**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

**2.1 Pengertian Komunikasi**

Pengertian komunikasi secara etimologis berasal dari perkataan latin “*communication*” istilah ini bersumber dari perkataan *“communis”* yang berarti sama, sama disini maksudnya sama makna atau sama arti. Komunikasimenurut **Effendy** dalam buku **Hubungan Masyarakat: Studi Komunikologis**,istilah komunikasi diartikan sebagai :

**Dalam suatu proses komunikasi harus terdapat unsur-unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pemikiran atau pengertian, antar komunikator (penyebar pesan ) dan komunikan ( penerima pesan ) (1992:3)**

Proses komunikasi bisa diartikan sebagai penyampaian pesan yang menuntut adanya kesamaan makna agar komunikasi itu bisa terjadi secara baik. Kesamaan makna merupakan hal yang sangat mutlak dibutuhkan oleh setiap proses komunikasi agar tidak terjadi penyampaian pesan yang sia-sia, penekanan pada saling pengertian antara kedua belah pihak adalah tujuan dari proses komunikasi tersebut, sebelum pesan di sampaikan kepada komunikan, komunikator memberikan makna dalam pesan tersebut yang kemudian ditangkap oleh komunikan dan dimaknai sesuai dengan konsep yang dimilikinya.

Ada beberapa pendapat para ahli mengenai pengertian komunikasi di antaranya Pendapat **Rogers** yang dikutip oleh **Cangara**, dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi** Menjelaskan komunikasi adalah **“Proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”. (2012:19)**

**2.2 Tujuan Komunikasi**

Secara singkat dapat ditegaskan bahwa komunikasi bertujuan mengharapkan pengertian, dukungan, gagasan, dan tindakan. Setiap akan mengadakan komunikasi, komunikator perlu mempertanyakan tujuannya.

**Mudjito** dalam **Riyono Praktiko, 1998**  yang di kutip oleh **Suryanto** dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi** menyimpulkan bahwa :

**Komunikasi dalam organisasi bertujuan memberikan pengaruh kepada seluruh anggota organisasi agar secara bersama-sama berusaha mencapai tujuan organisasi. Di samping itu, komunikasi juga mengintegrasikan fungsi – fungsi manajemen POAC *(Planning, Organizing, Actuating, Controling)* yang artinya dengan komunikasi organisasi dapat :**

1. **Menyebarluaskan tujuan organisasi**
2. **Mengembangkan rencana untuk mencapai tujuan organisasi**
3. **Mengorganisasikan sumber – sumber lain agar dapat dimanfaatkan lebih efektif dan lebih efesien.**
4. **Memilih dan menghargai anggota organisasi yang baiki**
5. **Memimpin, memotivasi, dan menciptakan iklim atau suasana**
6. **Dalam organisasi sehingga para anggota bersedia berpartisipasi semaksimal mungkin**
7. **Mengontrol perilaku para anggota organisasi. (2015:25)**

Melalui komunikasi yang intensif dan tepat, makna yang tersimpan dalam komunikator dapat tersampaikan secara tepat pula. Dengan kata lain, hasil atau respon yang diharapkan komunikator sangat bergantung pada proses dan strategi komunikasi yang dilakukan kepada komunikan.

**2.3 Fungsi Komunikasi**

**Effendy** yang di kutip oleh **Suryanto** dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi** bahwa :

**Komunikasi tidak hanya berkutat pada persoalan pertukaran berita dan pesan, tetapi juga melingkupi kegiatan individu dan kelompok berkaitan dengan tukar menukar data, fakta, dan ide apakah dilihat dari makna ini, ada beberapa funsi yang melekat dalam proses komunikasi yaitu sebagai berikut :**

1. **Informasi, pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data gambar, fakta, pesan, opini, dan komentar yang dibutuhkan agar agar dapat dimengerti dan beraksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain sehingga mengambil keputusan yang tepat.**
2. **Sosialisasi (pemasyarakatan) penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga sadar akan fungsi sosialnya dan dapat aktif dalam masyarakat.**
3. **Motivasi, menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek ataupun jangka panjang, mendorong orang untuk menentukan pilihan dan keinginannya mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.**
4. **Debat dan diskusi, menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah public. Menyediakan bukti – bukti relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum agar masyarakat lebih melibatkan diri dengan masalah yang menyangkut kepentingan bersama.**
5. **Pendidikan, pengalihan ilmu,pengetahuan dapat mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, serta pembentukan keterampilan dan kemahiran yang diperlukan dalam semua bidang kehidupan.**
6. **Memajukan kehidupan, menyebarkan hasil kebudayaan dan seni dengan tujuan melestarikan warisan masa lalu, mengembangkan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang serta membangun imajinasi dan mendorong kreativitas dan kebutuhan estetiknya.**
7. **Hiburan, penyebarluasan sinyal, symbol, suara, dan imaji dari drama, tari, kesenian, kesusastraan, music, olahraga, kesenangan, kelompok, dan individu.**
8. **Integrasi menyediakan bagi bangsa kelompok, dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang diperlukan agar saling mengenal, mengerti, serta menghargai kondisi dan pandangan dari keinginan orang lain.(2015:28)**

**Mudjoto** yang dikutip oleh **Widjaya** dan dikutip kembali oleh **Suryanto** dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi** menyatakan bahwa

fungsi komunikasi meliputi :

1. **Alat suatu organisasi sehingga seluruh kegiatan organisasi dapat diorganisasikan (dipersatukan) untuk mencapai tujuan tertentu.**
2. **Alat untuk mengubah perilaku para anggota dalam suatu organisasi.**
3. **Alat agar informasi dapat disampaikan kepada seluruh anggota organisasi (2015:29)**

Inti dari pemaparan di atas bahwa tujuan komunikasi adalah sebagai alat organisasi dalam melakukan penyebaran informasi maupun pesan kepada anggota organisasi sehingga timbulnya efek berupa perubahan perilaku dari anggota organisasi tersebut.

**2.4 Komunikasi Massa**

Komunikasi massa ialah komunikasi melalui media massa modern, yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada umum. Media massa modern menunjukan seluruh sistem dimana pesan-pesan diproduksikan, dipilih, disiarkan diterima dan ditanggapi. Komunikasi massa menyiarkan informasi, gagasan dan sikap kepada komunikan yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media.

Definisi KomunikasiMassa menurut **Bittner** dikutip dari buku yang berjudul **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** karya **Ardianto dkk**  adalah sebagai berikut: **“Pesan yang dikomunikasi melalui media massa pada sejumlah besar orang” *(Mass communication is messages communicated through a mass medium to large number of people).* (2007:3)**

**2.5 *Public Relations***

*Public Relations* mengalami perkembangan yang sangat cepat. *Public Relations* di era modern saat ini sangat dibutuhkan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, mulai dari ekonomi, politik, sosial, dan lain-lain. Kegiatan *Public Relations* sendiri mulai diakui pada abad ke 20 pada kegiatan bisnis dan kegiatan lainnya. Dalam bahasa Indonesia *public* diartikan sebagai salah satu kelompok didalam masyarakat yang menaruh perhatian pada semua hal yang sama, minat dan kepentingan yang sama. Didalam masyarakat heterogen didalamnya terdapat kelompok masyarakat yang bersifat homogen. Homogenitas inilah yang kemudian disebut *public*.

Sedangkan kata “*relations*” dalam bahasa indonesia diterjemahkan sebagai “hubungan”. Hubungan tersebut berarti hubungan dengan banyak pihak yang mempunyai interest atau kepentingan sama pada satu hal. Dimana hubungan yang tercipta diantara pihak yang bersangkutan bersifat dua arah, timbal balik dan saling menguntungkan. *Public Relations* pada hakekatnya adalah kegiatan komunikasi dua arah atau timbal balik (*two ways communications*).Menurut **Harlow** dalam **Ruslan** dalam bukunya **Metode Penelitian *Public Relations* dan Komunikasi mengatakan bahwa :**

***Public Relations* (PR) adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama; melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan/permasalahan, membantu manajemen dalam mengikuti dan memenfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama. (2010:16)**

*Public Relations* dapat mencakup sebuah organisasi atau individu yang mendapatkan eksposur ke khalayak mereka menggunakan topik kepentingan publik dan berita yang tidak memerlukan pembayaran langsung. Tujuan dari hubungan masyarakat oleh perusahaan sering untuk membujuk masyarakat, investor, mitra, karyawan, dan pemangku kepentingan lainnya untuk mempertahankan sudut pandang tertentu tentang hal itu, kepemimpinannya, produk, atau keputusan politik. Kegiatan umum termasuk berbicara di konferensi, memenangkan penghargaan industri, bekerja sama dengan pers, dan komunikasi karyawan.

**2.6 Tujuan *Public Relations***

*Public Relations* secara jelas menggambarkan mengenai tujuan dari *Public Relations*. **Abdurrachman** dalam **Dasar-dasar *Public Relations*** bahwa tujuan *Public Relations* adalah:

**Mengembangkan goodwill dan memperoleh opini public yang favourable atau menciptakan kerja sama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan berbagai public, kegiatan *Public Relations* harus dikerahkan kedalam dan keluar. (1990:34)**

Pada dasarnya tujuan *Public Relations* adalah menciptakan, memelihara, dan saling pengertian. Maksudnya adalah untuk memastikan bahwa organisasi tersebut senantiasa dimengerti oleh pihak-pihak lain yang turut berkepentingan. Dengan adanya penggal kata “saling”, maka organisasi juga harus memahami setiap kelompok atau individu.

* 1. **Iklan**

Iklan adalah pesan atau berita yang bertujuan untuk memberitahukan kepada masyarakat luas dan khalayak ramai tentang produk dan atau jasa yang dimiliki oleh perusahaan dan siap untuk dipindahkan hak kepemilikannya melalui proses jual beli. Sementara itun periklanan adalah serangkaian kegiatan untuk memasarkan produk dan jasa kepada masyarakat tertentu melalui media tertentu dengan sesuatu pesan atau berita.

Menurut **Widyatama** dalam bukunya **Bias Gender dalam Iklan** mengatakan bahwa :

**Iklan adalah struktur informasi dan susunan komunikasi non personal yang biasanya dibiayai dan bersifat persuasif, tentang produk (barang, jasa, dan gagasan) oleh sponsor yang teidentifikasikan, melalui berbagai macam media. Jadi hakikat iklan adalah pesan yang disampaikan dari komunikator pada komunikan. Oleh karena itu iklan adalah bentuk kegiatan komunikasi. (2006:13)**

**2.8 Analisis Semiotika**

Kata semiotika di samping kata semiologi sampai saat ini masih sering dipakai. Selain istilah semiotika dalam sejarah linguistik ada pula digunakan istilah lain seperti semasiologi, sememik, dan semik untuk merujuk pada bidang studi yang mempelajari makna atau arti dari sauatu tanda atau lambang. Menurut **Segers** dalam **Sobur** dalam buku **Analisis Teks Media** dikatakan bahwa :

**Pembahasan yang luas tentang bidang studi yang disebut semiotika telah muncul di negara-negara Anglo-Saxon. Semiologi disebut juga berfikir tentang Saussurean. Dalam penerbitan-penerbitan Prancis, istilah-istilah semiologi kerap sekali dipakai. Sedangkan semiotik digunakan dalam kaitannya dengan karya Charles Sanders (2009:45)**

Peirce dan Charles Morris. Baik semiotika maupun semiologi, keduanya kurang lebih dapat saling menggantikan karena sama-sama digunakan untuk mengacu kepada ilmu tentang tanda.

Dalam definisi Saussure menurut **Sobur** dalam buku **Analisis Teks Media**, semiologi merupakan **“sebuah yang mengkaji kehidupan tanda-tanda di tengah masyarakat“(2009:67)** dan dengan demikian menjadi bagian dari disiplin psikologi sosial. Tujuannya adalah untuk menunjukkan bagaimana terbentuknya tanda-tanda beserta kaidah-kaidah yang mengaturnya. Sementara istilah semiotika, yang dimunculkan pada akhir abad 19 oleh filsuf aliran pragmatik Amerika Charles Sander Peirce, merujuk kepada “doktrin formal tentang tanda-tanda”. Yang menjadi dasar semiotika adalah konsep tentang tanda: tak hanya bahasa dan sistem komunikasi yang tersusun oleh tanda-tanda, melainkan dunia itu sendiri pun-sejauh terkait dengan pikiran manusia-seluruhnya terdiri atas tanda-tanda, karena jika tidak begitu, manusia tidak akan bisa menjalin hubungannya dengan realitas.

Semiotika merupakan suatu studi ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda dalam suatu konteks skenario, gambar, teks, dan adegan di iklan menjadi sesuatu yang dapat dimaknai. Sedangkan, kata “semiotika” itu sendiri berasal dari bahasa Yunani, *semeion* yang berarti “tanda” atau *seme* ,yang berarti “penafsir tanda”. Semiotika berakar dari studi klasik dan skolastik atas seni logika, retorika, dan etika

Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya mencari jalan di dunia, di tengah-tengah manusia, dan bersama-sama manusia. Semiotika, atau dalam istilah Barthes, semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan *(humanity)* memaknai hal-hal *(things).* Memaknai *( to signify)* dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan *(to communicate)*. Tanda-tanda *(signs)* adalah basis dari seluruh komunikasi. Suatu tanda menandakan sesuatu selain dirinya sendiri,dan makna *( meaning )* ialah hubungan antara suatu obyek atau idea dan suatu tanda.

Charles Sanders Pierce terkenal dengan teori tandanya. Berdasarkan obyeknya, Pierce membagi tanda atas *icon* (ikon), *indekx* (indeks), dan *symbol* (simbol). *Ikon* adalah tanda yang hubungan antara penanda dan petandanya bersifat bersamaan bentuk alamiah. Atau dengan kata lain,ikon adalah hubungan antara tanda dan obyek atau acuan yang bersifat kemiripan, misalnya,potret dan peta*. Indeks* adalah tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah antara tanda dan petanda yang bersifat kausal atau hubungan sebab akibat, atau tanda yang langsung mengacu pada kenyataan. *Simbol* adalah tanda yang menunjukkan hubungan alamiah antara penanda dan petandanya, hubungan diantaranya bersifat *arbitrer* atau semena, hubungan berdasarkan konvensi (perjanjian) masyarakat.

Teori Saussure adalah prinsip yang mengatakan bahwa bahasa itu adalah sistem tanda, dan setiap tanda itu tersusun atas dua bagian, yakni *signifier* (penanda) dan *signified* ( petanda). Menurut Saussure, bahasa merupakan suatu sistem tanda, dan setiap tanda kebahasaan, menurutnya pada dasarnya menyatakan sebuah konsep dan suatu citra suara *(sound image),* bukan menyatakan sesuatu dengan sebuah nama. Suara yang muncul dari sebuah kata yang diucapkan merupakan penanda *(signifer)*, sedang konsepnya adalah petanda *(signified).* Dua unsur tersebut tidak dapat dipisahkan sama sekali. Jika hal itu terjadi maka akan menghancurkan kata itu sendiri.

Sementara itu Barthes melihat signifikasi sebagai sebuah proses yang total dengan suatu susunan yang sudah terstruktur. Signifikasi itu itu tak terbatas pada bahasa,tetapi terdapat pula pada hal-hal yang bukan bahasa. Pada akhirnya Barthes menanggap kehidupan sosial sendiri merupakan suatu bentuk dari signifikasi. Dengan kata lain, kehidupan sosial, apapun bentuknya, merupakan suatu sistem tanda tersendiri pula. Kehidupan sosial seringkali digambarkan dalam tayangan iklan. Dengan demikian simbol yang tersirat dalam iklan dapat ditransfer oleh penonton ke dalam kehidupannya.

Pendekatan semiotika menurut Ferdinand de Saussure mengembangkan dasar-dasar teori linguistik umum. Kekhasan teorinya terletak pada kenyataan. Dia menganggap bahasa sebagai sistem tanda.

Menurut **Saussure** dari **Budiman** dalam buku **Kosa Semiotika** yaitu:**“tanda-tanda, khususnya tanda-tanda kebahasaan, setidak-tidaknya memiliki dua buah karakteristik primordial, yaitu bersifat linier dan arbitrer” (1999 : 38).**

Intinya, yang terpenting dalam pembahasan pokok pada teori Saussure adalah prinsip yang mengatakan bahwa bahasa adalah suatu sistem tanda, dan setiap tanda itu tersusun dari dua bagian, yaitu *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda). Menurut Saussure bahasa merupakan suatu sistem tanda (*sign*). Tanda dalam pendekatan Saussure merupakan *manifestasi konkret* dari citra bunyi dan sering diidentifikasi dengan citra bunyi sebagai penanda. Jadi penanda *(signifier*) dan petanda (*signified*) merupakan 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. Dalam tanda terungkap citra bunyi atau konsep sebagai dua komponen yang tak terpisahkan. Hubungan antara penanda dan petanda bersifat bebas (*arbiter*), baik secara kebetulan maupun ditetapkan. *Arbiter* dalam pengertian penanda tidak memiliki hubungan alamiah dengan petanda.

**2.9 Representasi Moral**

Menurut **Turner** dalam buku **Sobur** yaitu **Psikologi Umum.**

**Makna film sebagai representasi dari realitas masyarakat, berbeda dengan film sekadar sebagai refleksi dari realitas. Sebagai representasi dari realitas, film membentuk dan menghadirkan kembali realitas berdasarkan kode-kode, konvensi-konvensi, dan ideologi dari kebudayaannya (2009:127-128).**

**2.10 Konstuksi Realitas Sosial**

Suatu proses pemaknaan yang dilakukan oleh setiap individu terhadap lingkungan dan aspek diluar dirinya yang terdiri dari proses eksternalisasi, internalisasi dan obyektivasi. Eksternalisasi adalah penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia, obyektivasi adalah interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi, dan internalisasi adalah individu mengidentifikasi diri ditengah lembaga-lembaga sosial dimana individu tersebut menjadi anggotanya. Menurut **Poloma** dalam bukunya **Sosiologi Kontemporer** :

**Istilah konstruksi sosial atas realitas (sosial construction of reality) didefinisikan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif. (2004:301).**

Menurut **Suparno** asal usul konstruksi sosial dari buku **Filsafat Kontruktivisme Dalam Pendidikan** yang dimulai dari gagasan-gagasan konstruktif kognitif menurut **Von Glasersfeld** **:**

**Pengertian konstruktif kognitif muncul dalam tulisan Mark Baldwin yang secara luas diperdalam dan disebarkan oleh Jean Piaget. Namun apabila ditelusuri, sebenarnya gagasan-gagsan pokok Konstruktivisme sebenarnya telah dimulai oleh Giambatissta Vico, seorang epistemologi dari Italia, ia adalah cikal bakal Konstruktivisme (1997:24).**

* 1. **Kerangka Pemikiran**

Kerangka penelitian merupakan landasan teori untuk memecahkan masalah yang dikemukakan. Peneliti memerlukan kerangka pemikiran yang berupa teori atau pendapat para ahli yang tidak di ragukan lagi kebenarannya, yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Menurut **Sobur** dalam buku **Analisis Teks Media** : Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing yaitu :

# Signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* dan *signified* di dalam sebuah tandaterhadap realitas eksternal, dan dalam semiotika Barthes, ia menyebutnya sebagai denotasi yaitu makna palingnyata dari tanda. Maka dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namunjuga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Dalam hal ini, denotasidiasosiasikan dengan ketertutupan makna. (2009:70)

Hal-hal yang memiliki arti simbolis tak terhitung jumlahnya. Dalam kebanyakan iklan setting, memiliki arti simbolik yang penting sekali, karena tokoh-tokoh sering dipergunakan secara simbolik. Dalam setiap bentuk cerita, sebuah simbol adalah sesuatu yang kongkret (sebuah obyek khusus, citra, pribadi, bunyi, kejadian atau tempat) yang mewakili atau melambangkan suatu kompleks, ide, sikap-sikap, atau rasa sehingga memperoleh arti yang lebih besar dari yang tersimpan dalam dirinya sendiri. Oleh karena itu sebuah simbol adalah suatu macam satuan komunikasi yang memiliki beban yang khusus sifatnya.

Pada awalnya iklan adalah hiburan bagi kelas bawah, dengan cepat iklan mampu menembus batas-batas kelas dan menjangkau kelas lebih luas. Kemampuan iklan menjangkau banyak segmen sosial, kemudian menyadarkan para ahli komunikasi terutama, bahwa iklan memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayaknya. Karena itu, mulailah merebak studi yang ingin mengetahui dampak iklan terhadap masyarakat. Hal ini terlihat dari sejumlah penelitian tentang iklan yang mengambil berbagai topik seperti ; pengaruh iklan terhadap anak, iklan dan agresivitas, iklan dan politik, pengaruh iklan terhadap sex di masyarakat, dan lain sebagainya. Karena iklan merupakan sarana penyampaian pesan yang dapat diterima dengan cepat, disamping itu isi iklan pada umumya tidak berbeda jauh dengan kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini, agar pesan iklan dapat diterima oleh penontonnya dengan nyaman, penulis cerita sangat berperan penting dia harus dapat membuat alur cerita yang dapat membawa pemirsa hanyut dan menyelami isi ceritanya sesuai dengan yang diharapkan oleh penulis dan pemirsanya.

Pesan dalam yang disampaikan oleh penulis cerita akan dihasilkan makna yang dapat dipetik sehingga bermanfaat bagi pemirsanya. Karena secara tidak langsung setiap kegiatan yang dilakukan manusia dalam kehidupan sehari-harinya menyimpan sebuah makna. Dalam kajian ilmu pengetahuan makna memiliki rantai tersendiri yang dilambangkan melalui tanda. Sedangkan ilmu yang mengkaji tentang tanda itu sendiri adalah semiotika.

Secara umum iklan dibangun dengan banyak tanda, didalam tanda-tanda itu termasuk berbagai sistem tanda yang bekerja sama dengan baik dalam upaya mencapai efek yang diharapkan. Sistem semiotika yang lebih penting lagi dalam iklan adalah digunakannya tanda-tanda ikonis, yakni tanda-tanda yang menggunakan sesuatu

Dalam **Sobur** dalam buku **Analisis Teks Media**: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing yaitu :

# Arthur Asa Berger menyatakan bahwa konotasi melibatkan simbolsimbol, historis dan hal-hal yang berhubungan dengan emosional. Makna konotatif bersifat subjektif dalam pengertian bahwa terdapat pergeseran dari makna umum (denotatif) karena sudah ada penambahan rasa dan nilai tertentu. Kalau makna denotatif hampir bisa dimengerti banyak orang, maka makna konotatif hanya bisa dicerna oleh mereka yang jumlahnya lebih kecil. (2009:263)

Intinya, yang terpenting dalam pembahasan pokok pada teori Saussure adalah prinsip yang mengatakan bahwa bahasa adalah suatu sistem tanda, dan setiap tanda itu tersusun dari dua bagian, yaitu *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda). Menurut Saussure bahasa merupakan suatu sistem tanda (*sign*). Tanda dalam pendekatan Saussure merupakan *manifestasi konkret* dari citra bunyi dan sering diidentifikasi dengan citra bunyi sebagai penanda. Jadi penanda *(signifier*) dan petanda (*signified*) merupakan 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. Dalam tanda terungkap citra bunyi atau konsep sebagai dua komponen yang tak terpisahkan. Hubungan antara penanda dan petanda bersifat bebas (*arbiter*), baik secara kebetulan maupun ditetapkan. *Arbiter* dalam pengertian penanda tidak memiliki hubungan alamiah dengan petanda

Proses pemberian makna (signifikasi) tanda terdiri dari dua elemen tanda. Menurut Saussure, tanda terdiri dari dua elemen tanda (*signifier*, dan *signified*), *Signifier* adalah elemen fisik dari tanda dapat berupa tanda, kata, image, atau suara. Sedangkan signified adalah menunjukkan konsep mutlak yang mendekat pada tanda fisik yang ada. Sementara proses signifikasi menunjukkan antara tanda dengan realitas aksternal yang disebut *referent*.

*Signifier* dan *signified* adalah produksi kultural hubungan antara kedua (arbitier) memasukkan dan hanya berdasar konvensi, kesepakatan, atau peraturan dari kultur pemakai bahasa tersebut. Hubungan antara *signified* dan *signifier* tidak bisa dijelaskan dengan nalar apapun, baik pilih bunyi-bunyian atau pilihan yang mengaitkan rangkaian bunyi tersebut dengan benda atau konsep yang dimaksud. Karena hubungan yang terjadi antara *signified* dan *signifier* harus dipelajari yang berasal ada struktur yang pasti atau kode yang membantu menafsirkan.

Konstruksi Sosial atas Realitas (Social Construction of Reality) didefinisikan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu atau sekelompok individu, menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. Teori ini berakar pada paradigma konstruktivis yang melihat realitas sosial sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu, yang merupakan manusia bebas. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya, yang dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak di luar batas kontrol struktur dan pranata sosialnya. Dalam proses sosial, manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya.

Konstruksi sosial merupakan teori sosiologi kontemporer, dicetuskan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Teori ini merupakan suatu kajian teoritis dan sistematis mengenai sosiologi pengetahuan (penalaran teoritis yang sistematis), bukan merupakan suatu tinjauan historis mengenai perkembangan disiplin ilmu. Pemikiran Berger dan Luckmann dipengaruhi oleh pemikiran sosiologi lain, seperti Schutzian tentang fenomenologi, Weberian tentang makna-makna subjektif, Durkhemian – Parsonian tentang struktur, pemikiran Marxian tentang dialektika, serta pemikiran Herbert Mead tentang interaksi simbolik.

Asal usul kontruksi sosial dari filsafat Kontruktivisme, yang dimulai dari gagasan-gagasan konstruktif kognitif. Dalam aliran filsasat, gagasan konstruktivisme telah muncul sejak Socrates menemukan jiwa dalam tubuh manusia, dan Plato menemukan akal budi. Gagasan tersebut semakin konkret setelah Aristoteles mengenalkan istilah, informasi, relasi, individu, subtansi, materi, esensi, dan sebagainya. Ia mengatakan bahwa manusia adalah makhluk sosial, setiap pernyataan harus dapat dibuktikan kebenarannya, serta kunci pengetahuan adalah fakta. Ungkapan Aristoteles “Cogito ergo sum”, yang artinya “saya berfikir karena itu saya ada”, menjadi dasar yang kuat bagi perkembangan gagasan-gagasan konstruktivisme sampai saat ini.

Seorang epistemolog dari Italia bernama Giambatissta Vico, yang merupakan pencetus gagasan-gagasan pokok Konstruktivisme, dalam De Antiquissima Italorum Sapientia mengungkapkan filsafatnya Tuhan adalah pencipta alam semesta dan manusia adalah tuan dari ciptaan. Menurutnya, hanya Tuhan sajalah yang dapat mengerti alam raya ini karena hanya Ia yang tahu bagaimana membuatnya dan dari apa Ia membuatnya, sementara itu orang hanya dapat mengetahui sesuatu yang telah dikonstruksikannya.

Suatu proses pemaknaan yang dilakukan oleh setiap individu terhadap lingkungan dan aspek diluar dirinya yang terdiri dari proses eksternalisasi, internalisasi dan obyektivasi. Eksternalisasi adalah penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia, obyektivasi adalah interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi, dan internalisasi adalah individu mengidentifikasi diri ditengah lembaga-lembaga sosial dimana individu tersebut menjadi anggotanya.

Dalam salah satu artikel di situs http:// bahankuliah. wordpress.com /2009/05/14/ penulisan-tinjauan-pustaka/ disebutkan bahwa "Tinjauan Pustaka" mempunyai arti: peninjauan kembali pustaka-pustaka yang terkait (review of related literature). Sesuai dengan arti tersebut, suatu tinjauan pustaka berfungsi sebagai peninjauan kembali (review) pustaka (laporan penelitian, dan sebagainya) tentang masalah yang berkaitan—tidak selalu harus tepat identik dengan bidang permasalahan yang dihadapi—tetapi termasuk pula yang seiring dan berkaitan (collateral). Fungsi peninjauan kembali pustaka yang berkaitan merupakan hal yang mendasar dalam penelitian, seperti dinyatakan oleh Leedy (1997) bahwa semakin banyak seorang peneliti mengetahui, mengenal dan memahami tentang penelitian-penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya (yang berkaitan erat dengan topik penelitiannya), semakin dapat dipertanggung jawabkan caranya meneliti permasalahan yang dihadapi. Walaupun demikian, sebagian penulis (usulan penelitian atau karya tulis) menganggap tinjauan pustaka merupakan bagian yang tidak penting sehingga ditulis “asal ada” saja atau hanya untuk sekedar membuktikan bahwa penelitian (yang diusulkan) belum pernah dilakukan sebelumnya. Pembuktian keaslian penelitian tersebut sebenarnya hanyalah salah satu dari beberapa kegunaan tinjauan pustaka. Kelemahan lain yang sering pula dijumpai adalah dalam penyusunan, penstrukturan atau pengorganisasian tinjauan pustaka.

Banyak penulisan tinjauan pustaka yang mirip resensi buku (dibahas buku per buku, tanpa ada kaitan yang bersistem) atau mirip daftar pustaka (hanya menyebutkan siapa penulisnya dan di pustaka mana ditulis, tanpa membahas apa yang ditulis). Berdasar kelemahan-kelemahan yang sering dijumpai di atas, tulisan ini berusaha untuk memberikan kesegaran pengetahuan tentang cara-cara penulisan tinjauan pustaka yang lazim dilakukan. Cakupan tulisan ini meliputi empat hal, yaitu: (a) kegunaan, (b) organisasi tinjauan pustaka, (c) kaitan tinjauan pustaka dengan daftar pustaka, dan (d) cara pencarian bahan-bahan pustaka, terutama dengan memanfaatkan teknologi informasi.

**Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran**

Rumusan Masalah

Bagaimana analisis semiotika pada iklan Aqua versi jepang

Teori Konstruksi Realita Sosial (Peter L. Berger & Thomas Luckmann)

Analisis Semiotika

(Ferdinand de Saussure)

Iklan

Penanda

(Signifier)

Petanda

(Signified)

Gambar Adegan dalam Iklan

Dialog dalam Iklan

Interpretasi Penelitian

**Sumber : Hasil Olahan Penelitian 2017**