**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Komunikasi**

**2.1.1 Pengertian Komunikasi**

Istilah komunikasi atau dalam bahasa inggris yaitu *Communication* berasal dari kata latin yaitu *Communicatio* dan bersumber dari kata *Communis* yang berarti sama, disini maksudnya adalah sama dalam pemaknaannya. Kesamaan bahasa yang digunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Jadi, apabila dua orang atau lebih terlibat komunikasi misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa saja yang mereka perbincangkan.

**Baleson dan Stainer** dalam bukunya **Komunikasi Teori dan Praktek,** mendefinisikan komunikasi sebagai berikut :

**Komunikasi adalah penyampaian informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dengan menggunakan lambang-lambang, kata-kata, gambar, bilangan, grafik, dan lain-lain. Kegiatan atau proses penyampaianlah yang biasanya dinamakan komunikasi. (1992:48)**

Pendapat **Hovlan** yang dikutip **Effendy** dalam bukunya **Komuikasi Teori dan Praktek,** menjelaskan bahwa ilmu komunikasi adalah “**upaya yang sistematis merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap”. (2005:10)**

Devinisi Hovlan di atas menunjukan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*Public Opinion*).

**2.1.2 Proses Komunikasi**

Proses komunikasi terjadi ketika manusia sedang berinteraksi dengan manusia lainnya. Kata proses ini berasal dari bahasa latin, yang berarti “bergerak maju” atau “tindakan”. Suatu proses merupakan rangkaian dan tindakan. Aspek yang paling penting dalam peoses adalah adanya hubungan timbal balik dengan adanya proses komunikasi, maka dapat mengubah dan mempengaruhi perilaku manusia satu dengan yang lainnya.

**Komala** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi** mengatakan bahwa “**lima unsur dalam proses komunikasi antar manusia. Kelima unsur ini adalah konteks, komunikator, pesan, sistem pengantar, dan komunikan (2009:85)**”

Lukiati beranggapan bahwa dalam proses komunikasi memiliki 5 unsur. Yang pertama yaitu konteks, konteks adalah ingkungan dimana peristiwa komunikasi terjadi. Yang kedua adalah komunikator, komunikator adalah pengirim pesan, seseorang yang menyampaikan pesan kepada pihak kedua. Yang ketiga adalah pesan, pesan adalah setiap pemberitahuan, kata, atau komunikasi baik lisan maupun tulisan yang dikirimkan dari satu orang ke orang lain. Yang keempat sistem pengantar, sistem pengantar adalah bagaimana pesan dihantarkan dari komunikator kepada komunikan. Dan yang terakhir adalah komunikan,komuikan adalah seseorang yang menerima pesan.

**Effendy** dalam bukunya “Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek”mengungkapkan bahwa proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap :

1. **Proses komunikasi primer**

 **Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain, dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainnya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahwa bahasa yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi adalah jelas, karena hanya bahasalah yang mampu “menerjemahkan”pikiran seseorang terhadap orang lain.**

1. **Prose komunikasi sekunder**

**Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya, karena komunikan sebagai sasarannya berada ditempat yang relatif jauh atau jmlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan banyak media lagi. Media kedua yang sering disunakan dalam komunikasi. Dengan demikian, proses komunikasi secara sekunder itu menggunakan media yang dapat diklasifikasikan sebagai media massa(*mass media*) dan media nirmassa atau non massa (*mass media*), (2005:1)**

**Gambar 2.1**

**Model Pesan Komunikasi (Linear)**

1. **Linear**

**FEEDBACK**

Komunikan

komunikator

Pesan

Media

Sumber

 **FEEDBACK**

Noise

Noise

Noise

**Gambar 2.2**

**Model Proses Komunikasi (Sirkuler)**

1. **Sirkuler**

SUMBER

**FEEDBACK**

**FEEDBACK**

**KOMUNIKATOR**

**PESAN**

**V**

**EFEK**

**KOMUNIKAN**

**Sumber : Lukiati Komala,  *ilmu komunikasi* (2009:88)**

**Komunikan :**  seorang penerima pesan, atau orang yang menerima pesan dari komunikator.

1. **Transaksional**

**Gambar 2.3**

**Model Komunikasi Transaksional**

**Social Systeme**

 **Time1 Communicator A’s**

**field of experience**

Noise

 **Time2**

 **Time3 Communicator B’s**

**field of experience**

**sumber : http://blog.nus.edu.sg/grouptwofabulous/2012/08/30/**

penegasan tentang model proses komunikasi, sebagai berikut :

**Sumber :**Asal muasal informasi

**Komunikator :**seseorang yang mengirimkan pesan atau menghasilkan pesan

**Pesan :**pemberitahuan, kata, atau komunikasi baik lisan maupun tulisan yang dikirimkan dari satu orang ke orang lain

**Media :**Alat atau sarana komunikasi

**Feedback :**Umpan balik, yaitu tanggapan yang diberikan oleh komunikan terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator

**Noise :**gangguan yang terjadi dalam komunikasi

**Efek :** kesan yang timbul pada pikiran penonton, pendengar, pembaca (setelah mendengar dan melihat sesuatu)

**2.1.3 Hambatan Komunikasi**

Komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada pihak lain. Dalam proses komunikasi, pasti terdapat hambatan-hambatan didalamnya. **Effendy** dalam bukunya “**Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi”** mengungkapkan hambatan-hambatannya sebagai berikut :

1. **Gangguan**

**Ada dua jenis gangguan terhadap jalannya komunikasi yang menurut sifatnya dapat diklarifikasikan sebagai gangguan mekanik dan gangguan semantik**

1. **Gangguan mekanik (*Mechanical, chanel noise*)**

**Yang dimaksud dengan gangguan mekanik ialah gangguan yang disebabkan saluran atau kegaduhan yang bersifat fisik.**

1. **Gangguan semantik (Semantic noise)**

**Gangguan jenis ini bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak. Gangguan sematik tersaring ke dalam pesan melalui penggunaan bahasa.**

1. **Kepentingan**

**Interest atau kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati suatu pesan. Orang hanya akan memperhatikan perangsang yang ada hubungannya dengan yang ada kepentingannya.**

1. **Motivasi terpendam**

***Motivation* atau motivasi akan mendorong seseorang bebrbuat sesuatu yang benar sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan kekurangannya.**

1. **Prasangka**

***Prejudise* atau prasangka merupakan salah satu rintangan atau hambatan berat bagi suatu kegiatan komunikasi oleh karena orang yang mempunyai prasangka belum apa-apa sudah bersikap curiga dan menentang komunikator yang hendak melancarkan komunikasi (2003:45-49).**

Hambatan dalam berkomunikasi akan mengakibatkan komunikasi yang tidak efektif. Pada dasarnya, hambatan-hambatan tersebut terjadi karena diri dan lingkungan sekitar.

Dalam gangguan sematik, diungkapkan bahwa kata-kata mempunyai dua jenis pengertian, yang pertama adalah pengertian secara denotatif dan pengertian konotatif.

Pengertian denotatif adalah pengertian suatu perkataan yang lazim terdapat dalam kamus yang secara umum diterima oleh orang-orang dengan dan kebudayaan yang sama. Sedangkan pengertian konotatif adalah pengertian yang bersifat emosional, latar belakang dan pengalaman.

**2.2 Komunikasi Massa**

**2.2.1 Pengertian Komuikasi Massa**

Komunikasi massa berasal dari istilah bahasa inggris yaitu mass communication atau mass media *communicatiion*atau *communications,* diartikan sebagai saluranya, yaitu media massa. Massa mengandung pengertian orang banyak, mereka tidak harus berada di lokasi tertentu yang sama, mereka dapat tersebar atau terpacar di berbagai lokasi, yang dalam waktu yang sama atau hampir bersamaan dapat memperoleh pesan-pesan komunikasi yang sama.

Komunikator dalam proses komunikasi massa selain merupakan sumber pesan, mereka juga beperan sebagai *gate keeper.* Yaitu berperan untuk menambah, mengurangi, menyederhanakan, mengemas, agar semua informasi yang disebarkan lebih mudah dipahami oleh *audiensnya.*Pelaksanaan peran gate keeper dipengaruhi oleh ekonomi, pembatasan legal, batas waktu, etika pribadi dan profesional, kompetisi diantara media, dan nilai berita. **Cangara** dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi** dijelaskan definisi dari Komunikasi Massa adalah sebagai berikut :

**Proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada masyarakat atau khalayak yang sifatya sosial melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan film (1998:36).**

**Widjaja** dalam buku **Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat,** komunikasi massa didefinisikan **: “Komunikasi yang ditujukan kepada massa” (1993:19).**

Komunikasi dapat dipahami sebagai proses penyampaian pesan, ide, atau informasi kepada orang lain dengan menggunakan sarana tertentu guna mempengaruhi atau mengubah perilaku penerima pesan. Komunikasi Massa adalah (ringkasan dari) komunikasi melalui media massa (*communicating with media),* atau komunikasi kepada banyak orang (massa) dengan menggunakan sarana media. Media massa sendiri ringkasan dari media atau sarana komunikasi massa.

Massa sendiri artinya orang banyak atau sekumpulan orang kelompok, kerumunan, publik. **Bittner : (**komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan dengan menggunakan media massa pada sejumlah besar orang**).**

Massa dalam komunikasi massa terjadi dari orang-orang yang heteroen yang meliputi penduduk yang bertempat tinggal dalam kondisi yang sangat berbeda, dengan kebudayaan yang sangat beragam berasal dari berbagai lapisan masyarakat, mempunyai pekerjaan yang berjenis-jenis makan oleh karena itu mereka berbeda pula dalam kepentingan, standar hidup dan derajat kehormatan, kekuasaan dan pengaruh. Jelasnya, komunikan dalam komunikasi massa adalah sejumlah orang yang disatukan oleh suatu minat yang sama yang mempunyi bentuk tingkah laku yang sama dan terbuka bagi pengaktifan tujuan yang sama, meskipun demkian orang-orang yang berinteraksi tadi tidak saling mengenal. Berinteraksi secara terbatas, dan tidak terorganisasikan. Komposisi komunikan tersebut tergeser-geser terus menerus, serta tidak mempunyai kepemimpinan atau perasaan identitas.

Peran Mediasi dalam menjalankan fungsi komunikasi massa, institusi media massa menjalankan peran mediasi (penengah/penghubung). Dalam hal ini, McQuail (1987) menyebutkan peran media massa sebagai berikut :

1. **Jendela pengalaman yang meluaskan pandangan kita dan memungkinkan kita mampu memahami apa yang terjadi di sekitar diri kita, tanpa campur tangan pihak lain atau sikap memihak.**
2. **Juru bahasa yang menjelaskan dan memberi makna terhadap peristiwa atau hal yang terpisah dan kurang jelas.**
3. **Pembawa atau penghantar informasi dan pendapat.**
4. **Jaringan interaktif yang menghubungkan pengirim dengan penerima melalui berbagai macam umpan balik.**
5. **Penyaring yang memilih bagian pengalaman yang perlu diberi perhatian khusus dan menyisihkan aspek pengalaman lainnya, baik secara sabar dan sistematis atau tidak.**
6. **Cermin yang memantukan citra masyarakat terhadap masyarakat itu sendiri; biasanya pantulan citra itu mengalami perubahan (distorsi) karena adanya penonjolan terhadap segi yang ingin dilihat oleh para anggota masyarakat, atau seringkali pula segi yang ingin mereka hakimi atau cela.**
7. **Tirai atau penutup yang menutupi kebenaran demi pencapaian tujuan propaganda atau pelarian dari suatu kenyataan (escapism). (1987:131)**

Berbagai pengertian atau definisi mengenai komunikasi massa terlihat bahwa inti dari proses komunikasi ini adalah media massa sebagai salurannya untuk menyampaikan pesan kepada komunikan untuk mencapai tujun tertentu.

**2.2.2 Ciri Komunikasi Massa**

Komunikasi massa memiliki beberapa ciri khusus yang membedakan tipe komunikasi ini dengan tipe komunikasi yang lain. Masih mengutip dari karya **Cangara** yang menjelaskan beberapa ciri-ciri Komuikasi Massa yaitu :

1. **Sumber dan penerima dihubungkan oleh saluran yang telah diproses secara mekanin. Sumber juga merupakan lembaga atau institusi yang terdiri dari banyak orang, misalnya reporter, penyiar, editor, teknisi dan sebagainnya. Karena itu proses penyampaian pesannya lebih formal, terencana dan lebih rumit.**
2. **Pesan komunikasi massa berlangsung satu arah dan tanggapan baiknya lambat (tertunda) dan sangat terbatas. Tetapi dengan perkembangan komunikasi yang begitu cepat, khususnya media massa elektronik seperti radio dan televisi, maka umpan balik dari khalayak bisa dilakukan dengan cepat kepada penyiar.**
3. **Sifat penyebaran pesan melalui media massa berlangsung begitu cepat, serentak dan luas, ia mampu mengatasi jarak dan waktu, serta tahan lama jika didokumentasikan. Dari segi ekonomi, biaya produksi komunikasi massa cukup mahal dan memerlukan dukungan tenaga kerja relatif banyak untuk mengelolanya (1998:36)**

**McQuail** dalam bukunya **Komunikasi Massa** menyebut ciri utama dari komunikasi massa dari segi :

1. **Sumber : bukan satu orang, tapi organisasi formal, “sender-nya” seringkali merupakan komunikator profesional.**
2. **Pesan : beragam, dapat diperkirakan, dan diproses, distandarisasi, dan selalu diperbanyak; merupakan produk yang komoditi yang bernilai tukar.**
3. **Hubungan pengirim-penerima bersifat satu arah, impersonal, bahkan mungkin sekali sering bersifat non moral dan kalkulatif.**
4. **Penerima merupakan bagian dari khalayak luas.**
5. **Mencakup kontak secara serentak antara satu pengirim dengan banyak penerima (2007:213).**

Berdasarkan ciri-ciri diatas mengandung pengertian bahwa komunikasi itu bukan bersumber hanya dari salah satu orang saja, melainkan dari suatu kelompok, grup atau instansi yang formal. Pesan yang didistribusikannya pun diperbanyak dan menyebar ke berbagai orang. Pengirim pesan pun bersifat searah, orang yang membaca mungkin tidak kenal komunikatornya. Adalah proses dimana organisasi media membuat dan menyebarkan pesan kepada khalayak banyk (publik).

Organisasi-organisasi media ini akan menyebarluaskan pesan-pesan yang mempengaruhi dan mencerminkan kebudayaan suatu masyarakat. Lalu informasi ini akan mereka hadirkan serentak pada khalayak luas yang beragam. Hal ini membuat media menjadi bagian dari salah satu institusi yang kuat di masyarakat. Dalam komunikasi massa. Media massa menjadi otoritas tunggal yang menyeleksi, memproduksi pesan, dan menyampaikannya pada khalayak.

Pada era informasi ini khalayak butuh informasi akurat dan cepat untuk menunjang aktivitas mereka dalam dunia agama, pekerjaan, pendidikan sosial, budaya, bahkan hiburan. Informasi yang cepat dapat terwujud dengan suatu proses komunikasi yang disebut komunikasi massa. Komunikasi massa dapat terwujud karena diproduksi oleh suatu lembaga media massa, kemudian media massa tersebut memberikan informasi kepada khalayak secara hampir bersaman. Setiap komunikasi massa mempunyai model dan ciri khas masing-masing serta dapat diimplementasikan dalam berbagai kegiatan komunikasi massa.

**2.2.3 Fungsi Komunikasi Massa**

Fungsi dari komunikasi massa dijelaskan **Sean MacBride** yang dikutip oleh **Widjaja** di dalam karyanya yang berjudul **Komunikasi dan Hubungan Masyarakat, adalah :**

1. **Fungsi informasi**
2. **Fungsi sosialisasi**
3. **Fungsi motivasi**
4. **Fungsi diskusi dan perdebatan**
5. **Fungsi pendidikan**
6. **Fungsi memajukan kebudayaan**
7. **Fungsi hiburan**
8. **Fungsi integritas (1993:25)**

Sedangkan dalam buku **Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi** dijelaskan oleh pakar komunikasi **Goran Hedebro** tentang 12 fungsi komunikasi massa, yakni :

1. **Menciptakan iklim perubahan dengan memperkenalkan nilai-nilai baru untuk mengubah sikap dan perilaku ke arah modernisasi.**
2. **Mengajarkan penampilan baru.**
3. **Berperan sebagai pelipat ganda ilmu pengetahuan.**
4. **Menciptakan efisiensi tenaga dan biaya terhadap mobilitas seseorang.**
5. **Meningkatkan aspirasi seseorang.**
6. **Menumbuhkan partisipasi dalam pengambilan keputusan terhadap hal-hal yang menyangkut orang banyak.**
7. **Membantu orang menemukan nilai baru dan keharmonisan dari suatu situasi tertentu.**
8. **Mempertinggi rasa kebangsaan.**
9. **Meningkatkan aktifitas politik seseorang.**
10. **Mengubah struktur kekuasaan dalam suatu masyarakat.**
11. **Menjadi sarana untuk membantu pelaksanaan program-program pembangunan.**
12. **Mendukung pembangunan ekonomi, sosial dan politik suatu bangsa (1998:63).**
13. **Fungsi Komunikasi Massa untuk Masyarakat**

Fungsi komunikasi massa untuk masyarakat dapat memberikan informasi secara meluas dan tidak ada batasan untuk segala usia. Tentang bagaimana informasi yang seharusnya tertuju untuk khalayak. Dari hubungan kepada khalayak dapat menimbulkan banyak persepsi dari segala informasi yang didapat.

Menurut **McQuail** dalam bukunya ***Mass Communication Theory***, bahwa fungsi komunikasi massa meliputi :

1. **Informasi :**
2. **Menyediakan informasi tentang peristiwa dan kondisi dalam masyarakat dan dunia.**
3. **Menunjukan hubungan kekuasaan.**
4. **Memudahkan informasi, adaptasi, dan kemajuan.**
5. **Korelasi :**
6. **Menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi.**
7. **Menunjang otoritas dan norma-norma yang mapan.**
8. **Melakukan sosialisasi.**
9. **Mengkoordinasi beberapa kegiatan. Membentuk kesepakatan.**
10. **Menentukan urutan prioritas dan memberikan status.**
11. **Kesinambungan :**
12. **Mengapresiasikan budaya dominan dan mengakui keberadaan kebudayaan khusus (subculture) serta perkembangan budaya baru.**
13. **Meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai.**
14. **Hiburan :**
15. **Menyediakan hiburan, mengalihkan perhatian, dan sarana relaksasi.**
16. **Meredakan ketegangan.**
17. **Mobilisasi :**

**Mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, perang, pembangunan ekonomi, pekerjaan, dan kadang kala juga dalam bidng agama (2001:10).**

Menurut teori diatas komunikasi massa terlihat dari universalitas, pesannya bersifat umum, tentang segala aspek kehidupan dan semua peristiwa di berbagai tempat, juga menyangkut kepentingan umum karena sasaran dan pendengarannya orang banyak (masyarakat umum).

1. **Fungsi Komunikasi Massa untuk Individu**

Segala sesuatu yang berhubungan dengan informasi atau peristiwa yang penting dan layak untuk diketahui karena hal ini menyangkut kepentingan umum dan individu dalam komunikasi massa. Sedangkan fungsi komunikasi massa untuk individu meliputi :

1. **Informasi :**
2. **Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia.**
3. **Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat dan hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.**
4. **Memuaskan rasa ingin tahu dan minat minum.**
5. **Belajar, pendidikan diri sendiri.**
6. **Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.**
7. **Identitas pribadi :**
8. **Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi.**
9. **Menemukan model-model perilaku.**
10. **Mengidentifikasikan diri dengan nilai-nilai lain (jalan media).**
11. **Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.**
12. **Integritas dan interaksi :**
13. **Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain; empati.**
14. **Mengidentifikasikan diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki.**
15. **Menemukan bahan percakapan dan interaksi.**
16. **Memperoleh teman selain dari manusia.**
17. **Membantu menjalankan peran.**
18. **Memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak-keluarga, teman, dan masyarakat.**
19. **Hiburan :**
20. **Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan.**
21. **Bersantai.**
22. **Memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis.**
23. **Mengisi waktu. Penyaluran emosi (2002:22).**

Pernyataan diatas menunjukan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang berlangsung satu arah, media massa saluran komunikasi merupakan lembaga, bersifat umum dan sasaranna pun beragam. Hal ini membuat media menjadi bagian dari salah satu institusi yang kuat dimasyarakat. Meyakini bahwa pengertian komunikasi massa terutama dipengaruhi oleh kemampuan media massa untuk membuat produksi massa dan menjangkau khalayak dalam jumlah besar.

**2.2.4 Karakteristik Media Massa**

Peranan yang dimainkan oleh media massa secara umum adalah merupakan sumber primer dalam komunikasi massa**. Effendy** dalam bukunya **Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi,**karakteristik media massa adalah sebagai berikut :

1. **Publisitas, yakni disebarluaskan kepada publik, khalayak atau orang banyak.**
2. **Universalitas, pesannya bersifat umum, tentang segala aspek kehidupan dan semua peristiwa di berbagai tempat, juga menyangkut kepentingan umum karena sasaran dan pendengarnya orang banyak (masyarakat umum).**
3. **Periodisitas, tetap atau berkala, misalnya harian, atau mingguan, atau siaran sekian jam per-hari.**
4. **Kontinuitas, berkesinambungan atau terus menerus sesuai dengan priode mengudara atau jadwal terbit.**
5. **Aktualitas, berisi hal-hal baru, seperti informasi atau laporan peristia terbaru, tips baru, dan sebagainya. Aktualitas juga berarti kecepatan penyampaian informasi kepada publik. (2003:90).**

Berdasarkan karakteristik media massa diatas dapat disimpulkan bahwa media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada audience yang luas dan heterogen. Pesannya bersifat umum, diterbitkan secra kontinuitas dan berkala. Kelebihan media massa dibandingkan dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada aktu yang tak terduga.

Media massa harus memaparkan hal-hal baru yang layak untu menjadi konsumsi publik, dengan menyampaikan berita yang aktual maka memberikan informasi awasan baru kepada publik. Hal ini dapat dilihat apabila media massa dijadikan sebagai salah satu wadah dalam mencari berita/pesan rujukan. Tanpa adanya media massa, masyarakat tidak akan mengetahui berbagai maklumat yang baru termasuk termasuk dari dalam dan luar negri. Di samping itu juga, media massa ini jugadapat menyebarkan berita/pesan kepada orang ramai. Penyebaran berita/pesan ini juga melibatkan semua bagian dalam media massa. Proses penyebaran maklumat ini juga melibatkan wartawan yang berusaha untuk mendapatkan maklumat yang terbaru untuk disampaikan kepada golongan masyarakat yang lain. Media massa juga berperan dalam membantu dalam pertukaran budaya dalam masyarakat.

**2.3 Jurnalistik**

**2.3.1 Pengertian Jurnalistik**

Secara etimologis, jurnalistik berasal dari kata *Jourm.* Dalam bahasa Prancis, jourm berarti catatan atau laporan harian. Secara sederhana jurnalistik diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiap hari. Menurut Ensiklopedi Indonesia, jurnalistik adalah bidang profesi yang mengusahakan penyajian informasi tentang kajian dan untuk kehidupan sehari-hari secara berkala, dengan menggunakan sarana-sarana penerbitan yang ada.

Definisi jurnalistik menurut para ahli diantaranya, **Roland E. Wolseley** dalam ***Understanding Magazines,* 1969:3*,*** menyebutkan :

**Jurnalistik adalah pengumpulan, penulisan, penafsiran, pemprosesan, dan penyebaran informasi umum, pendapat pemerhati, hiburan umum secara sistematik dan dapat dipercaya untuk diterbitkan pada surat surat kabar, majalah, dan disiarkan di stasiun siaran. (Marppatoto,1993:69-70. Yang dikutip oleh Haris, 2008:3).**

Secara umum jurnalistik dapat diartikan sebagai teknik mengolah berita, mulai dari mencari berita sampai dengan menyebarluaskannya kepada khalayak yang membutuhkan. Segala sesuatu yang dianggap menarik dan penting untuk khalayak, bisa dijadikan bahan berita untuk disebarluaskan kepada masyarakat, dengan menggunakan sebuah media.

**Romli** dalam bukunya ***“Broadcast Journalism”*** mengatahan secara konseptual, jurnalistik dapat dipahami dari tiga sudut pandang. Yaitu :

1. **Sebagai proses, jurnalistik “aktivitas” mencari, mengolah, menulis dan menyebarluaskan informasi kepada publik melalui media massa. Aktivitas ini dilakukan oleh wartawan (jurnalis).**
2. **Sebagai teknik, jurnalistik adalah “keahlian” atau “keterampilan”. Menulis karya jurnalis merupakan sebuah keahlian dalam pengumpulan bahan penulisan, seperti peliputan peristiwa (*reportase*) dan wawancara. Karya jurnalis adalah berita (*news),* opini (*views*), dan karangan bebas (*feature).***
3. **Sebagai ilmu, jurnalistik termasuk dalam ilmu komunikasi, yakni ilmu yang mempelajari proses penyampaian pesan, gagasan, pemikiran, atau informasi kepada orang lain dengan maksud menberitahu, mempengaruhi, dan memberikan kejelasan (2004:17).**

Jurnalistik merupakan sebuah proses dalam mencari, mengolah, dan menyebarluaskan informasi. Melihat kebutuhan manusia akan informasi, maka jurnalistik menjadi pokok dalam sehari-hari, atas dasar itu jurnalistik telah menjadi sebuah ilmu, bukan hanya menjadi profesi saja.

**Sumadiria**, dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature,**jurnalistik adalah “**kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan dan menyebarluaskan berita melalui media berkala kepada khalayak dengan secepat-cepatnya.” (Sumadiria, 2005:3).**

Secara konseptual, **Asep Syamsul M.Romli** dalam **Jurnalistik Terapan**, jurnalistik dapat dipahami dari tiga sudut pandang, yaitu :

1. **Sebagai proses, jurnalistik adalah “aktivitas” mencari, mengolah, menulis dan menyebarluaskan informasi kepada publik melalui media massa.**
2. **Sebagai teknik, jurnalistik adalah “keahlian” (*expertise*) atau “keterampilan” (*skill)* menulis karya jurnalistik (*berita, artikel, feature*) termasuk keahlias dalam pengumpilan bahan penulisan.**
3. **Sebagai ilmu, jurnalistik adalah “bidang kajian” mengenai pembuatan dan pentebarluasan informasi (peristiwa. Opini, pikiran, ide) melalui media massa. Jurnalistik termasuk ilmu terapan (*applied science*) yang dinamis dan terus berkembang sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dan dinamika masyarakat itu sendiri. (2005:2).**

Sebagai ilmu, jurnalistik termasuk dalam bidang kajian ilmu komunikasi, yakni ilmu yang mengkaji proses penyampaian pesan, gagasan, pikiran, atau informasi kepada orang lain dengan maksud memberi tahu, mempengaruhi, dan memberi kejelasan.

Jurnalistik adalah proses pembuatan informasi atau berita (*news processing*) dan penyebarluasannya melalui media massa. Dari pengertian kedua ini, menurut **Sumadiria**, dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature**, kita dapat melihat empat komponen dalam dunia jurnalistik, yaitu :

1. **Informasi**

**Informasi (information) adalah keterangan, pesan, gagaran atau pemberitahuan tentang suatu masalah atau peristia.**

1. **Penulisan Informasi**

**Penulisan informasi adalah aktifitas penulisan atau penyusunan berita, opini, dan *feature* untuk dipublikasikan atau dimuat dimedia massa. Sumber tulisan atau yang menjadi bahannya adalah peristia atau gagasan.**

1. **Penyebaran Informasi**

**Penyebaran informasi maksudnya adalah penyebaran media massa yang berisikan berita, opini,dan *feature* yang ditulis oleh wartawan atau penulis.**

1. **Media Massa**

**Media massa (*Mass Media*) merupakan *chanel of mass communication,* yaitu saluran, alat atau sarana yang dipergunakan dalam proses komunikasi mass. (200520).**

Jurnalistik atau jurnalisme, **Luwi Ishwara (2005:20)**, mempunyai ciri-ciri yang penting untuk kita perhatikan, yaitu :

1. **Skeptis**

**Skeptis adalah sikap untuk selalu mempertanyakan segala sesuatu, meragukan apayang diterima, dan mewaspadai segala kepastian agar tidak mudah tertipu. Inti dari skeptis adalah keraguan. Media janganlah puas dengan permukaan sebuah peristiwa serta enggan untuk mengingatkan kekurangan yang ada dalam masyarakat. Wartawan haruslah terjun kelapangan, berjuang, serta menggali hal-hal yang eklusif.**

1. **Bertindak (*action*)**

**Wartawan tidak menunggu sampai peristiwa itu muncul,tetapi ia akan mencari dan mengamati dengan ketajaman naluri seorang wartawan.**

1. **Berubah**

**Perubahan merupakan hukum utama jurnalisme. Media bukan lagi sebagai penyalur informasi, tapi fasilitator, penyaring dan pemberi makna dari sebuah informasi.**

1. **Seni dan Profesi**

**Wartawan melihat dengan mata yang segar pada setiap peristiwa untuk menangkap aspek-aspek yang unik.**

1. **Peran Pers**

**Pers sebagai pelapor, bertindak sebagai mata dan telinga publik, melaporkan peristiwa-peristiwa di luar pengetahuan masyarakat dengan netral dan tanpa prasangka.selain itu, pers juga harus berperan sebagai interpreter, wakil publik, peran jaga, dan pembuat kebijaksanaan serta advokasi.**

Berdasarkan pemaparan diatas bahwa pesatnya kemajuan media informasi dewasa ini cukup memberikan kemajuan yang signifikan. Media cetak maupun elektronik pun saling bersaing kecepatan sehingga tidak ayal bila si pemburu berita dituntut kreativitasnya dalam penyampain informasi. Penguasaan dasar-dasar pengetahuan jurnalistik merupakan modal yang amat penting manakala kita terjun di dunia ini. Keberadaan media tidak lagi sebatas penyampai informasi yang aktual kepada masyarakat, tapi media juga mempunyai tanggung jawab yang berat dalam menampilkan fakta-fakta untuk selalu bertindak objektif dalam setiap pemberitaannya.

**2.3.2 Bentuk-Bentuk Jurnalistik**

Bentuk-bentuk nurnalistik di lihat dari segi pengolahannya menurut **Sumadiria** dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia** adalah sebagai berikut :

1. **Jurnalistik Media Cetak. Yaitu dipengaruhi oleh dua faktor verbal dan visual. Verbal, sangat menekankan pada kemampuan kita memilih dan menyusun kata dalam merangkai kalimat dan paragraf yang efektif dan komunikatif.**
2. **Jurnalistik Media Elektronik Auditif dan Jurnalistik Radio Siaran. Lebih banyak dipengaruhi oleh dimensi verbal, teknologikal dan visikal berhubungan dengan kemampuan menyusun kata, kalimat dan paragraf secara efektif dan komunikatif.**
3. **Jurnalistik Media Elektronik Audio Visual atau Jurnalistik Televisi Siaran. Merupakan gabungan dari segi verbal, visual, teknologi dan dimensi dramatikal. (2005:5)**

Jurnalistik media cetak meliputi jurnalistik surat kabar harian, jurnalistik tabloid mingguan, dan jurnalistik majalah. Setiap bentuk jurnalistik memiliki ciri dan kekhasan masing-masing. Ciri dan kekhasannya antara lain terletak pada aspek filosofi penerbitan, dinamika teknis persiapan dan pengelolaan, serta asumsi dampak yang ditimbulkan terhadap khlayak pembaca, pendengar dan pemirsa.

Produk jurnalistik dijelaskan oleh **Sumadiria** dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia,** adalah :

1. **Tajuk Rencana**

**Tajuk Rencana atau editorial adalah opini berisi pendapat dan sikap resmi suatu media sebagai institusi penerbitan terhadap persoalan aktual, fenomenal dan atau kontroversial yang berkembang dalam masyarakat.**

1. **Karikatural**

**Secara jenis jurnalistik, karikatural diartikan sebagai opini redaksi media dalam bentuk gambar yang sarat dengan muatan kritik sosial dengan memasukan unsur kelucuan, anekdot, termasuk tokoh atau objek yang dikarikaturkan itu sendiri.**

1. **Artikel**

**Artikel adalah tulisan lepas berisi opini seseorang yang mengupas tuntas suatu masalah tertentu yang sifatnya aktual dan atau kontroversial dengan tujuan untuk memberitahu (informatif), mempengaruhi dan meyakinkan (persuasif argumentatif) atau gambar khalayak pembaca (rekreatif).**

1. **Kolom**

**Kolom adalah opini singkat seseorang lebih banyak menekan aspek pengamatan dan pemaknaan terhadap suatu persoalan atau keadaan yang terdapat dalam masyarakat.**

1. **Surat Pembaca**

**Surat Pembaca adalah opini singkat yang ditulis oleh pembaca dimuat dalam rubrik khusus surat pembaca. (2008:6-7)**

Produk jurnalistik adalah hasil karya jurnalis yang iasanya ditulis di halaman koran/media cetak editorial sebuah media massa yang tentunya dengan data dan fakta. Banyak definisi yang berusaha menjelaskan *citizen journalism,* atau jurnalisme warga. Namun, secara sederhana *citizen journalism* adalah sebuah kegiatan yang dilakukan oleh masyarakatuntuk menyebarkan informasi atau kejadian tertentu.

**2.4 Film Sebagai Sarana Komunikasi**

**2.4.1 Pengertian Film**

Film adalah gambar hidup, juga sering disebut movie. Film secara kolektif, sering disebut sinema. Sinema itu sendiri bersumber dari kata kinematik atau gerak. Film juga sebenarnya merupakan lapisan-lapisan cairan selulosa, biasa dikenal di dunia para sineas sebagai sululoid. Pengertian secara harafiah film (sinema) adalah *Chinemathographie* yang berasal dari  *Cinema + tho = phytos* (cahaya) + *graphie = grhap* (tulisan = gambar = citra), jadi pengertiannya adalah melukis gerak dengan cahaya. Agar kita dapat melukis gerak dengan cahaya, kita harus menggunakan alat khusus, yang biasa kita sebut dengan kamera.

Film merupakan salah satu karya seni pandang-dengar, yang digunakan sebagai sarana komunikasi antara sang pembuat cerita dengan masyarakat. Film dapat menjadi suatu sarana pembelajaran yang baik maupun buruk sesuai dengan pesan yang disampaikan, dan pesan yang ditangkap oleh orang yang menontonnya. Film dapat mempengaruhi khalayak luas, itu dikarenakan karena kemampuan dan kekuatan film menjangkau banyak segmen sosial, dengan demikian, film menjadi salah sau media yang berpotensi untuk mempengaruhi pikiran orang yang menontonnya melalui cerita.

Film adalah karya cipta seni dan budaya yang merupakan media komunikasi massa pandang dengan yang dibuat berdasarkan asas sinematografi dengan direkam pada pita seluloid, pita video, piringan video, dan atau bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala bentuk, jenis dan ukuran melalui proses kimiawi, proses elektronik, atau proses lainnya, dengan atau tanpa suara, yang dapat dipertunjukan dan atau ditayangkan dengan sistem proyeksi mekanik, elektronik, dan atau lainnya.

Pada dasarnya film lahir dari sebuah gambar atau foto yang dihubungkan melalui sederet kamera dengan benang yang disambungkan kamera *shutter.* Setelah objek tersebut bergerak, maka benang yang terhubung dengan kamera shutter akan diputuskan secara berurutan dan membuka kamera *shutter*. Dengan demikian, lahirlah sebuah seni gambar bergerak (*motion picture*).

Film dapat mempengaruhi setiap orang yang menontonnya, baik dari persepsi, ekspresi, perasaan, hingga tingkah laku. Dengan menonton film, maka seseorang sedang dimainkan perasaannya oleh sang pembuat film, entah itu perasaan cemas, senang, sedih, bahkan perasaan marah, itu semua dapat muncul ketika seseorang sedang menonton film.

**Danesi** menjelaskan film dalam bukunya yang berjudul **Semiotika Media** sebagai berikut :

**Pada tingkat penanda, film merupakan sebuah teks yang membuat serangkaian citra fotografi dan mengakibatkan adanya ilusi gerak dan tindakan dalam kehidupan nyata. Sedangkan dalam tingkat petanda, film merupakan cermin kehidupan metaforis. (2010:134)**

Jelas bahwa topik yang terdapat dalam senuah film dapat dijadikan pokok pembahasan semiotika media karena di dalam *genre* film terdapat system signifikasi yang ditanggapi orang-orang masa kini melalui film mereka mencari hiburan atau rekreasi, insprirasi dan wawasan pada tingkat *interpretant.*

**Sobur** dalam bukunya “**Semiotika Komunikasi”** menjelaskan baha :

**Film pada umumnya dibangun dengan tanda. Tanda-tanda itu termasuk berbagai 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 musik film. (2003:128).**

Komunikasi pada umumnya, dibangun oleh kumpulan tanda-tanda. Tanpa tanda kemungkinan tidak akan tercipta komunikasi, dengan kata lain, tanda merupakan sebuah sarana dalam terjadinya komunikasi. Sedangkan dalam film, tanda berperan besar didalamnya. Seperti yang telah di ungkapkan oleh Sobur, film dibangun oleh tanda. Jadi dalam konteks komunikasi, film menjadi sarana komunikasi karena komunikasi dibangun melalui tanda, sedangkan film adalah salah satu yang menghasilkan tanda.

**2.4.2 Jenis-Jenis Film**

Pada dasarnya, film memang terlihat hanya sebuah cerita. Akan tetapi film dapat dibedakan satu sama lainnya, sesuai dengan jenis-jenis yang ada dalam film. Effendy dalam bukunya “Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi” membedakan jenis-jenis film sebagai berikut:

1. **Film Cerita (*Story Film*)**

 **Film cerita adalah jelas film yang mengandung cerita, yaitu yang lazin dipertunjukan di gedung-gedung bioskop dengan para bintang filmnya yang tenar. Film seperti ini didistribusikan sebagai barang dagangan dan diperuntukan bagi semua publik dimana saja.**

1. **Film Berita (*Newsreel*)**

 **Film berita atau newsreel adalah film mengenai fakta, peristiwa yang benar-benar terjadi. Karena sifatnya berita, maka film yang disajikan kepada publik harus mengandung nilai berita (*newavalue*).**

1. **Film Dokumenter**

 **Titik berat film dokumenter adalah fakta atau peristiwa yang terjadi. Bedanya dengan film berita adalah bahwa film berita harus mengenai sesuatu yang mempunyai nilai berita (*newsvalue*) untuk dihidangkan kepada penonton apa adanya dan dalam waktu yang sesingkat-singkatnya.**

1. **Film Kartun**

 **Titik berat pembuatan film kartun adalah lukis. Dan setiap lukisan memerlukan ketelitian, satu per satu dilukis dengan seksama untuk kemudian dipotret satu per satu pula. Dan apabila rangkaian lukisan yang 16 buah itu setiap detiknya diputar dalam proyektor film, maka lukisan-lukisan itu menjadi hidup (2003:210-217)**

Menurut **Effendy**, film dibedakan menurut isi cerita dan bentuknya. Seperti rumah tanpa jendela, apabila dilihat dalam jenisnya, film ini adalah fil cerita. Film cerita adalah merupakan film yang paling banyak digemari, itu dikarenakan film cerita mencakup tentang kehidupan sosial yang notabenenya seperti kehidupan seseorang setiap harinya. Film cerita dapat memberikan pesan untuk mempengaruhi khalayak yang menontonnya.

Industri film adalah industri yang tidak ada habisnya. Sebagai media massa, film digunakan sebagai media yang merefleksikan realitas, atau bahkan membentuk realitas. Cerita yang ditayangkan lewat film dapat berbentuk fiksi atau non fiksi. Lewat film, informasi dapat dikonsumsi dengan lebih mendalam karena film adalah media audio visual. Media ini bnayak digemari banyak orang karena dapat dijadikan sebagai hiburan dan penyalur hobi.

Kelebihan film adalah karakternya audio visual menjadikan film lebih kuat dalam menyampaikan pesan kepada khalayak yang multikultur dan lintas kelas sosial. Perasaan dan pengalaman yang hadir saat menonton film pun menjadikan film sebagai media yang spesial karena dapat membuat khalayak terbawa kedalam film bersama dimensi parasosial yang dihadirkan. Bagi para pembuat film, film merupakan media yang sangat representatif atas ide-ide kreatif mereka. Dan keakraban film terhadap khalayak menjadikan ide-ide dan pesan para pembuat film lebih gampang diterima khalayak.

Kekurangan dari film adalah sangat multitafsir. Diperlukan analisa tersendiri untuk memahami unsur-unsur semiotik yang ditampilkan dalam film. Kemampuan film menembus batas-batas kultural di sisi lain justru membuat film-fil yang membawa unsur tradisional susah untuk ditafsirkan bahkan salah tafsir oleh penonton yang berasal dari kelompok budaya lain. Sedangkan kekurangan lain dari film adalah film-film yang dibuat dalam universalitas akan turut membentuk apa yang disebut *common culture* yang dapat mengikis lokalitas masyarakat tertentu. Film juga sangat memberikan efek pada orang yang menontonnya terutama anak-anka, sehingga untuk jenis film-film tertentu seperti horor, kekerasan dan pornografi akan memberikan pengaruh negatif bagi khalayak. Dari segi industri, industrialisasi dan komersialisasi film telah menjadikannya sebagai media yang dikomodifikasi. Sehingga saat ini banyak film-film yang hanya mengejar pangsa pasar dan profit semata, kualitas pun tidak diperdulikan. Ideologi yang diusung film pun tidak jelas, semuanya hanya mengejar.

**2.5 Semiotika**

 **2.5.1 Pengertian Semiotika Menurut Ahli**

Semiotika merupakan ilmu yang mempelajari tentang tanda. Tanda-tanda tersebut menyampaikan suatu informasi sehingga bersikap komunikatif. Keberadaannya mampu menggantikan sesuatu yang lain, dapat dipikirkan atau dibayangkan. Cabang ilmu ini semula berkembang dalam bidang bahasa dan kemudian berkembang dibidang desain dan seni rupa.

Peran tanda dalam film sangat berpengaruh besar terhadap kehidupan. Dari tanda, manusia memulai segala sesuatunya. Hal ini yang menjadi alasan ilmu semiotika mengkaji film, bukan tanpa alasan tetapi melihat begitu banyaknya peran tanda yang ada di dalam film, membuat ilmu semiotika sebagai ilmu tanda berusaha mengkaji tentang film sebagai media massa.

Semiotika menurut **Eco,** yang dikutip **Sobur** dalam bukunya **Analisis Teks Media** mengatakan :

**Secara etimologis, semiotika berasal dari kata Yunani, Semion yang berarti tanda. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya dapat mewakili yang lain. (2001:128).**

Sedangkan menurut **Saussure**  yang dikutip **Sobur** dalam bukunya **Semiotika Komunikasi** mengatakan bahwa, **Semiotika atau semiologi merupakansebuah ilmu yang mengkaji kehidupan tanda-tanda di tengah masyarakat. (2009:12)**

Semiotika merupakan ilmu tentang tanda, **Peirce** menjelaskan tentang tanda yang dikutip oleh **Sobur** dalam buku **Semiotika Komunikasi** yaitu :

**Tanda “*is something which stands to somebody for something for some respect on capacity.*” Sesuatu yang digunakan agar tanda bisa berfungsi, oleh Peirce disebut *ground.* Konsekuensinya tanda (*sign atau representamen*) selalu terdapat dalam hubungan triadik, yaitu *ground, object,* dan *interpretant.* (2006:11)**

Berdasarkan objeknya, Peirce membagi tanda atas icon, indeks, dan symbol. Bersifat bersamaan bentuk alamiah. Atau dengan kata lain, ikon adalah hubungan antara tanda dan objek atau acuan yang bersifat kemiripan; misalnya potret dan peta. Indeks adalah tanda yang menunjukan adanya hubungan alamiah antara tanda dan petanda yang bersifat kausal atau hubungan sebab akibatr, atau tanda yang langsung mengacu kepada kenyataan.

Semiotika memiliki tiga bidang studi utama, **Fiske** dalam bukunya ***Communication and Cultural Studies*** menjelaskan :

1. **Tanda itu sendiri, hal ini terdiri atas studi tentang berbagai tanda yang berbeda itu dalam menyampaikan makna, dan cara tanda-tanda itu terkait dengan manusia yang menggunakannya. Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa di pahami dalam artian manusia yang menggunakannya.**
2. **Kode atau sistem yang mengorganisasikan tanda. Studi ini mencakup cara berbagai kode dikembangkan guna memenuhi kebutuhan sesuatu masyarakat atau untuk mengeksploitasi saluran komunikasi yang tersedia untuk menstransmisikannya.**
3. **Kebudayaan tempat kode dan tanda bekerja. Hal tersebut tergantung pada penggunaan kode-kode dan tanda-tanda itu untuk keberatan dan bentuknya sendiri. (2004:60)**

 **2.5.2 Macam-Macam Semiotika**

Sistem semiotika dibedakan dalam tiga komponen sistem.

* + - 1. **Semiotika Pragmatik (Semiotic Pragmatic)**

Semiotika pragmatik menguraikan tentang asal usul tanda, kegunaan tanda oleh yang menerapkannya, dan efek tanda bagi yang menginterpretasikan, dalam batas perilaku subjek. Dalam arsitektur, semiotika pramatik merupakan tinjauan tentang pengaruh arsitektur (sebagai sistem tanda) terhadap manusia menggunakan bangunan. Semiotika pramatik arsitektur berpengaruh kepada indera manusia dan perasan pribadi (kesinambungan, posisi tubuh, otot dan persendian). Hasil karya arsitektur akan dimaknai sebagai suatu hasil persepsi oleh pengamatnya, hasil persepsi tersebut kemudian dapat mempengaruhi pengamat sebagai pemakai dalam menggunakan hasil karya arsitektur. Dengan kata lain, hasil karya arsitektur merupakan wujud yang dapat mempengaruhi pemakainya.

* + - 1. **Semiotika Sintaktik (Semiotic Syntactic)**

Semiotik sintaktik menguraikan tentang kombinasi tanda panpa memperhatikan ‘makna’nya ataupun hubungannya terhadap perilaku subyek. Semiotik sintaktik ini mengabaikan pengaruh akibat bagi subyek yang menginterpretasikan. Dalam arsitektur, semiotik sintaktik merupakan tinjauan tentang perwujudan arsitektur sebagai paduan dan kombinasi dari berbagai sistem tanda. Hasil karya arsitektur akan dapat diuraikan secara komposisional dan ke dalam bagian-bagiannya, hubungan antara bagian dalam keseluruh akan dapat diuraikan secara jelas.

**2.5.2.3 Semiotika Semantik (Semiotic Semantic)**

Semiotik sematik menguraikan tentang pengertian suatu tanda sesuai dengan ‘arti’ yang disampaikan. Dalam arsitektur semiotik sematik merupakan tinjauan tentang sistem yanda yang dapat sesuai dengan arti yang disampaikan. Hasil karya arsitektur merupakan perwujudan makna yang ingin disampaikan oleh perancangnya yang disesuaikan melalui ekspresi wujudnya. Wujud tersebut akan dimaknai kembali sebagai suatu hasil persepsi oleh pengamatnya. Perwujudan makna suatu rancangan dapat dikatakan berhasil jika makna atau ‘arti’ yang ingin disampaikan oleh perancang melalui rancangan yang dapat dipahami dan diterima secra tepat oleh pengamatnya, jika ekspresi yang ingin disampaikan perancangnya sama dengan persepsi pengamatnya.

**2.5.3 Sistem Semiotika**

1. Semiotik analitik adalah semiotik yang menganalisis sistem tanda.
2. Semiotik deskriptif adalah semiotik yang memperhatikan sistem tanda yang dapat kita alami sekarang, meskipun ada tanda yang sejak dahulu tetap seperti yang disaksikan sekarang.
3. Semiotik faunal (zoo semiotic) adalah semiotik yang khusus memperhatikan sistem tanda yang dihasilkan oleh hewan. Misalnya aungan serigala menandakan adanya serigala ditempat aungan terdengar.
4. Semiotik kultural adalah khusus semiotik yang menelaah sistem tanda yang berlaku dalam kebudayaan masyarakat tertentu.
5. Semiotik naratif adalah semiotik yang menelaah sistem tanda dalam narasi yang berwujud mitos dan cerita lisan (folkkore).
6. Semiotik natural adalah semiotik yang menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh alam. Misalnya cuaca yang mendung menandakan akan terjadinya hujan.
7. Semiotik normatif adalah semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dibuat oleh manusia yang berwujud norma-norma, misalnya rambu-rambu lalu lintas.
8. Semiotik sosial adalah semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh manusia yang berupa lambang.
9. Semiotik struktural adalah semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dimanifestasikan melalui struktur bahasa.

**2.5.4 Tipe-Tipe Tanda**

**2.5.4.1 Ikon**

Sesuatu yang melaksan fungsi sebagai penanda yang serupa dengan bentuk objeknya . didalam ikon hubungan antara penanda dan petandanya memiliki kesamaan dalam 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 lalu lintas” semua itu memiliki kemiripan visual atau bisa juga disebut “meniru” dengan objeknya.

**2.5.4.2 Indeks**

Merupakan tanda yang memiliki keterikatan eksistensi terhadap petandanya atau objeknya atau sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang mengisyaratkan penandanya. Didalam indeks, hubungan antara penanda atauu petandanya bersifat nyata dan aktual. Misalkan bau kentut petanda ada orang baru saja kentut di tempat itu, tanda panah menunjukan kanan yang dibawahnya bertuliskan “SOLO 20 KM**”** adalah indeks bahwa ke kanan 20 km lg adalah kota solo , begitu juga dengan tombol-tombol atau link dalam situs web merupakan indeks untuk menuju halaman web yang di maksud.

**2.5.4.3 Simbol**

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

**2.6 Pesan Sosial**

Pesan moral terdiri dari dua kata, pesan dan sosial. Pesan adalah setiap pemberitahuan, kata, atau komunikasi baik lisan maupun tulisan yang dikirimkan dari satu orang ke orang lainnya. Pesan tercipta karena ada kebutuhan informasi dari masyarkat dan memiliki tujuan yang telah dirancang sebelumnya. Pesan dapat dikategorikan kepada jenisnya, yaitu :

1. pesan linguistik

 Linguistik adalah ilmu bahasa, bahasa merupakan media untuk seseorang berkomunikasi dan berinteraksi. Jadi pesan linguistik adalah sebuah pemberitaan yang dikirimkan oleh satu orang atau lebih melalui bahasa terkadang pesan linguistik dapat menimbulkan sebuah konflik antara seseorang dengan orang lain, itu tidak terlepas dari sebuah pemaknaan seseorang terhadap bahasa. Bahasa dapat menimbulkan sebuah konflik, karena perbedaan makna dan arti antara bahasa satu dengan yang lainnya, seperti bahasa sunda “dahar”. Dahar dalam bahasa sunda adalh makan, namun kata itu tidak pntas di ucapkan kepada orang yang lebih tua, karena bahasa itu bahasa yang kasar. Namun dijawa sendiri tergolong kepada bahasa yang tidak kasar.

2. pesan non verbal dan verbal

 Pesan non verbal adalah sebuah pemberitaan yang dikirimkan seseorang kepada orang lain melalui tanda atau simbol. Seperti orang arab yang menghormati orang asing dengan memeluknya. Orang mengangguk karena setuju dengan pendapat orang lain. Itu semua merupakan sebuah pesan non verbal yang menerjemahkan maksud yang ada dalam hati seseorang.

 **Knaap (1972:9)** dikutip oleh **Rakhmat** dalam bukunya “**Psikologi Komunikasi**”mengatakan bahwa ada 5 fungsipesan nonverbal,sebagai berikut :

**(1) *Repetisi* - mengulang kembali gagasan yang sudah disajikan secara verbal. Misalnya setelah saya menjelaskan penolakan, saya menggelengkan kepala berkali-kali. (2) *Substitusi* - mengganti lambang-lambang verbal, misalnya tanpa sepatah katapun anda berbicara, anda dapat menunjukan persetujuan hanya dengan menganggukan kepala, (3) *Kontradiksi* – menolak pesan verbal atau memberikan makna yang lain terhadap pesan verbal, misalnya memuji teman anda dengan mencibirkan bibir anda “hebat, kau memang hebat”. (4) *Komplemen* – melengkapi dan memperkaya makna pesan nonverbal, misalnya air muka anda menunjukan tingkat penderitaan yang tidak terungkap oleh kata-kata; (5)*Aksentuasi* – menegaskan pesan verbal atau menggarisbawahinya, misalnya anda mengungkapkan betapa jengkelnya anda denagn memukul mimbar. (1996:287).**

Knaap ingin mengungkapkan dalam definisi tersebut bahwa pesan nonverbal merupakan sebuah pesan yang menggunakan simbol atau tanda yang ada pada tubuh manusia. Dengan adanya pesan nonverbal, maka akan membantu penegasan dari pesan verbal. Pesan verbal adalah pemberitaan yang disampaikan seseorang kepada orang lain dalam bentuk bahasa. Sepintas pesan verbal hampir sama dengan pesan linguistik, namun pesan verbal dapat memulai tulisan atau ucapan.

Sedangkan sosial adalah sesuatu yang dibangun dan terjadi dalam sebuah situs komunitas. Sosial merupakan cara tentang bagaimana para individu saling berhubungan. Kita harus mengakui bahwa manusia merupakan makhluk sosial, karena manusia tidak bisa hidup tanpa berhubungan dengan manusia yang lainnya, bahkan untuk urusan sekecil apapun kita tetap membutuhkan orang lain untuk membantu kita.

Jadi, pesan sosial adalah amanat yang terkandung dalam sebuah cerita, hingga dapat menjadi contoh atau pembelajaran untuk seseorang yang melihat ataupun mendengarnya. Pesan sosial dapat tersirat maupun tersurat, melalui audio visual, maupun audio saja, hal itu dikarenakan pesan sosial ada didalam sebuah cerita yang dikemas dalam berbagai bentuk, seperti cerpen, iklan, lagu, puisi, film, dll.

Pesan sosial tidak akan tercipta tan pa bahasa dan tanda. Dengan dua elemen tersebut, maka pesan sosial akan menjadi alat pembelajaran bagi khalayak yang melihat dan mendengarnya. Pesan, tanda, dan bahasa akan mengacu kepada kebudayaan orang yang menuturkannya. Karena dalam hal tersebut, bahasa dan tanda memiliki struktur bahasa sesuai dengan kebudayaan yang dimiliki oleh seorang pembuat pesan dan penutur bahasa tersebut.

**2.7 Konstruksi Realitas Sosial**

Teori ini berakar kepada paradigma konstruktivis yang melihat realitas sosial sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu yang merupakan manusia bebas. Individu menjadi penentu dalam dunia yang dikontruksi berdasarkan kehendaknya. Manusia dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak diluar batas kontrol struktur dan pranata sosialnya, dimana individu melalui respon-respon terhadao stimulus dalam dunia kognitifnya. Dalam proses sosial individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas didalam dunia sosialnya.

**Deddy** mengemukakan pendapat dalam bukunya yang berjudul **Paradigma dan Perkembangan Penelitian komunikasi :**

**Ontologi paradigma kontruksi memandang realitas sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Namun demikian, kebenaran suatu realitas sosial bersifat nisbi, yang berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku sosial. (1999:39)**

Konsep mengenai konstuksi pertama kali diperkenalkan oleh Peter L. Berger, seorang interpretatif. Peter L. Berger bersama-sama dengan Thomas Luckman mengatakan setiap realitas sosial dibentuk dan dikontruksi oleh manusia. Mereka menyebutkan proses terciptanya kontruksi realitas sosial melalui adanya tiga tahap, yakni eksternalisasi, objektivitasi, internalisasi. Secara singkat penjelasannya adlah sebagai berikut :

1.eksternalisasi adalah proses penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia. Dimulai dari interaksi antara pesan iklan dengan individu pemirsa melalui tayangan televisi. Tahap pertama ini merupakan baian penting dan mendasar dalam satu pola interaksi antara individu dengan produk-produk sosial masyarakatnya. Yang dimaksud dalam proses ini adalah ketika suatu produk sosial telah menjadi sebuah bagian penting dalam masyarakat yang setiap saat dibutuhkan oleh individu, maka produk sosial itu menjadi bagian penting dalam kehidupan seseorang untuk melihat dunia luar ;

2. objektivasi ialah tahap dimana interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubjektif yang dikembangkan atau mengalami proses institusionalisasi. Pada tahap ini, sebuah produk sosial berada proses institusionalisasi, sedangkan individu memanifestasikan diri dalam produk-produk kegiatan manusia yang tersedia, baik bagi produsen-produsennya maupun bagi orang lain sebagai unsur dari dunia bersama. Objektivasi ini bertahan lama melampaui batas tatap muka dimana mereka bisa dipahami secara langsung. Dengan demikian, individu melakukan objektivasi terhadap produk sosial, baik penciptanya maupun individu lain. Kondisi ini berlangsung tanpa mereka harus saling bertemu. Artinya, proses ini bisa terjadi melalui penyebaran opini sebuah produk sosial yang berkembang di masyarakat melalui diskursus opini masyarakat tentang produk sosial, dan tanpa harus terjadi komunikasi tatap muka antar individu dan pencipta produk sosial.

3. internalisasi ialah proses dimana individu mengidentifikasikan dirinya dengan lembaga-lembaga sosial atua organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya. Terdapat dua pemahaman dasar dari proses internalisasi secara umum; pertama, bagi pemahaman mengenai ‘sesama saya’ yaitu pemahaman mengenai individu dan orang lain; kedua, pemahaman mengenai dunia sebagai sesuatu yang maknawi dari kenyataan sosial.

Jika kita telaah terdapat berbagai asumsi dasar dari Teori Konstruksi Sosial Berger dan Luckman. Adapun asumsi-asumsinya tersebut adalah :

1. Realitas merupakan hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial terhadap dunia sosial di sekelilingnya.
2. Hubungan antara pemikiran manusia dan konteks sosial tempat pemikiran itu timbul, bersifat berkembang dan dilembagakan.
3. Kehidupan masyarakat itu dikontruksi secara terus menerus.
4. Membedakan antara realitas dengan pengetahuan. Realitas diartikan sebagai kualitas, yang terdapat didalam kenyatan yang diakui sebagai memiliki keberadaan (*being*) yang tidak bergantung kepada kehendak kita sendiri. Sementara pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik. Substansi teori dan pendekatan konstruksi sosila atas realitas Berger dan Luckman adalah pada proses simultan yang terjadi secara alamiah melalui bahasa dalam kehidupan sehari-hari pada sebuah komunitas primer dan semi sekunder.

Melalui Konstruksi Sosial Media Massa, Realitas Iklan Televisi dalam Masyarakat Kapitalistik, teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Peter L. Berger dan Luckman telah direvisi dengan melihat variabel atau fenomena media massa menjadi sangat substansi dalam proses eksternalisasi, subjektivasi, dan internalisasi. Dengan demikian kelebihan dan sifat-sifat media massa telah memperbaiki kelemahan proses konstruksi sosial atas realitas yang berjalan lambat itu.

Subtansi teori konstruksi realitas sosial adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan sebarannya merata. Realitas yang terkonstruksi itu juga membentuk opini massa, massa cenderung apriori dan opini massa cenderung sinis.

Posisi konstruksi realitas sosial adalah mengkoreksi kelemhan dan melengkapi komtruksi sosial atas realitas, dengan menempatkan seluruh kelebihan media massa dan efek media pada keunggulan konstruksi sosial media massa atas konstruksi sosial realitas. Dari konten konstruksi sosial media massa, proses kelahiran konstruksi sosial media massa melalui tahap-tahap sebagai berikut :

* 1. Tahap Menyiapkan Materi Konstruksi

Masing-masing media memiliki desk yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan visi suatu media. Isu-isu penting setiap hari menjadi fokus media massa, terutama yang berhubungan dengan tiga hal yaitu, harta, tahta dan wanita.

b. Tahap Sebaran Konstruksi

pilihan-pilihan wilayah sebaran adalah strategi lain dalam sebaran konstruksi media berdasarkan pada segmentasi. Pilihan-pilihan sumber informasi juga dapat di pilih berdasarkan pemetaan kekuasaan sosial informasi itu di masyarakat.

1. Pembentukan Konstruksi Realitas

Tahap ini terbagi atas dua yaitu pembentukan konstruksi realitas dan konstruksi cita.

1. Tahap Konfirmasi

Tahap konfirmasi adalah tahapan ketika media massa maupun pembaca dan pemirsa pemberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam pembentukan konstruksi.

Film merupakan bidang kajian yang sangat relevan untuk analisis berbagai sistem tanda yang bekerja sama dengan baik untuk mencapai efek yag diharapkan. Film biasanya mempunyai makna seperti yang dikemukakan roland barthes yaitu denotasi (makna sebernanya), konotasi, (makna kiasan) dan mitos (sesuatu yang sebenarnya belum bisa dibuktikan). Baisanya penonton hanya mengetahui makna film secara menyeluruh. Tapi ketika film tersebut di analisis, banyak sekali makna denotasi, konotasi dan mitos yang setiap penontonnya tidak mengetahui dan makna tersebut bisa difahami oleh penonton yang menyaksikan film tersebut.

* 1. **TEORI SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE**

Teori semiotika ini dikemukakan oleh Ferdinand De Saussure (1857-1913). Dalam teori ini semiotik dibagi menjadi dua bagian (dikotomi) yaitu penanda (signifier) dan petanda (signified). Penanda dilihat sebagai bentuk/wujud fisik dapat dikenal melalui wujud karya arsitektur, sedang petanda dilihat sebagai makna yang terungkap melalui konsep, fungsi dan/ nilai-nilai yang terkandung didalam karya arsitektur. Eksistensi semiotika Saussure adalah relasi antara penanda dan petanda berdasarkan konvensi, biasadisebut 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.

Menurut Saussure, tanda terdiri dari : bunyi-bunyian dan gambar, disebut signifier atau penanda, dan konsep-konsep dari bunyi-bunyian dan gambar disebut signified.

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 objek untuk signifier, bedanya Saussure memaknai “objek” sebagai referent dan menyebutkannya sebagai unsur tambahan dalam proses penandaan.

Saussure mengembangkan bahasa sebagai suatu sistem tanda. Semiotik dikenal sebagai disiplin yang mengkaji tanda, proses menanda dan proses menandai. Bahasa merupakan sebuah jenis tanda tertentu. Dengan demikian dapat dipahami jika ada hubungan antara linguistik dan semiotik.

Menurut Saussure, tanda mempunyai dua entiras, yaitu signifier (signifiant/wahana tanda/penanda/yang mengutarakan/simbol) dan signified ( signifie/makna/petanda/yang diutarakan/thought of reference). Tanda menurut Saussure adalah kombinasi dari sebuah konsep dan sebuah sound-image yang tidak dapat dipisahkan. Hubungan antara signifier dan signified adalah arbitrary (mana suka). Tidak ada hubungan logis yang pasti diantara keduanya, yang mana membuat teks atau tanda menjadi menarik dan jga problematik pada saat yang bersamaan.

Pemikiran Saussure juga mempunyai gaung yang kuat dalam rumpun ilmu-ilmu sosial budaya secara umum dan akhirnya menjadi sumber ilham bagi sebuah paham pemikiran yang dinamakan srukturalisme. Prinsip-prinsip linguistik Saussuredaat disederhanakan kedalam butir-butir pemahaman sebagai berikut :

1. Bahasa adalah sebuah fakta sosial.
2. Sebagai fakta sosial, bahasa bersifat laten, bahasa bukanlah gejala-gejala permukaan melainkan sebagai kaidah-kaidah yang menentukan gejala-gejala permukaan., yang disebut sebagai langue. Langue tersebut termanifestasikan sebagai parole, yakni tindakan berbahasa atau tuturan secara individual.
3. Bahasa adalah suatu sistem atau struktural tanda-tanda. Karena itu, bahasa mempunyai satuan-satuan yang bertingkat-tingkat, mulai drai fenom, morfem, klimat hingga wacana.
4. Unsur-unsur dalam setiap tingkatan tersebut saling menjalin melalui cara tertentu yang disebut dengan hubungan paradigmatik dan sintakmatik.
5. Relasi atau hubungan-hubungan antara unsur dan tingkatan itulah yang sesungguhnya membangun suatu bahasa. Relasi menentukan nilai, makna, pengertian dari setiap unsur dalam bangunan bahasa secara keseluruhan.
6. Untuk memperoleh pengetahua tentang bahasa yang prinsip-prinsipnya yang telah disebut diatas, bahasa dapat dikaji melalui suatu pendekatan sikronik, yakni pengkajian bahasa yang membatasi fenomena bahasa pada satu waktu tertentu, tidak meninjau bahasa dalam perkembangannya dari waktu ke waktu (diakronis).

Sedikitnya ada lima pandangan dari Saussure mengemukakan empat konsep teoretis yang dikutip Sobur dalam bukunya Semiotika Komunikasi yaitu :

1. Signifier (penanda) dan signified (petanda)

Teori Saussure adalah prinsip mengatakan bahwa bahasa itu adalah merupakan suatu sistem tanda, dan setiap itu tersusun dari dua bagian yaitu signifier (penanda) dan signified (petanda). Menurut Saussure yang dikutip Sobur dalam bukunya Semiotika Komunikasi, yaitu :

**Bahasa itu merupakan suatu sistem tanda (sign). Suara-suara, baik suara manusia, binatang , ataupun bunyi-bunyian, hanya biasa dikatakan sebagai bahasa atau berfungsi sebagai bahasa bilamana suara atau bunyi tersebut mengekpresikan, menyatakan, atau menyampaikan ide-ide dan pengertian-pengertian tertentu. Untuk itu suara-suara tersebut harus merupakan bagian dari konvensi, sistem kesepakatan dana merupakan bagian dari sebuah sistem tanda (2009:46)**

Bartens yang dikutip Sobur dalam bukunya Semiotika Komunikasi menjelaskan bahwa :

**Tanda adalah kesatuan dari suatu bentuk penanda (signifier) dengan sebuah ide atau petanda (signified). Denga kata lain penanda adalah “bunyi yang bermakna” atau “coretan yang bermakna”. Jadi penanda adalah aspek material dari bahasa : apa yang dikatakan atau apa yang didengar dan apa yang ditulis ataupun yang dibaca. Petanda adalah aspek mental dari bahasa. (2001:180)**

Kutipan diatas menjelaskan bahwa tanda adalah kesatuan dari bentuk objek atau benda dengan sebuah ide atau gagasan maka akan menjadi aspek material dari bahasa. Yaitu apa yang dikatakan, didengar,dibaca, maupun ditulis.

1. Form (bentuk) dan content (isi)

Saussure membandingkan form dengan content dengan permainan catur. Dalam permainan catur, papan dan bijinya itu tidak terlalu penting. Yang penting itu adalah fungsinya yang dibatasi, aturan-aturan permainannya. Jadi bahasa berisi tentang sistem nilai, bukan koleksi unsur yang ditentukan oleh materi, tetapi sistem itu ditentukan oleh perbedaannya.

1. Langue (bahasa) dan parole (tuturan,ujaran)

Saussure membedakan tiga istilah dalam bahasa perancis : langage, language (sistem bahasa) dan parole (kegiatan ujaran). Langage mengacu kepada bahasan pada umumnya yang terdiri dari atas langua dan parole. Suatu langange adalah bahasa pada umumnya, yaitu suatu kemampuan berbahasa yang ada pada setiap manusia yang sifatnya pembawaan, namun pembawaan ini mesti dikembangkan dengan lingkungan yang ada disekitar dan stimulus yang menunjang.

Language adalah abstrak dan artikulasi bahasa pada tingkat sosial budaya, sedangkan parole marupakan ekpresi bahasa pada tingkat individu. Jika langue mmpunyai objek studi sistem atua tanda atau kode, maka parole adalah living speech, yaitu bahasa yang hidup atau bahasa sebagaimana terlihat dalam penggunaanya. Kalau langue bersifat kolektif dan pemakaiannya “tidak disadari” oleh penggunaan bahasa yang bersangkutan, maka parole lebi memperhatikan faktor pribadi penggunaan bahasa. Unit dasar langue adalah kata, maka unit dasar parole adalah kalimat.

1. Syncronic (sinkronik) dan diachronic (diakronik)

Sinkronik dan diakronik berasal dari kata Yunani khoronos (waktu) dan dua awalan sun- dan dia masing-masing berarti “bersama” dan “melalui” Bartens yang dikutip Sobur dalam bukunya Semiotika Komunikasi menyebutkan :

**Sinkronis sebagai “bertepatan dengan waktu”. Dengan demikian, linguistik sinkronis mempelajari bahasa tanpa mempersoalkan urutan waktu. Jadi studi diakronis atas bahasa tertentu adalah deskripsi tentang pekembangan sejarah “melalui waktu”. (2001:184)**

1. Syntagmatic (sintagmatik) dan associative (paradigma)

Satu lagi struktur bahasa dalam konsepsi dasar Saussure tentang sistem pembedaan antara tanda-tanda adalah mengenai syntagmatic dan associative. Hubungan-hubungan ini terdapat pada kata-kata sebagai rangkaian bunyi-bunyi maupun kata-kata sebagai konsep.