

# **BAHAN AJAR**

***MATA KULIAH : SEMIOTIKA (DAMJ3222)***



**Oleh :**

**Dr. Grace J. Waleleng.,S.Sos.,MSi**

**Tahun 2018**

**BAHAN AJAR**  
**MATA KULIAH : SEMIOTIKA**

**Pertemuan ke - 2**

**A. KONSEP DASAR SEMIOTIKA DAN SEMIOTIKA KOMUNIKASI**

**1. Pengertian Semiotika**

Secara etimologis, semiotik berasal dari kata Yunani “*Semion*” yang berarti “Tanda”. Tanda itu sendiri diartikan sebagai sesuatu yang dapat mewakili sesuatu yang lain. Contohnya : asap bertanda adanya api. Secara Terminologis, semiotik dapat diartikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan peristiwa yang terjadi di seluruh dunia sebagai tanda.

Dalam pandangan Piliang, penjelajahan semiotika sebagai metode kajian ke dalam berbagai cabang keilmuan ini dimungkinkan karena ada kecenderungan untuk memandang berbagai wacana sosial sebagai fenomena bahasa. Dengan kata lain, bahasa dijadikan model dalam berbagai wacana sosial. Berdasarkan pandangan semiotika, bila seluruh praktek sosial dapat dianggap sebagai fenomena bahasa, maka semuanya dapat juga dipandang sebagai tanda. Hal ini dimungkinkan karena luasnya pengertian tanda itu sendiri (Piliang, 1998:262).

Semiotika menurut Berger memiliki dua tokoh, yakni Ferdinand de Saussure (1857-1913) dan Charles Sander Peirce (1839-1914). Kedua tokoh tersebut mengembangkan ilmu semiotika secara terpisah dan tidak mengenal satu sama lain. Saussure di Eropa dan Peirce di Amerika Serikat. Latar belakang keilmuan adalah linguistik, sedangkan Peirce filsafat.

Saussure menyebut ilmu semiotika adalah “*semiologi*”. Jadi sesungguhnya kedua istilah ini mengandung pengertian yang persis sama, walaupun penggunaan salah satu dari kedua istilah tersebut biasanya menunjukkan pemikiran pemakainya; mereka yang bergabung dengan Peirce menggunakan kata semiotika, dan mereka yang bergabung dengan Saussure menggunakan kata semiologi

Semiologi menurut Saussure seperti dikutip Hidayat, didasarkan pada anggapan bahwa selama perbuatan dan tingkah laku manusia membawa makna atau selama berfungsi sebagai tanda, harus ada di belakangnya sistem perbedaan dan konvensi yang memungkinkan makna itu. Di mana ada tanda di sana ada sistem (Hidayat, 1998:26). Sedangkan Peirce menyebut ilmu yang dibangunnya semiotika (semiotics). Bagi Peirce yang ahli filsafat dan logika, penalaran manusia senantiasa dilakukan lewat tanda. Artinya, manusia hanya dapat bernalar lewat tanda. Dalam pikirannya, logika sama dengan semiotika dan semiotika dapat ditetapkan pada segala macam tanda (Berger, 2000:11-22). Dalam perkembangan selanjutnya, istilah semiotika lebih populer daripada semiologi.

Dalam proses komunikasi secara primer, lambang atau simbol digunakan sebagai media dalam penyampaian gagasan atau perasaan seseorang kepada orang lain. Lambang di dalam proses komunikasi meliputi bahasa, gestur, isyarat, gambar, warna, dan tanda-tanda lainnya yang dapat menerjemahkan suatu gagasan atau perasaan seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan) secara langsung. Dari berbagai lambang yang dapat digunakan di dalam proses komunikasi, bahasa merupakan media yang paling banyak dipakai karena paling memungkinkan untuk menjelaskan pemikiran seseorang, dan dengan bahasa pula segala kejadian masa lalu, masa kini, maupun ramalan masa depan dapat dijelaskan. Fungsi bahasa yang sedemikian rupa menyebabkan ilmu pengetahuan dapat berkembang dan hanya dengan kemampuan berbahasa, manusia dapat mempelajari ilmu pengetahuan. Kegagalan dalam proses komunikasi banyak disebabkan oleh kesalahan berbahasa atau ketidakmampuan memahami bahasa.

Semiotika merupakan ilmu atau metode ilmiah untuk melakukan analisis terhadap tanda dan segala hal yang berhubungan dengan tanda. Tanda merupakan bagian yang penting dari bahasa, karena bahasa itu sendiri terdiri dari kumpulan lambang-lambang, dimana di dalam lambang-lambang itu terdapat tanda-tanda. Oleh karenanya tentu ada kaitan yang erat antara semiotika dengan proses komunikasi, mengingat semiotika merupakan unsur pembangun bahasa dan bahasa merupakan media dalam proses komunikasi. Pentingnya semiotika dalam komunikasi mendorong para ahli dan ilmuwan semiotik untuk merumuskan berbagai macam teori semiotika. Teori-teori tersebut terus berkembang dan saling melengkapi. Berangkat dari hal tersebut, perkembangan teori semiotika menjadi menarik untuk dibahas lebih dalam.

Perkembangan pola pikir manusia merupakan sebuah bentuk perkembangan yang mendasari terbentuknya suatu pemahaman yang merujuk pada terbentuknya sebuah makna. Apabila kita amati, kehidupan kita saat ini tidak pernah terlepas dari makna, persepsi, atau pemahaman terhadap apapun yang kita lihat. Sekarang kita lihat benda-benda yang ada di sekeliling kita. Sering sekali kita tanpa memikirkan bentuk dan wujud benda tersebut kita sudah bisa mengetahui apa nama dari benda itu. Ketika kita mengendarai sepeda motor atau mobil di jalan raya, maka kita bisa memaknai setiap bentuk tanda lalu lintas yang bertebaran di jalan raya, seperti *traffic light* misalnya, atau tanda “Dilarang Parkir” dan lain sebagainya. Pernahkah terlintas dalam benak kita sebuah pertanyaan “mengapa tanda ini dimaknai begini? Mengapa simbol itu dimaknai sedemikian rupa”. Kajian keilmuan yang meneliti mengenai simbol atau tanda dan konstruksi makna yang terkandung dalam tanda tersebut dinamakan dengan Semiotik.

Semiotik menjadi salah satu kajian yang bahkan menjadi tradisi dalam teori komunikasi. Tradisi semiotik terdiri atas sekumpulan teori tentang bagaimana tanda-tanda merepresentasikan benda, ide, keadaan, situasi, perasaan dan kondisi di luar tanda-tanda itu sendiri. (Littlejohn, 2009 : 53). Semiotik bertujuan untuk mengetahui makna-makna yang terkandung dalam sebuah tanda atau menafsirkan makna tersebut sehingga diketahui bagaimana komunikator mengkonstruksi pesan.

Konsep pemaknaan ini tidak terlepas dari perspektif atau nilai-nilai ideologis tertentu serta konsep kultural yang menjadi ranah pemikiran masyarakat di mana simbol tersebut diciptakan. Kode kultural yang menjadi salah satu faktor konstruksi makna dalam sebuah simbol menjadi aspek yang penting untuk mengetahui konstruksi pesan dalam tanda tersebut. Konstruksi makna yang terbentuk inilah yang kemudian menjadi dasar terbentuknya ideologi dalam sebuah tanda. Sebagai salah satu kajian pemikiran dalam *cultural studies*, semiotik tentunya melihat bagaimana budaya menjadi landasan pemikiran dari pembentukan makna dalam suatu tanda. Semiotik mempelajari sistem-sistem, aturan-aturan, konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda-tanda tersebut mempunyai arti. (Kriyantono, 2007 : 261).

## 2. Semiotika Komunikasi

Untuk apa kita belajar semiotika ? Jika semiotika dimaksud sebagai ilmu tanda, ini berarti mempelajari semiotika sama dengan kita mempelajari tentang berbagai tanda. Cara kita berpakaian, apa yang kita makan, dan cara kita bersosialisasi sebetulnya juga mengkomunikasikan hal-hal mengenai diri kita, dan dengan begitu, dapat kita pelajari sebagai tanda.

Tanda itu sebenarnya bertebaran dimana-mana, di sekujur tubuh kita : ketika kita berkata, ketika kita tersenyum, ketika kita menangis, ketika kita cemberut, ketika kita dia, bahkan ketika kita secara tiba-tiba harus “berperang” dengan saudara-saudara kita tanpa sebab-sebab yang jelas. Dengan tanda-tanda, kita mencoba mencari keteraturan di pentas dunia yang kini sudah kacau balau itu, agar kita sedikit punya pegangan. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya mencari dan menemukan jalan di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia.

Ziauddin Sardar van Borin van Loon (2001) yang menulis dalam *Cultural Studies for Beginners*-nya bahwa tanda merupakan konsep utama dalam *cultural studies*. Charles Sanders Peirce yang pernah menegaskan bahwa kita hanya bisa berpikir dengan sarana tanda. Itulah sebabnya tanpa tanda kita tidak dapat berkomunikasi. Tanda-tanda (*signs*) itu, seperti kata Littlejohn (1996) adalah “basis dari seluruh komunikasi”. Komunikasi terjadi dengan perantara tanda-tanda; dengan begitu tidaklah mengherankan bila kita lihat bahwa sebagian dari teori komunikasi berasal dari semiotika. Namun, seperti dikatakan van Zoest (1996), di satu pihak ada tanda-tanda yang berfungsi di luar situasi komunikasi, dan di pihak lain ini membedakan dengan teori semiotika. Teori komunikasi menaruh perhatian pada kondisi penyampaian signifikasi, yaitu pada saluran komunikasi. Berkat saluran komunikasi inilah pesan dapat disampaikan.

Menurut van Zoest, aliran semiotika komunikasi mulanya banyak ditekuni para peneliti yang mempelajari tanda sebagai bagian dari proses komunikasi, dalam arti bahwa tanda hanya dianggap sebagaimana yang dimaksudkan pengirim dan demikian juga diterima oleh penerima. Kini kata Umberto Eco (1976) semiotika komunikasi itu sudah lebih menekankan pada teori tentang produksi tanda, yang salah satu diantaranya

mengasumsikan adanya enam faktor dalam komunikasi, yaitu : pengirim, penerima kode atau sistem tanda, pesan, saluran komunikasi, yaitu pengirim, penerima kode atau sistem tanda, pesan saluran komunikasi dan acuan. Itulah perkembangan lebih jauh dari semiotika sejak ilmu ini dibidani oleh dua aliran utama, yakni pertama aliran yang bergabung dengan Pierce dan tidak mengambil contoh dari ilmu bahasa; dan yang kedua, aliran yang bergabung dengan Saussure dan menganggap ilmu bahasa sebagai pemandu, guru atau pengajar.

Bagaimana sebenarnya tanda itu bekerja ?. Ada dua pendekatan penting terhadap tanda-tanda yang biasanya menjadi rujukan para ahli (Berger, 2000). Pertama : pendekatan yang didasarkan pada pandangan *Ferdinand de Saussure* (1957-1913) yang mengatakan bahwa tanda-tanda disusun dari dua elemen, yaitu aspek citra tentang bunyai (semacam kata atau representasi visual) dan sebuah konsep dimana citra bunyi disandarkan.

“Saya menyebut kombinasi konsep dan citra bunyi sebagai tanda, namun dalam penggunaan dewasa ini, dalam istilah umum, hanya digunakan citra-bunyi. Sebuah kata yang digunakan untuk contoh (*arbor* [pohon],dsb). Orang cenderung mengatakan bahwa kata *arbor* dinamakan tanda hanya karena kata tersebut mengandung konsep tentang pohon (*tree*), akibatnya konsep tentang ide panca indera secara tak langsung menyatakan bagian ide tentang keseluruhan. Ambiguitas akan muncul bil ketiga makna yang tercakup disini ditandai dengan tiga makna yang masing-masing maknanya berlawanan satu sama lain. Saya bermaksud memastikan bahwa kata “tanda” (*signe*) itu untuk menyusun keseluruhan dan untuk menggantikan konsep dan citra bunyi masing-masing dengan “petanda” (*signifie/signified*) dan “penanda” (*signifian/signifier*). Kedua istilah terakhir lebih menguntungkan untuk mengindikasikan oposisi keterpisahannya dari aspek yang lain dan dari aspek keseluruhan yang membangunnya” (Berger,2000).

Tanda itu sendiri, dalam pandangan Saussure merupakan manifestasi konkret dari citra bunyi – dan sering diidentifikasi dengan citra bunyi itu sebagai penanda. Jadi, penanda dan petanda merupakan unsur-unsur mentalistik. Dengan kata lain, di dalam tanda terungkap citra bunyi ataupun konsep sebagai dua komponen yang tak terpisahkan. Dengan kata lain, kehadiran yang satu berarti pula kehadiran yang lain seperti dua sisi kertas (Masinambow,2000). Bagi Saussure, hubungan antara *penanda* dan *petanda* bersifat *arbitrer* (bebas), baik secara kebetulan maupun ditetapkan. Menurut Saussure, ini tidak berarti “bahwa pemilihan *penanda* sama sekali meninggalkan pembicara” namun

lebih dari pada itu adalah “tak bermotif yakni arbitrer dalam pengertian *penanda* tidak mempunyai hubungan alamiah dengan *petanda* (Saussure,1966 dalam Berger2000)

Relasi antara penada dan petanda berdasarkankonvensi disebut sebagai signifikasi (*signification*). Semiotika signifikasi merupakan semiotika yang mempelajari relasi elemen-elemen tanda di dalam sebuah sistem, berdasarkan aturan main dan kenvensi tertentu.

Suatu penelitian semiotika umum akan dihadapkan pada berbagai batas kajian (*A Theory of Semiotika, Eco/1979*). Beberapa diantaranya harus disepakati sementara, sedangkan lainnya, menurut Eco, ditentukan oleh objek disiplin ilmu itu sendiri. Eco, mengemukakan tiga batas hubungan dengan penelitian semiotika, yaitu:

1. Ranah Budaya
2. Ranah Alam
3. Ranah epistimologis

Bidang semiotika memang dapat dikatakan bidang yang begitu luas. Bidang ini biasa berupa bidang komunikatif yang tampak lebih ‘alamiah’ dan spontan pada system budaya yang lebih kompleks. Dalam kaitan ini, Eco menyebut tidak kurang 19 bidang yang bias dipertimbangkan sebagai bahan kajian semiotika:

1. Semiotika binatang (*zoomsemiotics*)
2. Tanda-tanda bau (*olfactory signs*)
3. Komunikasi rabaan (*tactile communication*)
4. Kode-kode cecapan (*code of taste*)
5. Paralinguistic (*paralinguistics*)
6. Semiotika medis (*medical semiotics*)
7. Kinesis dan proksemik (*kinesics dan proxemics*)
8. Kode-kode music (*musical codes*)
9. Bahasa yang diformalkan (*formalized languages*)
10. Bahasa tak ditulis, alphabet tak dikenal, kode rahasia (*written languages, unknown alphabets, secret codes*)
11. Bahasa alam (*natural languages*)

12. Komunikasi visual (*visual communication*)
13. System objek (*system of objects*)
14. Struktur alur (*plot structure*)
15. Teori teks (*text theory*)
16. Kode-kode budaya (*cultural codes*)
17. Teks estetik (*aesthetics texts*)
18. Komunikasi massa (*mass communication*)
19. Retorika (*rhetoric*)

Bidang terapan semiotika pada bidang komunikasi tidak terbatas. Misalnya, bisa mengambil objek penelitian mulai dari pemberitaan media massa, komunikasi periklanan, tanda-tanda nonverbal, film, komik kartun, sastra sampai kepada musik.

### **c. Teori Informasi**

Studi komunikasi dewasa ini telah banyak melahirkan berbagai macam teori yang masing-masing memiliki kelebihan dan kelemahan tersendiri. Ada banyak teori tentang komunikasi. Berdasarkan kurun waktu dan pemahaman atas makna komunikasi, teori komunikasi semakin hari berkembang seiring berkembangnya teknologi informasi yang memaknai komunikasi sebagai fokus kajiannya.

Teori komunikasi kontemporer yang merupakan perkembangan dari teori komunikasi klasik melihat fenomena komunikasi tidak fragmatis. Artinya, komunikasi dipandang sebagai sesuatu yang kompleks-tidak sederhana yang dipahami dalam teori komunikasi klasik.

Pendekatan dalam memahami komunikasi pun tidak hanya mengacu pada teori semata, tetapi juga memperhitungkan mazhab dan model apa yang dipakai. Mazhab yang dipakai antara lain mazhab proses dan semiotika. Namun, dalam paper ini saya tidak membahas teori kontemporer yang dianggap ‘pahlwan revolusioner’, tetapi saya mengajak anda untuk mengkaji lebih detail tentang salah satu teori komunikasi klasik yang dicetuskan oleh Shannon dan Weaver, yaitu teori matematis atau teori informasi yang berkembang setelah perang dunia II. Teori yang termasuk ke dalam tradisi sibernetik ini mengkaji bagaimana mengirim sejumlah informasi yang maksimum melalui saluran yang ada.

Tentunya teori ini memiliki kelebihan dan kelemahan jika dibandingkan dengan teori-teori lainnya. Apakah teori ini masih relevan atau justru sudah tidak dapat disentuh sama sekali. Namun, kita tidak bisa menafikkan kontribusi Shannon dan Weaver dalam memberikan inspirasi ahli-ahli komunikasi berikutnya yang terus mengembangkan teorinya seperti Gerbner, Newcomb, Westley dan MacLean, dan lain-lain.

### **3. Teori Informasi atau Matematis**

#### **Konteks Sejarah**

Salah satu teori komunikasi klasik yang sangat mempengaruhi teori-teori komunikasi selanjutnya adalah teori informasi atau teori matematis. Teori ini merupakan bentuk penjabaran dari karya Claude Shannon dan Warren Weaver (1949, Weaver. 1949 b), *Mathematical Theory of Communication*.

Teori ini melihat komunikasi sebagai fenomena mekanistik, matematis, dan informatif: komunikasi sebagai transmisi pesan dan bagaimana transmitter menggunakan saluran dan media komunikasi. Ini merupakan salah satu contoh gamblang dari mazhab proses yang mana melihat kode sebagai sarana untuk mengonstruksi pesan dan menerjemahkannya (encoding dan decoding). Titik perhatiannya terletak pada akurasi dan efisiensi proses. Proses yang dimaksud adalah komunikasi seorang pribadi yang bagaimana ia mempengaruhi tingkah laku atau state of mind pribadi yang lain. Jika efek yang ditimbulkan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, maka mazhab ini cenderung berbicara tentang kegagalan komunikasi. Ia melihat ke tahap-tahap dalam komunikasi tersebut untuk mengetahui di mana letak kegagalannya. Selain itu, mazhab proses juga cenderung mempergunakan ilmu-ilmu sosial, terutama psikologi dan sosiologi, dan cenderung memusatkan dirinya pada tindakan komunikasi.

Karya Shannon dan Weaver ini kemudian banyak berkembang setelah Perang Dunia II di Bell Telephone Laboratories di Amerika Serikat mengingat Shannon sendiri adalah insinyur di sana yang berkepentingan atas penyampaian pesan yang cermat melalui telepon. Kemudian Weaver mengembangkan konsep Shannon ini untuk diterapkan pada semua bentuk komunikasi. Titik kajian utamanya adalah bagaimana menentukan cara di mana saluran (channel) komunikasi digunakan secara sangat efisien. Menurut mereka,

saluran utama dalam komunikasi yang dimaksud adalah kabel telepon dan gelombang radio.

Latar belakang keahlian teknik dan matematik Shannon dan Weaver ini tampak dalam penekanan mereka. Misalnya, dalam suatu sistem telepon, faktor yang terpenting dalam keberhasilan komunikasi adalah bukan pada pesan atau makna yang disampaikan seperti pada mazhab semiotika, tetapi lebih pada berapa jumlah sinyal yang diterima dan proses transmisi.

### **Penjelasan Teori Informasi Secara Epistemologi, Ontologi, dan Aksiologi**

Teori informasi ini menitikberatkan titik perhatiannya pada sejumlah sinyal yang lewat melalui saluran atau media dalam proses komunikasi. Ini sangat berguna pada pengaplikasian sistem elektrik dewasa ini yang mendesain transmitter, receiver, dan code untuk memudahkan efisiensi informasi. Sinyal Sinyal yang diterima (Model Komunikasi Shannon dan Weaver).

Jika dianalogikan dengan pesawat telepon, salurannya adalah kabel, sinyalnya adalah arus listrik di dalamnya, dan transmitter dan penerimanya adalah pesawat telepon. Dalam percakapan, mulut adalah transmitternya, sedangkan gelombang suara yang ke luar melalui saluran udara adalah sinyalnya, dan telinga adalah penerimanya. Shannon dan Weaver membuat model komunikasi yang dilihat sebagai proses linear yang sangat sederhana. Karakteristik kesederhanaanya ini menonjol dengan jelas. Mereka menyoroti masalah-masalah komunikasi (penyampaian pesan) berdasarkan tingkat kecermatannya.

Sebagaimana yang dipakai dalam teori komunikasi informasi atau matematis, konsep tidak mengacu pada makna, akan tetapi hanya memfokuskan titik perhatiannya pada banyaknya stimulus atau sinyal.

Konsep dasar dalam teori ini adalah entropi dan redundansi-konsep yang dipinjam dari thermodynamics. Kedua konsep ini saling mempengaruhi dan bersifat sebab akibat (kausatif). Di mana entropi akan sangat berpengaruh terhadap redundansi yang timbul dalam proses komunikasi.

## **Entropi**

Entropi adalah konsep keacakan, di mana terdapat suatu keadaan yang tidak dapat dipastikan kemungkinannya. Entropi timbul jika prediktabilitas/kemungkinan rendah (*low predictable*) dan informasi yang ada tinggi (*high information*). Sebagai contoh ada pada penderita penyakit Aids. Pengidap Aids atau yang lebih sering disebut OHIDA tidak dapat dipastikan usianya atau kapan ia akan dijemput maut. Ada yang sampai delapan tahun, sepuluh tahun, bahkan sampai dua puluh tahun, masih bisa menjalani hidup sebagaimana orang yang sehat. Hal ini dikarenakan ajal atau kematian adalah sebuah sistem organisasi yang kemungkinannya sangat tidak dapat dipastikan.

Dengan kata lain, semakin besar entropi, semakin kecil kemungkinan-kemungkinannya (prediktabilitas). Informasi adalah sebuah ukuran ketidakpastian, atau entropi, dalam sebuah situasi. Semakin besar ketidakpastian, semakin besar informasi yang tersedia dalam proses komunikasi. Ketika sebuah situasi atau keadaan secara lengkap dapat dipastikan kemungkinannya atau dapat diprediksikan-highly predictable, maka informasi tidak ada sama sekali. Kondisi inilah yang disebut dengan negentropy.

## **Redundansi**

Konsep kedua yang merupakan kebalikan dari entropi adalah redundansi. Redundansi adalah sesuatu yang bisa diramalkan atau diprediksikan (predictable). Karena prediktabilitasnya tinggi (high predictable), maka informasi pun rendah (low information). Fungsi dari redundan dalam komunikasi menurut Shannon dan Weaver ada dua, yaitu yang berkaitan dengan masalah teknis dan yang berkaitan dengan perluasan konsep redundan itu sendiri ke dalam dimensi sosial.

Fungsi redundansi apabila dikaitkan dengan masalah teknis, ia dapat membantu untuk mengatasi masalah komunikasi praktis. Masalah ini berhubungan dengan akurasi dan kesalahan, dengan saluran dan gangguan, dengan sifat pesan, atau dengan khalayak. Kekurangan-kekurangan dari saluran (*channel*) yang mengalami gangguan (*noisy channel*) juga dapat diatasi oleh bantuan redundansi. Misalnya ketika kita berkomunikasi melalui pesawat telepon dan mengalami gangguan, mungkin sinyal yang lemah, maka kita

akan mengeja huruf dengan ejaan yang telah banyak diketahui umum, seperti charlie untuk C, alpa untuk huruf A, dan seterusnya. Contoh lain, apabila kita ingin mengiklankan produk kita kepada masyarakat konsumen baik melalui media cetak (koran, majalah, atau tabloid) ataupun elektronik (radio dan televisi), maka redundansi berperan pada penciptaan pesan (iklan) yang dapat menarik perhatian, sangat simpel, sederhana, berulang-ulang dan mudah untuk diprediksikan (predictable). Selain masalah gangguan, redundansi juga membantu mengatasi masalah dalam pentransmisi pesan entropik dalam proses komunikasi. Pesan yang tidak diinginkan atau tidak diharapkan, lebih baik disampaikan lebih dari satu kali, dengan berbagai cara yang kreatif mungkin.

Fungsi kreatif redundansi ini juga bila dikaitkan dengan khalayak, akan sangat membantu sekali pada masalah jumlah dan gangguan pesan di dalamnya. Jika pesan yang ingin disampaikan tertuju pada khalayak yang besar dan heterogen, maka pesan tersebut harus memiliki tingkat redundansi yang tinggi, sehingga pesan yang disampaikan akan berhasil dan mudah dicerna. Sebaliknya, jika khalayak berada pada jumlah yang kecil, spesialis, dan homogen, maka pesan yang akan disampaikan akan lebih entropik.

Contoh dari fungsi redundansi di atas misalnya pada pemaknaan seni populer (popular art) yang lebih redundan dari pada seni bercita rasa tinggi (highbrow art). Hal ini dikarenakan seni populer lebih mudah untuk dicerna dan dipahami oleh banyak khalayak dari pada seni bercita rasa tinggi di mana khalayak yang mengerti hanya beberapa golongan elit saja.

Selain masalah di atas, konsep redundansi juga bisa diperluas hubungannya dengan konvensi dan hubungan realitas sosial masyarakat.

### **Redundansi dan Konvensi**

Konvensi adalah menyusun suatu pesan dengan pola-pola yang sama. Pengertian sederhananya dapat dipahami sebagai bentuk baku yang telah umum diterima sebagai pedoman. Sebagai contoh, dalam karya sastra lama ada yang disebut dengan pantun. Pantun merupakan salah satu bentuk karya sastra lama (klasik) yang memiliki karakteristik tersendiri. Cirinya antara lain berpola AB AB, artinya bunyi huruf terakhir dari dua baris terakhir pasti sama dengan bunyi dua huruf terakhir dua baris pertama.

Contoh :

Jalan-jalan ke sawah Lunto  
Keliling jalan Batu Sangkar  
Tegaklah tikus berpidato  
Kucing mendengar habis bertengkar

Pada contoh pantun di atas, kita setidaknya dapat meramalkan bahwa baris ketiga dan keempat pasti memiliki bunyi yang sama dengan baris pertama dan kedua, walaupun kita belum mengetahui isi dan maknanya. Hal ini dikarenakan pantun menekankan pengulangan dan pola-pola yang bisa diramalkan. Sehingga ini bisa meningkatkan redundansi dan menurunkan entropi.

Ketika berbicara masalah entropi dan redundansi pada masalah karya seni , kita mengetahui bahwa karya seni bukan merupakan hal yang statis dan kaku. Ia akan terus berubah dan bersifat dinamis seiring perkembangan nilai dan corak hidup masyarakat. Karya seni ada kalanya akan bersifat ‘nakal’ atau ‘nyeleneh’ dan melanggar konvensi-konvensi yang ada, sehingga menjadi entropik bagi khalayak yang ada di dekatnya. Namun, ia juga akan berusaha mengikis imej itu secara perlahan dengan membangun sendiri konvensi-konvensi baru yang awalnya hanya ada pada khalayak yang jumlahnya terbatas. Maka dengan sendirinya karya seni tadi akan diterima dan dipelajari secara luas, sehingga dapat meningkatkan redundansinya. Sebagai contoh, seni lukis tubuh (body paint) yang dahulu dianggap tabu sekarang dianggap sebagai hal yang biasa dan mempunyai nilai seni.

Teori informasi yang dikemukakan Shannon dan Weaver ini banyak menuai kritik . Salah satunya adalah ia tidak menjelaskan konsep umpan balik (feedback) dalam model teorinya. Padahal dalam konsep analogi pesawat telepon yang ia kemukakan, konsep umpan balik sangat berperan penting dalam menentukan keberhasilan komunikasi. Hal ini dikarenakan teori yang ia kaji hanya melihat komunikasi sebagai fenomena linear satu arah.

Teori informasi (matematis) yang ia kaji hanya melihat komunikasi dari faktor komunikator yang dominan. Padahal penerima sebagai komunikan pun adalah bagian dari proses komunikasi yang akan terlibat jika konsep umpan balik ia masukkan. Selain itu umpan balik juga justru bisa memberitahukan kegagalan dalam komunikasi. Sebagai contoh, ketika seseorang menelpon dan yang ditelepon tidak melakukan reaksi apapun, atau mungkin sinyal di udara lemah, maka reaksi diam penerima sebenarnya adalah umpan balik bagi sumber atau penelpon.

Selain konsep umpan balik yang tidak diusung dalam teori informasi, sebenarnya, Shannon dan Weaver juga tidak mengkaji detil tentang peranan medium (media) dalam teorinya. Ia hanya terfokus pada fungsi saluran atau transmitter. Padahal konsep medium tidak dapat dipisahkan dari konsep transmisi yang ia usung sebelumnya. Secara garis besar, jika dibandingkan dengan teori kontemporer, misalnya, interaksionisme simbolik, model teori Shannon dan Weaver ini terlalu sederhana. Padahal komunikasi terdiri dari banyak aspek seperti yang dikatakan Schramm sebagai area studi Multidisipliner. Ia akan selalu berkaitan dengan ilmu sosial, psikologi, kejiwaan, teknologi, bahkan perang.

#### **4. Pendekatan Terhadap Tanda-Tanda**

##### **Tipe-tipe Tanda**

- **Ikon**

Sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang serupa dengan bentuk objeknya. Didalam ikon hubungan antara penanda dan petanda nya memiliki kesamaan dalam beberapa kualitas. Suatu peta atau lukisan bisa dikatakan sebagai ikon karena memiliki kemiripan rupa dengan objeknya. Contoh lain adalah rambu-rambu lalu lintas seperti “awas, banyak anak-anak!” , ”rambu-rambu lampu lalu-lintas” semua itu memiliki kemiripan visual atau bisa juga disebut ”meniru” dengan objeknya.

- **Indeks**

Merupakan tanda yang memiliki keterikatan eksistensi terhadap petandanya atau objeknya atau sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang mengisyaratkan penandanya. Di dalam indeks, hubungan antara penanda dengan petandanya bersifat nyata dan aktual. Misalnya bau kentut pertanda ada orang yang baru saja kentut di tempat itu, tanda panah menunjukkan kanan dibawahnya bertuliskan “SOLO 20 KM” adalah indeks bahwa ke kanan 20 kilometer lagi adalah kota Solo, begitu juga dengan tombol-tombol atau link dalam situs web merupakan indeks untuk menuju halaman web yang dimaksud.

- **Simbol**

Merupakan tanda yang bersifat konvensional. Tanda-tanda linguistik umumnya merupakan simbol. Jadi simbol adalah suatu tanda yang sudah ada aturan atau kesepakatan yang dipatuhi bersama, simbol ini tidak bersifat global, karena setiap daerah memiliki simbol-simbol tersendiri seperti adat istiadat daerah yang satu belum tentu sama dengan adat-istiadat daerah yang lainnya. Simbol palang putih dengan latar belakang merah sudah disepakati secara internasional bahwa tanda itu berarti “stop” atau larangan masuk.

### **Soal – Soal**

1. Apa yang dimaksud dengan Semiotika ?
2. Apa yang dimaksud dengan Semiotika Komunikasi ?
3. Jelaskan tentang Teori Informasi !

### **Daftar Referensi :**

1. Dadan Rusmana.,2005.,*Tokoh dan Pemikiran Semiotika.*,Tazkiya Press.,Jakarta.
2. Danesi, Marcel,2011.,*Pesan, Tanda dan Makna.*,Yogyakarta.,Jalasutra.
3. Littlejohn Stephen E.,Karen A Foss.,2009.,*Theories of Human Communication.,Nine Edition.*,Slemba Humanika.
4. Nawiroh Vera.,MSi.,2014.,*Semiotika Dalam Riset Komunikasi.*,Ghalia Indonesia.
5. Sobur Alex.,Drs,MSi.,2009., *Semiotika Komunikasi.*, PT. Remaja Rosdakarya.,Bandung.

## Pertemuan ke 3 -7

### B. TOKOH, TEORI DAN MODEL SEMIOTIKA

#### 1. Semiologi Ferdinand de Saussure (1857-1913)

Seseorang yang layak disebut sebagai pendiri linguistic modern adalah sarjana dan tokoh besar asal Swiss, yaitu Ferdinand de Saussure. Saussure terkenal karena teorinya tentang tanda. Ia sebetulnya tidak pernah mencetak pemikirannya menjadi buku. Catatan-catatannya dikumpulkan oleh murid-muridnya menjadi sebuah *outline*. Karyanya disusun kemudian diterbitkan sebagai buku dengan judul "*Course in General Linguistics*" (Lechte,2001). Karya ini kemudian merupakan sumber teori linguistik yang paling berpengaruh. Kita mengenalnya dengan istilah "strukturalisme" (Grenz,2001).

Menurut Stanley J. Grenz, kehebatan Saussure adalah ia berhasil menyerang pemahaman "historis" terhadap bahasa yang dikembangkan pada abad ke-19. Pada waktu itu studi bahasa berfokus pada perilaku linguistik nyata (ucapan manusia, *parole*). Studi demikian menelusuri perkembangan kata-kata dan ekspresi sepanjang sejarah, mencari faktor-faktor yang berpengaruh, seperti geografi, perpindahan penduduk, perubahan perilaku dan faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi perilaku linguistik manusia (Grenz,2001). Saussure menggunakan pendekatan anti historis yang melihat bahasa sebagai sistem yang utuh dan harmonis secara internal (*langue*). Ia mengusulkan teori bahasa yang disebut "strukturalisme" untuk menggantikan pendekatan "historis" dari para pendahulunya.

Bahasa di mata Saussure tak ubahnya sebuah karya music. Untuk memahami sebuah simponi, kita harus memperhatikan keutuhan karya music secara keseluruhan dan bukan kepada permainan individual dari setiap pemain music. Untuk memahami bahasa, kita harus melihatnya secara "sinkronis", sebagai sebuah jaringan hubungan antara bunyi dan makna.

Teori Semiotik yang dikemukakan oleh Ferdinand De Saussure (1857-1913) dibagi menjadi dua bagian (dikotomi) yaitu :

- Penanda (*signifier*)
- Pertanda (*signified*)

Penanda dilihat sebagai bentuk/wujud fisik dapat dikenal melalui wujud karya arsitektur, sedang pertanda dilihat sebagai makna yang terungkap melalui konsep, fungsi dan/atau nilai-nilai yang terkandung didalam karya arsitektur.

Eksistensi semiotika Saussure adalah relasi antara penanda dan petanda berdasarkan konvensi, biasa disebut dengan signifikasi. Semiotika signifikasi adalah sistem tanda yang mempelajari relasi elemen tanda dalam sebuah sistem berdasarkan aturan atau konvensi tertentu. Kesepakatan sosial diperlukan untuk dapat memaknai tanda tersebut.

Dalam berkomunikasi, seseorang menggunakan tanda untuk mengirim makna tentang objek dan orang lain akan menginterpretasikan tanda tersebut. Objek bagi Saussure disebut “referent”.

Hampir serupa dengan Peirce yang mengistilahkan interpretant untuk signified dan object untuk signifier, bedanya Saussure memaknai “objek” sebagai referent dan menyebutkannya sebagai unsur tambahan dalam proses penandaan. Contoh: ketika orang menyebut kata “anjing” (*signifier*) dengan nada mengumpat maka hal tersebut merupakan tanda kesialan (*signified*). Begitulah, menurut Saussure, “*Signifier* dan *signified* merupakan kesatuan, tak dapat dipisahkan, seperti dua sisi dari sehelai kertas”.

## **2. Mitologi Roland Barthes**

Roland Barthes dikenal sebagai salah seorang pemikir strukturalis yang getol mempraktikkan model linguistic dan semiologi Saussurean. Salah satu area penting yang dirambah Barthes dalam studinya tentang tanda adalah peran pembaca (*the reader*). Konotasi, walaupun merupakan sifat asli tanda, membutuhkan keaktifan pembaca agar dapat berfungsi. Barthes membahas tentang sistem pemaknaan tataran ke-dua, yang dibangun diatas sistem yang lain yang telah ada sebelumnya.

Teori ini dikemukakan oleh Roland Barthes (1915-1980), dalam teorinya Barthes mengembangkan semiotika menjadi 2 tingkatan pertandaan, yaitu :

- Tingkat denotasi
- Tingkat konotasi.

Denotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda pada realitas, menghasilkan makna eksplisit, langsung, dan pasti. Konotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda yang di dalamnya beroperasi makna yang tidak eksplisit, tidak langsung, dan tidak pasti (Yusita Kusumarini,2006).

1. Signifier (penanda)	2. Signified (petanda)
3. Denotative sign (tanda denotative)	
4. CONOTATIVE SIGNIFIER (PENANDA KONOTATIF)	5. CONOTATIVE SIGNIFIED (PETANDA KONOTATIF)
6. CONNOTATIVE SIGN (TANDA KONOTATIF)	

Gambar 1. Peta Tanda Roland Barthes

Dari peta Barthes diatas terlihat bahwa tanda denotative (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaa, tanda denotative adalah juga penanda konotatif (4). Jika anda mengenal tanda “siaga”, barulah konotasi seperti harga diri, kegarangan, dan keberanian menjadi mungkin (Cobley dan Jansz,1999).

Jadi, dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Ini merupakan penyempurnaan semiologi Saussure, yang berhenti pada penandaan dalam tataran denotatif.

Roland Barthes adalah penerus pemikiran Saussure. Saussure tertarik pada cara kompleks pembentukan kalimat dan cara bentuk-bentuk kalimat menentukan makna, tetapi kurang tertarik pada kenyataan bahwa kalimat yang sama bisa saja menyampaikan makna yang berbeda pada orang yang berbeda situasinya. Roland Barthes meneruskan pemikiran tersebut dengan menekankan interaksi antara teks dengan pengalaman personal dan kultural penggunanya, interaksi antara konvensi dalam teks dengan konvensi yang dialami dan diharapkan oleh penggunanya.

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). Di sinilah titik perbedaan Saussure dan Barthes meskipun Barthes tetap mempergunakan istilah signifier-signified yang diusung Saussure

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. Misalnya: Pohon beringin yang rindang dan lebat menimbulkan konotasi “keramat” karena dianggap sebagai hunian para makhluk halus. Konotasi “keramat” ini kemudian berkembang menjadi asumsi umum yang melekat pada simbol pohon beringin, sehingga pohon beringin yang keramat bukan lagi menjadi sebuah konotasi tapi berubah menjadi denotasi pada pemaknaan tingkat kedua. Pada tahap ini, “pohon beringin yang keramat” akhirnya dianggap sebagai sebuah Mitos.

Secara ringkas teori dari Barthes ini dapat diilustrasikan sebagai berikut :

Dalam menelaah tanda, kita dapat membedakannya dalam dua tahap.

*Tahap pertama*, tanda dapat dilihat latar belakangnya pada (1) penanda dan (2) petandanya. Tahap ini lebih melihat tanda secara denotatif. Tahap denotasi ini baru menelaah tanda secara bahasa. Dari pemahaman bahasa ini, kita dapat masuk ke *tahap kedua*, yakni menelaah tanda secara konotatif. Pada tahap ini konteks budaya, misalnya, sudah ikut berperan dalam penelaahan tersebut. Dalam contoh di atas, pada tahap I, tanda berupa BUNGA MAWAR ini baru dimaknai secara denotatif, yaitu penandanya berwujud dua kuntum mawar pada satu tangkai. Jika dilihat konteksnya, bunga mawar itu memberi petanda mereka akan mekar bersamaan di tangkai tersebut. Jika tanda pada tahap I ini dijadikan pijakan untuk masuk ke tahap II, maka secara konotatif dapat diberi makna bahwa bunga mawar yang akan mekar itu merupakan hasrat cinta yang abadi. Bukankah dalam budaya kita, bunga adalah lambang cinta ? Atas dasar ini, kita dapat sampai pada tanda (*sign*) yang lebih dalam maknanya, bahwa hasrat cinta itu abadi seperti bunga yang tetap bermekaran di segala masa. Makna denotatif dan konotatif ini

jika digabung akan membawa kita pada sebuah mitos, bahwa kekuatan cinta itu abadi dan mampu mengatasi segalanya.

### 3. Pragmatisme Charles Sander Peirce (1839-1914)

Peirce mengemukakan teori segitiga makna atau “*triangle meaning*” yang terdiri dari tiga elemen utama, yakni :

- Tanda (*sign*)
- Objek (*object*)
- Pengguna Tanda (*interpretant*).

Tanda adalah sesuatu yang berbentuk fisik yang dapat ditangkap oleh panca indera manusia dan merupakan sesuatu yang merujuk (merepresentasikan) hal lain di luar tanda itu sendiri. Tanda menurut Peirce terdiri dari Simbol (tanda yang muncul dari kesepakatan), Ikon (tanda yang muncul dari perwakilan fisik) dan Indeks (tanda yang muncul dari hubungan sebab-akibat). Sedangkan acuan tanda ini disebut objek. Objek atau acuan tanda adalah konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda atau sesuatu yang dirujuk tanda. Interpretant atau pengguna tanda adalah konsep pemikiran dari orang yang menggunakan tanda dan menurunkannya ke suatu makna tertentu atau makna yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda. Hal yang terpenting dalam proses semiosis adalah bagaimana makna muncul dari sebuah tanda ketika tanda itu digunakan orang saat berkomunikasi.

Contoh :

- Seorang wanita mengenakan jilbab, maka wanita itu sedang mengomunikasikan mengenai dirinya kepada orang lain yang bisa jadi memaknainya sebagai simbol kemuslimahan.
- Seorang pria memakai kemeja lengan panjang dan dimasukkan, celana bahan, serta sepatu pantofel, maka pria itu ingin mengomunikasikan mengenai dirinya kepada orang lain yang bisa jadi memaknainya sebagai simbol kerapihan dan wibawa.

#### **4. Semiotika Umberto Eco**

Stephen W. Littlejohn (1996) menyebut Umberto Eco sebagai ahli semiotika yang menghasilkan salah satu teori mengenai tanda yang paling komprehensif dan kontemporer. Menurut Littlejohn, teori Eco penting karena ia mengintegrasikan teori-teori semiotika sebelumnya dan membawa semiotika secara lebih mendalam (Sobur, 2006).

Eco menganggap tugas ahli semiotika bagaikan menjelajahi hutan, dan ingin memusatkan perhatian pada modifikasi sistem tanda. Eco kemudian mengubah konsep tanda menjadi konsep fungsi tanda. Eco menyimpulkan bahwa “satu tanda bukanlah entitas semiotik yang dapat ditawarkan, melainkan suatu tempat pertemuan bagi unsur-unsur independen (yang berasal dari dua sistem berbeda dari dua tingkat yang berbeda yakni ungkapan dan isi, dan bertemu atas dasar hubungan pengkodean”.

Kode adalah seperangkat aturan atau konvensi (kesepakatan) bersama yang di dalamnya tanda-tanda dapat dikombinasikan, sehingga memungkinkan pesan dapat dikomunikasikan dari seseorang kepada yang lain (Eco, 1979).

Eco menggunakan “kode-s” untuk menunjukkan kode yang dipakai sesuai struktur bahasa. Tanpa kode, tanda-tanda suara atau grafis tidak memiliki arti apapun, dan dalam pengertian yang paling radikal tidak berfungsi secara linguistik. Kode-s bisa bersifat “denotatif” (bila suatu pernyataan bisa dipahami secara harfiah), atau “konotatif” (bila tampak kode lain dalam pernyataan yang sama).

Di dalam kehidupan manusia banyak ditemukan penggunaan kode-kode sebagai perwujudan suatu makna tertentu. Salah satunya adalah budaya, budaya dapat dianggap sebagai kumpulan kode yang membentuk tingkah laku manusia, menjadi bermacam tingkatan dan cara, tergantung pada lingkungan.

Asumsi dasar teori ini adalah kode digunakan untuk menentukan seperangkat aturan atau konvensi (kesepakatan), serta perwujudan dari makna tertentu. Ada 2 arti dari istilah “kode”. Pertama, kode menunjukkan bentuk status yang sistematis, aturan, dan sebagainya. Kedua, kode menyangkut suatu ide rahasia, satu set bentuk, huruf, atau simbol yang mengaburkan arti, dan dapat dipecahkan bila diketahui penyusunan pokok kode tersebut. Jika kedua aspek tersebut dikombinasikan (sistematis dan rahasia), maka kode tersebut kemudian dikenali sebagai kode kultur (culture code),

yaitu mengarah dalam budaya yang tidak dikenal tetapi mempunyai struktur jelas dan spesifik.

Pierre Guiraud mengemukakan 3 jenis kode, yaitu kode sosial, kode estetika, dan kode logika. Kode sosial berkaitan dengan hubungan pria-wanita, dan mencakup wilayah identitas dan tingkatan, aturan tingkah laku, mode, dan sebagainya. Kode estetika berkaitan dengan seni dan bagaimana menginterpretasi dan mengevaluasi seni. Sedangkan kode logika mencakup usaha kita untuk membuat sadar akan dunia dan pengetahuan ilmiah, dan sistem komunikasi tanpa bahasa (Berger, 2005). Kode ilmiah (logika) cenderung statis, kode estetika dan sosial terus mengalami perubahan (dinamis). Dalam membahas suatu hasil karya arsitektur, pembacaan kode menggunakan batasan kode teknik, kode sintagmatik, dan kode semantik (Yusita Kusumarini, 2006).

Kata *motor* di Medan digunakan untuk menyebut *mobil*, sedangkan *sepeda motor* itu sendiri disebut *kereta*. Oleh karenanya untuk menyebut “kereta” yang berjalan di rel, itu harus lengkap disebutkan sebagai *kereta api*. Sama halnya dengan kata *semboyan* dalam bahasa Indonesia yang umum diartikan sebagai sebuah slogan atau jargon, namun dalam istilah perkeretaapian diartikan sebagai kode yang berisi perintah tertentu. Kedua contoh tersebut memberikan gambaran bahwa satu kata memiliki makna yang berbeda apabila ditempatkan pada konteks yang berbeda, namun ketika kata itu tidak dirangkaikan dengan kode berupa kata-kata lain dalam kalimat yang menunjukkan konteks, maka kata tersebut sulit untuk diartikan. Kedua contoh tadi dapat menggambarkan teori yang dikemukakan oleh Umberto Eco.

## **5. Semiotika John Fiske**

John Fiske (2007) berpandangan bahwa semiotika adalah studi tentang tanda dan cara tanda itu bekerja.

Lebih lanjut, John Fiske menjelaskan semiotika membahas tiga pokok bahasan penting, antara lain:

1. Tanda itu sendiri. Hal ini terdiri atas studi tentang berbagai tanda yang berbeda, cara tanda-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 manusia 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.

Berbicara konsep tanda, maka tidak bisa dilepaskan dengan konsep makna. Semua model makna memiliki bentuk yang luas dan mirip. Masing-masing memperhatikan tiga unsur yang mesti ada dalam setiap studi tentang makna, antara lain (a) tanda, (b) acuan tanda, dan (c) pengguna tanda.

Sebuah tanda menandakan sesuatu selain dirinya sendiri, dan makna (*meaning*) adalah hubungan antara suatu objek atau idea dalam suatu tanda. Konsep dasar ini mengikat bersama seperangkat teori yang amat luas berurusan dengan simbol, bahasa, wacana, dan bentuk nonverbal, teori-teori yang menjelaskan bagaimana tanda berhubungan dengan maknanya dan bagaimana tanda disusun.

Menurut John Fiske, dalam bukunya *Cultural And Communication Studies*, disebutkan bahwa terdapat dua perspektif dalam mempelajari ilmu komunikasi. Perspektif yang pertama melihat komunikasi sebagai transmisi pesan. Sedangkan perspektif yang kedua melihat komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna. Berkaitan dengan penelitian ini, maka peneliti hanya akan menggunakan perspektif yang kedua, yaitu dari sisi produksi dan pertukaran makna.

Perspektif produksi dan pertukaran makna memfokuskan bahasanya pada bagaimana sebuah pesan ataupun teks berinteraksi dengan orang-orang di sekitarnya untuk dapat menghasilkan sebuah makna. Hal ini berhubungan dengan peranan teks tersebut dalam budaya. Perspektif ini seringkali menimbulkan kegagalan dalam berkomunikasi karena pemahaman yang berbeda antara pengirim pesan dan penerima pesan. Meskipun demikian, yang ingin dicapai adalah signifikasinya dan bukan kejelasan sebuah pesan

disampaikan. Untuk itulah pendekatan yang berasal dari perspektif tentang teks dan budaya ini dinamakan pendekatan semiotic. (Fiske, 2006 :9)

Definisi semiotic yang umum adalah studi mengenai tanda-tanda. Studi ini tidak hanya mengarah pada “tanda” dalam kehidupan sehari-hari, tetapi juga tujuan dibuatnya tanda-tanda terbentuk. Bentuk-bentuk tanda disini antara lain berupa kata-kata, images, suara, Gesture, dan objek. Bila kita mempelajari tanda tidak bisa memisahkan tanda yang satu dengan tanda-tanda yang lain yang membentuk sebuah system, dan kemudian disebut system tanda. Lebih sederhananya semiotic mempelajari bagaimanasistem tanda membentuk sebuah makna. Menurut John Fiske dan John Hartley, konsentrasi semiotic adalah pada hubungan yang timbul antara sebuah tanda dan makna yang dikandungnya. Juga bagaimana tanda-tanda tersebut dikomunikasikan dalam kode-kode. (Chandler,2002: www.aber.ac.uk)

### **Soal – Soal**

1. Jelaskan tentang Semiologi menurut Ferdinand De Saussure !
2. Bagaimana Charles Sander Peirce memahami Semiotika ?
3. Apa perbedaan Semiotika menurut John Fiske dan menurut Roland Barthes ?
4. Bagaimana Umberto Eco memahami Semiotika ?

### **Daftar Referensi :**

1. Dadan Rusmana.,2005.,*Tokoh dan Pemikiran Semiotika.*,Tazkiya Press.,Jakarta.
2. Danesi, Marcel,2011.,*Pesan, Tanda dan Makna.*,Yogyakarta.,Jalasutra.
3. Littlejohn Stephen E.,Karen A Foss.,2009.,*Theories of Human Communication.,Nine Edition.*,Slemba Humanika.
4. Nawiroh Vera.,MSi.,2014.,*Semiotika Dalam Riset Komunikasi.*,Ghalia Indonesia.
5. Sobur Alex.,Drs,MSi.,2009., *Semiotika Komunikasi.*, PT. Remaja Rosdakarya.,Bandung.

### **C. PROSEDUR PENELITIAN SEMIOTIKA KOMUNIKASI**

#### **1. Jenis Makna Tanda, Jenis Pemaknaan, Menganalisis Tanda**

- Semiotik Analitik  
Semiotik analitik adalah semiotik yang menganalisis sistem tanda.
- Semiotik Deskriptif  
Semiotik deskriptif adalah semiotik yang memperhatikan sistem tanda yang dapat kita alami sekarang, meskipun ada tanda yang sejak dahulu tetap seperti yang disaksikan sekarang.
- Semiotik Faunal (Zoo semiotic)  
Semiotik Faunal adalah semiotik yang khusus memperhatikan sistem tanda yang dihasilkan oleh hewan. Misalnya aungan serigala menandakan adanya serigala di tempat aungan terdengar.
- Semiotik Kultural  
Semiotik kultural adalah semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang berlaku dalam kebudayaan masyarakat tertentu.
- Semiotik Naratif  
Semiotik Naratif adalah semiotik yang menelaah sistem tanda dalam narasi yang berwujud mitos dan cerita lisan (Folklore)
- Semiotik Natural  
Semiotik natural adalah semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh alam. Misalnya cuaca yang mendung menandakan akan terjadinya hujan.
- Semiotik Normatif  
Semiotik normatif adalah semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang di buat oleh manusia yang berwujud norma-norma, misalnya rambu-rambu lalu lintas.
- Semiotik Sosial

Semiotik sosial adalah semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh manusia yang berupa lambang.

- Semiotik Struktural

Semiotik struktural adalah semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dimanifestasikan melalui struktur bahasa.

## **2. Langkah-langkah yang perlu diperhatikan dalam penelitian Semiotika Komunikasi**

Kajian semiotika memfokuskan tiga wilayah, yaitu (1) Tanda itu sendiri. Wilayah ini meliputi kajian mengenai berbagai jenis tanda yang berbeda, cara-cara berbeda dari tanda-tanda didalam menghasilkan makna, dan cara tanda-tanda tersebut berhubungan dengan orang yang menggunakannya.

Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami didalam kerangka penggunaan/konteks orang-orang yang menempatkan tanda-tanda tersebut: (2) Kodekode atau sistem dimana tanda-tanda diorganisasi. Kajian ini melingkupi bagaimana beragam kode telah dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat atau budaya, atau untuk mengeksplotasi saluran-saluran komunikasi yang tersedia bagi pengiriman kode-kode tersebut; dan (3) Budaya tempat dimana kode-kode dan tandatanda beroperasi. Hal ini pada gilirannya bergantung pada penggunaan dari kode-kode atau tanda-tanda untuk eksistensi dan bentuknya sendiri (Fiske, 2012).

Charles Morris (1946) dalam Morissan dan Wardhany (2009) membagi semiotika dalam tiga wilayah, yaitu: (1) Semantik. Semantik membahas bagaimana tanda berhubungan dengan referennya, atau apa yang diwakili suatu tanda. Semiotika menggunakan dua dunia, yaitu 'dunia benda' (World of Things) dan dunia tanda (World of Signs) dan menjelaskan hubungan keduanya. Jika kita bertanya, tanda itu mewakili apa?, maka kita berada di dunia semantik. Buku kamus, misalnya, merupakan referensi semantik; kamus mengatakan kepada kita apa arti suatu kata atau apa yang diwakili atau direpresentasi oleh suatu kata. Prinsip dasar dalam semiotika adalah bahwa representasi selalu diperantarai atau dimediasi oleh kesadaran

interpretasi seorang individu, dan setiap interpretasi atau makna dari suatu tanda akan berubah dari satu situasi ke situasi lainnya.

Pertanyaan selanjutnya adalah, apa makna yang dibawa suatu tanda ke dalam pikiran seseorang yang berada pada situasi tertentu?; (2) Wilayah kedua dalam studi semiotika adalah sintaktik, yaitu studi mengenai hubungan di antara tanda. Dalam hal ini, tanda tidak pernah sendirian mewakili dirinya, tanda adalah selalu menjadi bagian dari sistem tanda yang lebih besar atau kelompok tanda yang diorganisir melalui cara tertentu. Sistem tanda seperti ini disebut kode. Kode dikelola dalam berbagai aturan. Dengan demikian, tanda yang berbeda mengacu atau menunjukkan benda berbeda dan tanda digunakan bersama-sama melalui cara-cara yang diperbolehkan. Menurut pandangan semiotika, tanda selalu dipahami dalam hubungannya dengan tanda lainnya.

Buku kamus tidak lebih dari katalog atau daftar kata-kata yang menunjukkan hubungan antara satu kata dengan kata lainnya (satu kata dijelaskan melalui katakata lain). Dengan demikian, secara umum, kita dapat memahami bahwa sintaktik sebagai aturan yang digunakan manusia untuk menggabungkan atau mengkombinasikan berbagai tanda ke dalam suatu sistem makna yang kompleks. Jika kita mencoba meletakkan satu kata (misalnya 'anjing') ke dalam suatu kalimat (misalnya, 'anjing itu mengejar saya'), maka dalam hal ini kita berhubungan dengan tata bahasa atau sintak. Satu gerak tubuh (gesture) sering kali harus digunakan bersama-sama dengan sejumlah gerak tubuh lainnya agar dapat menghasilkan sistem tanda nonverbal yang kompleks, dan tanda nonverbal harus digunakan bersama dengan bahasa untuk mengungkapkan makna yang lebih kompleks.

Aturan yang terdapat pada sintaktik memungkinkan manusia menggunakan berbagai kombinasi tanda yang sangat banyak untuk mengungkapkan arti atau makna; (3) Pragmatik, yaitu bidang yang mempelajari bagaimana tanda menghasilkan perbedaan dalam kehidupan manusia atau dengan kata lain, pragmatik adalah studi yang mempelajari penggunaan tanda serta efek yang dihasilkan tanda. Pragmatik memiliki peran sangat penting dalam teori komunikasi karena tanda dan sistem tanda dipandang sebagai alat yang digunakan orang untuk berkomunikasi.

Aspek pragmatik dari tanda memiliki peran penting dalam komunikasi, khususnya untuk mempelajari mengapa terjadi pemahaman (*understanding*) atau kesalahpahaman (*misunderstanding*) dalam berkomunikasi. Dari perspektif semiotika, kita harus memiliki pengertian yang sama, tidak saja terhadap setiap kata dan tata bahasa yang digunakan, tetapi juga masyarakat dan kebudayaan yang melatarbelakanginya, agar komunikasi dapat berlangsung dengan baik. Sistem hubungan diantara tanda harus memungkinkan komunikator untuk mengacu pada sesuatu yang sama.

Kita harus memiliki kesatuan rasa (*sense of coherence*) terhadap pesan. Jika tidak, maka tidak akan ada pengertian dalam komunikasi. Kita juga harus memastikan bahwa apabila kita menggunakan aturan tata bahasa, maka mereka yang menerima pesan kita juga harus memiliki pemahaman yang sama terhadap tata bahasa yang kita gunakan. Dengan demikian, mereka akan mengerti makna yang kita maksudkan, *people can communicate if they share meaning* (orang hanya dapat berkomunikasi jika mereka memiliki makna yang sama). Dengan demikian, tradisi semiotik cenderung fokus pada tanda dan fungsinya.

Studi apa pun yang mengkaji batas-batas dan hukum-hukum semiotika harus berangkat dari penentuan apakah (a) yang dimaksud dengan istilah 'semiotika' adalah disiplin khusus yang memiliki metode dan objeknya sendiri; atukah semiotika itu adalah (b) sebuah bidang kajian yang terdiri dari berbagai studi dan oleh karena itu merupakan sebuah repertoar berbagai minat yang tidak padu secara keseluruhan. Jika semiotika adalah sebuah bidang kajian, maka studi-studi semiotis dapat dijustifikasi lewat keberadaannya masing-masing: dengan demikian, adalah mungkin mendefinisikan semiotika secara induktif dengan menyimpulkan dari bidang kajian studi-studi tadi serangkaian kecenderungan utama dan sebuah model yang padu (Eco, 2009).

Penelitian yang menggunakan alat analisis semiotics, mempelajari tanda dan simbol yang lazim digunakan dalam domain tertentu dan memahami aturan pemakaiannya. Peneliti mengurai makna yang dibawa oleh tanda-tanda tersebut. Ide dasar penggunaan semiotics adalah menemukan aturan yang mengatur perilaku manusia.

Secara sederhana tahapan riset semiotika dapat dilakukan sebagai berikut :

- (1) Cari topik yang menarik perhatian;
- (2) Buat pertanyaan riset yang menarik (mengapa, bagaimana, dimana, apa);
- (3) tentukan alasan/rasionalitas penelitian;
- (4) Tentukan metode pengolahan data (model semiotikanya);
- (5) Klasifikasi data: a) Identifikasi teks/tanda; b) Berikan alasan mengapa tes/tanda tersebut dipilih dan perlu diidentifikasi; c) Tentukan pola semiosis yang umum dengan mempertimbangkan hierarki maupun sekuennya atau pola sintagmatis dan paradigmatis; d) Tentukan kekhasan wacananya dengan mempertimbangkan elemen semiotika yang ada;
- (6) Analisis data berdasarkan: a) Ideology, interpretan kelompok, frame-work budaya; b) Pragmatik, aspek sosial, komunikatif; c) Lapis makna, intertekstualitas, kaitan dengan tanda lain, hukum yang mengaturnya; d) Kamus vs ensiklopedia;
- (7) Kesimpulan.

Semiotics memiliki kelemahan. Kelemahan utama semiotics adalah kecenderungan berfokus hanya pada struktur makna dan memperlakukan manusia sebagai unsur pasif. Semiotics cenderung mengabaikan fakta bahwa manusia selalu menciptakan makna baru. Kelemahan semiotics yang kedua adalah ketergantungan yang mendalam terhadap kemampuan peneliti untuk mendalami suatu topik. Pendalaman tersebut membutuhkan kreatifitas tinggi si peneliti.

### **Soal - Soal**

1. Bagaimana makna Tanda dalam kajian Semiotika ?
2. Sebutkan dan jelaskan jenis-jenis pemaknaan !
3. Bagaimana caranya menganalisa Tanda dalam kajian Semiotika ?
4. Apa saja langkah-langkah yang perlu diperhatikan dalam penelitian Semiotika Komunikasi ?

**Daftar Referensi :**

1. Dadan Rusmana.,2005.,*Tokoh dan Pemikiran Semiotika.*,Tazkiya Press.,Jakarta.
2. Danesi, Marcel,2011.,*Pesan, Tanda dan Makna.*,Yogyakarta.,Jalasutra.
3. Littlejohn Stephen E.,Karen A Foss.,2009.,*Theories of Human Communication.,Nine Edition.*,Slemba Humanika.
4. Nawiroh Vera.,MSi.,2014.,*Semiotika Dalam Riset Komunikasi.*,Ghalia Indonesia.
5. Sobur Alex.,Drs,MSi.,2009., *Semiotika Komunikasi.*, PT. Remaja Rosdakarya.,Bandung.

## D. BERKOMUNIKASI DENGAN SIMBOL - SIMBOL

### 1. Pengertian Simbol

Secara etimologis simbol berasal dari kata Yunani *sym-ballein* yang berarti melemparkan bersama sesuatu (benda atau perbuatan) dikaitkan dengan sesuatu ide. Dalam bahasa komunikasi simbol sering diistilahkan sebagai lambang. Dan lambang sesuatu yang digunakan untuk menunjuk sesuatu yang lainnya. Simbol atau lambang merupakan salahsatu kategori tanda (sign) tanda sign terdiri atas ikon, ideks dan simbol. Salah satu kebutuhan pokok manusia adalah simbolisasi atau penggunaan lambang

Secara etimologis, simbol (*symbol*) berasal dari kata Yunani “*sym-ballein*” yang berarti melemparkan bersama suatu (benda, perbuatan) dikaitkan dengan suatu ide. (Hartoko & Rahmanto,1998). Ada pula yang menyebutkan “*symbolos*”, yang berarti tanda atau ciri yang memberitahukan sesuatu hal kepada seseorang (Herusatoto,2000). Biasanya simbol terjadi berdasarkan metonimi (*metonimy*), yakni nama untuk benda lain yang berasosiasi atau yang menjadi atributnya (misalnya: si kacamata untuk seseorang yang berkacamata) dan metafora (*metafhor*), yaitu pemakaian kata atau ungkapan lain untuk objek atau konsep lain berdasarkan kias atau persamaan (misalnya : kaki gunung, kaki meja, berdsarkan kias pada kami manusia) (Kridalaksana,2001). Semua simbol, melibatkan tiga unsur :

1. Simbol itu sendiri
2. Satu rujukan atau lebih
3. Hubungan antara simbol dengan rujukan

Ketiga hal itu merupakan dasar bagi semua makna simbolik.

Dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, disebutkan simbol atau lambang adalah semacam tanda, lukisan, perkataan, lencana dan sebagainya, yang menyatakan sesuatu hal,

atau mengandung maksud tertentu. Misalnya; warna putih merupakan lambang kesucian, lambang padi lambang kemakmuran, dan kopyah merupakan salah satu tanda pengenal bagi warga negara RI.

Simbol adalah bentuk yang menandai sesuatu yang lain di luar perwujudan bentuk simbolik itu sendiri. Simbol yang bertuliskan berbagai bunga, misalnya mengemban gambaran fakta yang disebut “bunga” sebagai sesuatu yang ada di luar bentuk simbolik itu sendiri. Dengan demikian, dalam konsep Pierce simbol diartikan sebagai tanda yang mengacu pada objek tertentu di luar tanda itu sendiri. Hubungan antara simbol sebagai penanda sebagai sesuatu yang ditandakan (petanda) sifatnya konvensional. Berdasarkan konvensi itu pula masyarakat pemakainya menafsirkan ciri hubungan antara simbol dengan objek yang diacu dan menafsirkan maknanya. Dalam arti demikian, kata misalnya, merupakan salah satu bentuk simbol karena hubungan kata dengan dunia acuannya ditentukan berdasarkan kaidah keahasaannya. Kaidah keahasaan itu secara artificial dinyatakan ditentukan berdasarkan konvensi masyarakat pemakainya.

Simbol tidak dapat disikapi secara isolatif, terpisah dari hubungan asosiatifnya dengan simbol lainnya. Walaupun demikian berbeda dengan bunyi, simbol telah memiliki kesatuan bentuk dan makna. Berbeda pula dengan tanda (*sign*), simbol merupakan kata atau sesuatu yang bisa dianalogikan sebagai kata yang telah terkait dengan :

1. Penafsiran pemakai
2. Kaidah pemakaian sesuai dengan jenis wacananya
3. Kreasi pemberian makna sesuai dengan intense pemakainya.

Simbol yang ada berkaitan dengan ketiga butir tersebut disebut simbolik.

Lain lagi *alegori* – cerita yang dikisahkan dalam lambang-lambang; merupakan metafora yang diperluas dan berkesinambungan, tempat atau wadah objek-objek atau gagasan-gagasan yang diperlambangkan – maka simbol terpengaruh oleh perasaan. Pada dasarnya symbol dapat dibedakan (Hartoko & Ragnabt1998).

1. Simbol-simbol universal ; berkaitan dengan arketipos. Misalnya : tidur sebagai lambang kematian
2. Simbul cultural ; dilatarbelakangi oleh suatu kebudayaan tertentu. Misalnya : keris dalam kebudayaan Jawa)

3. Simbol individual ; dapat ditafsirkan dalam konteks keseluruhan karya seorang pengarang.

Pengklasifikasian yang hampir sama dikemukakan oleh Arthur A. Berger (2000), yang mengklasifikasikan simbol menjadi :

1. Konvensional

Adalah kata-kata yang kita pelajari yang berdiri / ada untuk menyebut / menggantikan sesuatu.

2. Aksidental

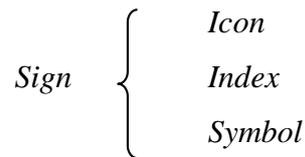
Sifatnya lebih individu, tertutup dan berhubungan dengan sejarah kehidupan seseorang. Contoh : bagi seorang pria yang jatuh cinta pertama kali di Paris, Paris menjadi simbol untuk cinta (simbol aksidental yang ditemukan di dalam mimpi – mimpi lebih banyak berisi symbol-simbol aksidental).

3. Universal.

Sesuatu yang berakar dari pengalaman semua orang. Upaya untuk memahami simbol seringkali rumit dan kompleks, oleh karena fakta bahwa lokita di balik simbolisasi serikali tidaks ama dengan logika yang digunakan orang di dalam proses-proses pemikiran kesehariannya.

Dalam bahasa komunikasi, simbol seringkali diistilahkan sebagai lambang. Simbol atau lambang adalah sesuatu yang digunakan untuk menunjuk sesuatu lainnya, berdasarkan kesepakatan sekelompok orang. Lambang meliputi kata-kata (pesan verbal), perilaku non verbal, dan objek dan maknanya disepakati bersama, misalnya memasang bendera di halaman rumah untuk menyatakan penghormatan atau kecintaan kepada negara. Kemampuan manusia menggunakan lambang verbal memungkinkan perkembangan bahasa dan menangani hubungan antara manusia dan objek (baik nyata maupun abstrak) tanpa kehadiran manusia dan objek tersebut.

Simbol atau lambang merupakan salah satu kategori tanda (*sign*). Dalam wawasan Peirce, tanda (*sign*) terdiri atas ikon (*icon*), indeks (*index*), dan symbol (*symbol*). Hubungan butir-butir tersebut oleh Peirce digambarkan sebagai berikut. :



Gambar 2 : Ikon, Indeks dan Simbol

Pada dasarnya *ikon* merupakan tanda yang bisa menggambarkan cirri utama sesuatu meskipun sesuatu yang lazim disebut sebagai objek acuan tersebut tidak hadir. Hubungan antara tanda dengan objek dapat juga direpresntasikan oleh ikon dan indeks, namun ikon dan indeks tidak memerlukan kesepakatan (Mulyana, 2000).

*Ikon* adalah suatu benda fisik (dua atau tiga dimensi) yang ditandai dengan kemiripan. Misalnya ; foto Megawati adalah ikon Megawati. Gambar Amin Rais adalah ikon Amin Rais.

Zoest mengurai ikon dalam tiga macam perwujudan :

1. *Ikon spasial* atau *topologis*

Ditandai dengan adanya kemiripan antara ruang / profil dan bentuk teks dengan apa yang diacunya

2. *Ikon relasional* atau *diagramatik*

Terjadi kemiripan antara dua unsure tekstual dengan hubungan dua unsur acuan

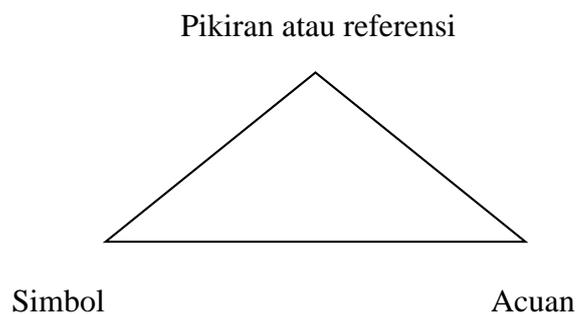
3. *Ikon metafora*

Bukan lagi dilihat adanya kemiripan antara tanda dan acuan, namun antara dua acuan ; kedua-duanya diacu dengan tanda yang sama ; yang pertama bersifat langsung dan yang kedua bersifat tidak langsung. Biasanya dalam konteks seni, ikon ini muncul dalam parable, alegori atau kisah metafisi (Dahana,2001)

Pandangan Peirce tentang ikon (*icon*) pengertiannya relatif sama dengan istilah simbol (*symbol*) dalam wawasan Saussure. Dalam wawasan Saussurean, symbol merupakan diagram yang mampu menampilkan gambaran suatu objek meskipun objek itu tidak dihadirkan. Misalnya ; peta, bisa memberikan gambaran hubungan objek-objek tertentu meskipun objek itu tidak dihadirkan.

*Indeks* adalah tanda yang hadir secara asosiatif akibat terdapatnya hubungan ciri acuan yang sifatnya tetap. Kata *rokok*, misalnya memiliki indeks *asap*. Hubungan indeksikal antara *rokok* dengan *asap* terjadi karena terdapatnya hubungan ciri yang bersifat tetap antara ‘*rokok*’ dan ‘*asap*’. Kata-kata yang memiliki hubungan indeksikal masing-masing memiliki ciri utama secara individual. Ciri tersebut antara yang satu dengan yang lain berbeda dan tidak dapat saling menggantikan. Ciri utama pada *rokok*, misalnya berbeda dengan *asap*.

Kemudian istilah *symbol* dalam pandangan Peirce dalam istilah sehari-hari lazim disebut kata (*word*), nama (*name*), dan label (*label*). Sebab itu tidak mengherankan apabila pengertian tanda, symbol maupun kata seringkali tumpang tindih. Seperti halnya dengan Peirce, Ogden dan Richards juga menggunakan istilah symbol Peirce. Sebagaimana dalam wawasan Peirce, hubungan ketiga butir tersebut bersifat konvensional. Hubungan antara simbol *thought of reference* (pikiran atau referensi), dengan *referent* (acuan) dapat digambarkan melalui bagan *semiotic triangle* sebagai berikut :



Gambar 3 : *Semiotic Triangle* Ogden dan Richards

Berdasarkan bagan diatas, dapat dijelaskan bahwa pikiran merupakan mediasi antara simbol dengan acuan. Atas dasar hasil pemikiran itu pula terbuahkan referensi : hasil penggambaran maupun konseptualisasi acuan simbolik. Referensi dengan demikian merupakan gambaran hubungan antara tanda kebahasaan berupa kata maupun kalimat dengan dunia acuan yang membuahkan satuan pengertian tertentu.

Banyak orang seringkali dibingungkan dengan istilah isyarat, tanda dan lambang atau symbol. Bagaimana hubungan atau perbedaan antara ketiga istilah tersebut ?. Banyak orang yang selalu mengartikan simbol sama dengan tanda. Sebetulnya, tanda berkaitan langsung dengan objek, sedangkan simbol memerlukan proses pemaknaan yang lebih intensif setelah menghubungkan dia dengan objek. Dengan kata lain, simbol lebih substantif dibandingkan tanda. Oleh karena itu, salib yang dipajang di depan gereja, misalnya hanya merupakan tanda bahwa rumah tersebut rumah ibadah orang Kristen. Namun, salib yang terbuat dari kayu merupakan simbol yang dihormati oleh semua orang Kristen, lambang pengorbanan jiwa raga Kristus demi umat manusia (Liliweri,2001).

Karena mempunyai bentuk yang berbeda, ada perbedaan kadar simbolisme dalam isyarat, tanda, dan lambang. Untuk lebih jelas kita bisa mengetahui beberapa perbedaan antara isyarat, tanda dan lambang/symbol melalui tabel berikut :

No	ISYARAT	TANDA	LAMBANG/SIMBOL
1	Diberitahukan oleh subjek kepada objek (Subjek aktif)	Subjek diberitahu oleh objek (subjek pasif)	Subjek dituntun memahami objek (Subjek aktif)
2	Mempunyai satu arti	Hanya memuat dua arti	Mempunyai lebih banyak arti (Sedikitnya dua arti)
3	Diberitahukan oleh subjek kepada objek secara langsung (Berlaku satu kali)	Subjek diberitahu objek terus menerus (berlaku secara tetap)	Subjek dituntun memahami objek secara terus menerus (berlaku secara tetap)
4	Abstral	Bentuknya konkret bisa abstrak	Berbentuk konkret/abstrak
5	Dikenal diketahui oleh manusia dan binatang secara langsung	Dikenal diketahui oleh manusia dan binatang setelah diajarkan berulang-ulang	Hanya manusia yang memahaminya
6	Yang dipakai untuk isyarat tidak ada hubungan khusus dengan yang diisyaratkan	Yang dipakai untuk tanda selalu punya hubungan khusus dengan yang ditandai	Yang dipakai untuk lambang/symbol tidak mempunyai hubungan khusus dengan yang dilambangkan
7	Diciptakan manusia untuk manusia dan binatang	Diciptakan manusia, alam dan binatang , untuk manusia dan binatang	Diciptakan manusia untuk manusia

Gambar 4 : Perbedaan antara Isyarat, Tanda dan Lambang/Symbol

Jadi, *isyarat* adalah suatu hal atau keadaan yang diberitahukan oleh subjek kepada objek. Artinya, subjek selalu berbuat sesuatu untuk memberitahukan kepada objek yang diberi isyarat agar objek mengetahuinya pada saat itu juga. Isyarat tidak dapat ditangguhkan pemakaiannya. Ia hanya berlaku pada saat dikeluarkan oleh subjek. Isyarat yang ditangguhkan penggunaannya, akan berubah bentuknya menjadi tanda. *Tanda* itu sendiri berarti suatu hal atau keadaan yang menerangkan objek kepada subjek. Sedangkan simbol atau lambang ialah suatu hal atau keadaan yang memimpin pemahaman subjek kepada objek. Tanda selalu menunjuk kepada sesuatu yang riil (benda), kejadian atau tindakan. Misalnya ; sebelum guntur berbunyi selalu ditandai dengan kilat. Tanda alamiah ini merupakan bagian dari hubungan alamiah; sebelum guntur menggelegar, didahului kilat.

Untuk lebih memperjelas perbedaan-perbedaan sebagaimana digambarkan dalam tabel di atas, maka berikut ini adalah contoh-contoh yang berkenaan dengan isyarat, tanda, dan lambang atau simbol.

*Pertama*, isyarat dapat berupa gerak tubuh atau anggota badan, suara-suara atau bunyi-bunyian, sinar atau asap. Sementara itu, isyarat-isyarat morse bisa berupa kibaran bendera yang dipakai pramuka atau anggota Angkatan Laut. Gerak tubuh polisi lalu lintas, bunyi telegraf, suara peluit pramuka dan polisi, kepulan asap orang Indian, juga termasuk kategori isyarat.

*Kedua*, tanda-tanda dapat berupa benda-benda seperti tugu-tugu jarak jalan, tanda-tanda lalu lintas, tanda pangkat dan jabatan, tanda-tanda baca dan tanda tangan. Sedangkan tanda-tanda yang merupakan keadaan, misalnya ; munculnya awan pada siang hari (tanda akan turun hujan), adanya asap tanda ada api, munculnya kilat tanda akan guntur.

*Ketiga*, lambang atau simbol dapat berupa lambang partai, palang merah, salib, bulan bintang, simbol matematika dan logika, dll. Pepatah, kisah-kisah dongeng pun bisa menjadi lambang atau simbol yang tidak berbentuk benda.

Sebuah simbol, dari perspektif Saussurean adalah sejenis tanda, dimana hubungan antara penanda dan petanda seakan-akan bersifat arbitrer. Konsekuensinya, hubungan antara kesejarahan mempengaruhi pemahaman kita. Saussure menerangkan sebagai berikut : (Berger,2000)

Salah satu karakteristik dari *symbol* adalah bahwa *symbol* tidak pernah benar-benar arbitrer. Hal ini bukannya tidak beralasan karena ada ketidaksempurnaan ikatan alamiah antara *penanda* dan *petanda*. Simbol keadilan berupa sebuah timbangan tak dapat digantikan oleh symbol lainnya seperti kendaraan (kereta) misalnya.

Memang, seorang dewi dengan mata tertutup sedang memegang timbangan itu bahkan lebih menguatkan simbol tentang keadilan, karena memperkuat makna ketidakberpihakan dan kesamaan perlakuan yang kita asosiasikan dengan keadilan. Gambaran ini merupakan simbol konvensional keadilan dalam pandangan dunia Yahudi - Kristen Barat. Karena itu, ada keterkaitan logis antara timbangan dan konsep keadilan, tetapi kita harus belajar untuk mengasosiasikan timbangan dan keadilan. Dengan melihat gambar tentang timbangan, tidak secara otomatis menjadikan seseorang berpikir tentang keadilan. Disini, seperti dikatakan Arthur Asa Berger (2000), *konteks* sangat penting.

Jika simbol merupakan salah satu unsur komunikasi, maka seperti halnya komunikasi, simbol tidak muncul dalam suatu ruang hampa-sosial, melainkan dalam suatu konteks atau situasi tertentu.

Pada dasarnya, *konteks* adalah suatu situasi dan kondisi yang bersifat lahir dan batin yang dialami pra peserta komunikasi. Kita mengenal beberapa bentuk *konteks* (Liliweri, 2001), yaitu :

3. *Konteks fisik* : lokasi berlangsungnya suatu peristiwa.

Misalnya; ada perbedaan cara berdialog dengan para petani di tengah-tengah persawahan dengan di kantor pertanian.

4. *Konteks waktu*

Misalnya : ada istilah jam baik, hari baik, minggu baik, bulan baik, dan tahun baik.

5. *Konteks historis*

Adalah keadaan yang pernah dialami oleh peserta komunikasi, pengalaman historis itu berpengaruh terhadap keadaan komunikasi.

6. *Konteks psikologis* : Suasana kebatinan yang bersifat emosional

Misalnya : perasaan suka dan duka

7. *Konteks sosial dan budaya*

Adalah keadaan sosial, budaya yang menjadi latar belakang komunikator dan komunikan serta tempat berlangsungnya komunikasi.

Kembali ke masalah symbol, Mead (Mulyana,2001) membedakan simbol signifikan (*significant symbol*) yang merupakan bagian dari dunia makna manusia dengan tanda alamiah (*natural signs*) yang merupakan bagian dari dunia fisik. Yang *pertama* digunakan secara sengaja sebagai sarana komunikasi; Yang *kedua* digunakan secara spontan dan tidak disengaja dalam merespons stimuli. Makna tanda alamiah ditemukan, karena hal itu adalah bagian dari hukum (hubungan sebab-akibat) alam, seperti asap yang merupakan tanda alamiah dari api. Akan tetapi makna symbol secara sembarang dipilih dan berdasarkan kesepakatan yang tidak memiliki hubungan kausal dengan apa yang direpresentasikannya. Respons manusia terutama bersifat simbolik, sedangkan respons hewan terutama bersifat alamiah (otomatis dan spontan).

Pada dasarnya, simbol adalah sesuatu yang berdiri / ada untuk sesuatu yang lain, kebanyakan diantaranya tersembunyi atau tidak jelas. Sebuah simbol dapat berdiri untuk sesuatu institusi, cara berpikir, ide, harapan dan banyak hal lain. Sosok pahlawan pria atau wanita seringkali simbolis sifatnya dan dengan demikian dapat diinterpretasikan sebagai segala sesuatu yang berkaitan dengan keberadaan sosok pahlawan tersebut. Dan kebanyakan dari apa yang paling menarik tentang simbol-simbol adalah hubungannya dengan ketidaksadaran. Simbol-simbol kata Asa Berger (2000) adalah kunci yang memungkinkan kita untuk membuka pintu yang menutupi perasaan-perasaan ketidaksadaran dan kepercayaan kita melalui penelitian yang mendalam. Simbol-simbol merupakan pesan dari ketidaksadaran kita.

## **2. Simbol : Kebutuhan Pokok Manusia, Status dan Gaya Hidup**

Salah satu kebutuhan manusia seperti dikatakan Susanne K. Langer adalah kebutuhan simbolisasi atau penggunaan lambang (Mulyana,2000). Salah satu sifat dasar manusia, menurut Wieman dan Walter adalah kemampuan menggunakan simbol (Johannesen, 1996). Kemampuan manusia menciptakan symbol membuktikan bahwa manusia sudah memiliki kebudayaan yang tinggi dalam berkomunikasi, mulai dari simbol yang sederhana seperti bunyi atau isyarat, sampai kepada simbol yang dimodifikasi dalam bentuk signal-signal melalui gelombang udara dan cahaya, seperti radio, televisi, telegram, telex dan satelit (Sobur,2001).

Kemampuan tersebut, sebagian orang mungkin menyebutnya keharusan, untuk mengubah data mentah hasil mengamatan indera menjadi simbol-simbol dipandang sebagai khas manusia. Kita bukan hanya dapat segera mengubah data tangkapan indera melalui simbol-simbol, kita juga dapat menggunakan simbol-simbol untuk menunjuk kepada simbol lain (seperti konsepsi tujuan, nilai, cita) dan untuk mewariskan pengetahuan dan wawasan yang terpendam dari generasi ke generasi. Daya simbolisasi ini, menurut Wieman dan Walter bertanggungjawab atas kejadian dan kelangsungan pertumbuhan kepribadian manusia dan atas pekerjaan-pekerjaan kreatif umat manusia.

Susanne Langer, berpendapat ; “simbolisme merupakan kunci kehidupan mental khas manusia dan melebihi tingkatan hewani belaka”. Ia yakin bahwa “kebutuhan akan simbolisasi, yang mungkin tidak dimiliki mahluk lain”, jelas pada manusia berfungsi secara kontinue dan merupakan proses fundamental pikiran manusia (Johannesen,1996).

Sebagai pengguna dan penafsir simbol, dan penafsir symbol, manusia terkadang irasional dengan menganggap seolah-olah ada kemestian atau ada hubungan alamiah antara suatu symbol dengan apa yang disimbolkan. Buktinya, masih ada orang yang menanam kepala kerbau sebelum sebuah gedung dibangun, konon demi keselamatan gedung itu. Sebagian orang masih mempercayai adanya hari baik atau hari buruk untuk membuat sebuah keputusan penting atau melakukan suatu perjalanan.

Istilah *kuningnisasi* di era Orde Baru memang telah menjadi konstruksi politik dalam rangka pengidentifikasian unsur yang biasanya bersinggungan dengan orsospol terbesar di Indonesia. Kata *kuningnisasi* melibatkan jauh lebih banyak daripada sekedar menuliskan kata di atas kertas atau menyuarakan pandangan orang tentang warna kuning itu sendiri.

Manusia itu unik karena mereka memiliki kemampuan memanipulasi symbol-simbol berdasarkan kesadaran. Mead menekankan pentingnya komunikasi, khususnya melalui mekanisme isyarat vocal (bahasa), meskipun teorinya bersifat umum. Isyarat vokallah yang potensial menjadi seperangkat symbol yang membentuk bahasa. Simbol adalah suatu rangsangan yang mengandung makna dan nilai yang dipelajari bagi manusia, dan respons manusia terhadap symbol adalah dalam pengertian makna dan nilainya ketimbang dalam pengertian stimulasi fisik dan alat-alat indranya (Mulyana,2001). Makna suatu symbol bukanlah pertama-tama cirri fisiknya namun apa yang orang dapat lakukan mengenai

symbol tersebut. Dengan kata lain, sebagaimana dikatakan Shibutani (dalam Mulyana,2001) “Makna pertama-tama merupakan property perilaku dan kedua merupakan property objek”. Dengan demikian semua objek simbolik menyorakan suatu rencana tindakan (*plan of action*) dan bahwa alasan untuk berperilaku dengan suatu cara tersebut terhadap suatu objek antara lain diisyaratkan oleh objek tersebut.

### **Simbol Status dan Gaya Hidup**

Status pada dasarnya mengarah pada posisi yang dimiliki seseorang di dalam sejumlah kelompok atau organisasi dan prestise melekat pada posisi tersebut. Status berarti berhubungan dengan peran seseorang (Berger,2000). Sebagai contoh; di Universitas seorang professor memiliki status lebih daripada asisten professor dan memainkan peran yang berbeda. Demikian pula, seorang rector memiliki status lebih daripada dekan atau ketua jurusan. Di dalam kehidupan bermasyarakat secara umum, seseorang yang memiliki suatu pekerjaan, memiliki status yang baik (dokter, professor, pengusaha, pengacara), dan lainnya yang memiliki status lebih kecil (pedagang kaki lima, buruh harian, pemulung sampah). Status merupakan kekuatan yang besar didalam masyarakat yang digunakan untuk mengendalikan orang dengan cara yang halus. Status adalah simbol dari kesuksesan hidup.

Orang yang punya status tertentu kerap kali dihubung-hubungkan dengan gaya hidup. Gaya hidup adalah istilah menyeluruh yang meliputi cita rasa seseorang di dalam fashion, mobil, hiburan dan rekreasi, bacaan, dll. Gaya menunjukkan pakaian, dan gaya hidup digunakan untuk menggambarkan bagaimana seseorang berpakaian.

Sebetulnya, konsep gaya hidup tidaklah dipakai secara seragam dalam literature. Konsep ini digunakan dalam antropologi / sosiologi perkotaan, psikologi dan pemasaran. Konsep gaya hidup sering dihubung dengan sub kultur.

Dalam merumuskan gaya hidup, Nas dan v.d. Sande menggunakan pendekatan analitis dan sintetis. Lewat pendekatan yang pertama, konsep gaya hidup dirinci ke dalam lima dimensi (Susianto,1993) ;

#### *1. Morfologi*

Sebagai aspek lingkungan dan geografi dari gaya hidup, dimensi ini melihat sejauh mana individu menggunakan kota dan fasilitasnya. Dari dimensi ini dapat dilihat,

misalnya ; apakah aktivitas individu itu terbatas pada suatu bagian kota tertentu saja, misalnya selalu berbelanja di pasar yang sama dalam memenuhi semua kebutuhannya, ataukah aktivitasnya melibatkan segala fasilitas perkotaan yang ada, misalnya berbelanja ke berbagai pusat perbelanjaan, atau bahkan ke luar kota, sesuai dengan jenis barang yang akan dibeli.

## 2. *Hubungan Sosial*

Dimensi ini menggali pola hubungan sosial individu. Seperti diketahui, tiap orang memiliki beberapa lingkaran pergaulan. Berapa banyakkah lingkaran pergaulan individu ? Siapa sajakah anggota didalam lingkaran pergaulan tersebut ? Apakah fungsi dari setiap lingkaran tersebut ? dan apakah individu merasa perlu membuat lingkaran-lingkaran pergaulannya bersentuhan ?

## 3. *Domain*

Lewat dimensi ini diperoleh informasi mengenai aktivitas yang ditekankan didalam jaringan sosial, serta peran apa yang dinilai berharga oleh individu

## 4. *Makna*

Dimensi ini menggali bagaimana individu memberi makna pada kegiatan-kegiatannya. Seperti diketahui, individu dapat memiliki tingkah laku yang sama walaupun *world-view* yang mendasari tingkah laku tersebut berbeda.

## 5. *Style*

Dimensi yang menampilkan aspek lahiriah dari gaya hidup ini menggunakan simbol-simbol, dan memberikan nilai simbolik pada objek-objek disekitarnya.

Gaya hidup sering dihubungkan dengan kelas sosial ekonomi dan menunjukkan citra seseorang. Gaya hidup orang ditunjukkan dalam variasi keputusan cita rasanya, misalnya mobil yang dikendarainya, keturunan dari anjing atau kucingnya, majalah yang dibacanya, tempat mereka tinggal, bentuk rumah (besarnya, warna lantainya, perabotannya), pekerjaannya, makanan yang disantapnya dan restoran yang sering dikunjunginya, tempat hiburannya, merek-merek baju-jam tangan-sepatu-ikat pinggang- tas-kacamata,dll yang sering dipilihnya.

Merek bukanlah sekedar nama. Di dalamnya terkandung sifat, makna, arti dan isi dari produk bersangkutan. Bahkan dalam perkembangan lebih lanjut, merek akan

menandai simbol dan status dari produk tersebut. Misalnya ; Gucci, Versace, Kenzo, dll. Ketika orang mengingat-ingat merek tersebut maka asosiasi orang langsung tertunju pada simbol kecantikan dan kemewahan. Para pemakai merek tersebut juga jelas statusnya ; kaum berduit yang berselera tinggi.

Tampaknya manusia modern kini tidak lagi sekedar membeli barang. Mereka tidak sekedar membeli sepatu, tapi membeli merek. Sukses Unilever kata Bondan Winarno (1986) bukanlah karena ia membuat deterjen, sabun dan pasta gigi, tetapi karena ibu-ibu suka membeli ERinso, Lux dan Pepsodent. Bagi sebagian orang merek adalah segala-galanya. Barangkali karena ktia memang sudah memasuki budaya *branded product*. Karena melihat pentingnya merek, kini para pemasar berlomba-lomba menciptakan merek yang tidak saja bernuansa lokal namun juga global.

Semua barang harus ada mereknya. Orang sekarang bahkan berani memakai baju ‘terbalik’, yaitu baju yang mereknya di luar. Semua baju Prancis satu dekade terakhir ini – palsu atau tidak – justru menaruh mereknya di luar. Orang membedakan mutu produk berdasarkan merek. Garam pun sekarang dikemas dalam kemasan bermerek. Beras bermutu juga memakai merek. Artinya, setiap merek mempunyai citranya sendiri.

Ini bukan sekedar permainan kata. Perbedaan antara produk dan merek sangatlah fundamental (Winarno,1986). Produk adalah sesuatu yang dibuat di pabrik. Sedangkan merek adalah sesuatu yang dibeli oleh konsumen. Sebuah produk dapat ditiru oleh pesaing tapi merek ? Sebuah produk dapat menjadi kadaluarsa, tapi merek yang baik dapat bertahan lama. Merek simbol identitas dan status, akhirnya merupakan harapan yang dimunculkan oleh produsen untuk memnuhi kebutuhan konsumen.

### **3. Simbol – Simbol Budaya dan Religi**

James P. Spradley mengatakan “Semua makna budaya diciptakan dengan menggunakan simbol-simbol. Makna hanya dapat disimpan di dalam simbol, ujar Clifford Geerts. Pengetahuan kebudayaan lebih dari suatu kumpulan simbol, baik istilah-istilah rakyat maupun jenis-jenis simbol lain. Semua simbol, baik kata-kata yang terucapkan, sebuah objek seperti sebuah bendera, suatu gerak tubuh seperti melambaikan tangan, sebuah tempat seperti masjid atau gereja, atau suatu peristiwa seperti perkawinan,

merupakan bagian-bagian suatu sistem simbol. Simbol itu meliputi apapun yang dapat kita rasakan atau kita alami.

Menurut Geerts; Bahkan kekuatan sebuah agama dalam menyangga nilai-nilai social terletak pada kemampuan simbol-simbolnya untuk merumuskan sebuah dunia tempat nilai-nilai itu, dan juga, kekuatan-kekuatan yang melawan perwujudan nilai-nilai itu, menjadi bahan-bahan dasarnya. Agama melukiskan kekuatan imajinasi manusia untuk membangun sebuah gambaran kenyataan.

Nama diri pun adalah simbol pertama dan utama bagi seseorang. Nama dapat melambangkan status, cita rasa budaya, untuk memperoleh citra tertentu, sebagai nama hoki atau apapun alasannya. Nama pribadi adalah unsur penting identitas seseorang dalam masyarakat, karena interaksi dimulai dengan nama dan hanya kemudian diikuti dengan atribut-atribut lainnya.

Tak cuma nama orang, nama-nama tempat atau nama-nama sungai pun menyimpan banyak nama simbolik, jenis tumbuhan juga kerap dijadikan simbol atau lambang dalam berbagai budaya, bahkan sampai menyebar ke wilayah makanan. Ternyata, makanan rakyat ada juga yang diberi kandungan makna simbolis, yakni berupa ajaran filsafat, atau mistis.

#### **4. Interaksionisme Simbolik**

Esensi interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna. Interaksi simbolik sering dikelompokkan kedalam dua aliran (school) (Littlejohn, 1996:160) sementara itu inti dari teori interaksi simbolik George Herbert Mead adalah teori tentang (self) Mead menganggap bahwa konsepsi diri adalah suatu proses yang berasal dari interaksi sosial individu dengan orang lainnya.

Hidup digerakkan oleh simbol-simbol, dibentuk oleh simbol-simbol, dan dirayakan dengan simbol-simbol. Ketika aksi teroris 11 September meluluhlantahkan Gedung Kembar WTC (*World Trade Center*) di kawasan Manhattan, New York, AS; dan ketika orang-orang di negeri kita sendiri hiruk pikuk menghancurkan, memporakporandakan, dan membakari gedung pemerintahan, kendaraan, mall, atau tempat-tempat ibadah, sasaran sesungguhnya tentulah benda-benda itu sendiri. Sasaran

mereka sebenarnya adalah symbol. Gedung-gedung pencakar langit, kendaraan, pusat-pusat perbelanjaan, tempat-tempat ibadah, dan sebagainya itu bisa saja dilihat sebagai symbol “kecongkakan”, “kekuasaan”, “kesewenangan”, “keserakahan”, “kepura-puraan” atau apapun. Dan itulah rupanya yang hendak mereka hantam dan hancurkan.

Dengan simbol-simbol itu pula manusia banyak bergantung. “Prestasi-prestasi manusia”, kata Alfred Korzybaki, “bergantung pada penggunaan simbol-simbol” (Hayakawa, dalam Mulyana dan Rakhmat, 1996). Itulah sebabnya Susane Langer menyatakan keyakinannya bahwa “kebutuhan dasar ini yang memang ada pada manusia, adalah kebutuhan akan simbolisasi. Fungsi pembentukan symbol ini adalah satu diantara kegiatan-kegiatan dasar manusia, seperti makan, melihat dan bergerak. Ini adalah proses fundamental dari pikiran dan berlangsung setiap waktu” (Mulyana dan Rakhmat,1996).

Simbol itu muncul dalam konteks yang sangat beragam dandigunakan untuk berbagai tujuan. Semua kata yang digunakan oleh kekasih anda ketika menjawab pertanyaan-pertanyaan anda dalam “pertemuan pertama” adalah simbol-simbol. Cara calon suami atau istri anda berpakaian juga merupakan simbol, sebagaimana ekspresi wajahnya serta gerakan tangannya. Simbol adalah “objek atau peristiwa apapun yang menunjuk pada sesuatu”, kata James P. Spradley (1997).

Unsur yang sama dalam beraneka penggunaan di atas adalah sifat simbol yang mewakili sesuatu yang lain. Tetapi dalam kata simbol sebenarnya ada unsur kata kerja Yunani yang berarti : mencampurkan, membandingkan dan membuat analogi antara tanda dan objek yang diacu. Pemakaian ini masih bertahan dalam pemakaian symbol di zaman modern.

Simbol” merupakan tanda yang disetujui bersama. Simbol ada di mana-mana. Dalam dongeng, film, novel, yang semuanya cermin dunia simbolis, atau dalam berbagai ritual peribadatan. Fungsi pembentukkan symbol pun bisa beragam.

## Soal - Soal

1. Apa yang dimaksud dengan Simbol dalam kajian Semiotika ?
2. Bagaimana manusia memahami Simbol dalam kehidupannya ?
3. Dalam Budaya dan Religi, bagaimana symbol itu dipahami ?
4. Bagaimana keterkaitan Teori Interaksi Simbolik dengan Simbol dalam kajian Semiotika, jelaskan dan berikan contoh !

## Daftar Referensi :

1. Dadan Rusmana.,2005.,*Tokoh dan Pemikiran Semiotika.*,Tazkiya Press.,Jakarta.
2. Danesi, Marcel,2011.,*Pesan, Tanda dan Makna.*,Yogyakarta.,Jalasutra.
3. Littlejohn Stephen E.,Karen A Foss.,2009.,*Theories of Human Communication.,Nine Edition.*,Slemba Humanika.
4. Nawiroh Vera.,MSi.,2014.,*Semiotika Dalam Riset Komunikasi.*,Ghalia Indonesia.
5. Sobur Alex.,Drs,MSi.,2009., *Semiotika Komunikasi.*, PT. Remaja Rosdakarya.,Bandung.

## **E. KATA – KATA DAN MAKNA**

### **1. Memahami Kata**

Pada mulanya ada kata . dan semuanya adalah kata. Seperti kata Umar Janus (1981:149) “boleh dikata memungkinkan kebudayaan (manusia)” bahkan sebuah robotpun bisa berseru dengan kata-kata: “Hublug ! Blekubleg! Hublug!” sementara robot yang lainnya menjawab dengan kata “Bleg”

Anda mengerti dengan kata-kata tersebut ? mungkin ya mungkin juga tidak. Yang jelas arti kata dalam komunikasi pergaulan sosial ditentukan oleh hasil dari tawar menawar yang tanpa henti. Kata pada dasarnya satuan bentuk kebahasaan yang telah mengandung satuan makna tertentu dalam hal ini dibedakan antara lain autosemantis yaitu kata yang telah memiliki satuan makna secara penuh tanpa harus diletakan dalam bentuk lain. Sedangkan kata sinsematis yaitu kata yang tidak memilik satuan makna secara mandiri karena satuan maknanya dibentuk oleh kata atau bentuk yang lain. Terlepas dari itu kini kita berhadapan dalam apa yang disebut Mochtar Lubis (1983:285-286) “Erosi makna kata” erosi makna kata dari maknanya yang asli dapat dilihat pada reaksi semantik seseorang terhadap suatu kata. Sebuah kata adalah juga sebuah simbol sebab keduanya sama-sama menghadirkan sesuatu yang lain. Setiap kata pada dasarnya bersifat konvensional dan tidak membawa maknanya sendiri secara langsung bagi para pembaca dan pendengar (kecuali kata-kata anomatopoik)

Wittgenstein (1983:43) menegaskan bahwa arti suatu kata tergantung pada penggunaannya dalam kalimat, sedangkan arti suatu kalimat tergantung pada penggunaannya dalam bahasa. Jadi, ketidakpastian ataupun kekaburan makna suatu kata dapat dikurangi dengan jalan melihat cara pemakaian kata itu. Misalnya kata *jatuh* dalam kalimat “Ia jatuh dari pohon” berbeda dengan “Ia jatuh cinta” karena semua simbol linguistik bebas diberi makna, kita perlu mencari makna tidak saja dari kata melainkan pada orang yang mengomunikasikannya.

## 2. Teori – Teori Makna

Para ahli mengakui istilah makna (meaning) memang merupakan *of meaning* Ognen dan Richards (1972:186-187) telah mengimpulkan ttidak kurang dari 22 batasan mengenai makna. Bentuk makna diperhitungkan sebagai istilah sebab bentuk ini mempunyai konsep dalam ilmu tertentu. Yakni dalam biddang linguistik. Ada tiga yang dicoba jelakan oleh para filusuf mengenai makna :

1. Menjelaskan makna secara alamiah
2. Mendeskripsikan secara alamiah
3. Menjelaskan makna dalam proses komunikasi.

Brown mendefinisikan makna sebagai kecenderungan total untuk menggunkan atau bereaksi terhadap suatu bentuk bahasa. Untuk memahami apa yang disebut makna kita perlu menoleh kembali kepada teori yang di kemukakan oleh Ferdinand de Saussure bapak linguistik modern asal Perancis.

Makna dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Makna ada dalam diri manusia: makna tidak terletak pada kata-kata melainkan pada manusia. Kita menggunakan kata-kata untuk mendekati makna yang ingin kita komunikasikan. Tetapi kata-kata ini tidak secara sempurna dan llengkap menggambarkan makna yang hendak kita maksudkan
2. Makna Berubah: kata –kata relatif statis banyak dari kata-kata yang kita gunakan 200 atau 300 tahun yang lalu
3. Makna membutuhkan acuan: walaupun tidak semua komunikasi mengacu pada dunia nyata. Komunikasi akan masuk akal bila komunikasi tersebut mempunyai kaitan dengan dunia atau lingkungan eksternal
4. Penyingkatan yang berlebihan akan mengubah makna: berkaitan erat dengan gagasan bahwa makna membutuhkan acuan adalah masalah komunikasi yang timbul akibat penyingkatan berlebihan tanpa mengaitkannya dengan acuan yang kongkret dan dapat dimati.
5. Makna tidak terbatas jumlahnya: pada suatu saat tertentu jumlah kata dalam suatu bahasa terbatas, tetapi maknanya tidak terbatas.

6. Makna diskomunikasi hanya sebagian: makna yang diperoleh dari suatu kejadian bersifat multi aspek dan sangat kompleks, tetapi hanya sebagian saja dari makna-makna ini yang benar-benar dapat dijelaskan

Pada tahun 1866, masyarakat linguistik Perancis melarang mendiskusikan asal muasal bahasa. Sebab menurut mereka itu hanya spekulasi yang tiada arti. Berikut ini adalah teori-teori tentang bahasa.

**Teori Yo-he-ho:** atau **Konvensionalis Theory** ini menyimpulkan bahwa bahasa pertama kali lahir dalam satu kegiatan sosial. Sekelompok orang primitif dahulu bekerja sama. Sekarang pun, kita mengalami kerja serupa. Contohnya ketika mengangkat kayu besar kita spontan mengangkatnya bersama-sama mengeluarkan ucapan-ucapan tertentu, karena terdorong gerakan otot. Demikian juga orang primitive dahulu, sewaktu bekerja tadi, pita suara mereka bergetar, lantas mengeluarkan ucapan-ucapan khusus untuk setiap tindakan. Ucapan-ucapan tadi kemudian menjadi nama untuk pekerjaan itu secara *heave* (angkat), *rest* (diam), dsb.

**Teori Bow-wow :** atau disebut juga *onomatopoetic* atau *Echoic Theory*. Menurut teori ini kata-kata yang pertama kali ada adalah tiruan terhadap guntur, hujan, angin, ombak dan sebagainya. Max Muller secara sarkastis mengomentarkannya bahwa teori ini hanya berlaku bagi kokok ayam dan bunyi itik, padahal kegiatan bahasa lebih banyak terjadi di luar kandang ternak.

Setuju atau tidak dengan teori “bow-wow” atau komentar Muller tersebut, namun dalam kosa kata bahasa kita, bahasa Indonesia kita mengenal kata-kata seperti : berkokok, mencicit, menggelegar, bergetar, berdesir, dsb.

### 3. Makna Denotatif dan Konotatif

Makna denotatif suatu kata ialah makna yang bisa kita temukan dalam kamus. Denotasi adalah hubungan yang digunakan dalam tingkat pertama pada sebuah kata yang secara bebas memegang peranan penting didalam ujaran. Sedangkan konotatif adalah

sebuah makna subjektif. Dann kata konotatif melibatkan simbol-simbol, historis dan hal-hal yang berhubungan dengan emosional (Berger, 200a:15)

Arthur Asa Berger mencoba membandingkan antara konotasi dan denotasi sebagai berikut

<b>Konotasi</b>	<b>Denotasi</b>
Pemakain Figur	Literatur
Petanda	Penanda
Kesimpulan	Jelas
Memeberi kesan tentang makna	Menjabarkan
Dunia mitos	Dunia keberadaan/eksistensi

Makna denotatif disebut juga dengan beberapa istilah lain seperti: makna denotasional, makna kognitif, makna konseptual, makna ideasional. Makna konotatif atau disebut juga makna konotasional, makna emotif, makna evaluatif.

#### **Soal – Soal :**

1. Bagaimana memahami makna kata dalam kajian semiotika komunikasi ?
2. Jelaskan model proses makna Wendell Johnson dalam De Vito bagi komunikasi antarmanusia !
3. Jelaskan dan berikan contoh 3 teori makna menurut Alston ?
4. Bagaimana yang dimaksud dengan makna denotatif, berikan contoh !
5. Bagaimana yang dimaksud dengan makna konotatif, berikan contoh !

#### **Daftar Referensi :**

1. Dadan Rusmana.,2005.,*Tokoh dan Pemikiran Semiotika.*,Tazkiya Press.,Jakarta.
2. Danesi, Marcel,2011.,*Pesan, Tanda dan Makna.*,Yogyakarta.,Jalasutra.
3. Littlejohn Stephen E.,Karen A Foss.,2009.,*Theories of Human Communication.*,Nine Edition.,Slemba Humanika.
4. Nawiroh Vera.,MSi.,2014.,*Semiotika Dalam Riset Komunikasi.*,Ghalia Indonesia.
5. Sobur Alex.,Drs,MSi.,2009., *Semiotika Komunikasi.*, PT. Remaja Rosdakarya.,Bandung.

## Pertemuan ke – 11

### F. MANUSIA, BAHASA DAN KOMUNIKASI

#### 1. Memahami Bahasa

Sebagian besar manusia di dunia ini menghabiskan waktunya dengan bahasa. Para sastrawan menemukan jati dirinya lewat bahasa. Para hakim, jaksa, pengacara, dosen, guru, wartawan, dll memperoleh nafkahnya dari kemahiran berbahasa. Berdebat di pengadilan, belajar di bangku kuliah, mengisi teka teki silang sampai membeli tahu tempe di pasar semuanya berjalan dengan perantara bahasa.

Hakikat bahasa adalah bahasa tutur (Poespoprodjo, 1987:110) begitulah mulanya. Bahasa membahas dalam bahasa tutur, tidak dalam bahasa tulis, didengar, tidak dilihat. Bahasa tulis kehilangan ekspresif dari pada bahasa bahasa yang diucapkan. Lalu, apakah bahasa itu ? dalam pengertian yang populer bahasa adalah percakapan. Sementara dalam linguistik bahasa diartikan sebagai sistem simbol bunyi bermakna dan berartikulasi. Dalam arti luas bahasa bahasa dapat diartikan sebagai suatu penukaran (komunikasi) dan tanda-tanda. Berkaitan dengan hakikat bahasa ini, Anderson (1972:35-36) mengemukakan delapan prinsip dasar yaitu :

- Bahasa adalah suatu sistem
- Bahasa adalah vokal (bunyi ujaran)
- Bahasa tersusun dari lambang-lambang mana suka (*arbitray symbols*)
- Setiap bahasa bersifat unik, bersifat khas
- Bahasa dibangun dari kebiasaan
- Bahasa adalah alat komunikasi
- Bahasa berhubungan erat dengan budaya tempat bahasa itu berada
- Bahasa selalu berubah-ubah

Berteori tentang asal-usul bahasa sangat spekulatif. Kata Komarudin Hidayat memang bukan tanpa alasan kita terlahir dan tumbuh sudah dalam buaian dan pelukan bahasa. Menurut Hidayat berbahasa diibaratkan menghirup udara. Dalam pandangan Plato, bahasa

menjamin bahwa kebenaran mutlak dan abadi dan harus didukukkan lebih tinggi daripada kemufakatan (konvensi) bersama suatu masyarakat. Para filusuf Yunani memperdebatkan apakah bahasa dipengaruhi oleh “alam” atau “konvensi” pertentangan antara “alam” dan “kovensi” ini biasa dalam spekulasi filsafat Yunani.

## 2. **Budaya, Bahasa dan Pikiran**

Karena *language games* maka bahasa mempunyai bermacam-macam penggunaan, tergantung dari konteksnya. Sehingga kata yang sama bila digunakan dalam language games yang berbeda maka maknanya akan berlainan pula. Bahasa kini telah kini telah mendapatkan fungsi baru yakni fungsi transformatif fungsi inilah menurut pengamat para linguis yang memungkinkan transformasi pemahaman manusia karena ia berbahasa. Setiap jenis bahasa manusia mengandung daya pembebasan dan refolusioner. Bahasa mempunyai kekuatan emansipatoris dan dimensi transformatif. Lalu adakah hubungan antara bahasa dan kebudayaan ? juga bahasa dan berpikir ? sudah lama para ahli antropologi melihat adanya hubungan antara bahasa dan kebudayaan baik hubungan yang timbal balik, saling memengaruhi ataupun hubungan yang lebih menentukan yang bersifat satu arah. Sementara itu adanya hubungan bahasa dan budaya telah dirumuskan kedalam suatu hipotesis oleh dua ahli linguistik Amerika Sapir dan Whorf.

Bahasa kini telah mendapatkan fungsi baru, yakni fungsi transformative. Fungsi inilah yang memungkinkan proses transformasi pemahaman manusia karena ia berbahasa. Bahasa menurut Levi-Strauss, dapat dikatakan merupakan suatu kondisi budaya, dan ini berlaku dalam dua hal. Bahasa adalah kondisi budaya secara diakonis, karena terutama melalui bahasalah kita mengenal budaya kita sendiri – kita diajar oleh orang tua, kita dibentaknya, diberi ucapan selamat, denga bahasa. Akan tetapi dari titik pandang yang jauh lebih teoritis, bahsa dapat pula dikatakan sebagai kondisi budaya karena bahan pembentukannya berasal dari jenis yang sama dengna bahan pembentuk budaya sebagai suatu keseluruhan; hubungan logis, pertentangan, korelasi, dsb.

Bahasa adalah cerminan pemahaman pemakai bahasa tentang kebudayaannya, masa silam dan masa sekarang. Perkembangan bahasa dipengaruhi perubahan-perubahan sosio-budaya. Karena itu, takkala situasi historis berubah, bahasapun sedikit banyak mengalami perubahan. Perubahan itu pada umumnya berlangsung lambat dan evolusioner

(Azra,1996). Kata-kata baru diperkenalkan dan kata-kata lama mendapatkan pengertian baru atau bahkan ditinggalkan sama sekali.

Sudah lama para ahli antropologi melihat adanya hubungan antara bahasa dan kebudayaan, baik hubungan yang timbal balik, saling mempengaruhi ataupun hubungan yang lebih menentukan yang bersifat satu arah. Kebudayaan mempengaruhi bahasa atau sebaliknya, bahasa mempengaruhi kebudayaan. Ketika orang belajar bahasa suatu budaya atau sub budaya tertentu, maka perhatiannya diarahkan kepada aspek-aspek realitas atau hubungan yang penting dalam konteks itu, dan fokus ini mempengaruhi sistem kategori dalam memori.

Menurut Sapir manusia tidak hidup dipusat keseluruhan dunia tetapi hanya dibagiannya, bagian yang diberitahukan oleh bahasa. Pikiran dan bahasa saling berrkaitan erat sulit membayangkan bagaimana kita mampu berpikir penuh jika tidak mempunyai bahasa. Bahasa memungkinkan kita berpikir jika kita berada didalamnya. Suatu bangsa yang berbeda bahasa dari bangsa lain akan mempunyai jalan pikiran yang berbeda pula. Berbagai perbedaan jalan pikiran budaya dan jalan pikiran manusia itu berpangkal dari perbedaan bahasa. Tanpa bahasa manusia tidak mempunyai pikiran sama sekali.

Pikiran dan bahasa saling berkaitan erat. Sulit membayangkan bagaimana kita mampu berpikir penuh jika tidak mempunyai bahasa. Dapat dikatakan pula bahwa ada pengaruh bahasa pada pola pikir para anggota budaya. Bahasa yang kita gunakan mempengaruhi pengalaman kita, sedangkan evolusi bahasa juga mencerminkan perubahan penting dalam cara berekspresi.

### **3. Bahasa Sebagai Alat Komunikasi**

Bahasa itu kadang menyenangkan. Contohnya sajak “Biarin” yang ditulis Yudhistira ANM Massardi dibawah ini :

kamu bilang hidup ini brengsek  
    Aku bilang biarin  
kamu bilang hidup ini nggak punya arti  
    Aku bilang biarin  
kamu bilang aku nggak punya kepribadian  
    Aku bilang biarin

kamu bilang akun nggak punya pengertian  
Aku bilang biarin

habisnya, terus terang saja, aku  
nggak percaya sama kamu  
tak usah marah. Aku tahu kamu  
orangnya sederhana  
Cuman, karena kamu merasa asing saja  
maka kamu bilang seperti itu

Harus diakui, sajak di atas telah memberikan hiburan yang menggelitik pikiran. Yudhis tampaknya berhasil menuliskan karikatur-karikatur sosialnya melalui sajak-sajak yang menyenangkan dan membuat orang tersipu-sipu. Itulah yang dinamakan Darmanto Jatman (1989) “bahasa politik keindahan”. Menurut Jatman, bahasa yang mampu dengan rapi memenuhi kebutuhan komunikasi impersonal dan tidak mampu memenuhi komunikasi personal tidaklah jadi bahasa puisi.

Louis Hjelmslev mengatakan bahwa suatu bahasa mempunyai dua segi, yaitu :

1. Segi ekspresi dan
2. Segi isi (dalam Susanto,1982)

Apabila segi ekspresi adalah segi seleksi kata-kata, maka rangkaian kata-kata tadi dapat memberi arti khusus. Misalnya : dengan memindahkan tempat kata-kata sehingga di dengar lebih indah dan halus. Hal ini sering dilakukan oleh puisi. Selain itu Hjelmslev juga mengatakan bahwa bahasa mempunyai bentuk dan substansi. Substansi adalah kata atau ungkapannya, sedangkan bentuk adalah apa yang diberi oleh pembicara kepada kata yang dipakainya. Melalui bentuk yang dipilih oleh pembicara maka suatu kata memperoleh arti dan makna.

Salah satu fungsi bahasa adalah sebagai alat komunikasi. Manusia mempergunakan bahasa sebagai sarana komunikasi dalam hidup ini. Bahasa merupakan pembeda utama kita umat manusia dengan makhluk hidup lainnya di dunia ini. Manusia adalah makhluk sosial, dimana untuk memenuhi hasratnya sebagai makhluk sosial, manusia memerlukan alat berupa bahasa. Bahasa merupakan alat yang ampuh untu berhubungan dan bekerja sama. Nyatalah, bahwa manusia hidup dalam lingkaran saling berhubungan, berinteraksi, dan berinteraksi sosial.

Menurut Jatman, bahasa yang mampu dengan rapi memenuhi kebutuhan komunikasi impresional dan tidak mampu memenuhi kebutuhan komunikasi personal tidaklah layak jadi bahasa puisi. Tujuh fungsi bahasa menurut H.A.K. Halliday dalam bukunya *Explorations in the Function of Language* (dalam Tarigan,1993) :

1. *The instrumental function* : melayani pengelolaan lingkungan, menyebabkan peristiwa-peristiwa tertentu terjadi
2. *The regular function* : bertindak untuk mengawasi dan mengendalikan berbagai peristiwa
3. *The Representational function* : fungsi bahasa untuk membuat pernyataan-pernyataan, menyampaikan fakta dan pengetahuan
4. *The interctinal function* : berfungsi untuk menjamin serta memantapkan ketahanan dan kelangsungan komunikasi, interaksi sosial.
5. *The personal function* : memberi kesempatan kepada seseorang untuk mengekspresikan perasaan dan emosi pribadi.
6. *The heuristik function* : melibatkan bahasa untuk memperoleh ilmu pengetahuan, mempelajari seluk beluk lingkungan.
7. *The imaginative function* : menciptakan sistem-sistem yang bersifat imajinatif

Ketujuh fungsi bahasa tersebut senantiasa saling mengisi saling menunjang satu sama lain. Bukan saling membedakan apalagi saling menyingkirkan. Setiap bahasa yang berkembang pada dasarnya adalah keberhasilan dari tubuh dan pikiran manusia.

Namun tidak dapat dipungkiri juga bahwa dengan bahasa pun orang dapat berkelahi atau berperang. Dalam pergaulan, interaksi itu sering menimbulkan benturan, benturan sosial atau konflik sosial. Benturan sosial itu timbul akibat ketidakcocokan antara harapan dan kenyataan. Meskipun demikian, benturan sosial sering pula dapat diselesaikan dengan bahasa. Disini bahasa berfungsi sebagai alat komunikasi.

Komunikasi dengan mempergunakan bahasa adalah bersifat umum dan universal. Bila sifat itu dilihat dari fungsinya, maka bahasa mempunyai fungsi sebagai berikut (Keraf,1978) :

1. Untuk tujuan praktis, yaitu komunikasi antarmanusia dalam pergaulan
2. Untuk tujuan artistic, yaitu takkala manusia mengolah bahasa guna menghasilkan ungkapan yang seindah-indahnya, seperti dalam cerita, kisah, syair, puisi, gambar, lukisan, music dan pahatan-pahatan
3. Untuk tujuan fisiologis, yakni takkala kita mempelajari naskah-naskah kuno, latar belakang sejarah, kebudayaan, adat istiadat manusia, serta perkembangan bahasa
4. Untuk menjadi kunci dalam mempelajari pengetahuan-pengetahuan lainnya

Kerumitan berkomunikasi semakin nyata manakala komunikasi itu bersinggungan dengan persoalan mengenai orang-orang yang menggunakan gaya ujaran yang berbeda, sehingga kerap menimbulkan kesalahpahaman mengenai ekspresi dan mengenai maksud. Berikut adalah contoh perbedaan maksud dari bahasa yang berbeda :

#### Jerman

- *Next week I shall become a new car (get).*/ Minggu depan saya akan menjadi sebuah mobil yang baru (memperoleh).
- *Thank you for your kidneys.*/ Terima kasih atas ginjal Anda (keramahan)
- *What is your death line ?.*/ Kapan kematian Anda ? (batas waktu)

#### Jepang

- *I have split up my boyfriend.*/ Saya telah membagi/memotong pacar saya, padahal yang dimaksud pembicara adalah : saya telah putus dengan pacar saya.
- *My father is a doctor, my mother is a typewriter.*/ Ayah saya seorang dokter, ibu saya sebuah mesin tik, padahal yang dimaksud adalah ibu saya seorang sekretaris.

#### Indonesia

- Teh.. teh.. : panggilan untuk kakak perempuan (Sunda)  
Teh : minuman
- Mati lampu (manado), lampu padam

Terlepas dari apapun budaya kita, terdapat lidah dalam kepala kita, ujar Lewis. Sebagian orang menggunakannya, sebagian lagi menahannya, sebagian lagi menggigitnya (Lewis,1997). Bagi orang Prancis, lidah adalah sebilah pedang tipis yang tajam, menusuk dan menyerang; orang Inggris menggunakannya secara defensive, mengkomat-kamitkan suatu jawaban yang samar dan membingungkan; bagi orang Italia dan Spanyol lidah adalah suatu sarana kefasihan. Orang Finlandia dan Asia Timur menghadapi dengan diam yang konstruktif. Diam merupakan bentuk ujaran, jadi jangan menyelanya. Karena itu, agar manusia tidak mengalami kesulitan dalam berkomunikasi dengan bahasa, maka ditetapkan aturan-aturan untuk diataati oleh pemakai bahasa.

#### **4. Kesestatan Bahasa**

Kata-kata dalam bahasa dapat memiliki arti yang berbeda-beda, dan setiap kata dalam sebuah kalimat mempunyai arti yang sesuai dengan arti kalimat yang bersangkutan. Maka, meskipun katanya sama, dalam kalimat yang berbeda kata dapat bervariasi artinya.

Hal yang sama kita jumpai pada kalimat. Sebuah kalimat dengan struktur tertentu dapat mempunyai arti lebih dari satu kata, dan arti kalimat juga tergantung dari konteksnya, sehingga arti kalimat yang sama dapat bervariasi dalam kalmia yang berbeda.

Ketidaktermaman dalam menentukan arti kata atau kalimat itu dapat menimbulkan apa yang dikatakan Soekadijo (1994) disebut sebagai “kesesatan penalaran”. Kesestatan karena bahasa itu biasanya hilang atau berubah kalau penalaran dari satu bahasa disalin ke dalam bahasa orang lain. Kalau penalaran itu diberi bentuk lambang, kesesatan itu akan hilang sama sekali. Justru, lambang-lambang dalam logika diciptakan untuk menghindari adanya ketidakpastian arti dalam bahasa.

Berikut ini adalah beberapa kesesatan karena bahasa (Soekadijo,1994) :

- **Kesatan karena akses atau tekanan**

Dalam ucapan tiap-tiap kata dan sukukata yang diberi tekanan perubahan tekanan dapat membawa perubahan arti. Maka kurang perhatian terhadap tekanan ucapan dapat mengakibatkan perbedaan arti dan kesesatan penalaran.

Contoh : Tiap pagi pasukan mengadakan *apel*

Apel itu buah

Jadi : Tiap pagi pasukan mengadakan buah

- **Kesesatan karena term dan ekuivok**

Term ekuivok itu term yang mempunyai lebih dari satu arti term yang sama, terjadilah kesesatan penalaran.

Contoh : Sifat abadi adalah sifat Ilahi

Adam adalah mahasiswa abadi

Jadi : Adam adalah mahasiswa yang bersifat Ilahi

- **Kesesatan karena arti kiasan (*metaphora*)**

Ada analogi antara arti kiasan dan arti sebenarnya. Maksudnya adalah: ada persamaan dan ada perbedaannya. Kalau dalam suatu penalaran sebuah arti kiasan disamakan dengan arti sebenarnya atau sebaliknya, terjadilah kesesatan karena arti kiasan.

Rupanya agak luar biasa apabila orang mencampuradukkan arti sebenarnya dan arti kiasan dari suatu kata atau ungkapan. Kesesatan itu sering disengaja dalam lawak.

- **Kesalahan karena amfibioli (*amfibolia*)**

Amfibioli terjadi kalau konstruksi sebuah kalimat itu sedemikian rupa, sehingga artinya menjadi bercabang.

Contoh : Mahasiswa yang duduk di atas meja yang paling depan...

Apakah yang paling depan, mahasiswanya atau mejanya ? Kalau dalam sebuah penalaran kalimat amfibol itu di dalam premis digunakan dalam arti yang satu, sedang di dalam konklusi artinya berbeda, maka terjadilah kesesatan karena amfibioli itu.

Berkenaan dengan soal kesesatan karena term ekuivok kesalahpahaman terjadi karena orang berasumsi bahwa kata, ungkapan, atau kalimat tidak ekuival. Artinya hanya memiliki sebuah makna. Penyimpangan bahasa dan pelanggaran norma-norma mungkin mengarahkan pada stuktur yang rumit yang memungkinkan keanekaragaman interpretasi.

**Soal - Soal :**

1. Jelaskan bahasa sebagai alat komunikasi dalam kehidupan manusia ?
2. Darimana bahasa bermula ?
3. Jelaskan tentang budaya, bahasa, dan pikiran ?
4. Jelaskan fungsi bahasa dalam kehidupan manusia ?
5. Dalam kehidupan manusia, seringkali terjadi kesesatan bahasa, jelaskan dan berikan contoh !

**Daftar Referensi :**

1. Dadan Rusmana.,2005.,*Tokoh dan Pemikiran Semiotika.*,Tazkiya Press.,Jakarta.
2. Danesi, Marcel,2011.,*Pesan, Tanda dan Makna.*,Yogyakarta.,Jalasutra.
3. Littlejohn Stephen E.,Karen A Foss.,2009.,*Theories of Human Communication.,Nine Edition.*,Slemba Humanika.
4. Nawiroh Vera.,MSi.,2014.,*Semiotika Dalam Riset Komunikasi.*,Ghalia Indonesia.
5. Sobur Alex.,Drs,MSi.,2009., *Semiotika Komunikasi.*, PT. Remaja Rosdakarya.,Bandung.

## G. SEMIOTIKA IKLAN

### 1. Pengertian Semiotika Iklan

Iklan dapat disampaikan dalam dua media masa, yaitu media cetak dan media elektronik. Iklan tidak hanya menggunakan bahasa sebagai alatnya, tetapi juga alat komunikasi lainnya seperti gambar, warna dan bunyi. Pengirim pesan adalah penjual produk, dan penerima pesan adalah khalayak.

Untuk mengkaji iklan dalam perspektif semiotika, maka kita bisa mengkajinya lewat system tanda dalam iklan. System tanda dalam iklan terdiri atas lambing, baik yang verbal maupun yang berupa ikon. Iklan juga menggunakan tiruan indeks, terutama dalam iklan radio, televise, dan film.

Bagaimana memilih sampel iklan agar bisa dianalisis? Sebaiknya pilihlah iklan yang penuh dengan bahan yang dapat dianalisis, seperti iklan dengan orang, subjek, latar belakang menarik, naskah yang menarik, dan sebagainya. Dalam menganalisis iklan, perlu dipertimbangkan hal-hal berikut:

1. Penanda, dan petanda
2. Gambar, indeks, dan symbol
3. Fenomena sosiologi, demografi orang didalam iklan dan orang-orang yang menajdi sasaran ikla, refleksi kela-kelas social-ekonomi, gaya hidup dan sebagainya
4. Sifat daya tarik yang dibuat untuk menjual produk, melalui naskah dan orang-orang yang dilibatkan di dalam iklan
5. Desain iklan, termasuk tipe perwajahan yan digunakan, warna dan unsure estetik yang lain.
6. Publikasi yang ditentukan di dalam iklan, dan khayalan yang diharapkan oleh publikasi tersebut

(Berger, 2000a:199)

Untuk menganalisis iklan, kita juga bisa menggunakan model Roland Barthes, yaitu:

1. Pesan linguistik (semua kata dan kalimat dalam iklan)
2. Pesan ikonik yang terkodekan (konotasi yang muncul dalam foto iklan, yang banyak berfungsi jika dikaitkan dengan system tanda yang lebih luas dalam masyarakat)
3. Pesan ikonik tak terkodekan (denotasi dalam foto iklan)

### **Tanda Non-Verbal**

Komunikasi nonverbal adalah semua tanda yang bukan kata-kata dan bahasa.

Tanda-tanda digolongkan dalam berbagai cara :

- a. Tanda yang ditimbulkan oleh alam yang kemudian diketahui manusia melalui pengalamannya
- b. Tanda yang ditimbulkan oleh binatang
- c. Tanda yang ditimbulkan oleh manusia, bersifat verbal dan nonverbal

Namun tidak keseluruhan tanda-tanda nonverbal memiliki makna yang universal. Hal ini dikarenakan tanda-tanda nonverbal memiliki arti yang berbeda bagi setiap budaya yang lain. Dalam hal pengaplikasian semiotika pada tanda nonverbal, yang penting untuk diperhatikan adalah pemahaman tentang bidang nonverbal yang berkaitan dengan benda konkret, nyata dan dapat dibuktikan melalui indera manusia.

Pada dasarnya, aplikasi atau penerapan semiotika pada tanda nonverbal bertujuan untuk mencari dan menemukan makna yang terdapat pada benda-benda atau sesuatu yang bersifat nonverbal. Dalam pencarian makna tersebut, menurut Budianto, ada beberapa hal atau beberapa langkah yang perlu diperhatikan peneliti, antara lain :

- ✓ Langkah Pertama : Melakukan survai lapangan untuk mencari dan menemukan objek penelitian yang sesuai dengan keinginan si peneliti
- ✓ Langkah Kedua : Melakukan pertimbangan terminologis terhadap konsep-konsep pada tanda nonverbal

- ✓ Langkah Ketiga : Memperhatikan perilaku nonverbal, tanda dan komunikasi terhadap objek yang ditelitinya
- ✓ Langkah Keempat : Merupakan langkah terpenting — menentukan model semiotika yang dipilih untuk digunakan dalam penelitian. Tujuan digunakannya model tertentu adalah pembenaran secara metodologis agar keabsahan atau objektivitas penelitian tersebut dapat terjaga

## **2. Karakteristik dan Unsur**

Salah satu bidang yang berkaitan dengan semiotic adalah periklanan. Dengan iklan, produsen mencoba untuk menyampaikan pesan-pesan tentang keunggulan produknya kepada konsumen. Pesan-pesan tersebut disampaikan melalui berbagai macam tanda baik yang berupa bahasa maupun gambar. Oleh karena itu, seorang pembuat iklan dituntut harus mampu membuat tanda-tanda yang mampu mengarahkan calon konsumen untuk membeli atau menggunakan produk yang diiklankan.

Iklan dapat dilihat sebagai sebuah pesan komunikasi (pemasaran). Dan dalam komunikasi, sekali pesan dikirimkan maka sulit bagi pengirim pesan untuk menghilangkan efek pesan tersebut sama sekali atau mengembalikan keadaan sebelum pesan tersebut dikirimkan. Hal ini menjadi salah satu prinsip dalam komunikasi yang menyatakan bahwa komunikasi bersifat irreversible.

Dalam tampilan iklan yang muncul di berbagai media tersebut terdapat berbagai macam tanda yang dibuat oleh pengiklan dalam usahanya untuk menarik minat khalayak. Berbagai macam tanda itulah yang hendak dikaji dalam sebuah kasus tampilan iklan melalui pendekatan semiotika. Kajian mengenai semiotika tersebut dapat dikaji melalui berbagai macam pendekatan, antara lain melalui pendekatan teori semiotika yang dikemukakan oleh Charles Sanders Peirce, dimana dia menandakan bahwa kita hanya dapat berpikir dengan medium tanda. Manusia hanya dapat berkomunikasi lewat sarana tanda.

Tanda dalam kehidupan manusia terdiri dari berbagai macam, antara lain tanda gerak atau isyarat, tanda verbal yang dapat berbentuk ucapan kata, maupun tanda non-verbal yang dapat berupa bahasa tubuh. Tanda isyarat dapat berupa lambaian tangan, dimana hal tersebut bisa diartikan memanggil, atau anggukan kepala dapat diterjemahkan setuju.

Tanda bunyi, seperti klakson motor, genderang, tiupan peluit, terompet, suara manusia, dering telpon. Tanda verbal dapat diimplementasikan melalui huruf dan angka. Selain itu dapat pula berupa tanda gambar berbentuk rambu lalulintas, dan sebagainya.

Bila dikaji melalui pendekatan semiotika dengan menggunakan teori Peirce, maka tanda-tanda dalam gambar dapat dilihat dari jenis tanda yang digolongkan dalam semiotik, antara lain : ikon, indeks dan simbol.

Ikon adalah tanda yang mirip dengan objek yang diwakilinya. Dapat pula dikatakan, tanda yang memiliki ciri-ciri sama dengan apa yang dimaksudkan. Misalnya, foto SBY sebagai Presiden NKRI adalah ikon dari Susilo Bambang Yudhoyono. Peta Yogyakarta adalah ikon dari wilayah Yogyakarta yang digambarkan dalam sebuah bentuk peta. Sidik jari Hanung adalah ikon dari ibu jari Hanung sendiri.

Indeks merupakan tanda yang memiliki hubungan sebab akibat dengan apa yang diwakilinya. Atau disebut juga tanda sebagai bukti. Misalnya : asap dan api, asap menunjukkan adanya api. Jejak telapak kaki kuda di tanah merupakan tanda indeks hewan bernama kuda yang telah melewati jalan itu. Tanda tangan Hanung adalah sebuah bentuk tanda indeks dari keberadaan Hanung sebagai sosok manusia yang menorehkan tanda tangan tersebut.

Simbol adalah tanda berdasarkan konvensi, peraturan, atau perjanjian yang disepakati bersama yang bersifat universal. Misalnya : Marka jalan tulisan 'S' dicoret dengan garis warna merah, menunjukkan simbol dilarang berhenti. Beberapa contoh diatas merupakan sebuah pendekatan semiotika menggunakan pendekatan struktural, dimana hanya melihat tanda-tanda dalam satu sisi saja. Sedangkan untuk mengetahui kedalaman makna dari suatu tanda, diperlukan pendekatan pasca struktural untuk membedah lebih lanjut mengenai kode-kode yang tersembunyi di balik berbagai macam tanda dalam sebuah wacana. Salah satu pendekatan pasca struktural guna menelaah lebih lanjut mengenai kode-kode yang tersirat dalam sebuah tampilan media adalah melalui pendekatan pasca struktural dari Roland Barthes

### **3. Analisis Iklan Menggunakan Analisis Semiotika Charles Sander Peirce**

Pada iklan coca cola ini terjadi pertukaran komunikasi antara sender dan receiver. Dalam iklan, terdapat beberapa tipe power relation seperti reward power, coercive power,

legitimate power, expert power, dan referent power. Sender (pembuat iklan) pada iklan ini menggunakan gaya Reward Power yaitu membujuk receiver/konsumen untuk mencoba produk baru dari coca cola. Pembuat iklan menjanjikan suatu hadiah (*reward*) kepada calon pembeli yaitu satu botol bisa digunakan untuk berkumpul dengan teman-teman atau sahabat. Janji tersebut dapat dilihat pada kalimat ‘Baru! Botol 1 liter plastik bikin ngumpul makin seru!’.

Kalimat tersebut mengindikasikan bahwa produk coca cola yang baru mempunyai kelebihan dibandingkan produk yang lain yaitu bahwa coca cola mempunyai produk yang baru. Kelebihan produk baru tersebut adalah dengan kemasan botol isi satu liter dapat digunakan untuk untuk mengumpulkan teman-teman dan akan membuat suasana menjadi lebih ceria dan seru. Konsumen yang membeli produk ini akan mendapatkan reward dari perusahaan berupa perasaan gembira ketika mereka bisa berkumpul dengan teman-temannya. Dengan kata lain, coca-cola dapat membuat sekelompok orang berkumpul dengan suasana yang ceria.

Reward lain yang dijanjikan produsen Coca cola kepada konsumen adalah bahwa konsumen tidak perlu lagi membayar deposit botol dan tidak perlu lagi mengembalikan botol. Janji ini bisa dilihat dalam kalimat ‘Enggak perlu bayar deposit botol, enggak perlu dikembalikan lagi!’. Makna kalimat tersebut yaitu konsumen tidak terbebani dengan harga botol dan tidak perlu mengembalikan botol sehingga akan lebih efisien baik waktu dan uang. Berbeda dengan produk lama yang hanya memakai botol, konsumen harus membayar deposit botol dan setelah habis harus mengembalikan lagi botol tersebut baru uang deposit botol dapat diambil kembali.

Selain itu, dalam kalimat ‘Rasakan hidup ala COCA COLA’ pembuat iklan membujuk pembaca untuk mencoba gaya hidup yang selalu dekat Coca cola, yang selalu minum Coca cola, gaya hidup yang ceria dan bahagia karena selalu minum Coca cola. Dalam kalimat ‘Rasakan hidup ala COCA COLA’ tersebut produsen mengajak konsumen untuk menikmati gaya hidup Coca cola yang ceria dan bahagia. Keceriaan dan kebahagiaan hidup tersebut bisa didapatkan apabila konsumen membeli dan meminum Coca cola. Dengan kata lain produsen menjanjikan adanya suatu kehidupan yang penuh keceriaan dan kebahagiaan ketika mereka meminum Coca cola.

## Bahasa Iklan Coca Cola

Untuk menarik konsumen dalam menggunakan produknya, iklan Coca cola menggunakan kalimat perintah dalam produknya. Kalimat perintah dalam produk tersebut dapat dilihat pada kalimat yang berbunyi: 'Rasakan hidup ala Coca cola', kalimat tersebut mengandung makna bahwa konsumen yang belum pernah minum Coca cola supaya mencoba minum Coca cola, setelah mencoba minum Coca cola konsumen akan merasakan perbedaan gaya hidup, hidup akan terasa lebih ceria, bahagia dan segala permasalahan akan mudah diatasi. Iklan ini juga menggunakan bahasa pujian. Pujian tersebut dapat dilihat pada slogan yang berbunyi 'Teman Ngumpul'. Makna dari slogan tersebut adalah Coca cola yang hanya 1 liter bisa digunakan sebagai sarana berkumpulnya teman teman atau sahabat-sahabat, dan membuat suasana kumpul menjadi lebih ceria dan bahagia.

## Icon, Index, dan Simbol dalam Iklan Coca Cola

Iklan merupakan suatu media yang penuh dengan berbagai macam tanda yang digunakan pembuat iklan untuk mengungkapkan kelebihan suatu produk dan mempengaruhi konsumen untuk memakainya. Tanda-tanda tersebut dapat berupa ikon, indeks maupun symbol dalam bentuk gambar ataupun kata-kata. Untuk mengetahui makna tanda yang berupa gambar maka harus diketahui pemaknaan terhadap *first order signification* dan *second order signification*. First order signification merupakan pemaknaan pada suatu tanda berkaitan dengan benda yang dijadikan tanda. Pemaknaan pada second order signification berkaitan dengan karakter atau sifat yang dibawa oleh benda yang dijadikan tanda.

Tanda-tanda yang ada dalam iklan Coca cola dapat diuraikan sebagai berikut:

<b>Ikon</b>	<b>Pemaknaan Pertama</b>	<b>Pemaknaan Kedua</b>
Butiran Es	Es	Rasa dingin dan segar
Tangan	Tangan saling menempel pada tangan	Kedekatan keakraban yang begitu mendalam
Meja	Meja kayu minimalis	Simple, mudah dicari, mudah didapatkan
Ekspresi	Ekspresi wajah	Sedang ceria, senang, bahagia
Anak muda		

<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Gelas</li> <li>▫ Gelas</li> <li>▫ Dua botol</li> <li>▫ Jeans, kaos (remaja)</li> <li>▫ Merah</li> <li>▫ Kuning</li> <li>▫ Putih</li> <li>▫ Garis bergelombang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Kaum remaja</li> <li>▫ Gelas tanpa pegangan</li> <li>▫ Gelas 5 buah</li> <li>▫ Dua botol design berbeda</li> <li>▫ Pakaian anak muda</li> <li>▫ Warna</li> <li>▫ Warna mentari</li> <li>▫ Warna kebersihan</li> <li>▫ Gelombang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Trendi, sesuai selera anak muda</li> <li>▫ Mudah dibawa, dipegang</li> <li>▫ 1 botol bisa digunakan 5 orang</li> <li>▫ Ada dua jenis minuman lain selain Coca cola</li> <li>▫ Gaya hidup anak muda yang simple dan casual</li> <li>▫ Minuman Coca cola</li> <li>▫ Memberi kehangatan, kesegaran, gaya hidup yang selalu optimis, aktif dan dinamis</li> <li>▫ Memberi keamanan bagi kesehatan</li> <li>▫ Mengalir terus menerus, tiada henti</li> </ul>
---	---	--

Ikun-ikun yang ada dalam iklan di atas adalah butiran es, tangan, meja, ekspresi, anak muda, gelas, botol, celana jeans, kaos, warna merah, kuning, putih, serta garis bergelombang. Ikun-ikun tersebut selanjutnya akan dianalisis melalui pemaknaan pertama dan kedua. Pada pemaknaan pertama ikun butiran es menandakan obyeknya yaitu es. Ikun tangan menandai tangan yang saling menempel, ikun meja menandai meja kayu minimalis, ikun ekspresi menandai ekspresi wajah dan ikun anak muda menandai golongan kaum remaja. Selain itu juga terdapat ikun gelas yang menandai gelas tanpa pegangan, ikun botol yang menandai botol berwarna, ikun dua botol yang menandai dua jenis botol yang berbeda serta ikun jean dan kaos yang menandai pakaian anak muda. Ikun lain yang juga terdapat adalah ikun merah, kuning, dan putih yang masing-masing menandai warna. Penafsiran terhadap ikun-ikun dalam pemaknaan pertama di atas mengungkapkan bahwa produk yang diiklankan berhubungan dengan butiran es, para remaja yang mengenakan kaos dan celana jean dengan tangan saling menempel, dan di dekat mereka terdapat lima buah gelas tanpa pegangan, serta suatu minuman dalam botol.

Pengungkapan tafsiran pada pemaknaan pertama tidak begitu jelas untuk dapat menyatakan apa yang sebenarnya ingin disampaikan oleh pembuat iklan. Untuk mengetahui secara lebih detil makna dari tanda-tanda yang ada pada iklan tersebut maka diperlukan pemaknaan kedua dari ikun-ikun tersebut. Dalam pemaknaan kedua ikun butiran es

memaknai rasa dingin dan segar. Makna dingin dan segar diambil dari sifat es yang dingin dan membuat badan terasa segar. Ikon tangan menandai suatu kedekatan dan keakraban yang begitu mendalam. Makna kedekatan dan keakraban diambil dari gambar tangan yang menempel yang melambangkan suatu persahabatan yang erat. Ikon meja kayu kecil menandakan suatu kemudahan untuk memperolehnya.

Pemaknaan suatu kemudahan untuk diperoleh dan dibawa kemana-mana terhadap ikon meja ini diambil dari karakter meja yang kecil dan mudah untuk dibawa kemanamana. Sifat meja kecil yang mudah dibawa ke mana-mana tersebut kemudian dijadikan sebagai ikon bahwa produk yang diiklankan ringkas, mudah dicari dan dibawa kemana-mana. Ikon ekspresi wajah yang sedang tertawa menandakan suatu keceriaan. Pemaknaan keceriaan diambil dari suatu kebiasaan masyarakat atau suatu kelompok yang akan tertawa ketika mereka sedang bahagia dan ceria. Ikon lain yang ada dalam iklan Coca cola adalah anak muda. Ikon anak muda ini memaknai suatu ketrendian, serta suatu hal yang tidak ketinggalan jaman. Anak muda dijadikan sebagai simbol tidak ketinggalan jaman karena kelompok anak muda ataupun kaum remaja merupakan kelompok usia yang selalu mengikuti perkembangan jaman selalu trendi. Gambar lima buah gelas tanpa pegangan memaknai suatu kemudahan dibawa kemanamana. Gelas tanpa pegangan mempunyai karakter yang ringkas dan mudah dibawa ke manamana. Oleh karena itu gelas tersebut digunakan sebagai ikon yang menandai suatu kemudahan untuk dibawa. Lima gelas tersebut juga menandai bahwa produk yang berupa minuman tersebut bisa digunakan untuk diminum oleh lima orang. Jeans dan kaos yang dipakai oleh para pemuda mengisyaratkan makna bahwa produk yang diiklankan sesuai dengan gaya hidup remaja yang casual dan simple.

Ikon dua buah botol mengisyaratkan bahwa produk minuman yang diiklankan mempunyai dua rasa berbeda dengan kemasan botol yang berbeda pula. Sedangkan ikon botol yang berisi cairan berwarna merah mengisyaratkan bahwa produk tersebut berisi suatu minuman yang membuat suasana menjadi ceria. Pemaknaan terhadap keceriaan diambil dari ikon warna merah dalam iklan. Warna merah menandakan suatu kemenangan dan kebahagiaan. Oleh karena itu, ikon botol yang berisi cairan berwarna merah kemudian menimbulkan keceriaan yang dibuat oleh minuman yang diiklankan. Selain warna merah, iklan di atas juga menggunakan warna kuning dan putih sebagai simbol. Warna kuning digunakan untuk menandai suatu kehangatan, kesegaran, optimisme, keaktifan dan

kedinamisan. Warna kuning merupakan warna mentari. Mentari yang selalu bersinar setiap hari selalu memberikan rasa hangat. Oleh karena itu warna kuning dalam iklan kemudian diasosiasikan dengan kehangatan dan keceriaan. Warna putih menandakan bahwa produk yang diiklankan bersih dan menyehatkan. Putih dan tanpa noda adalah sesuatu yang bersih dan menyehatkan. Oleh karena itu warna putih kemudian diasosiasikan sebagai tanda untuk sesuatu yang bersih dan menyehatkan. Ikon garis bergelombang melambangkan sesuatu yang mengalir terus dan tiada henti, sehingga ikon garis bergelombang berwarna kuning menandakan suatu keceriaan yang tiada henti-hentinya.

Rantai pemaknaan yang kemudian dapat ditarik dari ikon-ikon yang ada dalam iklan adalah bahwa produk yang diiklankan merupakan sebuah produk minuman yang terasa menyegarkan dan akan selalu membuat suasana menjadi ceria. Produk yang diiklankan mempunyai dua jenis produk yang setiap botolnya dapat diminum oleh lima orang. Kelebihan lain yang dimiliki produk tersebut adalah bahwa produk tersebut simple dan mudah dibawa dan diperoleh dimanapun kita berada.

#### **Soal - Soal :**

1. Apa yang dimaksud dengan semiotika iklan ?
2. Untuk mengkaji iklan dalam perspektif semiotika, bisa dikaji lewat system tanda dalam iklan. Jelaskan ?
3. Apa saja yang perlu diperhatikan untuk menganalisis iklan ?
4. Apa saja karakteristik dan unsur dalam semiotika iklan ?
5. Berikan contoh sebuah iklan, kemudian dianalisis dengan menggunakan

#### **Daftar Referensi :**

1. Dadan Rusmana.,2005.,*Tokoh dan Pemikiran Semiotika.*,Tazkiya Press.,Jakarta.
2. Danesi, Marcel,2011.,*Pesan, Tanda dan Makna.*,Yogyakarta.,Jalasutra.
3. Littlejohn Stephen E.,Karen A Foss.,2009.,*Theories of Human Communication.,Nine Edition.*,Slemba Humanika.
4. Nawiroh Vera.,MSi.,2014.,*Semiotika Dalam Riset Komunikasi.*,Ghalia Indonesia.
5. Sobur Alex.,Drs,MSi.,2009., *Semiotika Komunikasi.*, PT. Remaja Rosdakarya.,Bandung.

## H. SEMIOTIKA FOTOGRAFI

### 1. Pengertian Semiotika Fotografi

Menurut 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 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 menunjukkan 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.

Dalam memaknai foto, khususnya foto berita maka penulis menggunakan enam prosedur Roland Barthes yaitu, trick effects, pose, objects (objek), photogenia (fotogenia), aestheticism (estetisme), dan syntax (sintaksis) dalam memaknai foto berita pada halaman pertama surat kabar Media Indonesia.

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 freezing (pembekuan gerak) termasuk disini.
5. Aestheticism (estetika), dalam hal ini berkaitan dengan pengkomposisian gambar secara keseluruhan sehingga menimbulkan makna-makna tertentu.
6. Syntax (sintaksis) hadir dalam rangkaian foto yang ditampilkan dalam satu judul, di mana makna tidak muncul dari bagian-bagian yang lepas antara 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.

Berikut tabel pemaknaan dalam teknik menganalisis foto :

<b>Tanda</b>		<b>Makna Konotasi</b>
<i>Photogenia /</i>	<b>Teknis Fotografi</b>	
Pemilihan lensa	Normal	Normalitas keseharian
	Lebar	Dramatis
	Tele	Tidak Personal, <i>voyeuristis</i>
<i>Shot size</i>	<i>Close up</i>	Intimate, dekat
	<i>Medium up</i>	Hubungan personal dengan subjek
	<i>Full shot</i>	Hubungan tidak personal
	<i>Long shot</i>	Menghubungkan subjek dengan konteks, tidak personal
Sudut pandang	<i>High angle</i>	Membuat subjek tampak tidak berdaya, didominasi, dikuasai, kurang otoritas
	<i>Eye level</i>	Khalayak tampil sejajar dengan subjek, memberi kesan sejajar, kesamaan, sederajat
	<i>Low Angel</i>	Menambah kesan subjek berkuasa, mendominasi, dan memperlihatkan otoritas
<b>Tanda</b>		<b>Makna konotasi</b>
Pencahayaan	<i>High key</i>	Kebahagiaan, cerah
	<i>Low key</i>	Suram, muram
	Datar	Keseharian, realistik
Fokus	<i>Selective Focusing</i>	Meminta perhatian pada unsur tertentu dalam foto
	<i>Depth Focusing</i>	Semua unsur dalam foto penting
Penempatan subjek / objek pada bidang foto	Atas	Memeberi kesan subjek berkuasa
	Tengah	Subjek penting
	Bawah	Subjek tidak penting
	Pinggir	Subjek tidak penting

## 2. Fotografi Jurnalistik

Fotografi jurnalistik jelas berbeda dengan bidang fotografi lainnya. Foto jurnalistik adalah bagian dari dunia jurnalistik yang menggunakan bahasa visual untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat luas dan tetap terikat kode etik jurnalistik. Foto jurnalistik bukan sekadar jepret-jepret semata. Ada etika yang selalu dijunjung tinggi, ada pesan dan berita yang ingin disampaikan, ada batasan batasan yang tidak boleh dilanggar, dan ada momentum yang harus ditampilkan dalam sebuah frame. Hal terpenting dari fotografi jurnalistik adalah nilai-nilai kejujuran yang selalu didasarkan pada fakta obyektif semata.



3.

Berorasi – Orator sedang menyampaikan pesan sekaligus mengajak masyarakat untuk menahan diri dan menjaga perdamaian di Yogyakarta. Aksi ini merupakan aksi gabungan beberapa elemen masyarakat jogja yang ikut menentang kekerasan yang marak terjadi beberapa waktu lalu

Para pewartanya harus selalu berada di garis depan. Mereka pun selalu siaga di garis belakang dalam mewartakan sebuah berita kepada masyarakat luas. Pewarta foto juga dituntut sigap dalam menangkap setiap “momentum” dari sebuah peristiwa, membungkusnya dengan dalam sebuah gambar yang berbeda dari apa yang dilihat oleh khalayak awam. Pun yang terpenting, mereka harus mengerti dan paham atas peristiwa yang sedang diabadikannya.

Dasar kelahiran pertumbuhan jurnalistik foto, menurut Soelarko ditentukan oleh tiga faktor :

1. Rasa ingin tahu manusia, yang merupakan naluri dasar, yang menjadi wahana kemajuan.
2. Pertumbuhan media massa sebagai media audio visual, yang memuat tulisan (atau uraian mulut) dan gambar (termasuk gambar yang hidup).
3. Kemajuan teknologi, yang memungkinkan terciptanya kemajuan fotografi dengan pesat (termasuk perfilm-an dan video untuk pemberitaan)
4. Dalam dunia jurnalistik, foto merupakan kebutuhan yang vital. Sebab foto merupakan salah satu daya pemikat bagi para pembacanya. Selain itu, foto merupakan pelengkap dari berita tulis. Penggabungan keduanya, kata-kata dan gambar, selain menjadi lebih teliti dan sesuai dengan kenyataan dari sebuah peristiwa, juga seolah mengikutsertakan pembaca sebagai saksi dari peristiwa tersebut.

Esensi dari foto jurnalistik adalah suatu foto atau gambar yang dapat bercerita atau memaparkan kejadian apa yang terjadi dalam foto tersebut. Kelebihan dari sebuah foto sebagai medium komunikasi visual menjadikan lebih mudah dipahami dari pada tulisan yang membutuhkan tenaga dan pikiran.

*Menurut Henri Cartier-Bersson, pendiri agen foto terkemuka di dunia Magnum:*

*“foto jurnalistik adalah berkisah dengan sebuah gambar, melaporkannya dengan sebuah kamera, merekamnya dalam waktu, yang seluruhnya berlangsung seketika saat suatu citra tersebut mengungkap sebuah cerita”*

Manurut Oscar Motuloh, fotografer dan supervisor biro foto Antara :  
“... Seorang jurnalis foto tidak sekedar menampilkan kekerasan dan darah tetapi juga merekam peristiwa-peristiwa di sekitar kita yang menarik untuk diabadikan, foto jurnalistik dan foto dokumentasi mempunyai dasar yang sama, keduanya berdasarkan realitas kehidupan. Keduanya hanya dibatasi oleh suatu garis yang tipis yaitu dipublikasikan atau tidak. Foto jurnalistik dibagi menjadi dua bagian besar, yaitu spot dan feature. Foto spot lebih bersifat berita, sedangkan foto feature memberi informasi yang tidak mudah basi, seperti essay foto yang banyak terdapat di majalah National Geographic dan keduanya berkembang pesat.”

Hendro Subroto, wartawan perang senior :

“... foto jurnalistik harus bisa menceritakan kejadian sehingga tidak banyak komentar pun orang sudah tahu cerita fotonya foto itu dan yang terpenting dalam foto jurnalistik adalah moment”

Menurut Prof. Mitchel V. Charnley :

“News is timely report a fact or opinion of either interest or important or both to a considerable number of people”

(Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau opini yang penting atau menarik minat, atau keduanya bagi sejumlah besar orang.)

Fungsi jurnalistik :

- menyiarkan informasi

- mendidik
- menghibur
- mempengaruhi

Ciri-ciri surat kabar dan majalah :

- Universalitas
- Aktualitas
- Periodisitas
- Publisitas

Dalam foto jurnalistik terdapat kategori-kategori untuk membedakan suatu foto itu termasuk kedalam karya foto jurnalis atau bukan.

Ada 3 kategori yaitu :

1. Foto *Human Interest*

Foto dalam hal ini biasanya menampilkan manusia dan lingkungannya, sesuai dengan namanya. Foto ini membawa pesan tentang sisi kemanusiaan yang dapat menggugah rasa kemanusiaan orang yang melihatnya.

2. Foto *Feature*

Biasanya foto feature di gunakan untuk menerangkan atau memperkuat suatu tulisan baik di majalah, koran dan lain-lain. Tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa foto yang di pakai dalam foto feature juga merupakan foto Human Interest. tetapi perbedaan diantara foto-foto lain adalah pada hal yang ditampilkan. Biasanya yang ditampilkan bukan peristiwa utamanya, tetapi sisi lain dari berita atau peristiwa tersebut.

3. Foto Berita (Spot News atau On The Spot)

Dalam membuat Spot News kita berpedoman atau memuat unsur *What, Why, Who, Where, When and How*. Foto ini menampilkan gambar-gambar yang tanpa membaca keterangan atau resensi yang ada sudah dapat bercerita atau bisa dikatakan berdiri sendiri.. semakin banyak informasi yang terekam dalam foto tersebut, semakin layak foto tersebut. Akan tetapi terbatas pada kehangatan berita yang disajikan. Waktu yang terbatas akan

membuat foto berita ini cepat basi. Namun foto ini masih dapat digunakan walaupun hanya sebatas dokumen.



Memadamkan – Petugas Pemadam bersama warga berusaha memadamkan api agar tak menyebar ke rumah yang lain. Kebakaran yang menghancurkan 3 rumah ini terjadi tepat di belakang RS Dirgahayu dan sempat membuat penghuni rumah sakit di evakuasi

Teknik foto jurnalistik haruslah memiliki unsur :

1. Ide, setiap wartawan foto tidak boleh hanya melihat peristiwa yang sedang atau telah terjadi, tetapi harus dapat belajar dari ide agar bisa mengetahui sesuatu yang akan terjadi;
2. Latar belakang, wartawan foto dituntut untuk mengetahui *story* di balik ide dan jika ada harus diketahui kemana arah *story* tersebut;
3. Sumber daya manusianya, wartawan foto harus memiliki kemampuan untuk menampilkan *story* dalam bentuk foto;
4. Lokasi, untuk mencapai unsur *believability* dan orisinalitas karya, wartawan foto harus turun ke lapangan dan ikut serta secara langsung di tempat kejadian;
5. *Assembly*, foto yang telah didapat harus di-*assembling* (dikembangkan) sehingga menjadi rangkaian yang utuh;

Hal-hal yang harus dicantumkan dalam foto yang diajukan pada media cetak antara lain :

1. *Caption text*, yaitu teks yang sedikit menjelaskan atau memberi gambaran tentang foto. Biasanya diletakkan di samping atau di bawah foto yang bersangkutan;
2. *Credit tittle*, yaitu teks yang lazimnya berada pada bingkai foto dan menyebutkan:

#### **4. Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure pada Foto Esai**

Sejak kecil, Saussure memang sudah tertarik dalam bidang bahasa. Pada tahun 1870, ia masuk Institut Martine, di Paris. Dua tahun kemudian (1872), ia menulis “*Essai sur les langues*” yang ia persembahkan untuk ahli linguistik pujaan hatinya (yang menolong dia untuk masuk ke Institut Martine, Paris), yakni Pictet. Pada tahun 1874 ia belajar fisika dan kimia di universitas Genewa (sesuai tradisi keluarganya), namun 18 bulan kemudian, ia mulai belajar bahasa sansekerta di Berlin. Rupanya, Saussure semakin tertarik pada studi bahasa, maka pada 1876-1878 ia belajar bahasa di Leipzig; dan pada tahun 1878-1879 di Berlin. Di perguruan tinggi ini, ia belajar dari tokoh besar linguistik, yakni Brugmann dan Hübschmann.

Ketika masih mahasiswa, ia telah membaca karya ahli linguistik Amerika, William Dwight Whitney yang membahas tentang *The Life and Growth of Language: and outline of Linguistic Science (1875)*; buku ini sangat mempengaruhi teori linguistiknya di kemudian hari. Pada tahun 1878, Saussure menulis buku tentang *Mémoire sur le système primitif des voyelles dans les langues indo-européennes* (Catatan Tentang Sistem Vokal Purba Dalam Bahasa-bahasa Indo-Eropa). Pada tahun 1880 ia mendapat gelar doktor (dengan prestasi gemilang: *summa cum laude*) dari universitas Leipzig dengan disertasi: *De l'emploi du génitif absolu en sanscrit* (Kasus Genetivus Dalam Bahasa Sansekerta) dan Petanda selalu akan lepas dari jang-kauan dan konsekuensinya, makna pun tidak pernah dapat sepenuhnya ditangkap, karena ia berserakan seperti *jigsaw puzzles* disepanjang rantai penanda lain yang pernah hadir sebelumnya dan akan hadir sesudahnya, baik dalam tataran para –digmatik maupun sintagmatik. Ini dimung-kinkan karena operasi sebuah sistem bahasa menurut de Saussure dilandasi oleh prinsip *negative difference*, yakni bahwa makna sebuah tanda tidak diperoleh melalui jawaban atas pertanyaan *what*

*is it*, melainkan melalui penemuan akan *what is not* (Budiman, 2002:30). Kucing adalah kucing karena ia bukan anjing atau bajing.

Dengan demikian ilmu yang mempelajari tentang tanda-tanda adalah semiotik. *Semiotics is concerned with everything that can be taken as a sign*. Semiotics adalah studi yang tidak hanya merujuk pada tanda (*signs*) dalam percakapan sehari-hari, tetapi juga segala sesuatu yang merujuk pada bentuk-bentuk lain seperti *words, images, sounds, gesture*, dan *objects*. Sementara de Saussure menyebut ilmu ini dengan *semiologi* yakni sebuah studi tentang aturan tanda –tanda sebagai bagian dari kehidupan sosial (*a science which studies the role of signs as a part of social life*). Bagi Peirce (1931), *semiotics was formal doctrine of signs which was closely related to logic*. Tanda menurut Peirce adalah *something which stands to somebody for something in some respect or capacity*. Kemudian ia juga mengatakan bahwa *every thought is a sign*.

Van Zoest (1993) memberikan lima ciri dari tanda. Pertama, tanda harus dapat diamati agar dapat berfungsi sebagai tanda. Sebagai contoh van Zoest menggambarkan bahwa di pantai ada orang-orang duduk dalam kubangan pasir, di sekitar kubangan di buat semacam dinding pengaman (lekuk) dari pasir dan pada dinding itu diletakkan kerang-kerang yang sedemikian rupa sehingga membentuk kata ‘Duisburg’ maka kita mengambil kesimpulan bahwa di sana duduk orang-orang Jerman dari Duisburg. Kita bisa sampai pada kesimpulan itu, karena kita tahu bahwa kata tersebut menandakan sebuah kota di Republik Bond. Kita menganggap dan menginterpretasikannya sebagai tanda.

Kedua, tanda harus ‘bisa ditangkap’ merupakan syarat mutlak. Kata Duisburg dapat ditangkap, tidak penting apakah tanda itu diwujudkan dengan pasir, kerang atau ditulis di bendera kecil atau kita dengar dari orang lain.

Ketiga, merujuk pada sesuatu yang lain, sesuatu yang tidak hadir. Dalam hal ini Duisburg merujuk kesatu kota di Jerman. Kata Duisburg merupakan tanda karena ia ‘merujuk pada’, ‘menggantikan’, ‘mewakili’ dan ‘menyajikan’.

Keempat, tanda memiliki sifat representatif dan sifat ini mempunyai hubungan langsung dengan sifat inter-pretatif, karena pada kata Duisburg di kubangan itu bukannya hanya terlihat adanya pengacauan pada suatu kota di Jerman, tetapi juga penafsiran ‘di sana duduk-duduk orang Jerman’.

Kelima, sesuatu hanya dapat merupa -kan tanda atas dasar satu dan lain. Peirce menyebutnya dengan *ground* (dasar, latar) dari tanda. Kita menganggap Duisburg sebagai sebuah tanda karena kita dapat membaca huruf-huruf itu, mengetahui bahwa sebagai suatu kesatuan huruf-huruf itu membentuk sebuah kata, bahwa kata itu merupakan sebuah nama yakni sebuah nama kota di Jerman. Dengan perkataan lain, tanda Duisburg merupakan bagian dari suatu keseluruhan peraturan, perjanjian dan kebiasaan yang dilembagakan yang disebut kode. Kode yang dimaksud dalam hal ini adalah kode bahasa. Walaupun demikian ada juga tanda yang bukan hanya atas dasar kode. Ada tanda jenis lain yang berdasarkan interpretasi individual dan insidental atau berdasarkan pengalaman pribadi.

Ada kalanya untuk menceritakan sesuatu baik peristiwa, keadaan, dan konflik tidak cukup hanya menggunakan gambar tunggal (*single photo*), melainkan rangkaian foto. Bentuk penyajian seperti inilah yang disebut foto cerita (*photo story*). Pada penyajian foto tunggal, satu gambar dapat berdiri sendiri dan tidak memerlukan bantuan foto lain untuk membangun cerita. Sedangkan foto cerita adalah pendekatan bercerita dengan menggunakan beberapa foto dengan tambahan teks untuk menjelaskan konteks atau latar belakang.

Foto cerita mampu menyampaikan pesan lebih kuat, membangkitkan semangat, menghadirkan perasaan haru, menghibur, hingga memancing perdebatan. Bentuk foto cerita modern dikenalkan W. Eugene Smith saat masih bekerja untuk majalah Life pada tahun 1940-an. Karya-karyanya yang dikenal antara lain “Nurse Midwife”, “Minamata”, “Country Doctor”, “Pittsburgh”, “Albert Schweitzer—A Man of Mercy”, dan “Labyrinthian Walk.”

Cerita dokter pemerintah Ernest Ceriani yang dibuat Smith untuk majalah Life tahun 1948 menunjukkan dedikasi seorang dokter dan menyampaikan realitas hidupnya di pinggiran Kremmling, Colo. Smith tinggal bersama dokter tersebut selama 23 hari dan memotret aktivitasnya sehari-hari, termasuk ketika menangani pasien darurat.

Banyak orang menyamakan semua bentuk foto cerita sebagai foto esai (*photo essay*). Namun sejatinya sajian foto cerita lebih beragam. Selain foto esai, cerita dapat disajikan dalam bentuk deskriptif—termasuk di dalamnya bentuk “*series*“, dan “*naratif*” (*narrative*).

Foto esai selalu memperlihatkan cara pandang (*point of view*) fotografer terhadap suatu isu secara jelas. Fotografer Brian Plonka membuat foto cerita berjudul “Alcohol: Bring Us Together” yang berisi gagasan dia tentang “sisi baik alkohol”. Foto-foto di dalamnya berisi kekompakan dan kesenangan yang tercipta dari minuman keras. Karyanya tersebut termasuk dalam bentuk foto esai karena ia menampilkan alkohol menurut gagasannya sendiri dari satu sudut pandang.

Contoh lain adalah “Minamata” yang merupakan foto cerita panjang dalam bentuk foto esai. Lewat Minamata, W. Eugene Smith bercerita tentang polusi merkuri di Minamata, Distrik Kyushu di Jepang. Foto Esai tersebut secara kuat mengungkap korban terdampak racun.

Foto esai adalah satu bentuk foto cerita yang berisi rangkaian argumen. Muatan opini dari fotografer sangat besar di bentuk ini. Biasanya foto esai menggunakan teks dalam porsi panjang dan bisa saja tidak dikerjakan sendiri oleh si fotografer, melainkan oleh penulis sebagai tim. Teks yang panjang seringkali berisi data-data, statistik, dan analisis



**Soal - Soal :**

1. Apa yang dimaksud dengan semiotika Fotografi ?
2. Berikan contoh Foto *Feature*, kemudian dianalisis dengan menggunakan Semiotika Charles Sander Peirce !
3. Berikan contoh Foto Esai, kemudian dianalisis dengan menggunakan Semiotika Ferdinand De Saussure !
4. Bagaimana yang dimaksud dengan fotografi jurnalistik. Jelaskan, berikan contoh !

**Daftar Referensi :**

1. Dadan Rusmana.,2005.,*Tokoh dan Pemikiran Semiotika.*,Tazkiya Press.,Jakarta.
2. Danesi, Marcel,2011.,*Pesan, Tanda dan Makna.*,Yogyakarta.,Jalasutra.
3. Littlejohn Stephen E.,Karen A Foss.,2009.,*Theories of Human Communication.,Nine Edition.*,Slemba Humanika.
4. Nawiroh Vera.,MSi.,2014.,*Semiotika Dalam Riset Komunikasi.*,Ghalia Indonesia.
5. Sobur Alex.,Drs,MSi.,2009., *Semiotika Komunikasi.*, PT. Remaja Rosdakarya.,Bandung.

## **I. SEMIOTIKA FILM**

### **1. Pengertian Semiotika Film**

Kekuatan dan kemampuan film menjangkau banyak khalayak dan segmen social membuat para ahli bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayaknya. Hubungan antara film dan masyarakat selalu dipahami secara linier. Artinya, film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan muatan pesan (*message*) dibaliknya. Film selalu merekam realitas yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat, dan kemudian memroyeksikannya ke atas layar (Irawanto, 1999:13).

Graeme Turner menolak perspektif yang melihat film sebagai refleksi masyarakat. Makna film sebagai representasi dari realitas masyarakat, berbeda dengan film sekedar sebagai refleksi dari realitas. Sebagai refleksi dari realitas, film sekedar ‘memindah’ realitas ke layar tanpa mengubah realitas itu. Sementara itu, sebagai representasi dari realitas, film membentuk dan menghadirkan kembali realitas berdasarkan kode-kode, konvensi-konvensi, dan ideology dari kebudayaannya.

Film umumnya dibangun dengan banyak tanda. Tanda-tanda itu termasuk berbagai system tanda yang bekerja sama dengan baik dalam upaya mencapai efek yang diharapkan. Yang paling penting dalam film adalah gambar dan suara dan music film. System semiotika yang lebih penting lagi dalam film adalah digunakannya tanda-tanda ikonis, yaitu tanda-tanda yang menggambarkan sesuatu.

Penelitian terhadap film atau bentuk-bentuk *narrative story* lain yang bersifat audio-visual dapat dilakukan dengan memilih salah satu model analisis semiotika tertentu (Pawito, 2007: 155-156). Bagaimana analisis semiotika diterapkan pada sebuah film, penelitian Aditia S. Hapsari (2005) yang mengkaji film *Biola tak Berdawai* produksi Kalyana Shira Film (bekerjasama dengan Cinekom) dapat dijadikan contoh dalam kajian ini (lihat dalam Pawito, 2007: 165-167).

Dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, Hapsari mengkaji makna lambang yang terdapat dalam film tersebut. Kesannya dengan kajian tersebut

adalah Film yang disutradarai oleh Sekar Ayu Asmara (sekaligus penulis skenario) ini sarat dengan pesan-pesan moral, terutama cinta kasih dengan konteks yang bervariasi, seperti cinta kasih terhadap sesama, cinta kasih antara dua insan yang berbeda jenis kelamin, cinta kasih dalam konteks ibu dan anak, serta cinta kasih terhadap seluruh makhluk ciptaan Tuhan berupa binatang dan tumbuhan.

Analisis semiotika pada film tersebut memperlihatkan nilai kecintaan terhadap sesama manusia yang disimbolkan dengan adegan tokoh-tokoh sentral (Bhisma, Renjani dan Mbak Wid) yang mau merawat Dewa dan anak-anak cacat lainnya di Panti Asuhan *Ibu Sejati* dengan tulus penuh kasih sayang kendati orang tua anak-anak bersangkutan telah membuang mereka.

Kemudian cinta kasih dalam pengertian umum antara seorang lelaki dengan seorang perempuan dapat dipahami dari simbol romantisme jalinan hubungan asmara antara Bhisma (yang diperankan oleh Nicholas Saputra) dan Renjani (yang diperankan oleh Ria Irawan). Cinta kasih terhadap sesama makhluk ciptaan Tuhan dapat dipahami Pemanfaatan dan penerapan semiotika pada ranah Desain Komunikasi Visual, dapat dilihat dari usaha mengkomunikasikan pesan dengan menggunakan tanda (*representament*) sebagai unsur utama karya desain. Tanda di sini terwujud dalam bentuk tanda verbal dan non verbal yang diproduksi oleh seorang desainer; tanda verbal berupa pesan verbal (ucapan) yang terwakili baik suara atau tulisan, sedang tanda non verbal (visual) berupa gambar yang terangkai yang membawa pesan yang juga terkait dengan pesan yang disampaikan. dari simbol lakonan Renjani yang berusaha menangkap seekor kupu-kupu tanpa melukai atau menyakitkannya.

Selain itu, film yang berdurasi 90 menit itu juga membawa pesan moral lain, yakni ketegaran dan kejujuran. Hal ini disimbolkan (*signed*) lewat tokoh Renjani yang begitu tegar menjalani hidup dengan tindakan terpuji-mendirikan panti Asuhan untuk menampung anak-anak cacat dan terbuang dari orang tuanya-meskipun dirinya sendiri adalah perempuan korban pemerkosaan dan melakukan aborsi. Lihat dalam Pawito (2007).

Contoh di atas memberikan satu bentuk pemaknaan pesan pada sebuah film melalui tanda-tanda (*signs*). Film (menurut van Zoest, 1993) umumnya dibangun dengan banyak tanda, dimana tanda-tanda tersebut (termasuk berbagai sistem

tandanya) bekerjasama dengan baik dalam upaya mencapai efek yang diharapkan, terutama dalam bentuk gambar dan suara (lihat dalam Sobur, 2004: 128).

## **2. Karakteristik dan Unsur Film**

Semiotika sebagai suatu pembelajaran dari ilmu pengetahuan sosial yang memiliki unit dasar yang disebut tanda. Tanda terdapat dimana-mana ketika kita berkomunikasi dengan orang, memakai pakaian, makan, minum, dan ketika kita berbicara. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain.

Film merupakan bidang kajian yang amat relevan bagi analisis semiotik. Seperti dikemukakan (Van Zoest, 1993:109 dalam Sobur, 128:2004) film dibangun dengan tanda semata-mata. Tanda-tanda itu termasuk berbagai sistem tanda yang bekerja sama dengan baik untuk mencapai efek yang diharapkan. Berbeda dengan fotografi statis rangkaian gambar dalam film menciptakan imajinasi dan sistem penandaan.

Karena itu bersamaan dengan tanda-tanda arsitektur, terutama indeksikal, pada film terutama digunakan tanda-tanda ikonis, yakni tandatanda yang menggambarkan sesuatu. Memang, ciri gambar-gambar film adalah persamaannya dengan realitas yang ditunjukkannya. Gambar yang dinamis dalam film merupakan ikonis bagi realitas yang dinotasikannya. Semiotika film berbeda dengan semiotika fotografi. Film bersifat dinamis, gambar film muncul silih berganti, sedangkan fotografi bersifat statis.

Gambar film yang muncul silih berganti menunjukkan pergerakan yang ikoni bagi realitas yang dipresentasikan. Kedinamisan gambar pada film menarik daya tarik langsung yang sangat besar, yang sulit untuk ditafsirkan. Semiotika digunakan untuk menganalisa media dan untuk mengetahui bahwa film itu merupakan fenomena komunikasi yang sarat akan tanda. Semiotika pada penelitian ini akan dianalisis dengan teori Roland Barthes, dimana oleh peneliti dirasa cocok dengan menggunakan interpretasi yang tepat dengan menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat.

### 3. Analisis Semiotika Roland Barthes pada Film

Teori semiotika dari Roland Barthes (1915-1980), dalam teorinya Barthes mengembangkan semiotika menjadi dua tingkatan pertandaan, yaitu tingkat denotasi dan konotasi. Denotasi merupakan tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda pada realitas, menghasilkan makna eksplisit, langsung, dan pasti, dalam pengertian umum denotasi biasanya dimengerti sebagai makna harfiah, makna yang sesungguhnya, yang disepakati bersama secara sosial, yang rujukannya pada realitas. Konotasi merupakan adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda yang di dalamnya beroperasi makna yang tidak eksplisit, tidak langsung, dan tidak pasti, artinya terbuka kemungkinan terhadap penafsiran-penafsiran baru.

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 suatu sistem pemaknaan tataran ke-dua.

Mitos dalam pandangan Barthes berbeda dengan konsep mitos dalam arti umum. Barthes mengemukakan mitos adalah bahasa, maka mitos adalah sebuah sistem komunikasi dan mitos adalah sebuah pesan. Dalam uraiannya, mengemukakan bahwa mitos dalam pengertian khusus ini merupakan perkembangan dari konotasi. Konotasi yang sudah terbentuk lama di masyarakat itulah mitos. Barthes juga mengatakan bahwa mitos merupakan sistem semiologis, yakni sistem tanda-tanda yang dimaknai manusia. Mitos Barthes dengan sendirinya berbeda dengan mitos yang kita anggap tahayul, tidak masuk akal, ahistoris dan lain-lain, tetapi mitos menurut Barthes sebagai *type of speech* (gaya bicara) seseorang. Mitos merupakan pemberian makna terhadap suatu tanda yang dihubungkan dengan nilai-nilai sosial atau dengan nilai-nilai kebudayaan dalam masyarakat.

Roland Barthes adalah penerus pemikiran Saussure. Saussure tertarik pada cara kompleks pembentukan kalimat dan cara bentuk-bentuk kalimat menentukan makna,

tetapi kurang tertarik pada kenyataan bahwa kalimat yang sama bisa saja menyampaikan makna yang berbeda pada orang yang berbeda situasinya.

Roland Barthes meneruskan pemikiran tersebut dengan menekankan interaksi antara teks dengan pengalaman personal dan kultural penggunanya, interaksi antara konvensi dalam teks dengan konvensi yang dialami dan diharapkan oleh penggunanya. Gagasan Barthes ini dikenal dengan “*order of signification*”, mencakup denotasi dan konotasi. Di sinilah titik perbedaan Saussure dan Barthes meskipun Barthes tetap mempergunakan istilah signifier-signified yang diusung Saussure. Barthes juga melihat aspek lain dari penandaan yaitu “mitos” yang menandai suatu masyarakat, 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.

Menurut Lechte yang dikutip oleh Sobur dalam buku Semiotika Komunikasi :

Tujuan analisis Barthes, bukan hanya untuk membangun suatu sistem klasifikasi unsur-unsur narasi yang sangat formal, namun lebih banyak untuk menunjukkan bahwa tindakan yang paling masuk akal, rincian yang paling meyakinkan, atau teka-teki yang paling menarik, merupakan produk buatan, dan bukan tiruan dari yang nyata. (2013:66-67). Proses signifikasi yang secara tradisional disebut sebagai denotasi ini biasanya mengacu kepada penggunaan bahasa dengan arti yang sesuai dengan apa yang terucap. Salah satu area penting yang dirambah Barthes dalam studinya tentang tanda adalah peran pembaca (*the reader*). Konotasi, walaupun merupakan sifat asli tanda, membutuhkan keaktifan pembaca agar dapat berfungsi.

Sedikitnya ada lima kode yang ditinjau Barthes yang dikutip Sobur dalam buku Semiotika Komunikasi yaitu:

*Kode hermeneutik* (kode teka-teki), *kode semik* (makna konotatif), *kode simbolik*, *kode proaretik* (logika tindakan), dan *kode gnomik* atau *kode kultural* yang membangkitkan suatu badan pengetahuan tertentu. (2013:65).

*Kode hermeneutik* atau kode teka-teki berkisar pada harapan pembaca untuk mendapatkan “kebenaran” bagi pertanyaan yang muncul dalam teks. Kode teka-teki merupakan unsur struktur yang utama dalam narasi tradisional.

*Kode semik* atau kode konotatif banyak menawarkan banyak sisi. Dalam proses pembacaan, pembaca menyusun tema suatu teks. Ia melihat bahwa konotasi kata atau frase tertentu dalam teks dapat dikelompokkan dengan konotasi kata atau frase yang mirip.

*Kode simbolik* merupakan aspek pengkodean fiksi yang paling khas bersifat struktural, atau tepatnya menurut konsep Barthes, pascastruktural. Hal ini didasarkan pada gagasan bahwa makna berasal dari beberapa oposisi biner atau perbedaan baik dalam taraf bunyi menjadi fonem dalam proses produksi wicara, maupun pada taraf oposisi psikoseksual yang melalui proses.

*Kode proaretik* atau kode tindakan/lakukan dianggapnya sebagai perlengkapan utama teks yang dibaca orang; artinya, antara lain, semua teks yang bersifat naratif. Secara teoretis Barthes melihat semua lakuan dikodifikasi, dari terbukanya pintu sampai petualangan yang romantis. Pada praktiknya, ia menerapkan beberapa prinsip seleksi.

*Kode gnomik* atau kode kultural banyak jumlahnya. Kode ini merupakan acuan teks ke benda-benda yang sudah diketahui dan dikodifikasi oleh budaya. Menurut Barthes, realisme tradisional didefinisi oleh acuan ke apa yang telah diketahui. Rumusan suatu budaya atau subbudaya adalah hal-hal kecil yang telah dikodifikasi yang di atasnya para penulis bertumpu

#### **4. Analisis Film dengan Metode Analisis Semiotika John Fiske**

Menurut John Fiske, dalam bukunya *Cultural And Communication Studies*, disebutkan bahwa terdapat dua perspektif dalam mempelajari ilmu komunikasi. Perspektif yang pertama melihat komunikasi sebagai transmisi pesan. Sedangkan perspektif yang kedua melihat komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna. Berkaitan dengan penelitian ini, maka peneliti hanya akan menggunakan perspektif yang kedua, yaitu dari sisi produksi dan pertukaran makna.

Perspektif produksi dan pertukaran makna memfokuskan bahasanya pada bagaimana sebuah pesan ataupun teks berinteraksi dengan orang-orang di sekitarnya untuk dapat menghasilkan sebuah makna. Hal ini berhubungan dengan peranan teks tersebut dalam budaya. Perspektif ini seringkali menimbulkan kegagalan dalam berkomunikasi karena pemahaman yang berbeda antara pengirim pesan dan penerima pesan. Meskipun

demikian, yang ingin dicapai adalah signifikasinya dan bukan kejelasan sebuah pesan disampaikan. Untuk itulah pendekatan yang berasal dari perspektif tentang teks dan budaya ini dinamakan pendekatan semiotic. (Fiske, 2006 :9)

Definisi semiotik yang umum adalah studi mengenai tanda-tanda. Studi ini tidak hanya mengarah pada “tanda” dalam kehidupan sehari-hari, tetapi juga tujuan dibuatnya tanda-tanda terbentuk. Bentuk-bentuk tanda disini antara lain berupa kata-kata, images, suara, Gesture, dan objek. Bila kita mempelajari tanda tidak bisa memisahkan tanda yang satu dengan tanda-tanda yang lain yang membentuk sebuah system, dan kemudian disebut system tanda. Lebih sederhananya semiotic mempelajari bagaimanasistem tanda membentuk sebuah makna. Menurut John Fiske dan John Hartley, konsentrasi semiotic adalah pada hubungan yang timbul antara sebuah tanda dan makna yang dikandungnya. Juga bagaimana tanda-tanda tersebut dikomunikasikan dalam kode-kode. (Chandler,2002)

Menurut James Monaco, seorang ahli yang lebih berafiliasi dengan gramatika (tata bahasa) mengatakan bahwa film tidak mempunyai gramatika. Untuk itu ia menawarkan kritik bahwa teknik yang digunakan dalam film dan gramatika pada sifat kebahasaannya adalah tidak sama. Akan sangat beresiko apabila memaksa dengan menggunakan kajian linguistic untuk menganalisa sebuah film, karena film terdiri dari kode-kode yang beraneka ragam.

Penerapan Semiotik pada film, berarti harus memperhatikan aspek medium film atau cinema yang berfungsi sebagai tanda. Maka dari sudut pandang ini jenis pengambilan kamera (selanjutnya disebut Shot saja) dan kerja kamera (camera work). Dengan cara ini, peneliti bisa mamahami shot apa saja yang muncul dan bagaimana misalnya, Close-up. Terdapat pula pada kerja kamera yaitu bagaimana gerak kamera terhadap objek. (Barger, 1982:37)

Film umumnya dibangun dengan banyak tanda. Tanda-tanda itu termasuk berbagai system tanda yang bekerja sama dengan baik dalam upaya mencapai efek yang diharapkan. Yang paling penting dalam film adalah gambar dan suara : kata yang diucapkan (ditambah dengan suara-suara lain yang serentak mengiringi gambar-gambar) dan music film. Sistem semiotika yang lebih penting lagi dalam film adalah digunakannya tanda-tanda ikonis, yakni tanda-tanda yang menggambarkan sesuatu. (Sobur:2004:128) Gianetti (1996:454) dalam bukunya *Understanding Movies* mengatakan bahwa semiotic

juga dikenal sebagai studi tentang bagaimana film ini berarti, yaitu memandang setiap pesan yang disampaikan dalam film meliputi pesan verbal dan non verbal yang bersifat simbolis dan terdiri jaringan atau rangkaian tanda-tanda yang kompleks serta memiliki arti.

**Soal - Soal :**

1. Apa yang dimaksud dengan semiotika Film ?
2. Sebutkan karakteristik film !
3. Sebutkan unsur-unsur dalam film !
4. Berikan contoh sebuah film, kemudian dianalisis dengan menggunakan Semiotika Roland Barthes !
5. Berikan contoh sebuah film, kemudian dianalisis dengan menggunakan Semiotika John Fiske !

**Daftar Referensi :**

1. Dadan Rusmana.,2005.,*Tokoh dan Pemikiran Semiotika.*,Tazkiya Press.,Jakarta.
2. Danesi, Marcel,2011.,*Pesan, Tanda dan Makna.*,Yogyakarta.,Jalasutra.
3. Littlejohn Stephen E.,Karen A Foss.,2009.,*Theories of Human Communication.,Nine Edition.*,Slemba Humanika.
4. Nawiroh Vera.,MSi.,2014.,*Semiotika Dalam Riset Komunikasi.*,Ghalia Indonesia.
5. Sobur Alex.,Drs,MSi.,2009., *Semiotika Komunikasi.*, PT. Remaja Rosdakarya.,Bandung.

## **J. SEMIOTIKA VIDEO GAME**

### **1. Pengertian Semiotika Video Game**

Semiotika adalah salah satu tradisi dalam ilmu komunikasi yang mempelajari tentang tanda. Dalam kajian semiotik, secara luas kajian ini merujuk pada dunia yang terbentuk atas tanda-tanda, dimana melalui tanda-tanda tersebut yang kemudian menghubungkan manusia dengan realitas. Tanda merupakan bagian penting dalam kehidupan manusia. Konsep tanda juga muncul pada hubungan antar manusia, dimana tanda tersebut dalam konteks sosial merupakan basis dari segala komunikasi yang terjadi antar manusia.

Manusia melalui tanda melakukan komunikasi dengan sesamanya. Tanda terdiri dari dua unsur, penanda dan petanda. Penanda adalah bentuk citraan atau kesan mental dari sesuatu yang bersifat verbal atau visual, seperti suara, tulisan atau benda. Sedangkan Petanda adalah konsep abstrak atau makna yang dihasilkan oleh tanda. Sedangkan simbol merupakan sejenis tanda, dimana hubungan antara penanda dan petanda seakan-akan bersifat arbitrer. Simbol adalah sesuatu yang berdiri/ada untuk sesuatu yang lain, kebanyakan di antaranya tersembunyi atau tidaknya tidak jelas.

Sebuah simbol dapat berdiri sebagai bagian dari budaya, institusi, identitas, keyakinan, cara berpikir, ideologi, harapan. Misalnya dalam penggunaan simbol tertentu sebagai lambang partai atau simbol salib kayu dalam agama kristen, yang merupakan simbol pengorbanan Kristus demi umat manusia. Dalam prakteknya, eksistensi tanda dan simbol membutuhkan kode untuk dapat dipahami maknanya. Kode merupakan cara pengombinasian tanda yang disepakati secara sosial, untuk memungkinkan satu pesan disampaikan kepada yang lain. Kode ini terikat pada suatu sistem sosial dan budaya tertentu. Misalnya hal ini digambarkan ketika manusia berkomunikasi melalui bahasa. Maka tanda dalam hal itu dapat dipahami sebagai penggunaan kata dan penggunaan kode digambarkan sebagai jenis bahasa yang digunakan. Makna dari kata atau tanda tersebut dapat dipahami ketika bahasa atau kode tersebut terkait dengan kesepakatan sosial di

antara komunitas pengguna bahasa yang bersangkutan. Tanda terangkai dalam kode-kode yang terkait dengan kesepakatan sosial dan budaya yang berlaku diantara pengguna kode tersebut.

Dalam menganalisis kebudayaan dalam kajian semiotika, maka kebudayaan perlu dilihat sebagai teks, yaitu rangkaian tanda-tanda bermakna, yang diatur berdasarkan kode atau aturan tertentu. Teks adalah suatu wujud dari tindak penggunaan tanda dan simbol dalam kehidupan sosial, yaitu berupa kombinasi seperangkat tanda, yang dikombinasikan dengan kode atau cara tertentu, dalam rangka menghasilkan makna tertentu.

Dalam prakteknya teks kemudian dikategorikan menjadi dua bagian, yaitu teks verbal dan teks visual. Dimana teks verbal terdiri teks oral dan teks tertulis. Teks verbal yang secara sempit disebut sebagai discourse, dan teks tertulis yang secara sempit disebut sebagai teks, yang termasuk didalamnya adalah puisi, novel, teks hukum, surat, piagam, nota. Teks visual adalah yang didalamnya melibatkan unsurunsur visual seperti gambar, ilustrasi, foto, lukisan, citra rekaan komputer atau sistem animasi komputer. Termasuk dalam teks visual ini adalah teks fashion, teks televisi, teks seni (lukisan, patung, tari dan teater), teks arsitektur, teks film, teks animasi dan juga teks video game.

Secara etimologis kata game berasal dari bahasa Inggris yang memiliki arti dasar Permainan. Sejak zaman dahulu, game ini sering sekali dimainkan dengan sebutan game tradisional, seperti: patok lele, petak umpet, dan lain sebagainya. Tetapi game tersebut saat ini sudah sangat jarang ditemukan dan dimainkan, karena game tradisional lambat laun berganti menjadi game yang lebih moderen. Game moderen pertama sekali ditemukan oleh Insinyur Televisi berkebangsaan Jerman, Ralph H. Baer.

Sebagai salah satu bentuk teks dan produk budaya (seperti film dan televisi), maka video game pun dapat dipahami sebagai beragam teks yang dibentuk serangkaian tanda atau simbol yang terikat oleh kode-kode atau konvensi dari suatu kebudayaan tertentu serta mempunyai makna yang membentuk wacana atau sebuah pemikiran tertentu. Hal ini misalnya dapat digambarkan dalam video game melalui karakter, background dan storyline dari game tersebut. Karakter di dalam game merupakan gambaran ilustrasi dari tokoh yang ditampilkan di game. Hal ini terkait dengan dengan bentuk penampilan dan perilaku karakter baik bentuk fisik maupun eksistensinya sebagai representasi simbolik.

Misalnya dengan penggambaran karakter yang berbentuk manusia yang kemudian dilekatkan dengan ciri ataupun karakteristik manusia di realitas.

Manusia dapat digambarkan di dalam game memiliki warna kulit, warna dan jenis rambut, serta pakaian atau aksesoris yang melekat pada karakter tersebut. Background atau latar belakang di dalam game berlaku sebagai pendukung setting yang berlaku di dalam game. Secara lebih jauh, background pun dapat berfungsi untuk memberikan nuansa dalam adegan atau peristiwa yang terjadi dalam suatu chapter di dalam game tersebut. Penggambaran background misalnya terlihat pada game dengan setting medieval eropa maka background akan digambarkan menyesuaikan keadaan dan nuansa eropa pada abad ke 5, dengan mengadaptasi bentuk-bentuk bangunan dan pemandangan pada saat itu. Sehingga dengan penggambaran semacam itu, keberadaan latar belakang tersebut kemudian dapat mendukung gambaran imajinasi pemain ketika memainkan suatu video game. Sedangkan storyline merupakan naskah cerita yang dikembangkan dalam game. Storyline sendiri di dalam game dapat bermakna sebagai langkah-langkah dalam menceritakan gambar dan kata-kata yang ada. Storyline pun dapat berfungsi dalam mengarahkan setiap gerakan pemain di dalam game tersebut.

Hal ini misalnya ditunjukkan dalam misi atau chapter di dalam game yang mengarahkan pemain pada suatu cerita tertentu. Ketiga unsur tersebut dapat dianggap sebagai bagian dari teks yang menyusun video game, yang menjadikan video game sebuah media yang tersusun oleh teks-teks yang sarat akan kode-kode atau konvensi dari kebudayaan tertentu.

## **2. Karakteristik Video Game**

Adapun karakteristik dari video game adalah :

### **1. Membutuhkan sedikit biaya.**

Dalam arti, tidak ada yang selalu harus dibeli dan tidak ada yang harus disewa atau dipesan. Bahkan ada games yang tidak membutuhkan biaya.

### **2. Partisipatif.**

Games melibatkan peserta baik secara fisik (termasuk pergerakan) maupun fisiologis (seperti perhatian secara mental maupun secara visual). Game membangun perhatian peserta dan membuat mereka berpikir, bereaksi, dan tertawa.

### 3. Menggunakan alat bantu.

Beberapa game melibatkan penggunaan alat-alat sederhana untuk menambah kesan realistis pada kegiatan. Alat bantu tersebut dapat berupa spidol, satu pak kartu, korek api, atau sekeranjang jeruk.

### 4. Beresiko rendah.

Kemungkinan besar tingkat keberhasilan game ini cukup tinggi bila dilakukan sesuai dengan cara yang benar dan professional.

### 5. Adaptasi yang mudah.

Game yang baik dapat disesuaikan dengan beragam situasi dan penekanan pada poin-poin yang berbeda. Bahkan, game juga dapat dimodifikasi tanpa menghilangkan kesan dan karakter aslinya.

### 6. Single focus.

Berbeda dengan simulasi, game lebih sering menggunakan ilustrasi yang hanya single point. Game umumnya lebih berorientasi pada persoalan mikro dari pada makro.

## **3. Analisis Semiotika Video Game**

Dewasa ini disadari atau tidak, video game memiliki posisi yang hampir sama dengan media film atau televisi yang juga membentuk konstruksi masyarakat akan sesuatu hal dan menjadikan hal tersebut sebagai realisme palsu, yang berakar dan tertanam didalam pola pikir masyarakat. Video game yang pada awalnya hanyalah sebuah entertainment tools atau sebuah alat hiburan ternyata memiliki kemampuan yang jauh melebihi tujuan awal dibuatnya, bahkan ideologi yang tertanam secara halus serta dijadikan komoditas penjualan. Konstruksi yang sering sekali dibangun dan menjadi nilai jual tinggi adalah dengan mengkaitkan setiap detail video game dengan sosok perempuan.

Perempuan hadir sebagai komoditas pada beberapa game bahkan menjadi ikonik. Industri video game tidak hanya memproduksi sebuah permainan secara harafiah, akan tetapi juga memproduksi isi pesan. Pesan yang didalamnya banyak sekali menyoroti

perempuan dari sudut stereotipnya bahkan berbau sensualitas yang mengarah pada eksploitasi terhadap perempuan.

Salah satu game yang didalamnya terdapat banyak unsur perempuan adalah game *seven sin*. *Seven Sin* diluncurkan pada tahun 2005 oleh perusahaan Monte Cristo. Game ini merupakan game simulasi kehidupan yang merepresentasikan hasrat dan kebutuhan manusia dalam kehidupannya sehari-hari dan menampilkan gambar yang menjurus ke pornografi, dari sistem permainannya, pemilihan karakter perempuan, pakaian yang dipakai, hingga musik yang digunakan. Game ini seolah-olah hadir dengan karakter perempuan sesuai pandangan dunia yang selama ini sudah terkonstruksi. Dunia seolah-olah menyajikan realisme palsu bahwa perempuan direpresentasikan dengan makhluk sosial kelas dua.

Perempuan dikonstruksikan sebagai suatu sosok yang dianggap layak dieksploitasi dan menjadi objek sasaran untuk menyajikan pornografi melalui apa yang ada pada diri perempuan tersebut bahkan cenderung menunjukkan sensualitas dari tubuh perempuan (Daulay, 2007:5). Visualisasi karakter perempuan pada umumnya dibangun dengan pakaian seksi, terbuka, bentuk tubuh yang ideal, bahkan dengan ekspresi menggoda. Video game menaturalisasikan tubuh tersebut secara sosial dan kultural sebagai objek yang di „puja“ sekaligus „dilecehkan“ karena dianggap memiliki kekuatan “pesona” tertentu.

Trend video game dengan memasukkan unsur sensualitas perempuan, saat ini lebih digandrungi oleh para gamers yang pada umumnya adalah laki-laki. (<http://ukijournalisious.wordpress.com/2010/11/27/objektifikasi-perempuandalam-game-online-2/>). Dengan kata lain, cara pandang dunia ini seolah-olah selalu dilihat dari sisi kacamata laki-laki. Cara pandang menghasilkan satu budaya yang sering disebut dengan budaya Patriarki. Patriarki berarti kekuasaan laki-laki, dengan cara apa laki-laki menguasai perempuan, serta untuk menyebutkan sistem yang membuat perempuan tetap dikuasai melalui beragam macam cara.

Di sadari atau tidak image perempuan memang tengah berada dalam sebuah situasi yang seolah-olah dianggap sebagai suatu realitas yang sesungguhnya terjadi dan nyata dalam dunia ini. Perempuan selalu harus berusaha keluar dari nilai-nilai patriarki yang sangat mengikat dan membuat perempuan harus ekstra kerja keras untuk mendapatkan

posisi sebagai „mitra“ dengan laki-laki (Daulay, 2007:5). Game seven sin adalah salah satu game yang banyak menampilkan karakter perempuan dengan sisi sensualitasnya, hingga dengan konstruksi-konstruksi akan makna sensualitas itu sendiri. Jika dilihat situasi yang ada dalam game ini mungkin saja budaya patriarki akan semakin melekat pada perempuan dan menjadikannya terusmenerus sebagai „objek“ pemuas kebutuhan laki-laki.

### **Soal - Soal :**

1. Apa yang dimaksud dengan semiotika *Video Game* ?
2. Sebutkan karakteristik *Video Game* !
3. Berikan contoh sebuah *Video Game*, kemudian dianalisis dengan menggunakan Semiotika Komunikasi !

### **Daftar Referensi :**

1. Dadan Rusmana.,2005.,*Tokoh dan Pemikiran Semiotika.*,Tazkiya Press.,Jakarta.
2. Danesi, Marcel,2011.,*Pesan, Tanda dan Makna.*,Yogyakarta.,Jalasutra.
3. Littlejohn Stephen E.,Karen A Foss.,2009.,*Theories of Human Communication.,Nine Edition.*,Slemba Humanika.
4. Nawiroh Vera.,MSi.,2014.,*Semiotika Dalam Riset Komunikasi.*,Ghalia Indonesia.
5. Sobur Alex.,Drs,MSi.,2009., *Semiotika Komunikasi.*, PT. Remaja Rosdakarya.,Bandung.

## K. SEMIOTIKA KOMIK – KARTUN – KARIKATUR

### 1. Pengertian Semiotika Komik – Kartun – Karikatur

Komik-kartun penuh dengan perlambangan-perlamngan yang kaya akan makna. Oleh karena itu selain dikaji secara teks, konseptual juga dilakukan dengan menghubungkan karya seni tersebut dengan situasi yang menonjol di masyarakat.

Membuat kajian komik-kartun-karikatur berarti berhadapan dengan tanda-tanda visual dan kata-kata. Karena itu, pembahasan ini menggunakan kajian kritis yang bertujuan untuk mengungkap makna tanda-tanda atau simbol-simbol yang ada.

Untuk menguak makna kartun pada kenyataannya bukan pekerjaan mudah, mengingat berbagai persoalannya menyangkut permasalahan yang berkembang dalam masyarakat, khususnya mengenai masalah sosial dan politik masyarakat (Setiawan,2002). Selain itu, elemen pembentukan komik-kartun pun cukup kompleks, yakni terdiri atas unsur-unsur berbagai disiplin, seperti seni rupa, sastra, linguistik, dsb.

Komik-kartun penuh dengan perlambangan-perlambangan yang kaya akan makna. Oleh karena itu, selain dikaji sebagai “teks”, secara kontekstual juga dilakukan, yakni dengan menghubungkan karya seni tersebut dengan situasi yang menonjol di masyarakat. Langkah ini, untuk menjaga signifikansi permasalahan sekaligus menghindari pembiasan tafsiran.

Hal lain yang cukup berkeran adalah adanya narasi penyerta gambar. Narasi-narasi tersebut kadang berupa rangkaian kata-kata tokoh komik, kadang juga berupa onomatopea suara binatang, bunyi benda jatuh, desiran angin, dsb. Berkaitan dengan teks narasi tentu akan menyentuh bidang kesusastraan. Untuk itu diperlukan pendekatan hermeneutic dengan meminjam pola semiotik.

Kartun di Indonesia belakangan ini, sudah menjadi karya seni yang menyimpan gema panjang, sarat oleh pesan dan estetika, disamping kadar humornya. Tapi karikatur, dalam arti *editorial cartoon*, masih sedikit. Mungkin ini erat kaitannya dengan opini dan kritik, yang masih memerlukan pertanggungjawaban yang rumit.

## 2. Karakteristik dan Unsur Komik – Kartun - Karikatur

Komik secara umum merupakan cerita bergambar dalam majalah, surat kabar, atau berbentuk buku yang pada umumnya mudah dicerna dan lucu (Setiawan,2002). Berdasarkan jenisnya, komik dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu ;

- *Comic strips* dan *Comic books*

*Comic strips* merupakan komik bersambung yang dimuat pada surat kabar. Adapun *comic books* merupakan kumpulan cerita bergambar yang terdiri dari satu atau lebih judul dan tema cerita, yang di Indonesia disebut komik atau buku komik. Pada perkembangan ini, komik mengalami beberapa modifikasi mulai dari format, muatan isi, teknis pembuatan, hingga strategi pemasarannya. Beberapa komik diterbitkan seiring dengan peluncuran animasi layar lebarnya, seperti yang dilakukan oleh Walt Disney dengan Mickey Mouse, Beauty and the Beast, dll (Setiawan,2002).

Sebuah gambar lelucon yang muncul di media massa, yang hanya berisikan humor semata, tanpa membawa beban kritik sosial apapun biasanya disebut kartun. Sedangkan gambar lelucon yang membawa pesan kritik sosial seperti yang biasa di lihat pada ruang opini surat kabar disebut karikatur. Tapi ada juga yang mengatakan bahwa kartun adalah suama gambar humor termasuk karikatur itu sendiri. Sedangkan karikatur adalah deformasi berlebihan atas wajah seseorang, biasanya orang terkenal, dengan ‘mempercantiknya’ dengan penggambaran cirri khas lahirianya untuk tujuan tertentu (Sudarta,1987).

Media pers Indonesia menampilkan komik-kartun-karikatur sebagai ungkapan kritis terhadap berbagai masalah yang berkembang secara tersamar dan tersembunyi. Pembaca diajak untuk berpikir merenungkan dan memahami pesan-pesan yang tersurat dan tersirat dalam gambar tersebut. Seringkali gambar itu terkesan lucu karena mengandung unsure humor sehingga pembaca tersenyum dan tertawa. Pejabat pemerintah atau tokoh masyarakat yang menjadi objek komik-kartun-karikatur pun tidak tersinggung, tetapi justru sebaliknya merasa senang karena dirinya diangkat ke permukaan oleh kartunis.

Karikatur adalah bagian dari opini penerbit yang dituangkan dalam bentuk gambar-gambar khusus. Semula, karikatur hanya merupakan selingan dan ilustrasi belaka,

namun pada perkembangan selanjutnya karikatur dijadikan sarana untuk menyampaikan kritik yang sehat, karena penyampaiannya dilakukan dengan gambar-gambar lucu dan menarik.

Pada dasarnya, kartun mengungkapkan masalah sesaat secara ringkas namun tajam dan humoristis sehingga tidak jarang membuat pembaca tersenyum sendiri. Karena itu, pada umumnya “kisah” kartun hanya terbit satu kali didalam surat kabar atau majalah meskipun beberapa kartun yang telah dimuat media massa dapat juga dihimpun dan diterbitkan kembali, seperti : Oom Pasikom (G.M. Sudarta, Kompas) dan Panji Koming (Dwi Koendoro, Kompas Minggu).

#### **4. Karakteristik dan Unsur Komik – Kartun – Karikatur**

Komik – Kartun - Karikatur adalah bentuk semiotika visual. Tanda visual dan linguistik dalam kartun saling membentuk argumen serta metafor yang menarik untuk diperhatikan. Selain itu *ground* yang dibutuhkan untuk memahami jalinan representasinya tidak terlalu jauh dari pengalaman kita. Sebagian besar pembaca akan mudah menangkap ikonitas tanda visualnya. Dalam analisis semiotika *analysis text* terdapat dua tingkat pertandaan, yaitu pertama, analisis tanda secara individual dan kedua, analisis tanda dalam kelompok.

Pada analisis tanda secara individual dapat digunakan berbagai model analisis tanda, misalnya analisis tipologi tanda, struktur tanda, dan makna tanda. Pada analisis tanda-tanda di dalam kelompok atau kombinasinya disebut analisis teks (*textual analysis*). Semiotika teks dalam hal ini tidak berhenti hanya menganalisis tanda (jenis, struktur, makna) secara individu, akan tetapi melingkupi pemilihan tanda-tanda yang dikombinasikan ke dalam kelompok pola-pola yang lebih besar (teks), yang di dalamnya direpresentasikan sikap, ideologi, atau mitos tertentu yang melatarbelakangi kombinasi tanda-tanda tersebut.

Yang pertama kali dilakukan dalam analisis secara individual, adalah medeskripsikan tanda visual berdasarkan kaidah spasial. Gambar dideskripsikan menurut unsur-unsur yang mendukungnya, antara lain garis, warna, kontur, dan sebagainya. Pertandaan pada tingkat ini akan menghasilkan makna primer (denotasi). Kemudian pada analisis tanda

secara kelompok, tanda dianalisis lebih lanjut pada tataran kedua disertai interpretasi teoritis, sehingga dihasilkan makna tersembunyi atau konotasi.

*Pertama*, melakukan pembacaan berulang kali pada objek penelitian. Kemudian menandai dan memilah teks-teks yang menunjukkan adanya tanda budaya. Teks terpilih yang menunjukkan tanda budaya disebut sebagai data.

*Kedua*, analisis pada tahap ini adalah analisis data secara individual yang termasuk dalam pemaknaan semiotika tingkat pertama. Seluruh data yang berhasil dikumpulkan pada tahap pertama dianalisis menurut kaidah spasial dan dideskripsikan menurut unsur-unsur komik yang mendukungnya, antara lain karakter, ekspresi wajah, dialog dalam balon kata, garis gerak, latar, aksi, panel, *closure*, serta bahasa verbal. Aspek rupa objek kartun diteliti melalui telaah rupa dasar (bentuk, teknik, corak, susunan) dengan representasi gambar yang muncul melalui rupa dasar. Bentuk gambar ikonik tersebut dibaca melalui berbagai tanda yang muncul untuk menafsirkan makna gambar sesuai dengan konteks peristiwanya. Dalam tahap ini, pemaknaan yang dihasilkan adalah tataran denotatif. Pada tataran ini hasil analisis memuat deskripsi data secara harfiah, jalan cerita umum, dan interaksi tokoh.

*Ketiga*, analisis pada tahap ini adalah analisis data secara kelompok yang termasuk dalam pemaknaan semiotika tahap kedua dan menghasilkan makna konotatif. Seluruh data yang telah dikumpulkan pada analisis tahap pertama dan telah dianalisis pada tahap kedua diinterpretasi dan diklasifikasi.

*Keempat*, pada tahap terakhir dilakukan penarikan kesimpulan dari hasil interpretasi data. Selain mengemukakan beberapa temuan pokok penelitian, juga dikemukakan beberapa implikasi yang sifatnya praktis.

**Soal - Soal :**

1. Apa yang dimaksud dengan semiotika Komik – Kartun - Karikatur ?
2. Bagaimana karakter dan unsur Komik – Kartun – Karikatur ?
3. Berikan contoh sebuah Komik kemudian dianalisis dengan menggunakan Semiotika Komunikasi !

**Daftar Referensi :**

1. Dadan Rusmana.,2005.,*Tokoh dan Pemikiran Semiotika.*,Tazkiya Press.,Jakarta.
2. Danesi, Marcel,2011.,*Pesan, Tanda dan Makna.*,Yogyakarta.,Jalasutra.
3. Littlejohn Stephen E.,Karen A Foss.,2009.,*Theories of Human Communication.,Nine Edition.*,Slemba Humanika.
4. Nawiroh Vera.,MSi.,2014.,*Semiotika Dalam Riset Komunikasi.*,Ghalia Indonesia.
5. Sobur Alex.,Drs,MSi.,2009., *Semiotika Komunikasi.*, PT. Remaja Rosdakarya.,Bandung.

