam (komik, karikatur, Poster)
9. Fotografi, tipografi dan ilustrasi

2.2.3. **Desain Grafis**

"Desain grafis atau Graphic Design. Kata grafis menurut etimologi adalah berasal dari kata graphic (bahasa Inggris) yang berasal dari bahasa Latin graphē (yang diadopsi kata Yunani graphos), yang berarti menulis, menggores atau menggambar di atas batu. (Sachari: 2005:21)."

Desain sendiri merupakan proses pemikiran dan perasaan yang akan menciptakan sesuatu, dengan menggabungkan fakta, konstruksi, fungsi dan estetika untuk memenuhi kebutuhan manusia atau Desain grafis juga bias diartikan suatu konsep pemecahan masalah rupa, warna, bahan, teknik, biaya, guna dan pemakaian yang diungkapkan dalam gambar dan bentuk.

Dalam desain grafis masalahnya mencakup berbagai bidang seperti teknik perencanaan gambar, bentuk, simbol, huruf, fotografi dan proses cetak disertai pula dengan pengetahuan tentang bahan dan biaya. Biasanya Desain grafis biasanya diterapkan untuk media-media statis, seperti buku, majalah, dan brosur tetapi sejalan dengan perkembangan zaman, desain grafis juga diterapkan dalam media elektronik, yang sering kali disebut sebagai desain interaktif atau desain multimedia. (Sachari: 2005:27)

2.2.4. **Teori Dasar Komunikasi Visual**

Pendekatan "*Omniphasic*", teori Rick Williams pada komunikasi visual adalah salah satu dari beberapa hipotesis teori komunikasi visual yang sangat bernilai bagi kita. Penjelasan "*Omniphasisme*" berkenaan dengan belajar keseimbangan

dari dual sistem kognitif yaitu rasional intuitif, yang dipakai oleh otak manusia untuk mengerti segala yang dialami. Beberapa pendekatan dasar tentang teori komunikasi visual :

1. Teori Persepsi

   Obyek persepsi ialah apa saja yang hadir pada kesadaran, termasuk data indrawi, gambaran (*image*), ilusi, visi, ide, dan konsep. Persepsi dianggap pula sebgai organisasi dan interprestasi atas data indrawi kasar. Dengan kata lain, persepsi didasarkan pada pencerapan-pencerapan. Bahwa komunikasi visual mengandalkan pada mata yang berfungsi dan pada otak yang dapat memahami semua informasi sensori yang diterima. Ahli ilmu jiwa yang mendalami bidang persepsi menetapkan bahwa akan menemukan makna yang paling cocok dengan fakta atau kenyataan. Asas ini disebut hukum kesederhanaan (*law of simplicity*).

   Persepsi visual melibatkan sesuatu yang saling mempengaruhi yang kompleks dari tanggapan baik lahiriah maupun yang dipelajari terhadap stimulus visual. Beberapa teori persepsi :

2. Teori Kausal

   teori mempunyai dan disebabkan oleh obyek-obyek yang ada secara eksternal yang merangsang organ-organ indra kita.

3. Teori Kreatif, Konstruktif

   persepsi-persepsi disebabkan oleh pikiran dan hanya sejauh pikiran memilikinya.

4. Teori Selektif

> Persepsi merupakan kompleks sensa (kumpulan hasil penginderaan) yang diseleksi oleh pikiran secara sadar atau tidak sadar dan dijadikan teratur. (Safanayong: 2006:29)

2.2.5. Prinsip –Prinsip Persepsi

Proses organisasi informasi visual atau bentuk menjadi suatu kesatuan dan keserasian untuk diinterprestasi khalayak tertentu adalah tugas yang kompleks dan memerlukan pengertian tetang struktur visual. Manusia dalam aktifitas sehari-hari banyak berhadapan dengan berbagai simbol dan metafor yang beragam kemungkinan interprestasi. Demikian pula dalam lingkungan hidup dan kerja jga terlihat sejumlah yang tidak terbatas pertanyaan-pertanyaan visual dan pesan-pesan dalam media cetak seperti periklanan, media elektronik seperti televisi dan internet, rambu-rambu dan media ruang luar seperti billboard.

Isyarat-isyarat visual tersebut memiliki makna yang menimbulkan bermacam-macam tanggapan dari pelihat. Struktur atau syntax yang digunakan untuk mengorganisasikan informasi visual serta pengalaman pengamat sebelumnya, semuanya berperan dalam menentukan tanggapan pengamat. Jadi prinsip visual organisasi dapat dipakai untuk mengatur atau menciptakan figur-figur dan bentuk-bentuk yang bermakna

Terdapat dua tipe prinsip organisasi yang dapat digunakan sebagai sistem pengaturan visual yaitu konsep dan prinsip visual dan prinsip-prinsip yang menentukan dalam organisasi. Kesatuan visual (tujauan akhir dari proses pembentukan) adalah suatu pertalian antar unsur-unsur, proses dan metoda yang mewujudkan komunikasi pesan atau fungsi suatu obyek atau lingkungan. Solusi

yang dicapai dipengaruhi juga oleh kemampuan dan talenta seseorang, atau talenta, motivasi dan kreatifitas.

Proses komunikasi visual hendaknya dimengerti secara luas : identifikasi teori-teori, prinsip dan teknik-teknik yang membantu dalam pemecahan masalah-masalah visual, yaitu :

a. Teori komunikasi, membantu dalam menyusun masalah yang dihadapi dalam hubugnan dengan pesan yang dimaksud dengan khalayak sasaran.
b. Teori semiotika, membantu dalam membentuk dasar struktural dengan mengidentifikasi dan mewujudkan menjadi bentuk atau figur yang dapat dikenali.
c. Teori persepsi, membantu dalam membentuk dasar struktural dengan mengindentifikasi dan mewujudkan menjadi bentuk atau figur yang dapat dikenali.
d. Prinsip organisasi visual, membantu dalam membangun hubungan antara unsur-unsur visual (titik, garis, bidang, warna, dan sebagainaya) dalam proses penciptaan pesan yang diinginkan.
e. Estetika bentuk, terdiri dati kualitas bentuk-bentuk intrinsik, seperti ukuran, proporsi, tekstur, warna.

2.3 Tinjauan Tentang Semiotika

2.3.1 Definisi Semiotika

Umberto Eco mengemukakan definisi semiotika sebagai berikut:

”Pada prinsipnya adalah sebuah disiplin yang mempelajari segala sesuatu yang dapat digunakan untuk berdusta (*lie*).” (Piliang, 2003:44)

Namun, **Yasraf Amir Piliang**, dalam bukunya yang berjudul ”Hipersemiotika: Tafsir *Cultural Studies* Atas Matinya Makna”, **Eco** mengemukakan lebih lanjut:

> ”Bila sesuatu tidak dapat digunakan untuk mengungkapkan dusta, maka sebaliknya ia tidak dapat pula digunakan untuk mengungkapkan kebenaran (*truth*): ia pada kenyataannya tidak dapat digunakan untuk ’mengungkapkan’ apa-apa. Saya pikir definisi sebagai sebuah teori kedustaan sudah sepantasnya diterima sebagai sebuah program komprehensif untuk semiotika umum (*general semiotics*)” (Piliang, 2003:45).

Piliang menjelaskan:

> ”Implisit dalam definisi **Eco** di atas adalah, bahwa bila semiotika adalah sebuah teori kedustaan, maka ia sekaligus adalah teori kebenaran. Sebab, bila sebuah tanda tidak dapat digunakan untuk mengungkapkan kebenaran, maka ia tidak dapat pula digunakan untuk mengungkapkan kedustaan. Dengan demikian, meskipun **Eco** menjelaskan semiotika sebagai teori kedustaan, implisit didalamnya adalah teori kebenaran, seperti kata siang yang implisit dalam kata malam” (Piliang, 2003:45).

Istilah semiotika sendiri berasal dari kata Yunani, *semeion*, yang berarti tanda atau dalam bahasa Inggris, *sign*, adalah ilmu yang mempelajari sistem tanda, seperti: bahasa, kode, sinyal, dan sebagainya.

Dick Hartono (1984, dalam Santosa, 1993:3, dalam Sobur, 2009:96) memberi batasan, semiotik adalah bagaimana karya itu ditafsirkan oleh para pengamat dan masyarakat lewat tanda-tanda atau lambang-lambang. **Luxemburg**

(1984, dalam Santosa 1993:3, dalam Sobur, 2009:96) menyatakan bahwa semiotik adalah ilmu yang secara sistematis mempelajari tanda-tanda dan lambang-lambang, sistem-sistemnya dan proses pelambangan.

Preminger memberikan batasan yang lebih jelas mengenai definisi dari semiotika, bahwa:

> ”Semiotika 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 tersebut mempunyai arti” (Preminger, 2001:89, dalam Sobur, 2009:96).

Menurut Roland Barthes semiotik 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. Mempelajari bagaimana kemanusiaan (humanity) memaknai hal-hal(things)”.

Untuk menganalisis makna dari tanda-tanda dalam foto berita, semiotika dengan pendekatan Roland Barthes, ia membuat sebuah model yang sistematis untuk menganalisis makna dari tanda-tanda. Fokus dari model ini menggaris besarkan pada gagasan tentang signifikasi dua tahap (*two order of signification*).

Roland Barthes, seperti yang dikutip Fiske, (2004, h. 128) 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 menunjukan signifikasi tahap ke dua. Hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaannya. Konotasi mempunyai makna yang subjektif atau paling tidak intersubjektif. Pemilihan kata-kata kadang

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.

Pada signifikasi tahap ke dua 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 yang sudah memiliki suatu dominasi. Mitos primitif misalnya, mengenai hidup dan mati, manusia dan dewa dan sebagainya. Sedangkan mitos masa kini misalnya mengenai feminitas, maskulinitas, ilmu pengetahuan, dan kesuksesan.

Gagasan Barthes ini dikenal dengan "*order of signification*", mencakup denotasi (makna sebenarnya sesuai kamus) dan konotasi (makna ganda yang lahir dari pengalaman kultural dan personal). Dari teori Barthes dapat dilihat bahwa tanda denotatif terdiri atas penanda dan petanda. Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif.

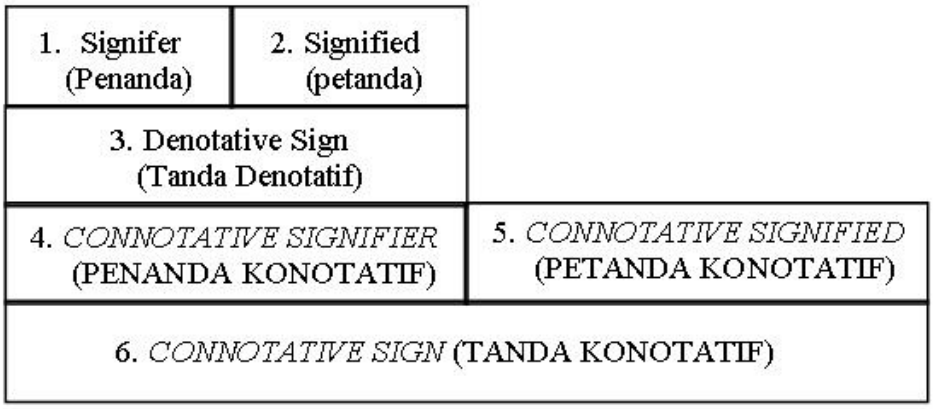
Dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Barthes juga melihat aspek lain dari penandaan yaitu "mitos" yang menandai suatu masyarakat.

Mitos menurut Barthes terletak pada tingkat kedua penandaan, jadi setelah terbentuk sistem sign-signifier-signified, tanda tersebut akan menjadi penanda baru yang kemudian memiliki petanda kedua dan membentuk tanda

baru. Jadi, ketika suatu tanda yang memiliki makna konotasi kemudian berkembang menjadi makna denotasi, maka makna denotasi tersebut akan menjadi mitos.Tanda pada sistem yang pertama yang memunculkan makna-makna denotatif menjadi sebuah penanda bagi suatu makna mitologis konotatif tingkat kedua. Konotasi-konotasi mengalami pengalamiahan menjadi hegemonis atau dengan kata lain telah diterima sebagai hal yang "normal" dan "alami".

Konotasi-konotasi ini juga disebut Barthes sebagai mitos. Agar bisa ada sebagai suatu tanda, makna tersebut harus ditafriskan yang dikupas teori peta tanda Roland Barthes adalah persoalan bagaimana makna muncul dari sebuah tanda ketika tanda itu digunakan orang pada waktu berkomunikasi. Hubungan peta tanda makna Roland Barthes lazimnya ditampilkan seperti gambar berikut :

Gambar 2.1 Peta Tanda Roland Barthes



Sumber: Paul Cobley & Litza Jansz. 1999. *Introducing Semiotics*. NY: Totem Books, hal.51 dalam (Sobur, 2003:69).

Atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Jadi, dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekadar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya.

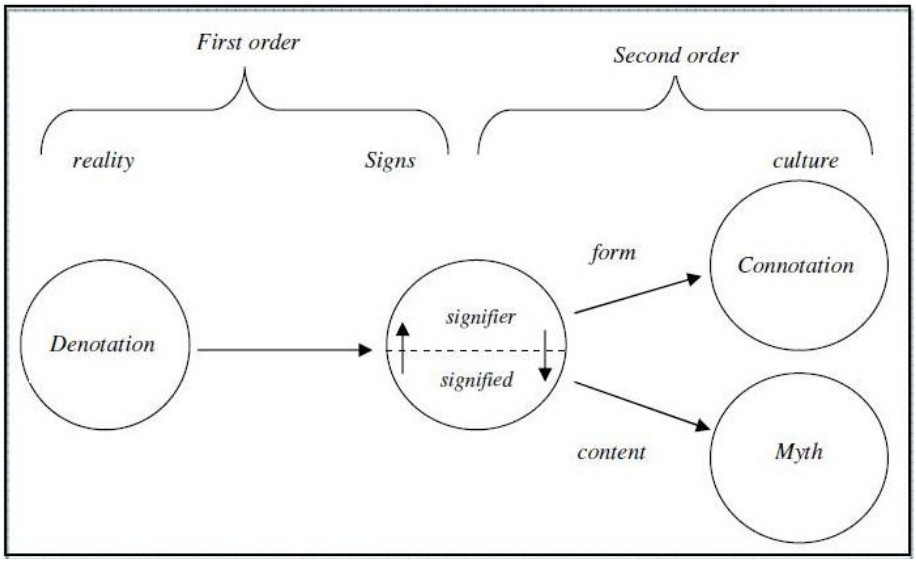
Pada dasarnya, ada perbedaan antara denotasi dan konotasi dalam pengertian secara umum serta denotasi dan konotasi yang dipahami oleh Barthes. Di dalam semiologi Barthes dan para pengikutnya, denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua. Dalam hal ini denotasi justru lebih diasosiasikan dengan ketertutupan makna. Sebagai reaksi untuk melawan keharfiahan denotasi yang bersifat opresif ini.

Barthes mencoba menyingkirkan dan menolaknya. Baginya yang ada hanyalah konotasi. Ia lebih lanjut mengatakan bahwa makna "harfiah" merupakan sesuatu yang bersifat alamiah (Budiman, 1999:22). Dalam kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebutnya sebagai 'mitos' dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. Di dalam mitos juga terdapat pola tiga dimensi penanda, petanda, dan tanda. Namun sebagai suatu sistem yang unik, mitos dibangun oleh suatu rantai pemaknaan yang telah ada sebelumnya atau dengan kata lain, mitos adalah juga suatu sistem pemaknaan tataran ke-dua.

Bagi Barthes sistem tanda: signified dan signifier atau signifie dan *significant yang bersifat atomistis. Konsep ini melihat bahwa makna* muncul ketika ada hubungan yang bersifat asosiasi atau in absentia antara 'yang ditandai' (signified) dan 'yang menandai' (signifier). Tanda adalah kesatuan dari suatu bentuk penanda (signifier) dengan sebuah ide atau petanda (signified). Dengan kata lain, penanda adalah "bunyi yang bermakna" atau "coretan yang bermakna". Jadi, penanda adalah aspek material dari bahasa yaitu apa yang dikatakan atau didengar dan apa yang ditulis atau dibaca. Petanda adalah gambaran mental, pikiran, atau konsep. Jadi, petanda adalah aspek mental dari bahasa (Bertens, 2001:180). Adapun dua tahap penandaaan signifikasi (*two order of significationt*) Barthes dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.2

Signifikasi Dua Tahap Barthers



Sumber, Fiske, 1990, Dalam *Sobur Analisis Teks Media 2002 :127*

Dalam memaknai foto, enam prosedur Roland Barthes yaitu, trick effects, pose, objects (objek), photogenia (fotogenia), aestheticism (estetisme), dan syntax (sintaksis) dalam memaknai foto berita.

Barthes menjelaskan keenam prosedur sebagai berikut :

1. *Tricks Effects* (manipulasi foto), memadukan dua gambar sekaligus secara artificial adalah manipulasi foto, menambah atau mengurangi objek dalam foto sehingga memiliki arti yang lain pula.
2. Pose adalah gesture, sikap atau ekspresi objek yang berdasarkan *stock of sign* masyarakat yang memiliki arti tertentu, seperti arah pandang mata atau gerak-gerik dari seorang.
3. *Objects* (objek) adalah sesuatu (benda-benda atau objek) yang dikomposisikan sedemikian rupa sehingga menimbulkan kesimpulan atau diasosiasikan dengan ide-ide tertentu, misalnya rak buku sering diasosiasikan dengan intelektualitas.
4. *Photogenia* (fotogenia) adalah seni atau teknik memotret sehingga foto yang dihasilkan telah dibantu atau dicampur dengan teknik-teknik dalam fotografi seperti lighting, eksposur, printing, warna, panning, teknik blurring, efek gerak, serta efek frezzing (pembekuan gerak) termasuk disini.
5. *Aestheticism* (estetika), dalam hal ini berkaitan dengan pengkomposisian gambar secara keseluruhan sehingga menimbulkan makna-makna tertentu.

Syntax (sintaksis) hadir dalam rangkaian foto yang ditampilkan dalam satu judul, di mana makna tidak muncul dari bagian-bagian yang lepas antara

1. satu dengan yang lain tetapi pada keseluruhan rangkaian dari foto terutama yang terkait dengan judul. sintaksis tidak harus dibangun dengan lebih dari satu foto, dalam satu foto pun bisa dibangun sintaks dan ini, biasanya, dibantu dengan caption.

2.3.2. Pengertian Simbol/Lambang

"Apakah yang disebut simbol atau lambang itu? Secara etimologis, simbol *(symbol)* berasal dari kata Yunani *"sym-ballein"* yang berarti melemparkan bersama suatu (benda, perbuatan) dikaitkan dengan suatu ide (hartoko & Rahmanto, 1998 :133, dalam Sobur, 2009:155)"

"Ada pula yang menyebutkan *"symbol",* yang berarti tanda atau ciri yang memberitahukan sesuatu hal kepada seseorang (Herusatoto, 2000:10, dalam Sobur, 2009:155)". Biasanya simbol terjadi berdasarkan metonimi (*metonimy*), yakni nama untuk benda lain yang berasosiasi atau yang menjadi atributnya (Si kacamata untuk untuk seseorang yang berkacamata) dan metafora *(metaphor)*, yaitu pemakaian kata atau ungkapan lainuntuk objek atau konsep lain berdasarkan kias atau persamaan (misalnya kaki gunung, kaki meja, berdasarkan kiasa pada kaki manusia) (Kridalaksana, 2001:136-138, dalam Sobur, 2009:155).

2.3.3. Makna Denotatif dan Konotatif

Salah satu cara yang digunakan para ahli untuk membahas lingkup makna denotatif dan konotatif. Makna denotatif pada dasarnya meliputi hal-hal yang ditunjukan oleh kata-kata (yang disebut makna *refensial*).

Makna denotatif suatu kata ialah makna yang biasa kita temukan dalam kamus. Sebagi contoh, didalam kamus, kata *mawar* berarti *"sejenis bunga"*.

Makna konotatif ialah makna denotatif ditambah dengan segala gambaran, ingatan, perasaan yang ditimbulkan oleh kata *mawar* itu. Kata konotasi itu sendiri berasal dari bahasa Latin *connotare,* "menjadi tanda" dan mengarah kepada makna-makna kultural yang terpisah/berbeda dengan kata (dan bentuk-bentuk lain dari komunikasi).

"Denotasi adalah hubungan yang digunakan didalam tingkat pertama pada sebuah kata yang secara bebas memegang peranan penting didalam ujaran. (Lyons, dalam Pateda, 2001:98, dalam Sobur, 2009:263)". Makna denotasi bersifat langsung, yaitu makna khusus yang terdapat dalam sebuah tanda, dan pada intinya dapat disebut sebagai gambaran sebuah *petanda* (Berger, 2000b:55, dalam Sobur, 2009:263).

(Harimurti Kridalaksana 2001:40, dalam Sobur, 2009:263), mendefinisikan denotasi *(denotation)* sebagai "makna kata atau kelompok kata yang didasarkan atas penunjukan yang lugas pada sesuatu diluar bahasa atau yang didasarkan atas konvensi tertentu; sifatnya objektif." Sedangkan konotasi (*connotation, evertone, evocatory*) diartikan sebagai "aspek makna sebuah atau sekelompok kata yang didasarkan atas perasaan atau pikiran yang timbul atau ditimbulkan pada pembicaraan (penulis) dan pendengar (pembaca).

Barthes menggunakan konsep *connotation*-nya Hjemslev untuk menyingkap makna-makna yang tersembunyi (Dahana, 2001:23, dalam Sobur, 2009:264). Konsep ini menetapkan dua cara permunculan makna yang bersifat promotif, yakni denotatif dan konotatif. Pada tingkat denotatif, tanda-tanda itu mencuat

terutama sebagai makna primer yang "alamiah". Namun pada tingkatan konotatif, ditahap sekunder, munculah makna yang ideologis.

(Arthur Asa Berger, dalam Sobur, 2009:264), mencoba membandingkan antara konotasi dan denotasi sebagai berikut:

Tabel 2.1

Perbandingan Konotasi dan Denotasi

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

Tabel 7.1 perbandingan antara konotasi dan denotasi
Sumber: Arthur Asa Berger. 2000a. Media Analisis Techniques. Edisi kedua.

2.3.4. Mitos/Ideologi

"Roland Barthes dalam bukunya "*membedah mitos-mitos budaya massa*" mengatakan apakah yang dimaksud mitos, dewasa ini? Mitos adalah sebuah tipe pembicaraan atau wicara *(a type of speech)*. "[1]

Mitos adalah sebuah *pembicaraan*, atau *wicara* yang sembarangan, bahasa membutuhkan kondisi-kondisi khusus untuk menjadi mitos. Tetapi yang harus ditetapkan secara tegas pada awalnya adalah bahwa mitos adalah suatu system komunikasi, bahwa mitos adalah suatu pesan. Hal ini memungkinkan kita untuk memahami bahwa mitos tidak mungkin merupakan suatu objek, kosep, atau

[1] Tak terhitung lagi makna lain dari kata "mitos" bisa dikutip berlawanan dengan makna ini. Tetapi saya telah mencoba mendefinisikan berbagai hal *(things)*, bukan kata-kata *(words)*.

gagasan, mitos merupakan mode pertandaan *(a mode of signification)*, suatu bentuk *(a form)*. Kemudian, kita harus menerapkan kepada bentuk ini batasan-batasan historis, kondisi-kondisi penggunaan, dan memperkenalkan kembali masyarakat ke dalamnya, namun pertama-tama kita harus mendeskripsikannya sebagai suatu bentuk.

2.3.5. Mitos Sebagai Suatu Sistem Semiologi

Bagi mitologi, karena itu studi tentang suatu jenis wicara, tidak lain merupakan satu bagian dari ilmu yang sangat luas tentang tanda-tanda dipostulasikan oleh Saussure sekitar empat puluh tahun yang lalu dengan nama *semiologi*.

"Semiologi adalah ilmu tentang bentuk-bentuk , karena hal itu mempelajari pertandaan terlepas dari kandungannya. Saya akan mengatakan satu kata tentang perlunya dan batas-bats ilmu formal seperti itu. Keperluannya adalah yang berlaku dalam hal bahasa eksak apa pun. (Barthes, 2010:299).

Dalam mitos, kita kembali menemukan pola tiga-dimensi: penanda, petanda, dan tanda. Tetapi mitos adalah suatu system yang janggal, karena ia dibentuk dari rantai semiologi yang telah eksis sebelumnya: *mitos merupakan system semiologis tatanan-kedua (second-order semiological system)*. Apa yang merupakan tanda (yaitu totalitas asosiatif antara konsep dan citra) dalam system yang pertama, menjadi sekedar penanda dalam sistem yang kedua.

Disini kita harus ingat bahwa materi-materi dalam wicara mistis (bahasa itu sendiri, fotografi, lukisan, poster, ritus, objek, dan seterusnya), meskipun berbeda pada awalnya, direduksi menjadi fungsi suatu penanda yang murni begitu materi-

materi itu tertangkap oleh mitos. Mitos melihat dalam materi-materi itu hanya bahan mentah yang sama, kesatuan mereka adalah bahwa mereka semua turun pada status sekadar suatu bahasa. Apakah hal itu berhadapan dengan tulisan abjad atau pictorial (gambar), mitos hanya ingin melihat dalam materi-materi itu sekumpulan tanda, suatu tanda global, termasuk final dari rantai semiologi pertama. Dan justru termasuk terakhir ini yang termasuk pertama dari system yang lebih besar yang dibangunnya dan termasuk terakhir ini hanya merupakan salah satu bagiannya.

Segala sesuatu terjadi seolah-olah mitos menggeser sistem formal dari pertandaan pertama ke samping. Karena pergeseran lateral ini esesial bagi analisis terhadap mitos, saya akan menggambarkannya dengan cara berikut ini, tenteu saja dipahami bahwa spesialisasi pola itu di sini hanya merupakan metaphor.

Gambar 2.3

Analisis Terhadap Mitos



Sumber: Roland Barthes. 2010. Membedah Mitos-Mitos Budaya Massa. Edisi ketiga

Bisa dilihat bahwa dalam mitos terdapat dua sistem semiologis, salah satu diantaranya diatur berkaitan dengan system yang lain, suatu sistem linguistik, bahasa (atau bentuk-bentuk respresentasi yang diasimilasikan kepadanya), yang akan saya sebut bahasa *objek*, karena hal itu merupakan bahasa yang menjadi pegangan mitos untuk membantu sistemnya sendiri, dan mitos itu sendiri, yang akan saya sebut *metabahasa*, karena itu merupakan bahasa yang kedua, yang didalamnya kita berbicara tentang bahasa yang kedua. Ketika memikirkan metabahasa, ahli semiologi tidak lagi harus bertanya kepada dirinya sendiri tentang komposisi bahasa objek itu, dia tidak lagi harus memperhitungkan rincian skema linguistic itu, dia hanya perlu mengetahui terma totalnya, atau tanda global, karena terma ini meminjamkan dirinya kepada mitos.

2.3.6. Membaca dan Menguraikan Mitos

"Bagaimana sebuah mitos diterima? Disini kita sekali lagi harus kembali pada ganda penandanya, yang merupakan makna sekaligus bentuk. Saya bisa menghasilkan tiga jenis pembacaan dengan berfokus pada salah satu jenis, jenis yang lain atau kesemuanya sekaligus. "[2]

1. Jika saya berfokus pada penanda yang kosong, saya membiarkan konsep itu mengisi forma mitos tanpa ambiguitas, dan saya menemukan diri saya sendiri di depan suatu system sederhana, tempat pertandaan itu menjadi kembali secara harfiah: orang negro yang memberikan penghormatan itu merupakan contoh imperium Prancis, dia merupakan symbol dari imperium itu. Contoh dari jenis pemfokusan ini adalah pemfokusan yang

[2] Kebebasan dalam memilih apa yang menjadi fokus adalah masalah yang tidak termasuk bidang semiologi; hal itu tergantung pada situasi konkret subjek yang dimaksud.

dilakukan oleh pembentukan mitos, pemfokusan yang dilakukan oleh wartawan lewat suatu konsep dan mencari forma untuk konsep itu. ”[3]

2. Jika saya berfokus pada penanda yang penuh, yang didalamnya saya membedakan makna dan forma, dan kemudian distorsinya yang diterapkan pada salah satu diantara keduanya terhadap yang lainnya, saya melepaskan pertandaan mitos itu, dan saya menerima mitos sebagai muslihat; Orang Negro memberikan penghormatan menjadi alibi bagi imperium Prancis. Jenis pemfokusan ini dilakukan oleh ahli mitologi; dia menguraikan mitos, dia memahami distorsi.
3. Akhirnya, jika saya berfokus pada penanda mitos sebagai diatas keadaan keseluruhan yang tidak dapat diatasi tersusun dari makna dan forma, saya menerima pertandaan yang bersifat ambigu: saya memberikan tanggapan terhadap mekanisme pembentukan mitos, pada dinamika mitos itu sendiri, saya menjadi pembaca mitos. Orang Negro yang memberikan penghormatan itu tidak lagi merupakan suatu contoh atau simbol, masih tetap tidak mencapai posisi alibi; dia justru merupakan kehadiran imperium Prancis. (Barthes, 2010:321).

Kedua jenis pemfokusan itu bersifat statis dan analitis; keduanya menghancurkan mitos, baik menjadikan maksudnya gamblang, maupun membuka kedoknya: tindakan pertama bersifat sinis, tindakan kedua bersifat demistifikasi. Jenis ketiga pemfokusan bersifat dinamis, ia mengonsumsi mitos menurut tujuan

[3] Kita menerima penamaan sang singa sebagai suatu contoh murni tata bahasa Latin karena kita, sebagai orang dewasa, pada posoisi kreatif berkaitan dengan hal ini. Saya akan kembali nanti kenilai (*value)* dari konteks itu dalam skema mitis ini.

yang dibangun kedalam strukturnya: pembaca menghidupkan mitos sebagai suatu cerita yang nyata sekaligus tak nyata.