

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 *Review* Penelitian Sejenis

Review penelitian sejenis adalah salah satu patokan atau acuan referensi yang dilakukan peneliti dengan cara melihat karya ilmiah yang peneliti terdahulu lakukan dan memiliki keterkaitan yang relevan dengan penelitian yang penulis lakukan. Dengan hal ini, peneliti dapat rujukan pendukung penelitian, pelengkap penelitian, dan pembanding penelitian yang cukup memadai dalam penulisan ini. Berikut ini beberapa *review* penelitian sejenis yang peneliti lakukan yaitu:

1. Virli Orlina (2019) mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan Bandung dengan judul penelitian **Representasi Maskulinitas Pria Dalam Iklan (Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Iklan L-Men Versi “Men’s Guide” di Youtube)**. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari tayangan L-men versi “Men’s Guide” mengkonstruksikan bahwa maskulinitas identic dengan merawat kebersihan tubuh, pria yang memiliki otot yang kekar, pria *fashionable* yang mengikuti *trend fashion*,

pria yang mandiri dan mapan, pria yang berani, suka tantangan dan tidak takut mengambil resiko, pria yang eksis dan populer di media sosial, pria

yang menyukai olahraga dan gaya hidup sehat. Dalam tayangan iklan tidak saja menggambarkan mengenai pria maskulinitas yang cenderung metroseksual. Adapun perbedaan dengan penelitian ini yaitu terletak pada model analisis semiotikanya, dimana penelitian milik Virli Orlina ini menggunakan analisis semiotika model Roland Barthes untuk mencari makna denotasi, konotasi dan mitos dalam objek penelitian sedangkan penelitian saya menggunakan analisis semiotika Ferdinand De Saussure. Jika penelitian ini merepresentasikan maskulinitas dalam iklan, berbeda halnya dengan penelitian yang akan dilakukan sekarang ini yakni mencari makna kontroversi dalam media baru khususnya youtube.

2. Riska Halid (2019) mahasiswi jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Muhammadiyah Makassar dengan judul penelitian **Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure pada Novel Manjali dan Cakrabirawa karya Ayu Utami**. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna tersirat berupa bahasa simbolis di dalam sebuah karya sastra novel dengan mengungkap signifier dan signified sesuai dengan model analisis semiotika Ferdinand de Saussure. Menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Adapun perbedaan dengan penelitian ini yaitu terletak pada objek penelitiannya, dimana penelitian milik Riska Halid mengenai novel berbeda dengan yang peneliti lakukan sekarang yang membahas tentang konten youtube.
3. Tiya Lestari (2021) mahasiswi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo dengan judul penelitian

Pesan Edukasi dalam Konten Battle di Kanal Youtube Nihongo

Mantappu (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce).

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menjelaskan secara spesifik sign, object, dan pesan edukasi yang terkandung dalam konten battle di kanal YouTube Nihongo Mantappu dengan mengidentifikasi nilai-nilai edukasi dengan menggunakan analisis semiotika model Charles Sanders Peirce. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu teknik observasi dan dokumentasi. Adapun perbedaan dengan penelitian ini yaitu terletak pada model analisis semiotikanya, dimana penelitian milik Tiya Lestari ini menggunakan analisis semiotika model Charles Sanders Pierce untuk mengidentifikasi *sign*, *object* dan *interpretant* dalam objek penelitian sedangkan penelitian saya menggunakan analisis semiotika Ferdinand De Saussure. Jika penelitian ini fokusnya mencari pesan edukasi dalam konten, berbeda halnya dengan penelitian yang akan dilakukan sekarang ini yakni mencari makna kontroversi dalam media baru khususnya youtube.

Berdasarkan ketiga penelitian atau karya ilmiah para peneliti terdahulu yang diambil oleh peneliti sebagai bahan rujukan, referensi dan pendukung dalam penulisan penelitian ini dapat disimpulkan dalam tabel berikut ini.

Tabel 2.1

Review Penelitian Sejenis

Nama Peneliti, Tahun dan Judul	Persamaan	Perbedaan	
		Penelitian Terdahulu	Penelitian Sekarang
Virli Orlina (2019), Representasi Maskulinitas Pria Dalam Iklan (Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Iklan L-Men Versi “Men’s Guide” di Youtube)	Dalam penelitian sama-sama meneliti media massa youtube	Menggunakan analisis semiotika model Roland Barthes	Menggunakan analisis semiotika model Ferdinand De Saussure
Riska Halid (2019), Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure pada Novel Manjali dan Cakrabirawa karya Ayu Utami.	Dalam penelitian sama-sama menggunakan analisis semiotika model	Objek yang diteliti memfokuskan pada makna yang tersirat dalam novel	Objek yang diteliti memfokuskan pada makna kontroversi dala media baru youtube

	Ferdinand De Saussure		
Tiya Lestari (2021) Pesan Edukasi dalam Konten Battle di Kannal Youtube Nihongo Mantappu (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)	Dalam penelitian sama-sama membahas konten youtube	Penelitian ini mengungkap pesan edukasi yang terdapat pada konten youtube	Penelitian ini mengungkap makna kontroversi yang ada pada konten youtube

Sumber: Olahan Peneliti, 2021

2.1.2 Kerangka konseptual

2.1.2.1 Komunikasi

Manusia dikenal sebagai makhluk sosial di mana setiap apa yang dilakukan pasti berhubungan satu dengan lainnya. Melalui komunikasi manusia bisa memecahkan rasa keingintahuannya terhadap diri mereka sendiri maupun kehidupan yang ada disekitarnya. Sehingga komunikasi menjadi salah satu alat yang sangat dibutuhkan manusia didalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi merupakan kata yang berasal dari *Communicatio* (bahasa Latin) yang juga berasal dari kata *Communis* yang artinya sangat mirip atau sama. Persamaan di sini menyiratkan signifikansi

serupa. Hal yang serupa dikomunikasikan oleh Hafied Cangara, komunikasi dimulai dari kata latin communis yang bermaksud untuk menjalin hubungan kebersamaan atau membuat keharmonisan setidaknya diantara dua individu.

Komunikasi adalah cara atau proses menyampaikan informasi, data, pikiran, perasaan, kemampuan dan yang lainnya. Menggunakan simbol atau tanda seperti kata, angka, gambar, dan lainnya.

Deddy Mulyana dalam bukunya *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* juga memberikan beberapa pengertian komunikasi secara istilah yang dikemukakan beberapa pendapat para ahli antara lain:

1. Theodore M. Newcomb, “Komunikasi merupakan segala tindakan komunikasi yang dipandang sebagai suatu proses transmisi informasi, yang terdiri dari rangsangan diskriminatif, dari sumber informasi kepada penerima.”
2. Carl.I.Hovland, “Komunikasi merupakan proses seseorang (komunikator) yang memungkinkan menyampaikan rangsangan (berupa lambang verbal) guna mengubah perilaku dari orang lain.”
3. Raymond S. Ross, “Komunikasi (internasional) yaitu suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator.”
4. Mary B. Cassata dan Molefi K. Asante, “Komunikasi adalah transmisi informasi dengan tujuan mempengaruhi khalayak”

5. Harold Laswell, “(cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) *Who says what and with channel to whom with what effect?* atau siapa yang mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana.

Menurut paradigma Laswell, ada lima unsur komunikasi dalam menjawab pertanyaan tersebut, yaitu:

- a) Komunikator yaitu seseorang yang menyampaikan pesan baik dalam bentuk perseorangan maupun mewakili suatu lembaga.
- b) Pesan yaitu keseluruhan isi dari apa yang disampaikan komunikator baik itu berupa pesan langsung (verbal) maupun tulisan (non verbal).
- c) Media (saluran) adalah alat yang dipakai oleh komunikator dalam menyampaikan suatu pesan atau informasi kepada komunikan.
- d) Komunikan yaitu orang yang menjadi target komunikasi untuk menerima pesan dari komunikator.
- e) Efek yaitu hasil yang dirai dari usaha menyampaikan pesan atau informasi oleh komunikator.

Berdasarkan sebagian dari definisi tersebut yang sangat beragam dan bersesuaian, pengertian komunikasi secara keseluruhan adalah proses interaksi membentuk, meneruskan, menerima, serta mengolah pesan yang ada pada diri seseorang atau berpotensi antara setidaknya dua orang

dengan tujuan tertentu yang di harapkan. mendapatkan *feedback* atau umpan balik.

2.1.2.2 Komunikasi Massa

Pengertian komunikasi massa sangatlah beragam. Para ahli mendefinisikan komunikasi massa secara beragam tergantung sudut pandangnya sendiri, tetapi yang sudah pasti adalah proses penyampaiannya dilakukan secara masal dengan menggunakan saluran media agar dapat menjangkau khalayak yang luas.

Dasar komunikasi massa yaitu komunikasi menggunakan media massa. Dimana media ini adalah instrumen mekanis canggih yang memiliki tujuan untuk menjangkau target yang sangat besar. Penting sekali untuk memahami dahulu arti massa dalam sudut pandang umum dan dalam sudut pandang komunikasi massanya itu sendiri. Dalam berkomunikasi, massa merujuk pada komunikan (penerima pesan) terkait media massa, dalam arti lain massa yang perilaku dan sikapnya berkaitan dengan fungsi media massa. Jadi bisa disebut sebagai sekelompok orang pemirsa maupun pendengar, audiens, dan penonton (Nurudin, 2015: 110).

Berdasarkan definisi tersebut dapat dikatakan bahwa media berperan penting dalam proses penyampaian pesan komunikasi, dimana sebuah media mampu menjangkau khalayak yang sangat luas dan beragam secara serempak.

Joseph A. Devito yakni seorang ahli di bidang komunikasi mendefinisikan komunikasi massa yaitu:

“Pertama, makna komunikasi massa ialah komunikasi yang tujuannya untuk massa, untuk khalayak yang banyaknya luar biasa. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan atau visual.” (Effendy, 1986: 26).

Dari definisi diatas bisa terlihat bahwa komunikasi massa memiliki kemampuan dalam menyampaikan pesannya secara serempak kepada publik. Pesannya pun dibuat secara umum untuk disebarakan kepada khalayak yang tersebar dengan menggunakan media sebagai perantaranya.

Pada fungsi komunikasi massa, sebuah media dapat menjadi sarana berkomunikasi seseorang dengan khalayaknya. Media massa secara luas dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu media cetak juga media elektronik. Kehadiran media tidak dapat dipisahkan dari adanya kemajuan dan berkembangnya teknologi itu sendiri. Secara umum, kemajuan media elektronik, khususnya televisi biasanya akan lebih cepat jika dibandingkan dengan media cetak, namun kedua jenis media tersebut memiliki ciri dan kualitas yang berbeda-beda, sehingga diperlukan metode yang cocok untuk komunikasi massa.

Bentuk dari media massa diantaranya media elektronik (televisi dan radio) serta media cetak (tabloid, koran dan majalah). Dalam perkembangannya komunikasi massa yang ini sudah semakin modern yaitu dengan ditemukannya media internet. Jika dilihat menurut perspektif fungsi, ciri, dan komponennya, internet sudah jelas masuk ke dalam bentuk dari komunikasi massa.

Biasanya, setiap orang dapat berbicara atau berkomunikasi satu sama lain, tidak hanya makhluk individu akan tetapi juga dapat bertindak sebagai makhluk sosial yang secara konsisten memiliki kebutuhan untuk berkomunikasi satu dengan lainnya. Namun tidak setiap orang berbakat dalam menyampaikan sesuatu, dengan cara ini diperlukan beberapa cara yang berbeda dalam upaya menyampaikan informasi. Dilihat dari metode penyampaian informasinya, dapat pula dibedakan menjadi verbal (komunikasi langsung) dan non-verbal (tulisan), sedangkan komunikasi berdasarkan pada perilaku menjadi komunikasi yang bersifat formal, informal, dan non formal.

Adapun karakteristik komunikasi massa yang merupakan perwujudan dari kelebihan dan kekurangannya, yaitu:

- a) Komunikator terlembagakan, artinya komunikator harus bekerja sama dengan pihak-pihak lembaga media massa yang terikat.
- b) Pesan bersifat umum atau khusus, artinya pesan ditujukan kepada orang banyak atau sekelompok orang tertentu yang menjadi target komunikator.
- c) Komunikan bersifat anonim dan heterogen, menyiratkan bahwa komunikator tidak mengenal baik komunikannya, yang pada umumnya beragam dan tersebar serta memiliki perbedaan jenis kelamin, pendidikan, usia, pekerjaan, status keuangan sosial dan lain-lain.

- d) Media massa menimbulkan keserempakan, menyiratkan bahwa pesan serupa dapat diperoleh secara bersamaan oleh komunikan yang tersebar tak terhitung jumlahnya.
- e) Komunikasi massa lebih mengutamakan unsur isi daripada unsur hubungan, karena komunikator dan komunikan hubungannya bersifat non pribadi sehingga tidak perlu terjalin hubungan akrab dan pesan tersebut harus dapat diterima oleh komunikan.
- f) Stimulasi alat indra terbatas.

Yoseph R Dominick dalam buku Onong Uchjana Effendi yang berjudul *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* menyatakan bahwa fungsi komunikasi massa adalah:

- a) Pengawasan

Fungsi pengawasan dapat dibagi menjadi 2 jenis yaitu:

1. Pengawasan peringatan, pengawasan jenis ini terjadi apabila media menyampaikan mengenai sebuah kriminalitas, kondisi ekonomi bangsa, bencana alam dan sebagainya.
2. Pengawasan Instrumental, ini merupakan pengawasan yang berkaitan dengan media yang menyebarkan atau menyampaikan informasi yang bermanfaat untuk kehidupan sehari-hari. Misalnya berita atau informasi tentang film yang sedang tayang, harga kebutuhan pokok, produk terbaru, dan yang lainnya.

b) Interpretasi

Media massa bukan hanya memberikan fakta serta data, namun juga informasi dan interpretasi tentang suatu peristiwa yang terjadi.

c) Hubungan

Media massa dapat menyatukan unsur yang ada di dalam lingkungan masyarakat, dan tidak dapat dilakukan secara langsung secara pribadi

d) Sosialisasi

Merupakan transmisi nilai yang mengacu pada cara individu menerima perilaku dan nilai yang ada di dalam kelompok tertentu.

Media massa memberikan penggambarannya sehingga bisa dijadikan pelajaran oleh masyarakat dalam berperilaku.

e) Hiburan

Media massa berfungsi juga sebagai sarana yang memberikan hiburan atau rekreasi kepada masyarakat atau khalayak.

2.1.2.3 Internet

Pergeseran era industri menuju ke era informasi dapat dilihat dari kecepatan informasi yang berubah. Perubahan ini tidak terlepas dari adanya perkembangan teknologi yang disebut teknologi informasi. Salah satu adanya perkembangan teknologi informasi yakni adanya internet. Internet ialah jaringan komunikasi yang ada pada skala dunia sebagai sarana untuk memungkinkan komunikasi terjalin dengan cepat dan luas.

Di dalam kemajuannya, internet mempunyai 4 karakteristik dasar untuk dapat memenuhi segala kebutuhan penggunanya, yaitu:

1) *Fault Tolerance* (toleransi kesalahan)

Yakni sebuah properti yang akan memungkinkan sebuah sistem agar tetap beroperasi dengan benar bila terjadi kegagalan (satu bahkan lebih kesalahan) pada beberapa komponennya. Apabila kualitas operasinya menurun, maka penurunannya akan sebanding tingkat keparahan suatu kegagalan, dibanding dengan sistem perancangan secara naif, sebuah kegagalan kecil mampu menyebabkan kerusakan secara total. Toleransi kesalahan akan sangat dicari di dalam ketersediaan tinggi suatu sistem kritis kehidupan.

Toleransi kesalahan akan memungkinkan sistem agar tetap melanjutkan operasi pengerjaan, dengan menggunakan tingkatan yang dikurangi, agar tidak terjadi kegagalan secara penuh ketika beberapa diantaranya gagal. Ini merupakan istilah yang sering digunakan dalam menjelaskan sistem yang ada di komputer. Artinya, sebuah sistem yang bekerja tidak akan terhenti secara keseluruhan apabila adanya masalah pada hardware ataupun software.

2) *Scalability* (skalabilitas atau keterluasan)

Yakni kemampuan yang dimiliki suatu sistem, jaringan, atau proses dalam menangani penambahan jumlah beban atau potensi yang ditingkatkan agar mampu menangani penambahan berat beban tersebut. Suatu system yang telah *terskalakan* (*scalable*) jika sistem

tersebut mampu menangani penambahan jumlah beban tanpa adanya penurunan kinerja yang signifikan. Peningkatan tersebut umumnya melalui penambahan sumber daya dari suatu sistem, yang secara horizontal (berupa penambahan jumlah komputer) ataupun vertikal (berupa penambahan prosesor suatu komputer).

3) *Quality of Services* (kualitas layanan)

Yakni ketidaksesuaian antara harapan pada sebuah layanan dengan kinerja yang tersedia. Peningkatan kualitas dari layanan juga mampu meningkatkan daya saing. Untuk mencapai tujuan ini bisa dilakukan dengan cara memahami serta meningkatkan proses operasionalnya, melakukan identifikasi pada masalah-masalah yang terjadi secara cepat juga sistematis, menciptakan pengukuran akan kinerja layanan yang akurat juga mampu diandalkan serta dapat mengukur kepuasan para pengguna dan hasil dari kinerja lainnya

4) *Security* (keamanan)

Yakni sebuah keadaan dimana suatu informasi atau data pribadi dapat terjaga dengan aman.

Internet adalah sebuah dunia baru yang sangat memikat untuk terus dieksplorasi, digali, dan dikembangkan para ahli juga pemerhati teknologi. Sejak diciptakannya, internet populer sekali di kalangan anak muda. Terbentuknya internet menciptakan pola, corak serta karakteristik yang berbeda dengan kehidupan nyata. Pengaruhnya membawa perubahan

di berbagai aspek kehidupan, karena telah merubah pola perilaku sehari-hari.

Internet yaitu sebutan bagi sekumpulan jaringan berbasis komputer yang menyatukan situs-situs yang berupa situs pemerintahan, organisasi, akademik, komersial, maupun perorangan. Internet memfasilitasi layanan telekomunikasi dan informasi bagi para penggunanya di seluruh dunia. Adapun fasilitas yang ada saat ini yaitu komunikasi langsung (berupa email dan chat), forum diskusi (berupa *usenet news*, email dan milis), sumber informasi terdistribusi (berupa *World Wide Web* dan Gopher), dan fasilitas layanan lain.

Kenji Kitao 2013 mengatakan, sedikitnya terdapat enam fungsi internet di dalam kehidupan, yaitu:

1) Fungsi alat komunikasi

Internet memiliki fungsi sebagai alat komunikasi, dimana dengan adanya internet semua orang dapat menggunakannya menjadi sarana komunikasi yang bisa berguna bebas kemana saja dengan begitu cepat. Komunikasi ini bisa berupa e-mail atau forum berdiskusi lainnya baik melalui *chatting* maupun *mailing list*.

2) Fungsi akses informasi

Fungsi ini memungkinkan seseorang mampu mengakses informasi untuk dijadikan referensi yang sedang dibutuhkan, baik berupa hasil penelitian ataupun artikel mengenai hasil kajian yang ada di berbagai bidang. Tidak mengharuskan lagi untuk pergi secara fisik dalam

mencari referensi yang dibutuhkan, karena internet mampu menjadi perpustakaan terbesar yang ada dimanapun.

3) Fungsi pendidikan dan pembelajaran

Kemajuan teknologi internet yang sangat pesat serta semakin merambah ke segala penjuru di dunia telah dimanfaatkan seluruh negara, institusi, serta para ahli dalam berbagai hal kepentingan yang salah satunya yaitu untuk media pembelajaran.

4) Menghemat biaya dan waktu

Salah satu yang paling populer dari adanya internet yaitu tingkat praktisnya pada saat digunakan dalam mengurus berbagai hal. Penggunaan internet, menjadikan seseorang dapat lebih menghemat dari segi waktu dan biaya. Internet dapat mengirimkan berbagai macam data juga dokumen elektronik hanya dengan hitungan detik. Begitupun saat melakukan komunikasi di antara sesama pengguna internet lainnya, tidak harus mengeluarkan biaya yang mahal jika sedang ingin berkomunikasi, dan komunikasinya pun dapat berupa serta dapat berupa telepon maupun video yang akan tersambung dengan sangat cepat.

5) Menjaga keamanan warga negara

Manfaat internet dapat mencakup komunitas yang luas yaitu di dalam cakupan negara. Masyarakat bisa memakai bermacam-macam fasilitas dari internet di bawah naungan pemerintah. Meski begitu, privasi seseorang masih akan tetap terjaga. Pemerintah

bertanggungjawab besar atas usaha dalam mensejahterakan rakyat-rakyatnya dalam sebuah negara. Oleh karena itu, manfaat internet di dunia pemerintahan lebih memfokuskan pada pemberian kemudahan akses publik, dan dimanfaatkan demi menjaga keamanan serta memberikan perlindungan bagi warga negara.

6) Sangat efektif menyukkseskan bisnis atau usaha

Internet mempunyai suatu fungsi penting, yakni suatu rancangan baru dalam memperluas manfaat internet yang koneksinya dalam waktu jangka panjang. Hal ini berlandaskan pada berbagai aspek yang mungkin bisa lebih dikembangkan melalui data yang ada di media virtual. Yang menjadi fokus utama pemanfaatan internet, hamper mencakup segala aspek kehidupan yang bersifat nyata. Seperti yang digunakan untuk bidang usaha dan bisnis, internet akan memiliki manfaat untuk dijadikan media perantara bertemunya antara penjual dan pembeli meskipun terjadi secara virtual, yang kemudian transaksinya juga akan terjadi secara virtual. Contoh lain pemanfaatan dari adanya internet yakni *Email Marketing*, yaitu sebuah layanan untuk melakukan *direct selling* (penjualan langsung) terhadap calon pelanggan. Dengan metode seperti ini, akan lebih meningkatkan nilai konversi penjualan. Email merupakan salah satu contoh komunikasi dari penggunaan internet dalam memenuhi berbagai kebutuhan.

7) Memperluas Ruang Pertemanan

Manfaat dari adanya internet secara umum banyak sekali, salah satunya dijadikan media dalam menambah dan memperluas hubungan serta ruang pertemanan, terutama saat media sosial semakin berkembang. Seseorang mampu mengetahui bahkan berkenalan dengan seseorang lainnya yang berada di berbagai belahan dunia yang jaraknya terpantau cukup jauh dari tempat yang seseorang itu sedang tinggal. Ruang pertemanan disini bukan hanya untuk disajikan secara publik, disini seorang pengguna dapat mengatur informasi pribadi agar lebih terlindungi dengan mengubah akun nya menjadi privat. Di dalam ruang pertemanan tidak ada batasan negara sehingga siapapun bebas mengakses serta memilih lokasi teman yang ingin dikenal.

8) Media Hiburan

Fungsi hiburan ini memang sangat dicari dan dinanti oleh semua orang. Internet memfasilitasi beragam hiburan yang dapat diakses untuk berbagai kalangan, mulai dari anak-anak, remaja hingga dewasa. Kebebasan ini menuntut para penggunanya untuk selalu bijak dalam pengaplikasiannya. Dalam menggunakan internet pun juga mudah sekali, dapat juga hanya dengan memanfaatkan telpon seluler sebagai media dalam melakukan komunikasi dan mencari suatu hiburan melalui internet. Mulai dari pengaksesan *game online* ataupun menonton film yang dilakukan secara online sangat mudah karena adanya manfaat dari internet.

2.1.2.4 *New Media*

Munculnya media baru (*new media*) tidak bisa dilepaskan dari adanya internet. Media baru menjadi istilah yang digunakan sebagai sesuatu yang meliputi diawalinya era digital atau jaringan teknologi dan komunikasi yang muncul sekitar abad ke 20. Media digital merupakan sebuah media yang bentuk kontennya hasil dari gabungan data, teks, suara, serta berbagai jenis gambar yang tersimpan di dalam format digital serta disebarluaskan lewat jaringan berbasis kabel optik broadband, satelit dan sistem transmisi gelombang mikro (Flew, 2008: 2-3).

Kemunculan *new media* seiring dengan berkembangnya teknologi digital, memiliki karakteristik yang diantaranya yaitu :

1) Interaktif

Ini merupakan karakteristik utama dimana media baru diakui sebagai media paling interaktif dibanding media yang sudah ada sebelumnya yakni televisi, radio, serta surat kabar.

2) Hipertekstual

Disini informasi yang telah ada pada media lama akan dimasukan Kembali pada media baru sebagai *database* perpindahan media agar informasi yang dahulu tidak mudah hilang.

3) Jaringan (*networking*)

Yang menjadi kunci dalam sebuah media baru yakni adanya beberapa jaringan yang akan saling menguatkan agar lebih

memudahkan seseorang dalam mencari serta mengakses internet untuk sebuah informasi.

4) Maya (*virtual*)

Ini merupakan karakteristik yang membuat lemah media baru, karena mempunyai sifat maya menjadikan identitas dari seorang individu atau kelompok tidak akan jelas dan tidak sepenuhnya dipercaya. Jangkauan yang luas menyebabkan informasi menjadi bebas dan tidak terbatas sehingga siapapun mudah menerima informasi.

5) Simulasi

Pada era digital akan berkaitan dengan adanya peniruan (simulasi). Khalayak akan meniru apa yang ada pada media, seperti halnya dengan media lama. Media baru bisa saja meniru beberapa hal yang ada pada media lama yang dirasa masih pantas untuk bisa diangkat dalam media baru, kemudian hidup khalayak akan terpengaruhi oleh informasi yang didapat dari media baru.

Pierre Levy dalam bukunya *cyberculture* memandang new media berbeda dengan media yang menjadi pendahulunya, ia melihat produk new media sebagai lingkungan informasi yang bersifat terbuka, fleksibel serta dinamis. Sehingga memungkinkan untuk seseorang dapat mengembangkan dan melibatkan pengetahuan baru ke dalam dunia yang lebih demokratis dan kekuasaan yang interaktif. Dunia maya akan memberikan ruang semu yang bisa meluaskan dunia sosial, terciptanya

pengetahuan baru, serta menyediakan ruang berbagi yang lebih luas (dalam Hastasari 2011: 235).

Digunakan sebagai sebuah medium, new media akhirnya mempunyai kekurangan dan kelebihan. Untuk kelebihanannya yaitu:

- a) Interaktivitas, artinya new media dapat memberikan kemudahan bagi para penggunanya dalam berinteraksi dan berkomunikasi di dunia maya.
- b) Ilmu pengetahuan, artinya medium ini dapat menyediakan pengetahuan bagi para penggunanya dengan memberikan berbagai referensi bacaan yang dibutuhkan penggunanya.
- c) Ekonomi, artinya new media juga dapat memudahkan bidang pemasaran dalam hal penjualan secara online yang mampu mencakup negara belahan dunia.
- d) Politik, artinya medium ini juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk kampanye, control politik, dan juga sebagai penyampai aspirasi.

Selain itu, new media juga memiliki kekurangan seperti yang dikutip Syaibani (2011) yang lebih menekankan kurangnya filter untuk isi konten yang tidak sesuai dengan budaya yang dianut di Indonesia, yakni:

- a. Pornografi, yakni salah satu masalah besar yang harus segera dicari solusinya bagi Indonesia.
- b. *Cyber crime*, yakni segala bentuk kejahatan yang ada di media internet.

- c. Kreadibilitas, yakni suatu kemampuan untuk menciptakan rasa kepercayaan mengenai kualitas dari informasi tersebut.

Agar dapat dianggap sebagai *new media* (media baru), sebuah media harus mempunyai 4C serta tiga elemen dasar, yakni:

1) *Computing and Information Technology*

Sedikitnya media harus mempunyai unsur *information*, *communication* dan *technology* agar dapat disebut media baru dan tidak bisa jika hanya ada satu dari ketiga unsur tersebut.

2) *Communication Network*

Media baru dituntut mampu menjalin hubungan komunikasi antar penggunanya.

3) *Digitized Media and Content*

Yang paling penting dari semuanya yaitu harus mampu memberikan sebuah media dan konten yang bersifat digital.

4) *Convergence*

Kemampuan New media dalam berintegrasi dengan media tradisional maupun media modern, dikarenakan inti dari sebuah konvergensi yaitu integrasi antara satu media dengan media lainnya. (Lievrouw & Livingstone, 2006).

Adapun tiga elemen dasar pada media baru (*new media*), yaitu:

- 1) Piranti atau medium yang dapat memberikan kemudahan, keefektifan, efisiensi, serta mampu memperluas komunikasi di antara penggunannya.
- 2) Membentuk kegiatan komunikasi dengan melibatkan penggunaan piranti atau media dalam menjalankan prosesnya.
- 3) Membentuk sebuah jaringan komunikasi yang melibatkan penggunaan media atau piranti dalam menjalankan prosesnya (Lievrouw & Livingstone, 2006).

Sementara menurut McQuail (1987: 17-18) ciri-ciri utama dari media baru antara lain:

- 1) Desentralisasi, yakni pengadaan serta pemilihan informasi tidak sepenuhnya berada di tangan pembuat komunikasi.
- 2) Kemampuan tinggi, yakni pengantaran oleh media kabel dan satelit untuk mengatasi adanya hambatan komunikasi akibat adanya pemancar siaran yang lain.
- 3) Komunikasi timbal-balik, yakni seorang penerima bisa memilih, menjawab dan menukar informasi serta akan dihubungkan dengan penerima yang lain secara langsung.
- 4) Kelenturan (*fleksibilitas*) bentuk, isi dan penggunaan. Secara umum, sebuah media baru mampu membatasi aktivitas komunikasi pribadi

dengan komunikasi publik. Kegunaan ini, dapat media gunakan secara bergantian antara kepentingan pribadi maupun publik.

2.1.2.5 Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah media yang terhubung dengan internet yang berfungsi sebagai sarana terjadinya komunikasi antar pengguna secara *virtual*. Mandibergh, mengartikan media sosial sebagai media yang berfungsi untuk mewadahi suatu kerjasama di antara para penggunanya dengan menghasilkan sebuah konten. Saat ini media sosial menjadi salah satu kepentingan dalam hidup manusia guna memberikan informasi serta hiburan.

Pandangan Van Dijk yang ditulis Rulli Nasrullah dalam buku media sosial, mengatakan bahwa media sosial merupakan sebuah *platform* media yang memiliki fokus pada eksistensi para penggunanya dan juga memberikan fasilitas dalam segala kegiatannya. Oleh karena itu, dapat dilihat fungsi media sosial yaitu sebagai media (fasilitator) online guna menguatkan hubungan di antara para pengguna dan juga sebagai pengikat sosial.

Meike dan Young, memberikan pendapat mengenai media sosial yaitu sebuah konvergensi komunikasi personal dengan arti lain sebagai sarana untuk saling berbagi antar individu (*to be shared one to one*) serta sebagai media publik guna berbagi informasi terhadap siapa saja tanpa terkecuali.

Dari definisi diatas, media sosial dapat diartikan sebagai media dalam berkomunikasi baik berupa pesan, foto maupun video untuk berinteraksi dengan pengguna lain yang bentuknya secara *virtual*.

Media sosial memiliki beberapa karakteristik yang biasa dipergunakan dalam bidang berkaitan dengan hubungan masyarakat, *marketing*, jurnalisme, politik, maupun kegiatan sosial lainnya. Adapun karakteristik media sosial, yaitu:

1. Jaringan (*network*)

Karakter ini berfungsi dalam membentuk suatu jaringan diantara para penggunanya, yang secara *offline* antar pengguna sudah saling kenal maupun tidak., dimana kehadiran media sosial dapat memberikan media untuk para pengguna bisa terhubung dalam mekanisme teknologi. Terbentuknya jaringan antar pengguna ini bermediasikan perangkat teknologi *handphone*, computer ataupun tablet.

2. Informasi (*information*)

Berbeda dengan media lain, pengguna biasanya mengkreasikan identitasnya, membuat konten serta berinteraksi berdasarkan informasi. Oleh karena itu, karakter sebuah informasi yang ada pada media sosial dapat dilihat dari dua hal, yaitu:

- a) Media sosial adalah sebuah medium yang bekerja atas dasar informasi.
- b) Informasi merupakan sebuah komoditas pada media sosial.

3. Arsip (*archive*)

Untuk para pengguna media sosial, arsip dianggap penting keberadaannya sebagai ruang penyimpanan secara *virtual*. Informasi yang telah tersimpan bisa dibuka kapan saja dengan perangkat apa saja. Banyaknya informasi yang dapat diakses, seperti data pribadi, waktu bergabung dengan media sosial tersebut, kumpulan unggahan foto atau video, sampai jumlah pengguna lain yang mengikutinya.

4. Interaksi (*interactivity*)

Karakter ini membentuk jaringan di antara para pengguna yang bukan hanya sekedar memperluas hubungan dalam hal pertemanan atau pun pengikut (*follower*) semata, namun perlu juga membangun interaksi antar penggunanya. Misalnya pengunggahan sebuah video pada youtube agar mendapat komentar yang banyak yang bukan hanya dari para pengguna yang dengan sengaja mengunjungi situs youtube saja, melainkan juga dengan menggunakan *platform* lain. Informasi mengenai video tersebut mungkin saja dibagikan menggunakan media sosial lain, misalnya pada situs pribadi whatsapp, instagram, line, dan yang lainnya.

5. Simulasi Sosial (*simulation of society*)

Pemahaman mengenai makna simulasi dari karya Jean Baudrillard, *Simulations and Simulacra* (1994), mengungkap bahwa kesadaran yang sebenarnya dibenak masyarakat akan semakin berkurang bahkan mungkin tergantikan oleh realitas semu.

6. Konten Oleh Pengguna (*user generated content*)

Bagian ini menjelaskan bahwa konten pada media sosial sepenuhnya kontribusi dan milik pemilik akun.

7. Penyebaran (*share/sharing*)

Sebuah konten yang telah dibuat dan diunggah, maka kemudian akan disebarluaskan juga oleh penggunanya untuk dapat dikonsumsi oleh publik.

Selain itu, ada juga yang menjadi ciri-ciri media sosial yang membedakan dengan media yang lainnya yaitu:

- 1) Konten yang diunggah bertujuan untuk dibagikan kepada khalayak luas yang sifatnya tidak terbatas hanya pada orang-orang tertentu saja.
- 2) Munculnya isi pesan tidak melalui *gatekeeper* dan juga tidak akan ada penghambat apapun.
- 3) Isi pesan diberikan secara langsung dan bersifat *online*.
- 4) Konten yang akan disampaikan secara online dapat diterima dalam kurun waktu yang lebih cepat bahkan tertunda penerimaannya, ini semua tergantung pada waktu yang telah ditentukan oleh pengguna itu sendiri.
- 5) Media sosial dapat menjadikan para penggunanya menjadi seorang kreator bahkan aktor yang mengekspresikan diri.
- 6) Konten pada media sosial terdapat beberapa aspek fungsional yakni identitas, interaksi, fitur berbagi, kehadiran, terjalinnya hubungan, terbentuknya sebuah reputasi, serta terbentuknya kelompok (*group*).

2.1.2.6 Youtube

Youtube adalah salah satu situs jejaring sosial pada saat ini banyak digunakan. Youtube adalah sarana berbagi file yang berbasis internet dan pertama kali muncul pada Mei 2005. Kehadiran youtube memudahkan para penggunanya dalam hal mencari, menonton dan berbagi bermacam unggahan video. Youtube pun telah menyediakan forum untuk orang-orang agar dapat saling berhubungan, bertukar informasi, dan memberikan inspirasi kepada orang lain yang ada di seluruh dunia, dan juga bertindak menjadi *platform* pendistribusian bagi para pembuat konten. Dengan adanya youtube dapat memberikan pengaruh besar bagi masyarakat, terkhusus masyarakat yang mempunyai *skill* atau kemampuan di dunia videografi, mulai dari video blog, dokumenter, podcast, bahkan film pendek, yang belum mempunyai tempat agar bisa mempublikasikan karya yang telah dibuat. Youtube mudah untuk dipergunakan, karena tidak harus mengeluarkan biaya yang besar, serta dapat diakses dimana saja menggunakan perangkat yang kompatibel. Apabila video yang diunggah mendapat sambutan yang baik, maka jumlah *viewers* bisa saja akan terus bertambah. Banyaknya *viewers* akan mengundang banyak pengiklan untuk dapat memasang iklan mereka di dalam video unggahan mereka selanjutnya.

Beberapa karakteristik youtube yang menjadikan situs untuk berbagi video ini menjadi sangat populer di masyarakat. Karakteristik itu adalah:

- 1) Tidak adanya batasan durasi dalam mengunggah video.

Karakteristik ini akan membebaskan para penggunanya dalam pengunggahan sebuah video sesuai dengan keinginannya.

- 2) Sistem keamanannya mulai akurat.

Youtube kini melakukan pembatasan keamanan dengan tidak dibolehkannya mengunggah video dengan mengandung unsur sara, bersifat illegal, dan akan diberikan pertanyaan konfirmasi terlebih dahulu sebelum video diunggah.

- 3) Fasilitas berbayar dari youtube.

Penawaran ini diberikan youtube untuk siapapun dengan syarat video yang diunggahnya mampu menembus minimal 1000 kali ditonton, maka youtube akan memberikan honor.

- 4) Sistem fitur offline.

Fitur ini akan memudahkan para penggunanya dalam menonton sebuah video saat sedang offline, namun sebelum itu videonya harus di download terlebih dahulu.

- 5) Tersedia fitur edit sederhana.

Sebelum diunggah, youtube akan menawarkan videonya di edit terlebih dahulu. Adapun menu yang akan ditawarkan yaitu memotong video, memberikan filter warna, bahkan menambahkan efek transisi video.

Selain itu youtube juga memiliki manfaat dalam hal memenuhi segala keperluan penggunanya seperti:

a. Memberikan layanan gratis

Youtube memberikan penawaran layanan gratis kepada para pengguna khususnya dalam hal mengakses berbagai video yang telah masuk ke dalam sistemnya. Pengguna tidak harus mempunyai akun premium atau membayar dalam jangka waktu tertentu untuk mengakses berbagai video.

b. Mengunduh

Video tertentu yang ada pada youtube dapat memungkinkan penggunanya untuk mengunduh beberapa video tertentu. Sesudah diunduh, video akan tersimpan di handphone untuk bisa dinikmati kapan saja tanpa harus tersambung ke internet.

c. Mengakses dan berbagi informasi seputar hal-hal teknis

Banyak sekali pengguna mengakses youtube agar mengetahui tata cara yang harus dilakukan mengenai sesuatu hal.

d. Mengakses video streaming

Pengaksesan video streaming secara live ataupun tidak, adalah salah satu manfaat lain yang dimiliki youtube. Acara yang disiarkan di berbagai televisi juga bisa diakses menggunakan youtube.

e. Mengenalkan dan memasarkan produk

Para pengguna youtube sebagian besar memanfaatkan media ini dalam hal memajukan bisnis kepemilikannya.

f. Mengakses video informatif

Pengguna akan banyak mendapatkan informasi setelah mengakses media ini, di mulai video berita terkini, berita lawas ataupun sejarah, video dokumenter profesional hingga amatir, video tematik bahkan ensiklopedia dan yang lainnya.

g. Mendukung industri hiburan

Kehadiran media ini memiliki peran yang penting di dalam memajukan industri hiburan. Inilah alasan mengapa insan industri hiburan pun ikut memanfaatkan keadaan demikian dengan cara mengiklankan siarannya pada youtube.

h. Memperkuat branding lembaga atau institusi

Penggunaan youtube ini sangat berguna, utamanya dalam hal penguatan profil suatu lembaga atau institusi untuk berpeluang menjalin kerjasama bahkan suntikan dana yang diberikan oleh lembaga penyandang dana.

i. Mengetahui respon dan komentar khalayak

Adanya fitur suka, tidak suka dan komentar pada youtube membantu dalam memudahkan para pengguna yang telah mengunggah atau membagikan video tertentu agar bisa mengetahui respon juga komentar dari penontonnya.

j. Memfasilitasi pengguna menguasai skill dasar pembuatan video

Fitur ini akan memungkinkan pengguna untuk mencoba mengupload videonya, agar menghasilkan kualitas video yang lebih baik.

Kehadiran youtube juga tidak akan terlepas dari adanya kekurangan dan kelebihan yang dimilikinya. Adapun kelebihan dari kehadiran youtube yaitu:

- 1) Merupakan sumber informasi dari berbagai pihak
- 2) Menjadi media untuk melakukan promosi
- 3) Sebagai sumber hiburan dengan kekreatifan yang tinggi
- 4) Sebagai sumber penghasilan
- 5) Sarana untuk berbagi keseharian dengan fitur *live streaming*

Disisi yang lain, youtube pun tidak mungkin terlepas dari adanya kekurangan. Adapun kekurangan dari youtube yaitu:

- 1) Ukuran video di youtube sangat besar.
- 2) Tidak adanya fitur download secara langsung di website
- 3) Banyak berita yang bersifat hoax
- 4) Terdapat konten dewasa yang kurang pantas bagi anak-anak
- 5) Beberapa Negara ada yang memblokir youtube
- 6) Bisa disalahgunakan penggunaanya
- 7) Banyak video dengan kualitas buruk
- 8) Tidak cocok untuk *slow connection*

Adapun hal lain yang dimiliki oleh youtube yang harus diketahui oleh khalayak yaitu mengenai fitur yang tersedia, yakni:

a) Autoplay

Yakni fitur dengan fungsi menjalankan video setelahnya secara otomatis jika video yang ditonton berakhir.

b) Anotasi

Yakni link yang berbentuk video maupun kotak dalam tayangan video yang masih diputar.

c) Mengatur kecepatan video

Yakni fitur yang dapat mempercepat bahkan memperlambat tayangan video.

d) Subtitle

Yakni fitur yang memberikan terjemahan jika sebuah video berbahasa asing.

e) Download video

Fitur ini bisa digunakan untuk memudahkan menonton dalam keadaan *offline*.

2.1.2.7 Konten

Konten adalah sebuah karya yang dibuat oleh seseorang dari hasil kekreativitasannya dalam mengembangkan sebuah ide. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, konten diartikan sebagai informasi yang ada pada sebuah media (produk elektronik). Konten adalah segala bentuk karya pada sebuah media teknologi yang sedang berkembang sekarang ini, misalnya blog, *chatting*, *podcasting*, *tweet*, forum diskusi dan masih banyak lagi.

Menurut Hymen, konten merupakan ilmu pengetahuan, proses, keterampilan serta nilai-nilai. Sedangkan Saylor dan Alexander

berpendapat bahwa konten ialah sebuah data, klasifikasi, fakta, desain, observasi hingga pemecahan suatu masalah yang semuanya merupakan bentuk dari hasil pikiran hingga pada akhirnya disusun menjadi bentuk prinsip, rencana, konsep, ide, kesimpulan dan solusi. Konten ialah sesuatu yang harus disampaikan, dengan melalui gambar, teks, suara, video, musik, kata-kata yang diucapkan, bahasa simbol, matematika, kode morse, bahasa tubuh, dan lain sebagainya (Gahran, 2005).

Jadi jika melihat pendapat para ahli diatas, konten diartikan sebagai suatu proses dalam pemaparan informasi dalam sebuah media yang isinya berupa data, pendapat, hingga pemecahan masalah sebagai bentuk dari hasil pemikiran yang dilakukan manusia.

Konten media ialah segala macam bentuk isi yang ada di dalam sebuah media dalam dunia teknologi yang tersedia saat ini misalnya blog, forum, wiki, file audio, video, gambar digital, iklan dan bentuk konten media lainnya dengan dibentuk melalui hasil pemikiran para pengguna yang seringkali dilakukan melalui situs media online. Maka istilah ini banyak digunakan dalam hal mengidentifikasi dan menguantifikasi bermacam format serta genre informasi sebagai bahan utama nilai tambah sebuah media. Konten kreatif ialah informasi tentang hal-hal yang penciptaannya memakai beragam macam pendekatan, baik itu pendekatan yang belum ada sebelumnya ataupun yang sudah ada tetapi dikemas kembali sesuai dengan perkembangan saat ini. Konten kreatif yaitu bentuk penyajian informasi yang terdapat hiburan di dalamnya, selain itu dapat

pula mengandung informasi atau berita lain yang penyajiannya dilakukan secara orisinil dengan menggunakan media baru. Adapun konten kreatif ini bisa berupa sebuah artikel, audio, video, ataupun multimedia lain yang pengunggahannya menggunakan internet. Dengan hadirnya media baru dapat memungkinkan orang-orang agar memproduksi beragam konten secara independen serta mengeluarkan modal yang relatif kecil. Contohnya media audio-video yang selalu didominasi oleh industri pertelevisian yang memiliki modal yang sangat besar dalam setiap produksi dan distribusinya. Pencipta konten kini bisa menyunting file audio-video yang dilakukan secara online untuk kemudian mengunggahnya dalam situs web berbagi seperti situs youtube ataupun vimeo, kemudian memasang iklan pada konten sehingga mampu mendapatkan uang secara pasif.

Tanda kemunculan konten media diawali dengan bergesernya organisasi sebuah media yang pada mulanya menjadi pembuat konten dan kini menjadi fasilitator dalam mempublikasikan konten yang dibuatnya sendiri. Di dalam *The Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD) berisi mengenai definisi untuk pembuatan konten media hasil pengguna situs, yaitu:

1) Persyaratan publikasi

Konten media yang dibuat pengguna dapat diterbitkan dalam beberapa konteks, dimana konten ini dapat diatur untuk mudah dicari oleh publik atau bisa juga diatur hanya untuk kelompok tertentu.

2) Upaya kreatif

Dimasukkan sebagai sebuah proses penciptaan pekerjaan atau proses pengadaptasian sebuah karya yang sebelumnya telah ada dengan tujuan menciptakan sesuatu yang bersifat baru. Konten sebuah media mengatur para penggunanya yang ingin secara kolaboratif melakukan pemeriksaan dan memperbaiki dari suatu situs yang ada tersebut sesuai dengan sifat elemen kolaboratif yang mereka telah miliki. Misalnya pengadaan bentuk menyalin sebagian kegiatan dari sebuah acara yang telah ditayangkan televisi, dan kemudian mengunggahnya ke dalam situs *video online*.

3) Penciptaan di luar rutinitas profesional dan praktik

Isi dari konten media karya para pengguna biasanya diciptakan di luar rutinitas profesional dan praktik. Tidak mewakili suatu bentuk yang bersifat kelembagaan maupun pasar komersial. Konten yang diciptakan oleh non-profesional biasanya tidak berharap dalam hal mendapat keuntungan. Adapun faktor yang menjadi motivasi seseorang dalam membuat konten yaitu terjalinnya hubungan dengan rekan sesama pengguna, mencapai tingkat popularitas tertentu, serta memiliki keinginan dalam mengekspresikan diri.

Adapun beberapa peranan konten media di dalam kehidupan yang harus diketahui oleh manusia, meliputi:

1) Konten memberikan informasi kepada audiens

Peranan ini sama halnya dengan pengertian konten itu sendiri, dimana konten merupakan sebuah informasi yang disampaikan dengan penggunaan media berupa website atau media sosial.

2) Konten memiliki peringkat dalam google

Google merupakan mesin pencarian dengan skala sangat besar, hingga mencapai lebih dari 1 triliun pencarian pada setiap tahunnya yang dilakukan pengguna di dunia. Dengan jumlah yang besar tersebut, membuka jalan untuk seseorang dalam menjalankan sebuah bisnis. Misalnya dengan penciptaan sebuah konten yang kemudian mempostingnya pada website merupakan metode tepat agar mendapatkan konsumen potensial. Langkah yang perlu dilakukan yaitu dengan meriset *keyword* agar mendapat audien. Jika sudah mendapatkannya, maka optimalkan konten ke dalam mesin pencarian dengan cara memasukan *call to action* di bagian akhir konten ataupun halaman web, kemudian menunggu proses kerja konten. Karena semakin banyak memproduksi konten bermanfaat maka sudah dipastikan banyak dicari oleh penggunanya yang memiliki potensi besar menjadi konsumen.

3) Konten mudah dibagikan pada sosial media

4) Konten menciptakan konversi

- 5) Konten menciptakan bisnis yang terpercaya
- 6) Konten adalah dasar dari strategi digital marketing.

Konten media di dalam konteks jurnalistik, dibagi menjadi beberapa bagian, yakni:

- a) Berita, yaitu laporan tercepat yang berkaitan dengan fakta terbaru yang bersifat benar, menarik serta kehadirannya dianggap penting untuk sebagian besar khalayak, dengan menggunakan media berkala berupa surat kabar cetak, radio, televisi, maupun media internet
- b) Artikel, yaitu karangan yang bersifat faktual dan disajikan dalam bentuk yang lengkap juga memiliki ukuran panjang tertentu dengan tujuan untuk dipublikasikan pada media online maupun media cetak (melalui koran, bulletin, majalah, dsb) juga berfungsi dalam penyampaian gagasan juga fakta yang kemungkinan dapat meyakinkan, mendidik, dan menghibur
- c) Feature, yaitu bentuk karangan mengenai sesuatu dengan tidak memberikan berita yang faktual tetapi lebih menekankan pada tulisan yang dibuat dengan gaya menarik serta terperinci.

Adapun jenis-jenis konten jika dilihat dari segi format, secara garis besar terdiri dari teks, visual (gambar), audio (suara).

1) Teks

Yaitu konten tulisan yang berupa ulasan, kajian, analisis, deskripsi, dan definisi atau pengertian mengenai sesuatu hal.

2) Gambar

Yaitu sebuah konten berupa karya seni dua dimensi dengan tujuan mampu menerangkan ataupun menjelaskan sesuatu.

3) Infografik

Yaitu representasi visual informasi, data atau ilmu pengetahuan secara grafis. Grafik ini mencoba memperlihatkan sebuah informasi yang rumit dengan singkat dan jelas, misalnya informasi yang ada pada peta, papan informasi, penulisan teknis, jurnanisme, dan lainnya.

4) Meme

Yaitu sebuah karya berupa gambar lucu yang umumnya berisi sindiran atau kritik. Biasanya meme akan sangat populer di kalangan remaja. Bentuk dari sebuah meme berupa video maupun gambar dengan disertai teks lucu dan biasanya akan menjadi viral di media sosial.

5) Video

Berisi penjelasan yang dilakukan oleh pembuat video dalam hal memberikan informasi yang bermanfaat untuk bisa dinikmati khalayak.

6) Podcast

Biasanya terdapat pada situs berlangganan, dimana segala informasi bisa diakses oleh penggunanya.

7) Game

Game juga termasuk ke dalam jenis konten dikarenakan dapat berisi cerita, selain itu juga bagian dari konten hiburan.

2.1.2.8 Kontroversi

Kontroversial merupakan suatu keadaan sengketa (penyebab pendapat yang berbeda dan menghasilkan perdebatan) yang berkepanjangan, umumnya menyangkut persoalan sudut pandang atau pendapat yang bertentangan satu sama lain, baik pada individual maupun kelompok. Kata kontroversial berasal dari kata *controversia* (bahasa latin) yang kemudian diubah menjadi kata *controversus* yang memiliki arti yaitu berpatah dalam arah bertentangan. Secara khusus, definisi dari kata kontroversial yaitu suatu pertentangan atau perbedaan sikap berupa perdebatan mengenai sebuah persoalan yang saling bertentangan dan mempunyai dua sisi yang saling berlainan dan memungkinkan untuk memicu terjadinya konflik.

Kontroversi jika diartikan berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yakni suatu perdebatan, pertentangan, perseteruan, perselisihan, yang memungkinkan terjadinya pro dan kontra. Kontroversi biasanya terjadi karena adanya perbedaan pandangan, pendapat atau opini. Opini merupakan kata serapan dari *opinion* yang berarti tanggapan atau pendapat mengenai suatu permasalahan yang sedang dibahas menggunakan kata-kata, baik berbentuk opini tertulis ataupun lisan. Namun juga dapat sebagai perbuatan, sikap dalam bertindak, pandangan dan lain sebagainya.

R.P. Abelson (Ruslan, 2007: 66) mengatakan bahwa dalam hal memahami opini seseorang, itu bukan merupakan perkara yang mudah karena berkaitan erat dengan:

1. Kepercayaan terhadap sesuatu
2. Perasaan yang sedang dirasakan atau sesuatu yang menjadi sikapnya
3. Persepsi, yakni suatu proses dalam pemberian makna, yang berlandaskan beberapa faktor, yaitu:
 - a) Di latarbelakangi oleh budaya, adat istiadat serta kebiasaan yang dianut oleh seseorang.
 - b) Pengalaman seseorang atau suatu kelompok di masa lalu menjadi landasan dari apa yang menjadi pandangan atau pendapatnya.
 - c) Nilai moral, nilai etika, juga nilai keagamaan yang berlaku di masyarakat.
 - d) Kumpulan berita dan pendapat yang berkembang dan kemudian memberikan pengaruh pada pandangan seseorang, yang dapat diartikan bahwa berita tersebut menjadi pembentuk opini masyarakat.

Jadi dengan kata lain kontroversi adalah perselisihan yang ada di tengah kehidupan masyarakat dan sedang hangat dibicarakan yang akibatnya terjadinya perbedaan opini atau pendapat sehingga terjadi pro kontra di dalam masyarakat. Menurut Handayani (2008) satu dari sekian banyak jenis kontroversi yang sering terjadi ialah kontroversi sosial. Kontroversi sosial adalah proses sosial yang dijumpai dengan tanda

adanya perilaku dan perasaan tidak menyukai sesuatu, namun tidak sampai menimbulkan konflik sosial. Adapun bentuk dari kontroversi sosial yaitu:

- a) Kontroversi umum seperti perbuatan yang sifatnya menolak, menghasut, memprotes, menghalang-halangi, perlawanan dan sebagainya.
- b) Kontroversi sederhana contohnya memaki-maki seseorang melalui telepon, mengintimidasi, memprovokasi, memfitnah, bahkan cenderung memakai kekerasan.
- c) Kontroversi intensif berupa penyebaran desas desus yang akan mengecewakan dan merugikan orang lain.
- d) Kontroversi rahasia yaitu suatu perbuatan untuk membocorkan rahasia yang dimiliki orang lain, melakukan pengkhianatan, ataupun melakukan ingkar janji terhadap seseorang.
- e) Kontroversi taktis ialah berkaitan dengan kegiatan mengganggu bahkan menghalangi pihak maupun kelompok lain agar merasa bingung.

Leo Von Wiese & Howard Becker menjelaskan tipe-tipe umum dari kontroversi, antara lain:

- 1) Kontroversi generasi masyarakat yakni kontroversi yang sudah lazim terjadi di masyarakat terutama di zaman yang sedang mengalami perubahan yang signifikan dan terbilang cepat.
- 2) Kontroversi seks yakni kontroversi yang berkaitan dengan hubungan suami dan istri di dalam keluarga.

- 3) Kontroversi parlementer yakni sebuah kontroversi yang berkaitan dengan hubungan di antara kaum mayoritas dengan kaum minoritas di dalam masyarakat.

2.1.2.9 Semiotika

Semiotika berasal dari kata *semeion* (bahasa Yunani) yang artinya “tanda”. Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia (Sobur, 2017: 15).

Semiotika mempunyai dua tokoh utama, yakni Charles Sanders Peirce dan Ferdinand de Saussure. Keduanya mengembangkan teorinya secara terpisah dengan tidak mengenal satu dengan lainnya. Ferdinand de Saussure memperlihatkan semiotika dengan mengambil latarbelakang dari ciri-ciri linguistic yang dinamakan semiologi, sedangkan Charles Sanders Peirce menamakan semiotika dengan memperlihatkan latarbelakang logika. Semiotika yakni ilmu mengenai tanda-tanda, fungsi dari tanda serta produksi makna. Ini merupakan konsep tanda untuk bisa melihat jika makna akan muncul ketika ada hubungan antara yang ditandai (*signified*) dengan tanda itu sendiri (*signifier*). Tanda merupakan sesuatu yang memiliki arti bagi orang lain.

Semiotika biasanya sering digunakan di dalam melakukan sebuah analisis teks. Yang harus diketahui juga bahwa teks disini dapat berupa

verbal maupun nonverbal. Istilah ini biasanya mengacu di dalam pesan yang telah dibuat melalui tulisan, rekaman audio, serta video, sehingga di antara pengirim dan penerima tidak ada kaitan apapun secara fisik. Teks ialah kumpulan tanda berupa kata, gambar, suara, serta gerakan dengan konstruksi yang mengacu pada konvensi terkait genre juga media komunikasi tertentu. Bidang penelitian semiotika yaitu mengenai fungsi tanda di dalam teks, yakni bagaimana cara memahami sistem tanda di dalam teks yang memiliki peran membimbing pembaca untuk dapat menangkap pesan tersirat di dalamnya. Di dalam semiotika ada tiga bidang utama yang dikaji, yakni:

1) Tanda itu sendiri

Ini dikarenakan perbedaan cara tanda dalam menyampaikan arti dan bagaimana cara tanda berkaitan dengan manusia yang menggunakannya. Tanda ialah konstruksi manusia yang hanya dapat dipahami manusia yang menggunakannya.

2) Sistem atau kode yang mengorganisasikan tanda.

Mencakup bagaimana cara kode dikembangkan untuk pemenuhan kebutuhan masyarakat ataupun budaya dalam mengeksploitasi saluran komunikasi.

3) Kebudayaan, tempat kode dan tanda bekerja.

ini bergantung kepada penggunaan berbagai kode dan tanda untuk keberadaan serta bentuknya sendiri.

2.1.2.10 Semiotika Ferdinand De Saussure

Sarjana sekaligus tokoh besar yang berasal dari Swiss yang layak jika disebut pendiri linguistik modern dialah Ferdinand de Saussure. Saussure terlahir di Jenewa tahun 1857, dan merupakan seorang anak yang terlahir di keluarga terpandang akibat keberhasilannya di bidang keilmuan. Selain menjadi seorang ahli linguistik, Ferdinand De Saussure juga merupakan spesialis bahasa Indonesia-Eropa dan juga Sansakerta yang kemudian menjadi sumber akan hadirnya pembaruan intelektual di dalam bidang ilmu sosial dan kemanusiaan.

Ferdinand de Saussure (1857-1913) mengemukakan semiotika dalam *Course in General Linguistics* menjadi sebuah ilmu yang mengkaji mengenai fungsi tanda yang menjadi bagian dalam kehidupan sosial. Dengan kata lain bahwa tanda adalah bagian yang berlaku dalam kehidupan sosial, yakni adanya kaitan antara sistem tanda dan sistem sosial. Di dalam hal ini, Saussure berpendapat tentang konvesi sosial mengatur penggunaan tanda dengan cara sosial, yakni pemilihan untuk mengkombinasikan dan menggunakan tanda dengan cara tertentu, sehingga tanda tersebut memiliki makna dan juga nilai sosial (Alex Sobur, 2016:7).

Akibat teori tanda yang dimilikinya, membuat Saussure terkenal sehingga banyak dibicarakan oleh orang-orang. Saussure tidak pernah mencurahkan hasilkan pikirannya untuk dituangkan ke dalam sebuah buku, namun ternyata murid-muridnya dengan sengaja mengumpulkan

banyak catatan untuk dijadikan outline. Saussure berpendapat bahwa tanda yang terdiri dari bunyi-bunyian dan gambar maka disebut penanda (*signifier*) sedangkan konsep dari bunyi-bunyian dan gambar maka disebut petanda (*signified*). Di dalam berkomunikasi, seorang individu akan menggunakan tanda yang digunakan dalam mengirim makna mengenai objek, kemudian orang lain pasti akan menginterpretasikan dari tanda yang diberikan tersebut. Saussure memaknai objek dengan *referent* dan menyebutnya menjadi unsur tambahan di dalam sebuah proses penandaan. Contoh: ketika seseorang menyebutkan kata “anjing” yang merupakan sebuah penanda (*signifier*) kemudian diberikan nada mengumpat, maka hal itu merupakan tanda kesialan (*signified*). Menurut Saussure, “*Signifier* (penanda) dan *signified* (petanda) adalah suatu kesatuan yang tidak akan bisa dipisahkan, yang diibaratkan dua sisi dari satu helai kertas”. Jadi, walaupun antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) sebagai entitas yang terlihat terpisah-pisah tetapi keduanya hanya ada untuk menjadi komponen tanda. Tanda itulah yang menjadi fakta dasar dari sebuah bahasa. Dengan demikian, setiap upaya dalam pemaparan teori Saussure dalam hal bahasa, harus diawali dengan pembicaraan tentang hakikat dari tanda tersebut menurut pandangan Saussure.

Menurut Saussure, pada dasarnya setiap tanda kebahasaan akan menyatukan konsep dengan citra suara, bukan menyatakan sesuatu tersebut menggunakan sebuah nama. Setiap kata yang terucap sebagai suara itu dinamakan penanda, sedangkan konsepnya merupakan petanda.

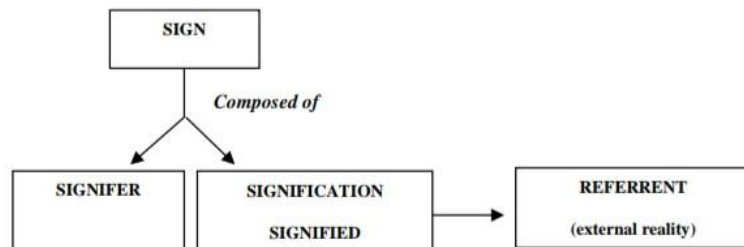
Unsur-unsur ini, sangat tidak dapat dipisahkan, karena jika terpisah maka akan menghancurkan makna dari kata tersebut. Sebagai contoh, ucapkan sebuah kata apapun maka akan menunjukkan bukan hanya konsep yang berbeda, tetapi suara juga akan berbeda. Jika ada yang menyatakan dasar dari bahasa adalah kata dan benda, maka Saussure tidak akan menerima pendapat tersebut, karena konsep dari Saussure mengenai tanda merujuk pada otonomi relatif dari bahasa yang dalam kaitannya berhubungan dengan realitas. Meski begitu, secara lebih mendasar Ferdinand De Saussure menjelaskan hal yang untuk kebanyakan orang modern dianggap prinsip paling berpengaruh di dalam teori linguistik, yakni bahwa diantara hubungan penanda dan petanda memiliki sifat sembarang dan berubah-ubah. Prinsip ini menganggap struktur bahasa tidak akan lagi dianggap hadir di dalam etimologi dan filologi, namun dapat ditangkap sangat baik bila bahasa mampu mengutarakan perubahan (yaitu konfigurasi linguistik tertentu maupun totalitas). Dengan itu, pandangan mengenai “nomeklaturis” sebagai dasar linguistik tidak akan mencukupi.

Saussure yang ahli dalam linguistik sangat tertarik terhadap bahasa. Dia lebih berfokus pada tanda itu sendiri. Baginya tanda ialah suatu objek fisik berkaitan dengan makna, atau jika ingin menggunakan istilahnya maka sebuah tanda akan terdiri dari penanda dan pertanda. Penanda ialah citra tanda (sesuatu yang dipersepsikan, sebuah tulisan diatas kertas ataupun tulisan di udara), sedangkan pertanda ialah konsep mental yang mengacu pada penanda. Konsep mental ini secara luas akan bersifat sama

jika digunakan oleh anggota kebudayaan yang sama dengan memakai bahasa yang sama pula (John Fiske, 2007: 65).

Tanda ialah satu kesatuan dari adanya suatu penanda (*signifier*) yang digabungkan bersama sebuah ide (*signified* atau petanda). Dengan sebutan lain, penanda ialah “bunyi yang memiliki makna” atau “coretan yang memiliki makna”. Dengan begitu, penanda merupakan aspek material sebuah bahasa: apa yang didengar dan apa yang ditulis atau dibaca. Petanda ialah gambaran mental, pikiran, ataupun konsep. Dengan begitu, petanda merupakan aspek mental dari bahasa. Yang harus selalu diperhatikan yaitu bahwa di dalam bahasa yang sifatnya konkret, keduanya tidak akan dapat dipisahkan. Tanda bahasa akan selalu memiliki dua segi yaitu *signifier* penanda atau *signified* petanda. Suatu unsur jika tidak ada unsur yang lain maka tidak akan mempunyai arti apapun seperti halnya penanda dan petanda, karena itu bukan mencirikan sebuah tanda. Berbanding terbalik dengan petanda yang tidak mungkin ditangkap atau disampaikan dari penanda, karena petanda atau sesuatu yang ditandakan termasuk tanda sendiri dan yang demikian menjadi suatu faktor linguistik. Adapun konsep penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) tersebut dapat dilihat pada gambar berikut ini.

Gambar 2.1

Model Analisis Semiotik Saussure

(Sumber: Prasetya, 2019, h.10)

Analisis semiotika model Saussure dibagi menjadi dua yakni penanda dan petanda. “Penanda dilihat sebagai bentuk/wujud fisik dapat dikenal melalui wujud karya arsitektur, sedang petanda dilihat sebagai makna yang terungkap melalui konsep, fungsi dan atau nilai-nilai yang terkandung didalam karya arsitektur”. (Prasetya, 2019, h. 10).

Beberapa prinsip linguistik dari Saussure dapat disederhanakan menjadi beberapa hal, yakni:

- 1) Bahasa menjadi fakta sosial.
- 2) Sebagai fakta sosial, bahasa sifatnya laten. Bahasa bukan merupakan gejala-gejala permukaan tetapi sebagai kaidah penentu gejala-gejala permukaan, dengan sebutan *langue*. *Langue* ini termanifestasikan sebagai parole, yaitu sebagai tindakan dalam berbahasa ataupun tuturan secara individual.

- 3) Bahasa merupakan suatu sistem struktul tanda-tanda. Oleh karena nya, bahasa memiliki satuan yang bertingkat, mulai dari fonem, morfem, klimat, hingga wacana.
- 4) Unsur di dalam setiap tingkatan akan saling menjalin dengan metode tertentu yang disebut hubungan paradigmatic dan syntagmatic.
- 5) Relasi atau hubungan antara unsur dengan tingkatan, itulah yang sebenarnya akan membentuk suatu bahasa. Relasi sebagai penentu nilai, makna, pengertian dari setiap unsur di dalam bangunan bahasa secara keseluruhan.
- 6) Untuk mendapatkan pengetahuan mengenai bahasa yang prinsipnya telah disebut sebelumnya, bahasa bisa dikaji dengan pendekatan sikronik, yaitu proses pengkajian bahasa dengan membatasi fenomena bahasa dalam satu waktu tertentu, bukan melihat bahasa yang berkembang dari waktu ke waktu (diakronis).

Pada pandangan Saussure, bahasa menjadi suatu sistem tanda. Setiap tanda memiliki dua unsur, yakni penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Ini menjadi prinsip dalam upaya menangkap hal pokok dari teori Saussure. Segala bunyi atau suara yang ditimbulkan manusia ataupun hewan bisa diidentifikasi menjadi bahasa bila mampu menyatakan, mengekspresikan serta menyampaikan ide maupun pengertian tertentu. Saussure, berpendapat bahwa selama perlakuan dan tingkah laku dari manusia membawa sebuah makna dan memiliki fungsi sebagai tanda,

maka sudah dipastikan yang ada di belakangnya merupakan sistem perbedaan dan sebuah konvensi untuk memungkinkan makna tersebut.

Saussure jika memandang ilmu pengetahuan untuk mempelajari mengenai berbagai tanda yang ada di masyarakat, berfokus pada hal mempelajari dari mana dan dari apa saja tanda atau kaidah yang mengaturnya. Di mata Saussure, ilmu dapat dikatakan sebagai semiologi, yang dimana linguistik memiliki posisi menjadi bagian kecil dari adanya ilmu umum tersebut. Terkait teori Saussure, beliau bukan hanya dikenal bapak linguistik saja, namun juga banyak yang merujuknya menjadi tokoh semiotik. Yang menjadi ciri khas dari teori yang dimilikinya yaitu berada pada kenyataan bahwa beliau menganggap “bahasa sebagai suatu sistem tanda”. Saussure menyatakan teori mengenai tanda, linguistik harus menemukan wadahnya pada sebuah teori yang sifatnya lebih umum, untuk itu ia mengusulkan nama semiologi, dimana linguistik hanya menjadi bagian dari ilmu umum tersebut. Menurutnya hukum yang nantinya akan ditemukan oleh semiologi agar dapat diterapkan dalam linguistik, yang kemudian linguistik juga akan berhubungan dengan satu bidang yang sifatnya sangat khusus di dalam perkumpulan fakta manusia (Endraswara, 2011:264).

Saussure memberikan pandangan bahwa untuk bisa membuat orang mengerti akan hakikat semiologi lalu disajikan dengan memadai, bahasa masih harus dikaji lebih mendalam. Sementara itu, hingga saat ini orang hampir selalu saja mengkaji bahasa yang digunakan dalam keperluan lain,

beserta sudut pandang yang lain pula. Kondisi yang seperti itu menurut Saussure ada akibat konsepsi yang dangkal pada masyarakat luas, yaitu masyarakat yang melihat bahasa dengan suatu tata nama. Tata nama disini diartikan sebagai suatu himpunan dari nama masing-masing yang secara konvensional diterapkan pada suatu benda atau padanan mental yang semuanya sama. Hal tersebut meniadakan berbagai penelitian tentang hakikat bahasa yang sebenarnya (Hidayat, 2009: 133).

Ferdinand de Saussure sebelumnya telah dikenal sebagai ahli bahasa sekaligus ahli semiotika kebudayaan. Saussure (Marianto, 2002:35-36), menjelaskan sebuah pemahaman mengenai tanda yang berupa penanda dan petanda, ia memberikan analogi kesatuan dari ketiganya hanya dengan selembar kertas. Sisi yang satu dari kertas adalah penanda dan sisi yang lain adalah petanda, sedangkan kertas itu sendiri berposisi sebagai tanda. Secara lebih lanjutnya lagi, Saussure mengatakan jika kita tidak mampu untuk memisahkan unsur penanda dan petanda dari adanya tanda itu sendiri. Dari penjelasan tersebut, penanda dan petanda terlihat seperti dua hal yang terpisahkan dari tanda, seakan-akan tanda bisa membuat sekat pemisahan di antara keduanya. Akan tetapi yang terjadi sesungguhnya, penanda dan petanda hanya istilah yang digunakan dalam memberikan penekanan jika ada dua hal pembeda yang dijadikan syarat mutlak dalam sebuah tanda. Penanda dan petanda akan selalu ada bersama-sama, hubungan diantara penanda dan petanda dikatakan sebuah pemaknaan ataupun makna yang diinginkan. Dengan demikian, jelas

sudah bahwa Saussure di bidang linguistiknya menggunakan dikotomi penanda dan petanda (Pradopo, 2009:119).

2.1 Kerangka Teoritis

Kerangka teori berasal dari dua kata yakni kerangka serta teori. Kerangka dalam etimologi berdasarkan KBBI merupakan rangka (tulang), garis besar, rencana, sistem dari prinsip dasar, konsep ataupun nilai yang umumnya merupakan karakteristik identik suatu kelompok ataupun kebudayaan. Sementara itu, secara etimologi teori merupakan penilaian yang bergantung pada penelitian dan temuan yang dikuatkan oleh argumentasi dan informasi.

Kerlinger di dalam Sugiyono berpendapat bahwa teori adalah sekumpulan gagasan, definisi, serta proposisi yang mampu melihat fenomena dengan sistematis melalui detail hubungan antar faktor sehingga dapat digunakan untuk memperjelas serta meramalkan fenomena.

Sementara itu, seperti yang ditunjukkan oleh Snelbecker dalam Lexy J. Moleong mencirikan teori sebagai sekumpulan proposisi yang berhubungan secara gramatikal (yaitu, mempertahankan prinsip-prinsip tertentu yang bisa dihubungkan secara sah dan logis dengan yang lain bergantung pada informasi yang bisa diamati).

Bersumber pada penjelasan di atas, bisa diambil kesimpulan jika kerangka teori merupakan sebuah rancangan perangkat konsep sistematis yang berhubungan serta berkaitan erat guna membentuk pandangan mengenai

suatu permasalahan sehingga menjadikan pegangan pokok peneliti yang berguna untuk memprediksikan jawaban ataupun permasalahan penelitian. Di sini teori disusun sebagai perlengkapan untuk menarangkan serta memprediksi fenomena yang akan diteliti.

Pada penelitian ini, peneliti memakai teori konstruksi realitas sosial milik Peter L. Berger dan Thomas Luckman sebagai bahan dasar acuan guna menganalisis semiotika konten *podcast* yang diunggah di situs youtube. Teori konstruksi realitas sosial adalah sebuah teori tentang bagaimana suatu realitas dipandang sebagai hasil konstruksi (Effendy, 2013).

Suatu realitas sesungguhnya tidak terjadi secara ilmiah, melainkan suatu realitas tercipta karena dibentuk serta dikonstruksikan. Setiap individu dapat mengartikan ganda mengenai sebuah realitas, karena setiap orang akan mempunyai konstruksi berbeda antara satu dengan lainnya terhadap sebuah realitas yang terjadi. Hal ini dilatarbelakangi oleh adanya perbedaan pendidikan, pergaulan dan juga pengalaman setiap individu yang bisa dipastikan akan berbeda. Realitas sosial sangat berkaitan dengan adanya media massa, karena pada hakikatnya sebuah media merupakan sarana atau alat yang digunakan masyarakat untuk melakukan komunikasi. Disini, media memiliki peran untuk mengkomunikasikan suatu pesan dengan cepat juga dapat menjangkau khalayak yang sangat luas, sehingga akan terbentuk konstruksi sosial yang cepat pula. Dengan demikian, media massa memiliki kekuatan dan berperan dalam membentuk realitas sosial dalam kehidupan

masyarakat. Bahkan, realitas yang direkonstruksikan juga mampu menciptakan opini massa (Effendy, 2013).

Sebuah konten yang diunggah bisa saja mengundang kontroversi dimata masyarakat, dikarenakan perbedaan pendapat yang mungkin dapat mengundang terjadinya pro dan kontra terhadap suatu masalah dan diperlukan metode khusus dalam proses penyelesaiannya. Realitas sosial yang terjadi di dalam sebuah konten tidak selalu benar adanya, karena terkadang sebuah konten akan mendistorsi melalui cara melebih-lebihkannya. Selain itu juga akan menyeleksi tanda yang dirasa tidak merefleksikan sebuah realitas sosial dengan memilih materi untuk diambil bahkan dihilangkan.

Teori konstruksi sosial dapat membantu secara kritis untuk lebih medalami serta mempertanyakan bagaimana individu memproduksi pengetahuan, cara mendistribusikan sampai pada tahap meresapinya menjadi sebuah “kebenaran” alami yang sifatnya relatif tergantung pada sejarah juga kebudayaan individu yang mengonstruksinya.

Fokus utama dari teori konstruksi sosial yaitu mengupas juga mengkaji cara yang dilakukan individu untuk berpartisipasi di dalam terciptanya pengetahuan serta kenyataan sosial yang ada di lingkungan sekitar. Teori konstruksi sosial percaya bahwa individu memaknai dunia sekitar melalui proses sosial (interaksi di dalam kelompok sosial), sehingga suatu kebenaran tidak bisa dianggap tunggal dan objektif. Berkaitan dengan penelitian ini, konstruksi sosial akan digunakan sebagai sarana untuk menganalisis semiotika

konten youtube *podcast* Babeh Aldo Bersama Dr. Lois Owien yang Diunggah Pada 10 Juli 2021.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran secara umum yaitu garis besar alur logika berjalannya penelitian yang dapat digambarkan menggunakan suatu diagram yang di dalamnya menjelaskan mengenai keterkaitan antar variabel. Penjelasan dalam kerangka pemikiran sudah semestinya mampu menerangkan serta menegaskan secara komprehensif variabel yang akan diteliti, sehingga variabel yang ada pada fokus riset serta persoalan riset terus menjadi jelas. Kerangka pemikiran merupakan dasar pemikiran yang berguna menguatkan indikator yang melatarbelakangi penelitian. Sebuah penelitian memerlukan kerangka pemikiran berupa teori ataupun pendapat dari para ahli yang sudah tidak diragukan lagi kebenarannya, terkait dengan penelitian yang peneliti lakukan.

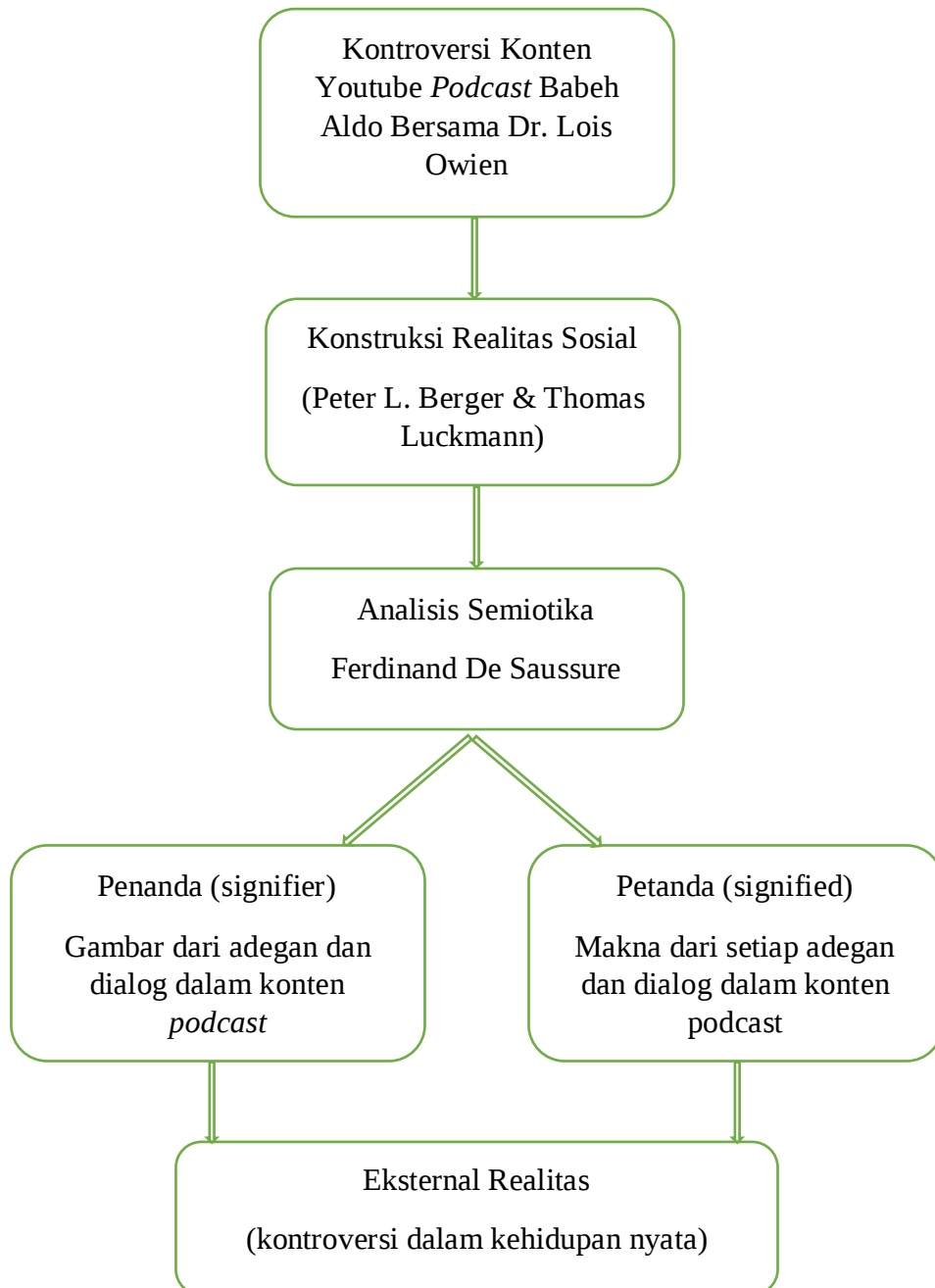
Penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika Ferdinand De Saussure. Teori semiotika Saussure berfokus akan kajian mengenai bahasa yang terdiri dari *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda). Saussure lebih memperhatikan cara tanda berkaitan dengan tanda lain, bukan cara tanda berkaitan dengan objeknya. Baginya, tanda ialah objek fisik sebuah makna.

Tanda ialah satu kesatuan dari adanya suatu penanda (*signifier*) yang digabungkan bersama sebuah ide (*signified* atau petanda). Dengan sebutan lain, penanda ialah “bunyi yang memiliki makna” atau “coretan yang

memiliki makna”. Dengan begitu, penanda merupakan aspek material sebuah bahasa: apa yang didengar dan apa yang ditulis atau dibaca. Petanda ialah gambaran mental, pikiran, ataupun konsep. Dengan begitu, petanda merupakan aspek mental dari bahasa. Yang harus selalu diperhatikan yaitu bahwa di dalam bahasa yang sifatnya konkret, keduanya tidak akan dapat dipisahkan. Tanda bahasa akan selalu memiliki dua segi yaitu *signifier* penanda atau *signified* petanda. Suatu unsur jika tidak ada unsur yang lain maka tidak akan mempunyai arti apapun seperti halnya penanda dan petanda, karena itu bukan mencirikan sebuah tanda. Berbanding terbalik dengan petanda yang tidak mungkin ditangkap atau disampaikan dari penanda, karena petanda atau sesuatu yang ditandakan termasuk tanda sendiri dan yang demikian menjadi suatu faktor linguistik.

Prinsip dari teori Saussure disini menjelaskan jika bahasa adalah sebuah sistem tanda. Tanda ialah satu kesatuan dari adanya suatu penanda (*signifier*) yang digabungkan bersama sebuah ide (*signified* atau petanda). Tanda ialah segala sesuatu yang dihasilkan oleh asosiasi penanda dan petanda. Hubungan di antara keduanya disebut signifikasi. Saat bahasa berusaha mengartikan sebuah realitas, misalnya memberitahukan ada bahaya, maka secara otomatis penanda akan disertai petanda agar makna dari bahasa dapat tersampaikan. Pemikiran Saussure, meyakini jika ikatan antara penanda serta petanda tidak tercipta secara alamiah, yakni bersifat arbiter. Saussure menekankan pada penandaan di dalam tataran yang bersifat denotatif.

Penelitian ini, menggunakan model analisis semiotika Ferdinand De Saussure yang didukung dengan penggunaan teori konstruksi realitas sosial karya Peter L. Berger dan Thomas Luckman. Menurut Ferdinand de Saussure yang dikutip oleh Sobur di dalam bukunya *Semiotika Komunikasi* menjelaskan bahwa semiotika atau semiologi adalah ilmu yang mengkaji kehidupan tanda-tanda di tengah masyarakat (2009: 12). Realitas eksternal dihasilkan dari adanya penanda dan petanda. Realitas eksternal merupakan segala bentuk dari realitas pada diri maupun luar diri seseorang. Realitas ini merupakan segala fakta yang ada di dalam kehidupan kita. Sehingga dapat dibuat bagan kerangka pemikiran guna mempermudah penelitian ini yakni sebagai berikut.

Gambar 2.2**Bagan kerangka pemikiran**

Sumber: Modifikasi peneliti 2021

Dari bagan tersebut, peneliti akan menggunakan teori konstruksi realitas sosial milik Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dalam menjelaskan hasil penelitian mengenai konten *podcast* youtube ini. Teori Konstruksi Realitas Sosial memaparkan jika suatu proses pemaknaan oleh individu terhadap lingkungan serta aspek diluar dirinya yang terdiri dari eksternalisasi, internalisasi serta objektivasi. Kemudian setelah itu peneliti akan mengolah data tersebut menggunakan analisis semiotika model Ferdinand de Saussure. Analisis model Saussure ini akan mengklasifikasikan penanda (gambar maupun dialog) dan petanda (makna yang terkandung di dalam gambar maupun dialog) yang ada pada konten podcast Babeh Aldo Bersama Dr. Lois Owien.

