BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tinjauan penelitian terdahulu merupakan salah satu referensi yang diambil oleh peneliti. Melihat hasil karya ilmiah para peneliti terdahulu, yang mana ada dasarnya peneliti mengutip beberapa pendapat yang dibutuhkan oleh penelitin sebagai pendukung penelitian. Tentunya dengan melihat hasil karya ilmiah yang memiliki pembahasan serta tinjauan yang sama sebagai acuan.

Tabel 2.1

Tinjauan Penelitian Terdahulu

Nama / Tahun	**Putri Fahmawati / 2015**	**Ayubi Ray Tiara/ 2017**	**Rahma Novita/ 2012**
Perguruan Tinggi	Universitas Komputer Indonesia	Universitas Komputer Indonesia	Universitas Indonesia
Judul	Representasi Kemajemukan Masyarakat Indonesia Dalam Iklan Indomie "Kehangatan ditengah Perbedaan"(Analisis Semiotika Roland Barthes mengenai representasi kemajemukan Masyarakat Indonesia dalam iklan Indomie "Kehangatan ditengah Perbedaan")	Diskriminasi Etnis-Etnis Minoritas (Analis Semiotika Roland Barthes Mengenai Diskrimasi Etnis-Etnis Minoritas Dalam Tayangan Iklan Television Cable Sale Stock Indonesia Catawalk Nusantara)	Represensati Etnis Dalam Prodram Televisi Bertema Komunikasi Antar Budaya (Analisis Semiotika terhadap program televisi "Ethnic Runaway" Episode Suku Toraja)

Hasil Penelitian	Penelitian yang bertujuan mengetahui representasi kemajemukan masyarakat Indonesia Untuk menjelaskannya, maka fokus masalah tersebut peneliti dibagi ke dalam beberapa sub-sub masalah mikro yaitu makna denotatif, makna konotatif, dan makna mitos dalam Iklan Indomie "Kehangatan ditengah Perbedaan". Dalam penelitian ini digunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes untuk mengetahui denotatif, konotatif, dan mitos yang tersembunyi dalam iklan tersebut. Kesimpulan yang dihasilkan bahwa Kemajemukan Masyarakat Indonesia terdapat dalam ikan tersebut yang berartu Pluralisme	Hasil penelitian menunjukan bahwa dalam iklan Catwalk Nusantara menggambarkan diskriminasi yang terjadi dalam pasar tradisional. Makna denotatif, konotatif, mitos/ideologi menunjukan adanya diskriminasi etnis-etnis tertentu yang tergambarkan lewat sequence dalam Iklan Catwalk Nusantara, dengan melihat tanda dan makna. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukan bahwa makna diskriminasi etnis-etnis minoritas, terlihat dari pengucilan etnis-etnis lain sepeti Etnis Padang, Etnis Ambon yang direndahkan, menjadi gambaran bahwa diskriminasi yang terjadi di masa sekarang. Tidak dipungkiri bahwa diskriminasi banyak terjadi terlebih di negara multi-etnis.	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa terdapat lima adegan dalam tayangan ini yang secara khusus merepresentasikan suku Toraja.Untuk kemuian, dari adegan adegan tersebut teridentifikasi mitos mitos tentang suku Toraja sebagai berikut, Suku Toraja iasala sukus yang memiliki tradisi aneh,horror dan mistis, daerah Toraja ialah daerah yang angker, makanan dan proses memasak dalam kebiasaan suku tirja menjijikan dan tidak praktis, tempat bermatapencaharian orang Toraja untuk mempertahankan kelansungan hidupnya ialah sesuatu menjijikan, dan terakhir ialah salah satu suku Toraja berbahaya, menakutkan dan sarat dengan kekerasan.Melalui analisis tanda tanda berupa aspek visual peneliti dapat menyimpulkan bahwa tayangan Ethnic Runaway episode Suku Toraja

			tidak lepas dari ideology dominan,yaitu Etnosentrisme.

Sumber : Peneliti 2017

Peneliti melihat kesamaan dalam skripsi Putri Fahmawati yang menggunakan analisis penelitiannya, yakni sama menggunakan analisis semiotika Roland Barthes yang dibedah melalui tiga tahap penelitian. Tiga tahapan penelitian tersebuat adalah denotasi, konotasi dan mitos atau ideologi. Fokus penelitian dalam skripsi Putri Fahmwati membedah tentang Pluralisme. Namun dalam fokus peneliti berbeda yaitu Diskriminasi. Dalam skripsi Ayubi Ray Tiara, yang membahas tentang makna pesan Diskriminasi Etnis mempunyai kesamaan dengan peneliti yakni design penelitiannya. Perbedaan dengan skripsi peneliti adalah adanya kesenjangan ekonomi.

Perbandingan dengan skripsi dari Rahma Novita, adanya sebuah pesan mengenai Ideologi dominan. Bahwa beraneka ragam suku bangsa di Indonesia terepresentasi dalam tayangan iklan ini yang memiliki ideology Etnosentrisme. Berbedanya perspektif ideologi dari masing-masing peneliti akan menjadi pembeda yang jelas dalam penelitian ini.

2.1.2 Tinjauan tentang Komunikasi

Manusia pada hakikatnya merupakan makhluk sosial yang setiap harinya memerlukan sebuah komunikasi. Setiap aspek dalam kehidupan dipengaruhi oleh komunikasi kita dengan orang lain, seperti pesan-pesan dari oarang yang tidak dikenal atau kenal dan orang hidup dan mati.

> 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 pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa berupa gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari dalam lubuk hati. Banyak definisi-definisi tentang komunikasi muncul dan berkembang dari masa ke masa. Banyaknya definisi tersebut setidaknya ada tiga kerangka pemahaman mengenai komunikasi, yakni Komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi, dan komunikasi sebagai transaksi. Berikut ini merupakan beberapa defini komunikasi dari para ahli :

A. Bernard Berelson dan Gary A. Steiner

   Komunikasi merupakan transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbolsimbol, kata-

kata, gambar, figur, grafik dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi (Mulyana, 2007:67).

B. Theodore M. Newcomb

Setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi, terdiri dari rangsangan yang didiskriminasi, dari sumber kepada penerima (Mulyana, 2007:67).

C. Carl I. Hovland

Komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain. Seseorang akan mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain, apabila komunikasinya itu memang komunikatif (Effendy, 2006:10).

D. Gerald R. Miller

Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima (Mulyana, 2007:67).

E. D. 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 (Mulyana, 2007:67).

F. 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, 2007:67).

Pendapat para ahli tersebut menggambarkan bahwa komponen-komponen pendukung komunikasi termasuk efek yang ditimbulkan, antara lain adalah:

1. Komunikator (*communicator, source, sender*)
2. Pesan (*message*)
3. Media (*channel*)
4. Komunikan (*communican, receiver*)
5. Efek (*effect*)

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.

2.1.3 Tinjauan tentang Komunikasi Massa

Iklan merupakan bagian dari komunikasi massa yang membantu penyebaran informasi secara masal, melalui media massa. Iklan pun membentuk pengetahuan dan pendapat manusia dalam berbagai peristiwa atau yang menyangkut pada kehidupan manusia. Tanpa adanya batasan waktu dan jarak sehingga media massa dapat mempengaruhi cara hidup dan perilaku seseorang.

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bitter, yakni :

> Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media masa pada sejumlah besar orang. (*mass communication is messages communicated throgh a mass medium to large number of people*). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa (Ardianto, 2007:3).

Ahli komunikasi lainnya, Joseph A. DeVito merumuskan definisi komunikasi massa yang intinya merupakan penjelasan tentang massa serta tentang media yang digunakan. Ia mengemukakan defnisinya dalam dua *item*, yakni :

> "Pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditunjukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio atau videosual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan dalam bentuknya : televisi, radio siaran, surat kabar, majalah dan film" (Ardianto, 2007 : 6).

Dari pengertian komunikasi massa di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa memiliki pengaruh penting dalam kehidupan seseorang. Bahkan realitas yang terjadi dalam kehidupan seseorang dapat digambarkan dalam sebuah Iklan.

2.1.3.1 Karakteristik Komunikasi Massa

Karakteristik komunikasi massa meliputi sifat dan unsur yang tercakup (Suprapto, 2006 : 13). Adapun karakteristik komunikasi massa sebagai berikut:

a. Sifat komunikan, yaitu komunikasi massa yang ditujukan kepada khalayak yang jumblahnya relatif besar, heterogen, dan anonim. Jumlah besar yang dimaksudkan hanya dalam periode waktu yang singkat saja dan tidak dapat diukur, beberapa total jumblahnya. Bersifat heterogen berarti khalayak bersifat berasal dari latar belakang dan pendidikan, usia, suku, agama, pekerjaan Sehingga faktor yang menyatukan khalayak yang heterogen ini adalah minat dan kepentingan yang sama. Anonim berarti bahwa komunikator tidak mengenal siapa khalayaknya, apa pekerjaannya, berapa usianya, dan lain sebagainya.
b. Sifat media massa, yaitu serempak dan cepat. Serempak (*Simultanety*) berarti bahwa keserempakan kontak antara komunikator dengan komunikan yang demikian besar jumlahnya. Pada saat yang sama, media massa dapat membuat khalayak secara serempak dapat menaruh perhatian kepada pesan yang disampaikan oleh komunikator. Selain itu sifat dari media massa adalah cepat (*rapid*), yang berarti memungkinkan pesan yang disampaikan pada banyak orang dalam waktu yang cepat.
c. Sifat pesan, Pesan yang disampaikan melalui media massa adalah bersifat umum (*Public*). Media massa adalah sarana untuk menyampaikan pesan kepada khalayak, bukan untuk kelompok orang tertentu. Karena pesan komunikasi melalui media massa

sifatnya umum, maka lingkungannya menjadi universal tentang segala hal, dan dari berbagai tempat di seluruh dunia. Sifat lain dari pesan melalui media massa adalah sejenak (*Transient*), yaitu hanya untuk sajian seketika saja.

d. Sifat komunikator, karena media massa merupakan lembaga organisasi, maka komunikator dalam komunikasi massa, seperti wartawan, sutradara, penyiar, pembawa acara, adalah komunikator yang terlembagakan. Media massa merupakan organisasi yang rumit, pesan-pesan yang disampaikan kepada khalayak adalah hasil kerja kolektif, oleh sebap itu, berhasil tidaknya komunikasi massa ditentukan oleh berbagai faktor yang terdapat dalam orginisasi massa.

Berdasarkan uraian tentang karakteristik komunikasi massa di atas, maka sifat dan efek yang ditimbulkan pada komunikan tergantung pada komunikasi yang dilakukan oleh para komunikator. Tujuan komunikan yang berbeda-beda, menjadikan konsumsi pesan sesuai dengan kebutuhan yang mereka inginkan.

2.1.3.2 Fungsi Komunikasi Massa

Manusia merupakan makhluk pengolah pesan yang baik dari makhluk lainnya di bumi. Peran komunikasi massa yang memberikan banyak informasi bagi manusia itu sendiri tidak bisa lepas dari kehidupan sehari-hari. Di

samping peranan komunikasi massa yang memberikan informasi bagi masyarakat, media massa pun memiliki fungsi lain seperti yang dijelaskan oleh Effendy dalam buku Komunikasi Massa (dalam Elvinaro, dan dkk, 2007:18) yakni :

a. Fungsi informasi ini diartikan bahwa media massa menyebarkan informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pun berbagai macam sesuai dengan informasi yang dibutuhkan oleh khalayak yang bersangkutan dengan kepentingannya masing-masing. Informasi tentang pendidikan, musik, politik, seni, dan hal-hal lain di media massa menujang sebagian informasi yang dibutuhkan selain didapatkan di sekolah. Khalayak dari media massa pun bisa mendapatkan informasinya melalui surat kabar, mendengarkan radio, atau menonton televisi.
b. Fungsi pendidikan media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya (*mass education*). Karena media massa banyak meyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Pengajaran tentang nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca merupakan salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa. Media massa melakukannya melalui drama, cerita, diskusi, dan artikel.

c. Fungsi mempengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk/editorial, features, iklan, artikel, dan sebagainya. Khalayak dapat terpengaruh iklan-iklan yang ditayangkan televisi maupun surat kabar. Contoh dari fungsi mempengaruhi ini bisa dilihat dari iklan yang baris yang terdapat pada surat kabar, atau ada kolom khusus pada iklan yang disusun tidak menyerupai sebuah iklan. Iklan yang tersebut bisa berupa artikel yang menganalisis terhadap suatu produk barang atau jasa.

Fungsi komunikasi massa menurut Dominick dalam Ardianto, Elvinaro (Dominick dalam Ardianto, Elvinaro. dkk. 2007: 14-17) terdiri dari:

a. *Surveillance* (Pengawasaan)

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. *Interpretation* (penafsiran) Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan.Tujuan penafsiran media ingin mengajak

para pembaca, pemirsa atau pendengar untuk memperluas wawasan.

b. *Interpretation* (Penafsiran)

Fungsi penafsiran hampir sama dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga membeberkan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan. Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjut dalam komunikasi antarpesona atau komunikasi kelompok. Contoh nyata penafsiran media dapat dilihat pada halaman tajuk rencana (editorial) surat kabar.

c. *Linkage* (Pertalian)

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

d. *Transmission of Values* (Penyebaran nilai-nilai)

Fungsi penyebaran nilai tidak kentara. Fungsi ini disebut juga *socialization* (sosialisasi). Sosialisasi mengacu kepada cara, di mana individu mengadopsi perilaku dan nilali 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.

e. *Entertainment* (Hiburan)

Sulit dibantah pada kenyataannya hampir semua media menjalankan fungsi hiburan. Televisi adalah media massa yang mengutamakan sajian hiburan. Hampir tiga perempat bentuk siaran televisi setiap hari merupakan tayangan hiburan. Memang ada beberapa stasiun televisi dan 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 beritaberita ringan atau melihat tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali.

Dari gambaran fungsi komunikasi massa di atas, diklasifikasikan berbagai kegunaan dan kepuasan khalayak terhadap media massa. Bahwa ketika seseorang menggunakan media massa untuk memperoleh tentang sesuatu, bisa berupa hiburan, informasi dan pendidikan. Maka media merupakan bagaian dari kognisi. Media massa pun memberikan pengetahuan

dunia sekitar diluar dari keluarga, sekolah dan lain-lain. Fungsi media untuk memenuhi kebutuhan ini pun disebut dengan *sosial unility*.

2.1.3.3 Proses Komunikasi Massa

Komunikasi massa memiliki proses yang berbeda dengan komunikasi tatap muka. Karena sifat komunikasi massa yang melibatkan banyak orang, maka proses komunikasinya sangat kompleks dan rumit. Menurut McQuaill (1992:33) dalam 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 asimetris di antara komunikator dan komunikan yang menyebabkan komunikasi yang terjadi berlangsung datar dan bersifat sementara.

4. Proses komunikasi massa juga berlangsung impersonal (nonpribadi) dan tanpa nama (anonim). Proses ini menjamin, bahwa komunikasi massa akan sulit diidentifikasikan 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 (Bungin 2007: 74-75).

2.1.4 Televisi Sebagai Media Massa

Bersamaan dengan kemajuan media cetak, muncul media lain sebagai sumber informasi bagi khalayak yaitu media elektronik mulai dari televisi berwarna hingga teknologi internet. Televisi adalah sebuah alat penangkap siaran bergambar. Kata televisi berasal dari kata *tele* dan *vision*; yang memiliki arti masing-masing jauh *(tele)* dan tampak *(vision).* Jadi televisi adalah tampak atau dapat melihat dari jarak jauh. Penemuan televisi disejajarkan dengan penemuan roda, karena penemuan ini mampu merubah peradaban dunia. Di indonesia "televisi" secara tidak formal disebut dengan TV, tivi, teve, atau tipi.

Televisi pada umumnya menyiarkan programnya secara universal, tetapi fungsi utamanya tetap hiburan. Kalaupun ada program-program yang mengandung segi informasi dan pendidikan, hanya sebagai pelengkap saja

dalam rangka memenuhi kebutuhan alamiah manusia (Effendi, 2004 : 55). Dalam banyak hal, TV juga memiliki beberapa ciri khusus yang berbeda dari jenis atau bentuk media lainnya.

Sajian gandanya, yaitu gambar dan suara mengantarkan media ini pada posisi yang khas dan menarik (Muhtadi, 1999 : 99). Inovasi terpenting yang terdapat pada televisi adalah kemampuan menyajikan komentar atau pengamatan langsung saat suatu kejadian berlangsung. Namun demikian banyak peristiwa yang perlu diketahui publik telah direncakan sebelumnya, maka penambahan kadar aktualitas juga terbatas (McQuail, 1994 : 16).

2.1.5 Pengertian Iklan

Pada dasarnya, periklanan merupakan bagian dari komunukasi massa yang memiliki tujuan untuk memperkenalkan suatu produk barang ataupun jasa. Secara sederhana iklan didefinisikan sebagai suatu pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat (Kasali, 1992:9).. Kata Iklan /*advertising* berasal dari bahasa Yunani, yang artinya "Menggiring orang pada gagasan.

Adapun pengertian iklan secara komprehensif adalah "semua bentuk aktivitas untuk menghadirkan dan mempromosikan ide, barang atau jasa secara nonpersonal yang dibayar oleh sponsor tertentu". Iklan merupakan suatu proses komunikasi yang bertujuan untuk membujuk atau menggiring

orang untuk mengambil tindakan yang menguntungkan bagi pihak pembuat iklan (Durinto, 2003:1).

Menurut Klepper dalam Widyatama (2009:15), iklan berasal dari bahasa latin *ad-vere* yang berarti mengoperkan pikiran dan gagasan kepada pihak lain. Pengertian tersebut masih bermakna umum, tidak jauh berbeda dengan Wright (1978) dalam Widyatama (2009:15), iklan diidentifikasikan sebagai bentuk penyampaian pesan sebagaimana kegiatan komunikasi lainnya. Secara lengkap dituliskan bahwa iklan merupakan suatu proses komunikasi yang mempunyai peran sangat penting sebagai al at pemasaran yang membantu menjual barang, memberikan layanan, serta gagasan atau ide-ide melalui saluran tertentu dalam bentuk informasi yang persuasif (Liliweri, 1992 dalam Widyatama, 2009:15).

2.1.6 Tinjauan Tentang Iklan Televisi

Televisi mulai dikenal di Indonesia pada tahun 1962. Televisi merupakan salah satu peningkat komunikasi yang paling diunggulkan manusia dalam peran sertanya menyampaikan suatu informasi kepada khalayak dengan praktis dan cepat. Televisi adalah media massa elektronik yang paling digemari masyarakat, apabila dibandingkan dengan media massa lainnya, seoerti radio. Hal ini disebabkan televisi merupakan penggabungan dari dua bentuk media, yaitu *audio* (dengar), dan *visual* (lihat).

Sebuah iklan agar dapat menjangkau semua lapisan masyarakat membutuhkan media sebagai sarana yang tepat untuk menyebarkan informasi secara efektif agar iklan mencapai target sasarannya. Iklan di televisi mampu menyuguhkan tontonan yang fantastis. Aneka demonstrasi produk yang dipertontonkan di televisi lambat laun menjadi sindrom gaya hidup masyarakat. Iklan televisi adalah media pemilik produk yang diciptakan oleh biro iklan, kemudian disiarkan televisi dengan berbagai tujuan, diantaranya sebagai informasi produk, dan mendorong penjualan (Bungin, 2001:39).

2.1.7 Tinjauan tentang Diskriminasi

2.1.7.1 Definisi Diskriminasi

Kata diskriminasi berasal dari bahasa latin yaitu *discriminatus* yang artinya membagi atau membedakan. Perlakuan membedakan terhadap orang lain berdasarkan kelompok tertentu merupakan diskriminasi yang dijabarkan oleh Banton (Dalam Sunarto, 2004:161).Menurut Hudaniah (2003:228) diskriminasi adalah prilaku yang diarahkan pada seseorang yang didasarkan semata-mata ada keanggotaan kelompok yang dimilikinya. Selanjutnya diskriminasi dalam UURI NO 39 tahun 1999 tentang *Hak Asasi Manusia* berbunyi sebagai berikut

> "Setiap pembatasan, pelecehan, atau pengucilan yang langsung ataupun tak langsung didasarkan pada pembedaan manusia atas dasar agama, suku, ras, etnik, kelompok, golongan, status sosial, status ekonomi, jenis kelamin, bahasa, keyakinan politik, yang berahir pengurungan, penyimpangan atau penghapusan pengakuan, pelaksanaan atau penggunaan hak asasi manusia dan kebebasan dasar dalam kehidupan baik individu maupun kolektif

> dalam bidang politik, ekonomi, hukum, sosial, budaya, dan aspek kehidupan lainnya".

Diskriminasi menurut Sears dkk (1985: 149) adalah perilaku menerima atau menolak seseorang berdasarkan (setidak-tidaknya dipengaruhi oleh) keanggotaan kelompok. Maksudnya dipengaruhi oleh keanggotaan kelompok ialah kedudukan kelompok tersebut di dalam masyarakat. Selanjutnya, menurut Theodorson dan Theodorson, (dalam Fulthoni, 2009: 3) Diskriminasi merupakan perlakuan yang tidak seimbang terhadap perorangan, atau kelompok, berdasarkan sesuatu, biasanya bersifat kategorikal, atau atribut-atribut khas, seperti berdasarkan ras, kesukubangsaan, agama, atau keanggotaan kelas-kelas sosial. Istilah tersebut biasanya akan melukiskan, suatu tindakan dari pihak mayoritas yang dominan dalam hubungannya dengan minoritas yang lemah, sehingga dapat dikatakan bahwa perilaku mereka itu bersifat tidak bermoral dan tidak demokrasi.

Diskriminasi yang terjadi dalam masyarakat biasanya diskriminasi individu dan diskriminasi institusi. Diskriminasi individu adalah tindakan seorang pelaku yang berprasangka. Diskriminasi institusi merupakan diskriminasi yang tidak ada hubungannya dengan prasangka individu melainkan dampak kebijaksanaan atau praktik berbagai institusi dalam masyarakat (Sunarto, 2004: 161). Selain diskriminasi individu dan institusi menurut Pettigrew (dalam Liliweri, 2005:221) diskriminasi dibagi menjadi diskriminasi langsung dan tidak langsung. Diskriminasi Langsung adalah tindakan membatasi suatu wilayah tertentu, seperti pemukiman, jenis pekerjaan, fasilitas umum dan semacamnya

dan juga terjadi manakala pengambil keputusan diarahkan oleh prasangka-prasangka terhadap kelompok tertentu. Sedangkan diskriminasi tidak langsung dilaksanakan melalui penciptaan kebijakan-kebijakan yang menghalangi ras/etnik tertentu untuk berhubungan secara bebas dengan kelompok ras/etnik lainnya yang mana aturan dan prosedur yang mereka jalani mengandung bias diskriminasi yang tidak tampak dan mengakibatkan kerugian sistematis bagi komunitas atau kelompok masyarakat tertentu. Diskriminasi individu merupakan diskriminasi langsung, sedangkan diskriminasi institusi merupakan diskriminasi tidak langsung (Liliweri, 2005: 222).

2.1.8 Tinjauan Tentang Kesenjangan Sosial

2.1.8.1 Definisi Kesenjangan Sosial

Kesenjangan sosial menurut adalah suatu keadaan ketidakseimbangan sosial yang ada dalam masyarakat yang menjadikan suatu perbedaan yang sangat mencolok. Menurut Andrinof A. Chaniago merupakan ketimpangan atau kesenjangan merupakan ketimpangan adalah buah dari pembangunan yang hanya berfokus pada aspek ekonomi dan melupakan aspek sosial. Ketimpangan muncul karena pengambilan kebijakan cenderung menganggap pertumbuhan ekonomi, peningkatan pendapatan perkapita dan pembangunan infrastruktur adalah tujuan utama pembangunan. Sehingga mengabaikan sikap dan perilaku sosial individu, corak ekonomi tradisional, serta keunikan yang terdapat diberbagai tempat. Dengan demikian bisa dikatakan bahwa

ketimpangan sosial merupakan dampak dari tindakan diskriminasi atau ketidakadilan terhadap seseorang. Hal ini sesuai dengan pengertian dari beberapa tokoh yaitu:

2.1.8.2 Faktor Faktor Kesenjangan Sosial

A. Faktor Terjadinya Ketimpangan Sosial

Ketimpangan sosial tidak terlepas dari beberapa faktor yang mendukung. Secara teoritis sekurang-kurangnya ada dua faktor yang dapat mendukung terjadinya ketimpangan sosial yaitu:

1. Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor-faktor yang berasal dari dalam diri seseorang. Artinya faktor yang disebabkan oleh individu karena rendahnya kualitas sumberdaya manusia seperti tingkat pendidikan (ilmu pengetahuan & keterampilan), kesehatan rendah atau terdapat hambatan budaya pada diri sendiri seperti budaya malas, sikap apatis, pandangan yang cenderung menyerah pada nasib, tidak memiliki etos kerja, dan tidak mempunyai orientasi kehidupan masa depan. Dalam penjelasan Lewis (1969), ketimpangan sosial tipe ini muncul karena masyarakat itu terkungkung dalam kebudayaan kemiskinan.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal diartikan sebagai faktor-faktor yang berasal dari luar kemampuan seseorang. Hal ini dapat terjadi karena birokrasi atau ada peraturan-peraturan resmi (kebijakan), sehingga dapat membatasi atau memperkecil akses seseorang untuk memanfaatkan kesempatan dan peluang yang tersedia. Dengan kata lain, ketimpangan sosial bukan terjadi karena seseorang malas bekerja atau tidak mempunyai kemampuan sebagai akibat keterbatasan atau rendahnya kualitas sumberdaya manusia, tetapi karena ada hambatan-hambatan atau tekanan-tekanan struktural. Ketimpangan sosial ini merupakan salah satu penyebab munculnya kemiskinan struktural.

B. Faktor Penyebab Ketimpangan sosial

1. Perbedaan Sumber Daya Alam

Kalau dilihat dari sumber daya alam di Indonesia sangatlah kaya hampir merata memiliki sumber daya alam yang berlimpah seperti Papua (tambang emas), Kalimantan (batu bara), Sumatera (Gas), dll. Sumber daya alam sarat akan kaya dari sumber daya hayati dan non-hayati. Tidaklah bisa dipungkiri pula bahwa sumber daya alam sangat berhubungan erat dengan tingkat perekonomian suatu daerah. Hal ini disebabkan oleh cara pemanfaatan sumber

daya alam yang dengan baik akan menghasilkan perekonomian yang baik namun kalau pemanfaatanya tidak baik maka akan terjadi perusakan lingkungan dan merugikan masyarakat setempat. Namun sering terjadi malah pemanfaat sumber daya daerah dilakukan oleh perusahaan asing yang tidak memihak pada pendapatan daerah. Hal demikianlah yang rentan akan terjadi ketimpangan dalam pengelolaan sumebr daya alam daerah.

2. Kebijakan Pemerintah

Kebijakan pemerintah dapat menyebabkan kesejahteraan sosial dan bisa pula menjadi ketimpangan sosial. Jika kebijakan memihak pada masyarakat semua kalangan baik atas maupun bawah maka akan terjadi keadilan dan menuju kemakmuran, namun sebaliknya kalau memihak pada kalangan atas maka akan terjadi ketimpangan. Bisa diambil permisalan kebijakan menentukan harga BBM sangat mempengaruhi kehidupan dua belah pihak atau kalangan.

3. Pengaruh Globalisasi

Masyarakat yang mampu menyikapi dan memanfaatkan globalisasi secara tepat akan mencapai kemajuan. Sementara itu, masyarakat yang tidak mampu memanfaatkan globalisasi secara tepat tidak akan mampu mengambil kesempatan yang ditawarkan globalisasi. Globalisasi juga mampu menjadikan suatu keadaan yang timpang, misalnya perkotaan lebih dipenuhi industrialisasi

dengan beragamnya atau terspesialisaniya pekerjaan sedangkan pedesaan hanya dimanfaatkan sumber daya alamnya saja.

4. Faktor Demografis

Kondisi demografis dapat mempengaruhi tingkat pertumbuhan ekonomi, sistem sosial, struktur kependudukan, perbedaan kondisi ketenaga kerjaan, tingkat pendidikan, tingkat kesehatan, dan segala hal yang berkaitan dengan penduduk. Perbedaan kondisi demografis suatu daerah acap kali menjadi penyebab terjadinya ketimpangan sosial karena perbedaan produktivitas kerja masyarakat pada setiap daerah berbeda-beda tergantung pada kualitas demografisnya.

Berikut ini adalah beberapa klasifikasi dalam bidang demografi yang utamanya berpengaruh langsung dalam menimbulkan ketimpangan sosial antar masyarakat pada suatu lingkungan:

A. Jumlah

Keterkaitan antara jumlah penduduk dengan ketimpangan sosial dalam bermasyarakat bisa dilihat dari perbedaan penduduk padat dengan wilayah sempit dan penduduk yang masih jarang dan luas wilayahnya. Wilayah padat penduduk cenderung akan memicu semakin tingginya tingkat kompetisi sedangkan dalam wilayah jarang penduduk kehidupan yang lamban karena

masih banyak yang bisa dikelola membuat penduduknya memiliki sikap santai.

B. Komposisi

Lebih lanjut mengenai seberapa fokus kependudukan berpengaruh terhadap ketimpangan sosial maka kali ini kita akan membahas tentang komposisi penduduk yang mendiami suatu wilayah lingkungan bermasyarakat, semisal saja yakni interaksi sosial antara satu wilayah lingkungan dengan rata-rata pekerja lapangan dengan pekerja kantoran pastilah akan jauh berbeda, kehidupan di lapangan akan memicu lebih banyak interaksi antar beragam masyarakat yang berbeda setiap pergantian waktunya, sedangkan masyarakat kantoran cenderung lebih cuek dengan sekitar dan pastinya fokus mereka lebih kepada tumpukan kerjaan di atas meja yang tiada habisnya

C. Persebaran

Sedangkan masalah yang meliputi tentang persebaran penduduk yakni hampir tak berbeda jauh dengan masalah jumlah kependudukan, akan tetapi biasanya daerah dengan persebaran penduduk tidak merata akan semakin memperparah tingkat ketimpangan sosial dalam masyarakat, wilayah pusat

dengan peminat yang tinggi dari berbagai daerah bisa memicu berbagai macam peningkatan tingkat kriminalitas sedangkan pada daerah terpencil tanpa penduduk padat maka seringkali tingkat produktifitas sumber daya kurang dapat dimaksimalkan, dan ini menjadi suatu jurang pemisah yang amat nyata bagi perbedaan diantara kedua jenis lingkungan bermasyarakat tersebut

5. Letak dan Kondisi Geografis

Letak dan kondisi geografis Indonesia mempengaruhi tingkat pembangunan suatu masyarakat. Masyarakat yang tinggal didataran rendah pada umumnya lebih mudah membangun berbagai infrastruktur, sementara itu masyarakat yang tinggal dataran tinggi memerlukan waktu dan proses panjang dalam pembangunan yang terkendala oleh bentang alam yang menanjak dan tidak merata.

D. Bentuk-bentuk Ketimpangan Sosial

1. Ketimpangan di bidang Gender

Ketimpangan gender adalah kondisi di mana terdapat ketidaksetaraan antara laki-laki dan perempuan dalam kehidupan keluarga, bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Di berbagai sektor kehidupan banyak indikator menunjukan perempuan tertinggal dibandingkan laki-laki dalam hal memperoleh kesempatan, peluang dan hasil-hasil pembangunan. Terlihat dari

banyaknya perempuan hanya dipekerjakan sebagai tenaga kerja wanita yang dikirim keluar negeri. Selain itu, saat ini wanita masih dianggap sebagai manusia kedua yang hanya bekerja di sumur, kasur, dan dapur saja. Hal ini diperkuat oleh pandangan masyarakat yang tradisional dengan berpegang teguh pada pandangan wanita tidak ada guna untuk disekolahkan setinggi-tingginya.

2. Ketimpangan di bidang Pendidikan

Jika dilihat dari segi edukasi ataupun latar belakang pendidikan dalam contoh yang paling mendasar dapat dengan mudah kita temui realita di sekitar kehidupan lingkungan kita, pada umumnya anak pusat perkotaan akan memiliki keunggulan mutu baik dari segi ketersediaan bahan penunjang materi ajar, ketersediaan tenaga ajar yang memadai serta berbagai fasilitas pendidikan lain yang maksimal namun biasanya kendala mereka justeru terbentur pada mentalitas anak didik yang kurang dapat memanfaatkan fasilitas yang ada dan pendidikan justru tak jarang sering terkalahkan dengan berbagai hiburan hedon khas pusat kota yang mengganggu fokus anak didik tersebut.

Sedangkan saat kita menilik pada kehidupan daerah yang umumnya pinggiran, dengan tentu saja materi ajar serja guru pengajar dan fasilitas pendidikan yang umumnya terbelakang namun kita jumpai semangat anak

didik yang begitu menyala demi mendapat pendidikan di sekolah-sekolah, tak mereka hiraukan betapa sulit kemungkinan medan dan juga seberapa jauhpun jarak yang musti mereka tempuh demi dapat menuntut ilmu di sekolah dan bertemu dengan kawan dan guru untuk belajar bersama demi harapan masa depan yang semakin gemilang.

3. Ketimpangan di bidang Kesehatan

Hal yang tidak begitu jauh berbeda pula terjadi pada kondisi kesehatan masyarakat yang senantiasa berbeda dan timpang yang pada umumnya dapat dibandingkan dengan wilayah pusat dan pinggiran kota, wilayah pusat dengan beragam alat kesehatan memadai segala penyakit dapat diatasi sejak dini namun umumnya segala keluhan penyakit datang dari beragam makanan instan kurang sehat yang menjadi konsumsi utama masyarakat kota dengan tingkat kesibukan yang luar biasa.

Sedangkan dalam wilayah pinggiran tentulah berbagai tenaga serta alat medis masih sangat terbatas demi memberi pertolongan pada terjadinya beragam keluhan penyakit, pada umumnya konsumsi makanan dengan bahan berbahaya dari segi kimia masih dapat dikendalikan namun fokus utama

pencetus penyakit pada kalangan pinggiran yakni dikarenakan betapa minimnya kesadaran masyarakat akan kebersihan pribadi dan lingkungan yang masih sulit diusahakan demi tercapainya kesehatan yang maksimal, hal ini juga memicu beragam macam penyakit berbeda yang menjadi ciri khas dari wilayah yang berbeda.

4. Ketimpangan di bidang Pendapatan

Paling erat kaitannya dengan finansial yakni mengenai ketersediaan sumber daya baik dari segi alam maupun manusia yang mampu menopang pergerakan suatu roda perekonomian, pada umumnya wilayah pusat perkotaan adalah suatu wilayah penguasa ekonomi dikarenakan potensi mereka dalam mengelola bahan yang ada lebih besar ketimbang apa yang bisa diusahakan oleh para penduduk dari wilayah pinggiran, tentunya hal ini juga tak terlepas dari kucuran modal yang dipunya serta beragam latar belakang pendidikan yang dienyam.

E. Dampak Ketimpangan Sosial

Ketimpangan sosial selalu meninggalkan jejak baik positif maupun negatif. Berikut ini dampak dari ketimpangan sosial :

1. Dampak Positif

a. Ketimpangan sosial dapat menjadi suatu stimulasi ampuh bagi beberapa wilayah untuk terus memaksimalkan potensi mereka demi menuju ke arah yang senantiasa lebih baik lagi

b. Ketimpangan sosial juga dapat menumbuhkan rasa empati antar golongan untuk membantu yang lain demi mendapatkan kesetaraan yang sudah semestinya

c. Ketimpangan sosial meminimalisir mental individu yang biasanya gampang cepat puas, dengan ini mereka akan terus didorong untuk mengontribusikan yang lebih baik dari diri mereka masing-masing

d. Mengajarkan pada masyarakat mengenai arti tentang kehidupan yang beragam, dengan begini maka mentalitas keterbukaan serta pengertian akan lebih mudah untuk diterapkan secara lebih nyata

e. Mendorong manusia untuk lebih pandai bersyukur atas apa yang dipunyainya beserta menjadikan mereka lebih berserah yang disertai dengan harapan untuk berusaha lebih ikhlas dalam mengusahakan apa-apa yang mereka harapkan

2. Dampak Negatif

a. Cenderung memicu kesombongan dan juga keputusasaan di sisi yang lainnya, hal ini bisa diminimalisir dengan berperannya golongan yang

bertanggung jawab di bidangnya semisal pemerintah untuk lebih mengajarkan masyarakat tentang empati dan juga bekerja keras

b. Cenderung memicu tingginya kriminalitas yang diakibatkan oleh kecemburuan sosial, kembali lagi hal yang musti diperhatikan adalah mengenai mentalitas individu, yang mampu harus dilatih menjauhi sifat pelit dan semena-mena sedangkan yang kurang mampu harus dilatih untuk berusaha pada jalan yang benar.

2.1.8.3 Teori Kelas Sosial Karl Marx

Marx tidak pernah membahas tentang arti dari Kelas Sosial. Mungkinbagi Marx seakan-akan arti itu sudah sangat jelas. Arti kelas Sosial Menurut Lennin di anggap sebagai golongan sosial dalam sebuah tatanan masayarakat yang ditentukan oleh posisi tertentu dalam proses produksi (Franz Magnis-Suseno : 111). Tetapi itu belum terlalu jelas karena masih ada pertentangan.

Menurut Marx golongan sosial adalah gejala khas pada masyarakat pascafeodal, sedangkan golongan sosial dalam masyrakat feodal atau masyarakat kuno disebut dengan Kasta. Seperti contoh di Indonesia dalam masa kerajaan sudah mengenal tentang pembagian masyarakat (kasta) atau dalam masyarakat Bali disebut Catur Varna yaitu pembagian gelar menurut

keahlianya. Dasar Anggapan Marx tentang kelas sosial bahwa sebuah kelas sosial baru di anggap kelas dalam arti yang sebenarnya, apabila dia bukan hanya secara(objektif) merupakan golongan dengan kepentingan sendiri, melainkan juga sebagai(subjektif) menyadari sebagai kelas, sebagai golongan khusus yang mau memperjuangkannya.

Dari pernyataan tersebut belum sepenuhnya dapat mengartilkan tentang arti kelas sosial. Istilah "kelas" di artikan sebagai posisi atau kedudukan tertentu dalam proses produksi, tetapi disebutkelas sosial jika golongan tersebut menyadari sebagai kelas, sebagai golongan khusus yang mau memperjuangkannya.

A. Kelas Atas dan Kelas Bawah (Borjuis dan Proletar)

Menurut Karl Marx Pelaku utama dalam perubahan sosial bukanlah individu tertentu, tetapi kelas-kelas sosial. Bukan hanya kelas sosial apa yang ditemukan, tetapi struktur kekuasaan yang ada dalam kelas sosial tersebut. Menurut Marx, dalam kelas-kelas ada yang berkuasa dan yang dikuasai.

Dalam masyarakat kapitalis terdiri dari tiga kelas yang diantaranya adalah kelas buruh (mereka hidup dari upah), kaum pemilik modal (hidup dari laba) dan para tuan tanah (hidup dari rente tanah) (Franz Magnis-Suseno :113). Dengan adanya kelas-kelas itu terjadi adanya keterasingan pekerjaan karena orang-orang yang bekerja berbeda dalam kelas, yaitu kelas buruh dan

kelas majikan. Kelas para majikan memiliki alat-alat produksi, pabrik, mesin dan tanah. Sedangkan kaum buruh bekerja dan terpaksa menjual tenaganya mereka kepada para majikan karena tidak memiliki sarana dan prasarana. Oleh karena itu, hasil dari pekerjaan itu bukan lagi milik para pekerja tetapi juga milik para majikan.

Jadi, dalam masyarakat kapitalis ada dua kelas yang saling membutuhkan dan saling bergantung, yaitu kelas buruh dan kelas kaum pemilik. Kaum buruh hanya dapat bekerja jika ada pemilik yang membuka lapangan pekerjaan. Dan para majikan hanya mendapat keuntungan jika para pekerja berkerja di tempatnya karena mereka yang beruntung mempunyai alat-alat produksi. Tetapi saling ketergantungan itu tidak terlalu adil khususnya bagi buruh karena kaum buruh tidak dapat hidup apabila tidak mendapat pekerjaan, sedangkan majikan walaupun tidak mendapat pendapatan karena tidak mempunyai para pekerja, tetapi mereka masih bisa hidup dari modal dan keuntungan yang dikumpulkan selama pabriknya berjalan dan ia pun masih bisa menjual pabriknya bila perlu. Dengan adanya anggapan seperti itu, bahwa kelas pemilik adalah kelas yang kuat dan para pekerja adalah kelas yang lemah.

Keuntungan yang diperoleh dari kelas atas dari kedudukan itu adalah bahwa mereka tidak perlu bekerja sendiri, karena dapat hidup dari keuntungan yang didapat dari para buruh yang bekerja. Hubungan antara kelas atas dan

kelas bawah adalah suatu hubungan kekuasaan dengan tujuan kaum buruh agar tetap bekerja untuk kepentingan para majikan dengan cara menggunakan tenaga dari buruh. Karena itu, kelas atas adalah kelas penindas bagi kelas bawah.

Individu, Kepentingan Kelas dan Revolusi

Menurut Marx, Pertentangan antara kelas atas dan kelas bawah bukan karena adanya perasaan iri atau egois, tetapi karena adanya kepentingan yang obyektif. Marx menulis : “Masalahnya bukan apa yang dibayangkan sebagai tujuan oleh seorang proletar atau pun seluruh proletariat. Masalahnya ialah proletariat itu apa dan apa yang akan, secara historis, terpaksa dilakukan berdasarkan hakekatnya itu”(Franz Magnis-Suseno : 116).

Dari saling ketergantungan itu ada maksud-maksud tersembunyi dari kelas buruh. Kelas majikan yang menginginkan keuntungan sebanyak-banyak dalam sebuah persaingan bebas, sehingga kelas majikan ingin membiayai kelas buruh dengan serendah mungkin. Dan sebaliknya, buruh ingin mendapatkan upah sebanyak-banyaknya dan mengurangi jam kerja serta ingin mengusai pabrik-pabrik tempat mereka bekerja. Di saat kelas majikan melemah dalam arti sudah tidak mampu menguasai ekonominya dan di saat itu lah kelas buruh semakin mampu mengusai kepentingan mereka, sehingga terjadi revolusi dan hak milik pribadi dari kelas buruh dapat terhapuskan.

Dalam teori Marx ini ada beberapa hal yang penting . Pertama, bahwa peran ekonomi dan peran kekuasaan yang penting karena kepentingan mereka sangat ditentukan oleh kekdudukan mereka masing-masing. Kedua, kelas atas tidak menginginkan adanya perubahan karena kelas atas sudah mantap dan mampan dengan dengan harta yang dimiliki, sehingga kelas atas secara langsung tetap mempertahankan statusnya sebagai kelas atas. Sebaliknya, kelas bawah sangat menginginklan perubahan karena meraka tertindas dan perubahan atau revolusi merupakan jalan satu-satunya agar mereka bisa lebih maju. Ketiga, kelas bawah yang sudah lama tertindas mempunyai keinginan untuk menaklukan kelas atas,sebaliknya kelas atas akan tetap mempertahankan peran kekuasaannya sebagai kelas atas. Karena itu, perubahan sosial akan hanya dapat tercapai dengan jalan revolusi.

Maka itu lah, mengapa marxisme menentang semua usaha untuk perdamaian kelas atas dan kelas bawah yang saling bertentangan karena usaha perdamaian kelas atas dan kelas bawah hanya akan menguntungkan kelas atas dan memberhentikan usaha kelas bawah untuk membebaskan diri dari penindasan.

2.1.8.4 Kondisi Sosial Ekonomi

Kondisi sosial ekonomi adalah suatu keadaan atau kedudukan yang diatur secara sosial dan merupakan seseorang dalam posisi tertentu dalam

struktur sosial masyarakat pemberian posisi ini disertai pula dengan seperangkat hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh pembawa status.

Menurut Krench, kehidupan sosial ekonomi seseorang atau keluarga diukur melalui pekerjaan, tingkat pendidikan, pendapat. Sedangkan Werner memberikan ciri ciri berupa pekerjaan, pendapatan, jenis rumah tinggal dan daerah tempat tinggal. Sementara menurut Sugihen kondisi ekonomi dan sosial seseorang cenderung menjadi rujukan penentuan statusnya dalam masyarakat. Ukuran yang dipakai didasarkan pada salah satu atau kombinasi yang mencakup tingkat pendapatan, pendidikan, prestise atau kekuasaan. Menurut Koentjaraningrat selain factor pekerjaan, pendapatan, dan pendidikan, factor lain yang serong diikutsertakan oleh beberapa ahli lainnya adalah perumahan, kesehatan, dan sosialisasi dalam lingkungan masyarakat.

2.1.8.5 Teori Liminalitas Victor Turner

A Discussion of Victor Turner's Processual Symbolic Analysis sumbangan utama dari Victor Turner terletak pada usaha pemahaman ekspresi agama yang berupa konsep mengenai proses yang ada dalam upacara. Konsepnya mengenai liminalitas sebagai suatu jembatan penghubung; yaitu yang tidak berstruktur, bersifat transisi, dan merupakan suatu tingkat atau fase tanpa klasifikasi, merupakan pencerminan dari pandangannya mengenai upacara dan agama sebagai suatu sistem yang bersifat formatif dan reflektif. Dengan melalui fase liminalitas, upacara mendasari suatu proses transformasi dan

yang secara bersamaan mengabsahkan kembali kategori-kategori lama yang bersifat struktural dan yang sementara itu juga berfungsi sebagai "pusat kekuatan pendorong bagi berbagai kegiatan" bagi penciptaan bentuk-bentuk baru dari konsep-konsep yang bersifat struktural.

Dengan demikian, hubungan antara upacara dengan struktur sosial terletak pada kesanggupan dari upacara untuk dapat menempatkan dirinya diatas kedudukan satuan struktur sosial dengan melalui fase liminal atau fase anti-struktural. Sehingga, hubungan antara upacara dengan struktur sosial tersebut memungkinkan bagi dapat tetap hidup dan menyerapnya upacara tersebut dalam berbagai kegiatan sekuler yang terstruktur yang terletak di luar konteks upacara itu sendiri. Dalam hal ini upacara berperan sebagai pedoman bagi semua fase-fase dan semua aspek-aspek pengalaman kebudayaan dengan melalui berbagai bentuk proses yang dilalui oleh setiap individu. Dengan kata lain, upacara adalah juga suatu sumber bagi penciptaan ide-ide baru yang didorong untuk dihidupkan pada masa liminal, maupun sebagai sumber bagi terwujudnya *status quo* dalam pelaksanaannya.

Dimensi dalam sebuah proses ritual menurut Victor Turner yaitu:

1. *Process analysis* : yaitu mempelajari proses *spirito-psycho-social* yang terjadi, aspek metodikal dan tahapan-tahapannya (fase-fase transformasi).

2. *Symbolic theory* : yaitu memahami makna-makna simbolis yang direpresentasikan.

3. *Structure dan anti-structure* : sebagaimana nantinya akan kita lihat bahwa ritual memiliki kaitan yang sangat erat dalam formasi sebuah struktur kemasyarakatan maupun deformasi (pengubahan) sebuah struktur yang mapan. Disini sebuah ritual dipelajari dalam kaitannya dengan kerangka struktur kemasyarakatan maupun fungsinya sebagai penjaga social order.

4. *Liminal*: Liminal state adalah sebuah kondisi yang terdapat dalam suatu peralihan/tranformasi, dimana terdapat disorientasi, ambiguitas, keterbukaan, dan ketidakpastian *(indeterminancy)*. Dalam liminal state inilah maka dimungkinkan terjadinya perubahan-perubaha, misalnya: status sosial, *personality value*, atau identitas pribadi. Jadi dengan kata lain, liminality adalah sutu periode transisi dimana pikiran normal, *self-understanding* dan tingkah laku dalam kondisi relax, terbuka dan *receptive*untuk menerima perubahan.

Masalah yang berkenaan dengan model yang telah diajukan oleh Victor Turner adalah: (1) Bentuk simbolik yang berlandaskan pada dasar

primordial yang nampaknya sukar untuk diterima karena hal itu hanya meninggalkan ruang yang amat kecil bagi adanya kekhususan ekspresi-ekspresi kebudayaan yang bersumber atau berlandaskan pada kenyataan-kenyataan sosial dan ekonomi yang ada setempat, dan juga yang khususnya berkenaan dengan berbagai konsep sosial dan ekonomi warga masyarakat setempat yang diselimuti oleh dan berada dalam cakupan pemikiran keagamaan; (2) Nampaknya juga agak sukar untuk dengan begitu saja menerima pendapatnya bahwa masa liminal dalam struktur upacara adalah bersifat destruktif terhadap struktur tersebut. Karena simbol-simbol yang ada di dalam dan yang digunakan untuk mendefinisikan masa liminal itu terstruktur secara ketat dan harus dilihat dalam kaitannya dengan satuan-satuan struktural lainnya dimana si individu itu berasal dan kemana dia akan kembali lagi ke tempat asalnya tersebut. Hakekat dari masa liminal sebenarnya bersifat reflektif dan formatif, dan hal ini akan nampak lebih jelas bila diekspresikan dengan menggunakan referensi-referensi transformatif yang konkrit yang berasal dari atau yang ada dalam lingkungan struktural yang bersifat non-ritual atau yang bukan upacara; (3) Bila simbol-simbol itu barulah mempunyai makna pada masa liminal (yaitu setelah diisolasi dari sistem klasifikasinya yang bersifat struktural), dan bila inti dari motif pemikiran simbolik itu sifatnya adalah organik dan primordial, maka dalam hal ini sebenarnya Turner telah menyatakan bahwa sumber fungsional dari bentuk simbolik dan pemikiran keagamaan serta tindakan upacara itu berasal

dari luar (kalau dilihat dalam kaitannya dengan kategori-kategori dan tingkat-tingkat struktural yang ditransformasikan dan didefinisikannya). Dengan demikian maka Turner melihat bahwa kekuatan-kekuatan yang mendorong dan menciptakan unsur-unsur bagi penciptaan kebudayaan yang memberi keterangan atau informasi secara struktural sebagaimana yang dikatakannya berasal dari luar terhadap struktur itu sendiri, memberi kesan adanya pertentangan dalam konsep-konsepnya. Seharusnya, baik proses mediasi atau perantaraan maupun pendorongan bagi penciptaan dalam struktur-struktur itu secara struktural dan fungsional ada dalam sistem itu sendiri.

Di antara sejumlah analisa Turner mengenai struktur upacara dan isi simboliknya yang akan dikaji adalah yang berkenaan dengan: (1) sistem dualisme dan triadisme; (2) dasar fisiologi dari simbol; dan (3) liminalitas sebagai suatu konsep yang bersifat akomodatif untuk transformasi.

Pada hakekatnya simbol-simbol itu dilihat oleh Turner sebagai bersifat dualistik, tetapi “setiap bentuk dualisme diisi dengan suatu model klasifikasi yang lebih luas lagi”. Konteks dari tempat atau kedudukan dari simbol dalam upacara menentukan corak hubungannya secara konseptual dengan sistem simbolik dari upacara itu sendiri sebagai suatu keseluruhan. Jadi, seperti ditunjukkan dalam contoh yang dibahas dalam uraiannya, warna merah sebagai warna penghubung antara warna hitam dan warna putih sebenarnya merupakan suatu sistem dualisme dalam sistemnya sendiri. Dalam

kenyataannya, warna putih dan warna hitam sebagai dua puncak warna yang paling bertentangan, tetapi sebagai suatu sistem binari dipertentangkan dengan warna merah sebagai dua satuan yang berbeda atau bertentangan karena warna merah bersifat ambivalen; jadi dapat berfungsi sebagai penghubung karena sifatnya sebagai simbol yang berciri ganda.

Jadi menurut Turner, sistem tersebut bersifat triadik atau segitiga dan bersifat fleksibel menurut konteksnya. Secara konseptual simbol-simbol dilihat melalui posisinya dalam struktur triadik, dan karenanya dapat dimanipulasi melalui ketidak-hadirannya dan melalui sifat ambivalensi, yang ada dan yang memang menjadi sifat hakekatnya, ke arah simbol-simbol lainnya yang berada di sekelilingnya.

Menurut Turner, hakekat bentuk simbolik yang mendasar dan kuat serta tersebar luas dalam kehidupan manusia adalah karena simbol-simbol itu bersumber pada hakekat asal mula manusia itu sendiri yang dinamakannya sebagai dan berasal dari dalam "pengalaman biologi yang primordial". Organisme tubuh manusia yang bersama-sama dengan "pengalamannya yang penting serta penuh dengan makna" berfungsi sebagai semacam pola yang digunakan untuk menciptkan sesuatu secara simbolik" bagi kepentingan untuk mengkomunikasikan isi upacara. Dibalik kesemuannya ini maka yang paling mendasar dari hakekat primordial dan kemanusiaan itu adalah sistem-sistem klasifikasi, dan yang secara simbolik telah diperluas cakupan-cakupannya.

Dengan demikian maka Turner melihat bahwa kekuatan-kekuatan yang mendorong dan menciptakan unsur-unsur bagi penciptaan kebudayaan yang memberi keterangan atau informasi secara struktural sebagaimana yang dikatakannya berasal dari luar terhadap struktur itu sendiri, memberi kesan adanya pertentangan dalam konsep-konsepnya. Seharusnya, baik proses mediasi atau perantaraan maupun pendorongan bagi penciptaan dalam struktur-struktur itu secara struktural dan fungsional ada dalam sistem itu sendiri.

Turner melihat bahwa upacara berperan untuk membuat individu dapat menjadi cocok dengan masyarakatnya dan membuatnya dapat menerima aturan-aturan yang berlaku. Yang sebenarnya patut diperhatikan dalam pengkajian mengenai hubungan antara struktur sosial dengan agama dan upacara adalah dalam hal kaitannya dengan kenyataan-kenyataan sosial dan ekonomi yang ada dalam lingkungan hidup yang dihadapi oleh para pelakunya dalam masyarakat. Sehingga pertanyaan-pertanyaan yang berkenaan dengan relevansi dari sesuatu keyakinan keagamaan dan upacara yang dilihat sebagai struktur sosial ataupun sebagai corak hubungan yang terwujud antara struktur sosial dengan agama dan upacara, bukanlah harus dilihat dalam konteks struktur itu sendiri tetapi dalam suatu konteks yang lebih luas dan berlandaskan pada kehidupan yang nyata yang dihadapi oleh para pelaku yang bersangkutan. Karena, agama mempunyai berbagai fungsi

penting yang terwujud dalam berbagai cara yang berbeda dalam kehidupan sosial manusia.

Kritik terhadap model yang diajukan Turner, yaitu kegagalan untuk memperhitungkan atau memasukkan konsepsi hakiki, simbolik, dan yang bersifat dialektik dalam suatu cara khusus secara kebudayaan dan kesukaran dalam memahami perubahan sosial dan ekonomi dengan menggunakan model-model struktural seperti tersebut di atas, dengan perkecualian adalah modelnya Turner yang memasukkan konsep komunitas atau "communitas". (Sri Fitri Ana, Antropologi, Universitas Indonesia)

2.1.9 Tinjauan tentang Semotika

Semiotika adalah suatu bidang studi yang mempelajari tentang tanda dan cara tanda-tanda tersebut bekerja. Studi tentang tanda dan segala yang berhubungan dengannya, cara berfungsinya, hubungan dengan tanda-tanda lain, pengirimannya dan penerimaannya oleh mereka yang menggunakannya. Menurut Preminger ilmu ini menganggap bahwa fenomena sosial atau masyarakat dan kebudayaan itu merupakan tanda-tanda. Semiotika memperlajari sistem-sistem, aturan-aturan, konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda-tanda tersebut mempunyai arti (Rachmat, 2012 : 265).

Manusia memiliki kemampuan yang lebih dibandingkan dengan makhluk lainnya dalam hal komunikasi, yaitu kemampuannya menciptakan bahasa simbolik. Setiap aktivitas manusia setiap harinya melakukan proses komunikasi,

inilah yang menjadikan komunikasi hakikat yang pokok. Semiotika adalah suatu bidang studi atau metode analisis untuk mengkaji tentang tanda. Tanda-tanda yang merupakan bagian dari kehidupan manusia dalam menggungkapkan sesuatu. Tanda-tanda (*signs*) adalah basis dari seluruh komunikasi (Littlejohn, 1996 : 64).

Daniel Chandler mengatakan *"The shortest definition is that it is the study of sign"* dan juga ada yang menyatakan *"The study of how a society product meanings and value in a communication system is called semiotic from the greek term semion. "sign".* Studi tentang bagaimana masyarakat memproduksi makna dan nilai-nilai dalam sebuah sistem komunikasi disebut semiotika, yang berasal dari kata *semion,* yaitu, yang berarti "tanda". Disebut juga sebagai *semeiotikos,* yang berarti "teori tanda".

Semiotika adalah studi tentang pertanda dan makna dari sistem tanda ilmu tentang tanda tentang bagaimana makna dibangun dalam "teks" media atau studi tentang bagaimana tanda dari jenis karya apapun dalam masyarakat yang mengkomunikasikan makna (John Fiske, 2007 : 282). Umberto Eco dan Hoed dalam Sobur (2013 : 15) mengemukakan bahwa kajian semiotika sampai saat ini membedakan dua jenis semiotika, yaitu semiotika komunikasi dan semiotika signifikasi. Semiotika komunikasi menekankan pada teori tentang produksi tanda yang salah satunya mengasumsikan adanya enam faktor dalam komunikasi, yaitu pengirim, penerima kode, pesan, saluran komunikasi dan acuan. Sementara itu semiotika signifikasi memberi tekanan pada teori tanda dan pemahamannya

dalam suatu konteks tertentu. Perbedaan antara semiotika komunikasi dengan semiotika signifikasi terletak pada tingkat pemahamannya.

Pada semiotika signifikasi segi pemahaman suatu tanda hingga proses kognisinya pada penerima tanda jauh lebih diperhatikan dibanding proses komunikasinya, sehingga tujuan komunikasinya sedikit terabaikan. Kebanyakan pemikiran semiotika melibatkan dasar *triad of meaning* yang menegaskan bahwa arti muncul dari hubungan antara tiga hal : benda (yang dituju), manusia (penafsir), dan tanda. Dasar dari semiotika adalah representasi yang selalu dimediasi oleh interpretasi sadar seseorang dan interpretasi atau arti apa pun bagi sebuah tanda akan mengubah satu situasi ke situasi lainnya. Banyak ahli yang meneliti kajian studi semiotika, sebut saja Ferdinand de Saussure, Charles Sanders Peirce, Roland Barthes, Baudrillard, Umberto Eco, Leuwen, John Fiske, Danesi, Arthur Asa Berger dan masih banyak ahli lainnya.

Menurut John Fiske (2004) dalam bukunya *Cultural and Communication Studies*" terdapat tiga bidang studi utama dalam semiotika, yakni:

1. Tanda itu sendiri. Hal ini terdiri atas studi tentang berbagai tanda yang berbeda itu dalam menyampaikan makna, dan cara tanda-tanda itu terkait dengan manusia yang menggunakannya. Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami dalam artian yang menggunakannya.

2. Kode atau sistem yang mengorganisasikan tanda. Studi ini mencakup cara berbagai kode dikembangkan guna memenuhi kebutuhan suatu masyarakat atau budaya atau untuk mengeksploitasi saluran komunikasi yang tersedia untuk mentransmisikannya.
3. Kebudayaan tempat kode dan tanda bekerja. Ini pada gilirannya bergantung pada penggunaan kode-kode dan tanda-tanda itu untuk keberadaan dan bentuknya sendiri. (Fiske, 2004:60)

Semiotika juga merupakan proses untuk menginterpretasi kode dan pesan yang direpresentasikan oleh media agar penonton dapat memahami makna yang tersimpan dalam sebuah teks. Teks menurut Roland Barthes memiliki arti yang luas. Teks tidak hanya berkaitan dengan aspek linguistik saja. Semiotik dapat meneliti teks dimana tanda-tanda terkodifikasi dalam sebuah sistem. Dengan demikian semiotik dapat meneliti bermacam-macam teks seperti berita, film, iklan, fashion, fiksi, puisi, dan drama. Dalam kehidupan manusia, manusia dipenuhi dengan tanda-tanda, baik tanda-tanda alam, maupun tanda buatan. Manusia berkomunikasi pun di maknai banyak tanda. Di sinilah daya tarik semiotika untuk mengungkapkan makna-makna yang secara langsung atau tidak. Semiotika pun membantu dalam menemukan makan dari pesan-pesan yang disampaikan oleh orang lain, bisa disengaja atau tidak.

2.2 Kerangka Teoritis

Semiotika menaruh perhatian pada papun yang dapat dinyatakan sebagai tanda. Sebuah tanda adalah semua hal yang dapat diambil sebagai penanda yang mempunyai arti penting untuk menggantikan sesuatu yang lain. Sesuatu yang lain tersebut tidak perlu harus ada, atau tanda itu secara nyata ada di suatu tempat pada suatu waktu tertentu. Dengan begitu, semiotika pada prinsipnya adalah sebuah disiplin yang mempelajari apapun yang bisa digunakan untuk menyatakan suatu kebohongan. Jika sesuatu tersebut tidak dapat digunakan untuk mengatakan suatu kebohongan, sebaliknya tidak bisa digunakan uuntuk mengatakan kebenaran (Breger, 200 dalam Sobur, 2009:18).

Semiotika, atau dalam istilah Barthes, semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*Humanity*), memaknai hal –hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek – objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek – objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda (Barthes, 1988:179 dalam Sobur, 2009:15).

Roland Barthes dikenal sebagai salah seorang pemikir strukturalis yang getol mempraktikan model linguistik dan semiologi Saussurean. Barthes melontarkan konsep tentang konotasi dan denotasi sebagai kunci dari analisisnya. Barthes menggunakan versi sederhana dalam membahas medel tanda-tanda *glossematic*. Dalam setiap eseinya, Barthes, membahas fenomena keseharian yang luput dari

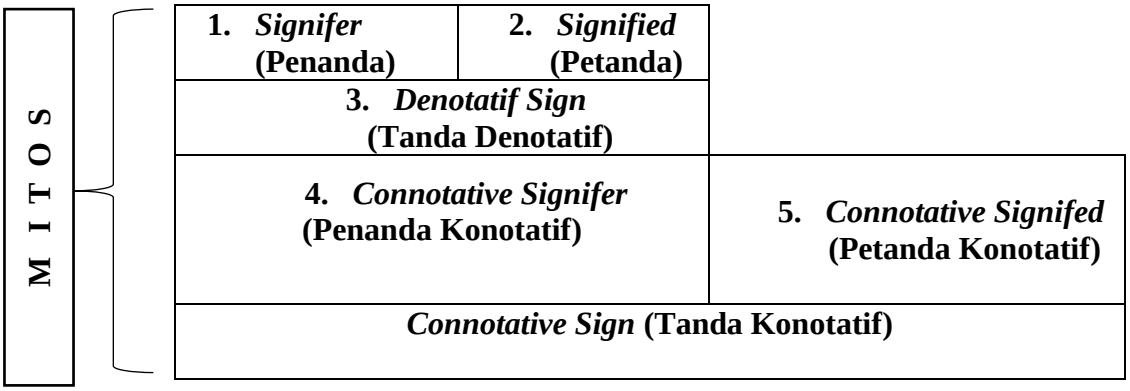
perhatian. Dia menghabiskan waktu untuk menguraikan dan menunjukan bahwa konotasi yang terkandung dalam mitologi-mitologi tersebut biasanya merupakan hasil konstruksi yang cermat (Sobur 2013 : 68). Salah satu yang penting dalam studi analisisnya Barthes adalah peran pembaca.

Konotasi yang merupakan sifat asli tanda, agar berfungsi dibutuhkan keaktifan dari pembaca. Dan Konotasi mempunyai makna yang subjektif atau paling tidak intersubjektif. Dengan kata lain, denotasi merupakan apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek, sedangkan makna konotasi adalah bagaimana cara menggambarkannya. Banyak ahli semiotika yang meneliti dan mengkaji semiotika. Tetapi dari sekian banyak ahli Roland Barthes menjadi satu-satunya yang menyisipkan mitos dalam inti teorinya.

Dalam kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebut dengan "mitos", dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. (Budiman, 2001 : 28, dalam Sobur 2013 : 71). Jika diurutkan dalam teori penelitian semiotika Roland Barthes ada tiga hal didalamnya yakni, Denotatif, Konotatif dan Mitos. Sistem pemaknaan yang kedua disebut *konotatif*, dan *denotatif* merupakan pemaknaan tataran pertama. Denotatif yang merupakan ungkapan secara nyata dan kasat mata, contohnya adalah balon itu berbentuk bulat, anjing itu mengeluarkan suara dengan menggonggong dan masih banyak contoh lainnya. Kedua, konotatif merupakan ungkapan tanda-tanda atau simbol yang tersirat dari sebuah hal. Misalnya, penggunaan warna sebagai identitas. Lain dengan mitos. Mitos terbentuk dan

berkembang dibenak masyarakat karena penginterpretasian masyarakat dari apa yang terlihat sebagai denotaso dan tanda yang tersirat dari hal tersebut yang disebut dengan konotasi.Barthes yang menyebutkan semiotika dengan sebutan semiologi, mengemukakan bahwa semiologi pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Dalam hal ini memaknai (*to signify*) tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Sebab memaknai bukan hanya berarti bahwa objek-objek yang diteliti tidak hanya membawa informasi, tetapi juga mengonstitusi sistem terstruktur dari tanda (Sobur, 2013 : 15). Dan menurut Barthes bahasa merupakan sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu.

Gambar 2.1
Peta Tanda Roland Barthes

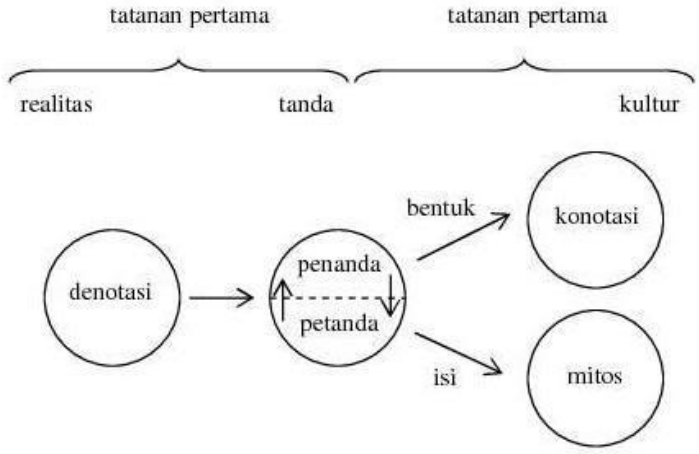


Sumber : Sobur, *Semiotika Komunikasi* 2013

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 & 5). Dari keseluruhan pemaknaan dari tanda di atas yang nantinya akan membentuk suatu hasil, yakni mitos pada masyarakat.

Gambar 2.2
Signifikasi dan Mitos Rolland Barthes



Sumber : Nawiroh Verra, *Semiotika dalam riset komunikasi* 2014

Dalam konsep Barthes ini, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung keduaa bagian, tanda denotatif yang melandasi keberadaannya (Sobur, 2013 : 69). Dalam penelitian ini, peta tanda Barthes berfungsi sebagai acuan dan batasan bagi penulis dalam penelitiannya. Makna denotatif pada dasarnya, meliputi hal-hal yang ditunjukan oleh kata-kata (yang disebut dengan makna drefrensial). Makna denotatif biasanya banyak ditemukan dalam kamus. Dicontohkan dalam kamus misalkan kata “kuda” berarti “sejenis hewan”. Makna konotatif ini segala gambaran, ingatan terhadap kata kuda. Konotasi merupakan bentuk-bentuk dari komunikasi yang di dalamnya mengarah kepada makna-makna kultural yang terpisah/ berbeda dari kata.

2.2.1 Mitos dalam Tayangan Iklan (Televisi): Roland Barthes dan Ideologi

Perspektif kritis media berupaya mempertautkan hubungan antara media massa dan keberadaan struktur sosial. Ragam analisis kritis umumnya menguji kandungan-kandungan makna ideologis media melalui pembongkaran terhadap isi media atau ”teks”. Untuk dapat membongkar sebuah makna ideologis dari praktik pertandaan, diperlukan prinsip-prinsip intratektualitas dan intertekstualitas. Dimulai dengan analisis bersifat teknis (kode-kode verbal dan nonverbal dalam iklan), kajian semiotika senantiasa menghubungkan isi teks dengan ”teks” lain berupa isi media lain dan bahkan fenomena sosiokultural masyarakat yang lebih luas.

Salah satu kultivasi ideologi dalam iklan televisi berlangsung melalui representasi mitos. Dalam tayangan iklan, akan terlihat bahwa tanda linguistik, visual dan jenis tanda lain tidaklah sesederhana mendenotasikan sesuatu hal, tetapi juga menciptakan tingkat konotasi yang dilampirkan pada tanda. Makna yang dihasilkan oleh penanda konotasi seringkali menghadirkan mitos. Mitos bekerja menaturalisasikan segala sesuatu yang ada dalam kehidupan manusia, sehingga imaji yang muncul terasa biasa saja dan tidak mengandung persoalan. Pada tingkat ini, mitos sesungguhnya mulai meninggalkan jejak ideologis, karena belum tentu ”sesuatu” yang tampil alamiah lantas bisa diterima begitu saja tanpa perlu dipertanyakan kembali derajat kebenarannya.

Oleh sebab itu, mitos tidak berarti menjadi penanda yang sama sekali netral, melainkan menjadi penanda untuk memainkan pesan-pesan tertentu yang

boleh jadi berbeda sama sekali dengan makna asalnya. Meskipun, tidak bisa dikatakan juga bahwa kandungan makna mitologis tidaklah dinilai sebagai sesuatu yang salah sehingga ‘mitos’ lantas diperlawankan dengan ‘kebenaran’. Produksi mitos dalam teks membantu pembaca untuk menggambarkan situasi sosial budaya, mungkin juga politik yang ada disekelilingnya. Melalui mitos, sistem makna menjadi masuk akal dan diterima apa adanya pada suatu masa, dan mungkin tidak untuk masa yang lain (Tolson, 1996: 7). Maka kebenaran mitos menjadi sangat relatif, belum tentu sebuah mitos yang beredar sekarang ini dapat diterima pada saat yang lain maupun di tempat lain.

Dalam mengkaji mitos di dunia media dan budaya populer, perspektif semiotika struktural tidak akan pernah menampik gagasan-gagasan yang dikeluarkan oleh pemikir strukturalis Perancis, Roland Barthes. Bisa dikatakan, Barthes merupakan orang terpenting dalam tradisi semiotika Eropa pasca Saussure. Pemikirannya bukan saja melanjutkan pemikiran Saussure tentang hubungan bahasa dan makna, namun ia justru melampaui Saussure terutama ketika ia menggambarkan tentang makna ideologis dari representasi jenis lain yang ia sebut sebagai mitos. Barthes melakukan terobosan penting dalam tradisi semiotika konvensional yang dahulu pernah berhenti pada kajian tentang bahasa. Semiotika *a la* Barthes memungkinkan kajian semiotika mampu menjangkau wilayah kebudayaan lain yang terkait dengan *popular culture* dan media massa. Bahkan dalam pandangan George Ritzer, Barthes adalah pengembang utama ide-ide Saussure pada semua area kehidupan sosial (Ritzer, 2003: 53).

Menurut Barthes (Bignell, 1997: 16) pada saat media membagi pesan, maka pesan-pesan yang berdimensi konotatif itulah yang menciptakan mitos. Pengertian mitos di sini tidak senantiasa menunjuk pada mitologi dalam pengertian sehari-hari –seperti halnya cerita-cerita tradisional, legenda dan sebagainya. Bagi Barthes, mitos adalah sebuah cara pemaknaan, dan ia menyatakan mitos secara lebih spesifik sebagai jenis pewacanaan atau tipe wicara (Barthes, 2004: 152; Barthes dalam Storey, 1994: 107). Pada dasarnya semua hal dapat menjadi mitos; satu mitos timbul untuk sementara waktu dan tenggelam untuk waktu yang lain karena digantikan oleh pelbagai mitos lain. Maka suatu mitos dapat menjadi pegangan atas tanda-tanda yang hadir dan menciptakan fungsinya sebagai penanda pada tingkatan yang lain.

Penanda-penanda konotasi, yang dapat disebut sebagai konotator, terbentuk dari tanda-tanda (kesatuan penanda dan petanda) dari sistem yang bersangkutan. Beberapa tanda boleh jadi secara berkelompok membentuk sebuah konotator tunggal. Dalam iklan televisi, susunan tanda-tanda verbal nonverbal dapat menutupi pesan yang ditunjukkan. Citra yang terbangun di dalamnya meninggalkan ‘pesan lain’, yakni sesuatu yang berada di bawah citra kasar alias penanda konotasinya. Sedangkan untuk petanda konotasi, karakternya umum, global dan tersebar sekaligus menghasilkan fragmen ideologis. Dapat dikatakan bahwa ideologi adalah suatu form penanda-penanda konotasi, sementara tampilan iklan melalui ungkapan atau gaya verbal, nonverbal dan visualisasinya merupakan elemen bentuk (form) dari konotator-

konotator. Singkatnya, konotasi merupakan aspek bentuk dari tanda, sedangkan mitos adalah muatannya. Secara semiotis, ideologi merupakan penggunaan makna-makna konotasi tersebut di masyarakat alias makna pada makna tingkat ketiga.

Dalam realitas yang termediasi, banyak mitos yang diciptakan media di sekitar kita, misalnya mitos tentang kecantikan, kejantanan, pembagian peran domestik versus peran publik dan banyak lagi. Mitos ini bermain dalam tingkat bahasa yang dalam bahasa Barthes disebut sebagai 'adibahasa' atau meta-language (Strinati, 1995: 113). Penanda konotatif menyodorkan makna tambahan, namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya (Budiman, dalam Christomy dan Yuwono, 2004: 255). Dibukanya medan pemaknaan konotatif dalam kajian semiotika memungkinkan "pembaca" iklan memaknai bahasa metaforik atau majazi yang maknanya hanya dapat dipahami pada tataran konotatif. Dalam mitos, hubungan antara penanda dan petanda terjadi secara termotivasi. Berbeda dengan level denotasi yang tidak menampilkan makna (petanda) yang termotivasi, level konotasi menyediakan ruang bagi berlangsungnya motivasi makna ideologis.

Barthes (dalam John Storey 1994: 107), menyatakan bahwa mitos merupakan sistem komunikasi juga, karena di balik mitos terselip sebuah pesan dari wilayah lain. Mitos menjadi sebuah modus pertandaan yang dibawa ke dalam wacana. Mitos tidaklah dapat digambarkan melalui obyek pesannya,

melainkan melalui cara pesan tersebut disampaikan. Apapun dapat menjadi mitos, tergantung dari caranya direpresentasikan. Dalam iklan, pembaca dapat memaknai mitos ini melalui konotasi yang dimainkan oleh kesan visual, narasi, konflik, tuturan dan sebagainya. ”Pembaca” yang jeli dapat menemukan adanya asosiasi-asosiasi terhadap ‘apa’ dan ‘siapa’ yang sedang dibicarakan sehingga terjadi pelipatgandaan makna. Penanda bahasa konotatif membantu untuk menyodorkan makna baru yang melampaui makna asalnya atau dari makna denotasinya.

Teori Barthes tentang ideologi di balik mitos memungkinkan seorang ”pembaca” atau analis untuk mengkaji ideologi secara sinkronik maupun diakronik. Secara sinkronik, makna tersandung pada suatu titik sejarah dan seolah berhenti di sana, sehingga penggalian pola-pola tersembunyi yang menyertai teks menjadi lebih mungkin dilakukan. Pola tersembunyi ini boleh jadi berupa pola oposisi, atau semacam skema pikir pelaku bahasa dalam representasi (Berger, 1982: 30). Sementara secara diakronik analisis Barthes memungkinkan untuk melihat kapan, di mana dan dalam lingkungan apa sebuah sistem mitologis digunakan. Mitos yang dipilih dapat diadopsi dari masa lampau yang sudah jauh dari dunia pembaca, namun juga dapat dilihat dari mitos kemarin sore yang akan menjadi *“founding prospective history”* (Sunardi, 2004: 116). Media seringkali berperilaku seperti itu, mereka merepresentasikan, kalau bukan malah menciptakan mitos-mitos baru yang kini hadir di tengah masyarakat. Untuk yang terakhir ini, dapatlah dikatakan bahwa media melakukan proses mitologisasi.

Kehidupan kita sehari-hari digambarkan dalam cara yang penuh makna dan dibuat sebuah pemahaman generik bahwa memang begitulah seharusnya dunia. Iklan televisi yang dijejalkan ke ruang pandang masyarakat sehari-hari merupakan dunia kecil yang menjadi ikon dari sebuah raksasa makna: mitos dan ideologi di baliknya.

Dalam pemikiran ideologi, Barthes seringkali bersinggungan dengan Althusser, dan keduanya memang terlihat saling melengkapi; karena Barthes ternyata adalah salah seorang mahasiswa Althusser. Kedua orang yang berbeda generasi itu mempunyai minat yang sama: ideologi (Sunardi, 2004: 126). Baik Althusser maupun Barthes sepakat bahwa ideologi menjadi tempat di mana orang mengalami subyektivitasnya. Hanya saja, Barthes telah menerapkan teori subyektivitas yang berada di luar jangkauan analisis Althusser. Barthes dapat menjangkau teori subyektivitas melalui konsepnya tentang sistem mitis, dimana dia dapat menjelaskan konsepnya secara lebih skematik. Maka boleh jadi Barthes akan menjadi lebih akrab dengan kita karena apa yang diambilnya seringkali berasal dari dunia yang amat dekat dengan kehidupan kita sehari-hari. Makna ideologis menjadi konsumsi sehari-hari yang secara tidak sadar tertanam melalui ritual tontonan media. Poin ini yang membedakan pemikiran Barthes dengan Althusser, karena Althusser cenderung memancang paku analisis pada pemikiran Marxisme klasik untuk melihat hubungan antara negara dan masyarakat sipil. Sementara pemikiran Barthes tidak seperti itu, karena apa yang kita rasakan

sehari-hari sebagai hal yang remeh-temeh ternyata memiliki implikasi maknawi yang mendalam.

2.2.2 Alur Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka teoretis di atas, maka peneliti mengkaji menjadi alur pemikiran peneliti. Alur yang dipakai oleh peneliti sesuai dengan analisis Roland Barthes. Terdapat beberapa *sequence* yang akan dianalisis dalam iklan Meikarta *"Aku Ingin Pindah ke Meikarta"* dengan konsep pemikiran dari Roland Barthes. Dimulai dari menonton iklan Meikarta *"Aku Ingin Pindah ke Meikarta",* peneliti merasakan adanya perilaku diskriminasi yang melahirkan kesenjangan yang terjadi dalam tayangan tersebut. Melihat fenomena sosial baik melalui televisi maupun internet sebagai peneliti melihat banyaknya perilaku diskriminasi melahirkan sebuah kesenjangan yang terjadi di masa ini.

Melihat dari kejadian-kejadian yang terjadi sebagaimana dijelaskan di atas, maka peneliti meneliti iklan Meikarta *"Aku Ingin Pinda ke Meikarta"* sebagai penggambaran kesenjangan dalam sebuah tayangan iklan. Makna-makna yang terdapat di dalam iklan yang akan menjadi makna denotatif, konotatif hingga bisa menghasilkan sebuah mitos atau ideologi akan dibahas dalam penelitian ini. Dalam iklan Meikarta *"Aku Ingin Pinda ke Meikarta"* terdapat beberapa *sequence* yang akan dimaknai langsung oleh para khalayak. Dalam penelitian ini khalayak bisa memaknai pesan yang tersirat dalam sebuah *sequence* dari iklan Meikarta *"Aku Ingin Pinda ke Meikarta"*

Makna konotasi yang merupakan makna yang terkandung dalam tanda. Bahwa semua hal yang dianggap wajar di dalam masyarakat adalah hasil dari proses konotasi. Penandaan tersebut dikaji oleh Roland Barthes (2010 : 7-10) menjadi enam konsep penanda konotatif, yakni efek tiruan, pose/sikap, objek, *fotogenia*, estetisme, sitaksis.

1. Efek Tiruan

   Efek tiruan yang merupakan tindakan manipulasi terhadap objek seperti mengurangi, menambah atau mengubah objek yang ada menjadi objek yang sama sekali lain dan juga memiliki arti yang lain.

2. *Pose*/Sikap

   Merupakan gerakan tubuh yang berdasarkan *stock of sign* masyarakat tertentu dan juga memiliki arti tertentu pula.

3. Objek

   Merupakan benda-benda yang dikomposisikan sedemikian rupa sehingga diasumsikan dengan ide-ide tertentu.

4. *Fotogenia*

   Merupakan seni memotret sehingga foto yang dihasilkan telah dibumbui atau dihiasi dengan teknik-teknik *lighting, eksposure,* dan hasil cetakan. Di alam sebuah film, *fotogenia* sendiri diggunakan untuk menghasilkan suatu suasana yang disesuaikan dengan kondisi cerita yang sesuai dengan cerita yang terdapat dalam *sequnce* dari film itu sendiri.

5. *Estetisme*

   Estetisme dapat disebut juga sebuah estetika yang berkaitan dengan komposisi gambar untuk menampilkan sebuah keindahan sinematografi.

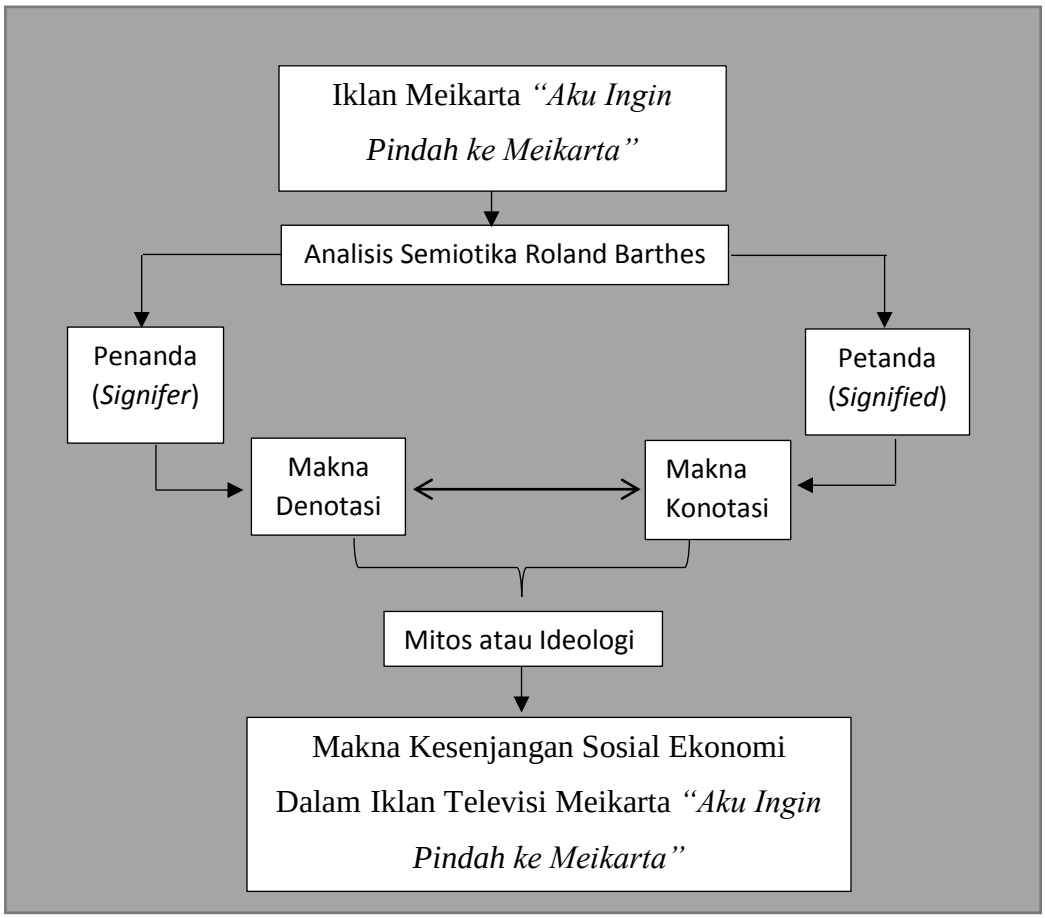
6. *Sintaksis*

   Sintaksis biasnya hadir dalam rangkaian gambar yang ditampilkan dalam satu judul dimana waktu tidak muncul lagi apa masing-masing gambar, namun pada keseluruhan gambar yang ditampikan terutama yang dikaitkan sesuai dengan judul utamanya.

Dalam penelitian ini tidak hanya makna denotatif dan konotatif yang akan diteliti. Roland Barthes yang dalam semiologinya membahas mengenai mitos menjadi salah satu ciri khas yang membuka ranah baru dalam penelitian semiotika. Mitos pun biasanya hadir dalam kehidupan sehari-hari yang hidup di dalam masyarakat. Berdasarkan konseptual di atas maka peneliti mengkaji melalui alur pemikiran sebagai berikut.

Gambar 2.2

Alur Pemikiran Peneliti



Sumber : Peneliti 2018