## BAB II

**KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

## Kajian literature

## Review Penelitian Sejenis

Pada setiap penelitian tentunya memiliki penelitian terdahulu. Bagian ini dilakukan sebagai pembanding antara peneliti dengan peneliti sejenis yang sebelumnya dan sebagai referensi untuk lebih baik ke depannya. Di sini peneliti menggunakan tiga peneliti sejenis, sebagai berikut:

## Tabel 1.1

**Table Penelitian Terdahulu**

|  |  |
| --- | --- |
| **No** | **1** |
| Judul Penelitian | Analisis Semiotik Terhadap Iklan Susu Bendera EdisiRamadhan 1430 H di Televisi |
| Nama Penelitian | Siti Sopianah mahasiswa jurusan komunikasi penyiaran islam fakultas ilmu dakwah dan ilmu komunikasi UNIVERSITAS ISLAM NEGERISYARIF HIDATULLAH JAKARTA |

8

9

|  |  |
| --- | --- |
| Metode | Metode penelitian kualitatif dengan model semiotik |
| Hasil | Peneliti menemukan perbedaan yang menonjol dalam iklan susu kental manis bendera edisi Ramadhan yang bertemakan saling mengaitkan saat Ramadhan yang ditayangkan pada bulan suci Ramadhan tahun 2009. |
| Perbedaan | Penggunaan model yang berbeda. |
| Persamaan | Menggunakan metode deskriptif kualitatif |
| **No** | **2** |
| Judul Penelitian | Analisis Semiotika Film *A Mighty Heart* |
| Nama Penelitian | Rizky Akmalsyah jurusan komunikasi penyiaran islam fakultas ilmu dakwah dan ilmu komunikasi UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDATULLAH JAKARTA |
| Metode | Kualitatif |
| Hasil | Film *A Mighty Heart* hadir sebagai simbol ketabahan orang-orang yang ditinggal pergi oleh mereka *(journalist).* |
| Perbedaan | Penggunaan teori yang berbeda. |

|  |  |
| --- | --- |
| Persamaan | Menggunakan metode kualitatif. |
| **No** | **3** |
| Judul Penelitian | Analisis Semiotika Pesan Moral Islami dalam FilmKurang Garam |
| Nama Penelitian | Sofi Norlaila mahasiswa Ilmu Komunikasi UniversitasISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA |
| Metode | Penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakanmetode analisis semiotic |
| Hasil | *Interpretant* dalam film Kurang Garam ini merupakan penafsiran peneliti yang dihasilkan dari*representamen*. |
| Perbedaan | Penggunaan model yang digunakan tidakmenggunakan teori. |
| Persamaan | Penggunaan teori yang sama kualitatif. |

## Kerangka Konseptual

## Definisi Komunikasi

Komunikasi atau dalam bahasa Inggris communication berasal dari kata Latin communication, dan bersumber dari kata comunis yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna. Hal yang senada diungkapkan oleh Hafied Cangara, komunikasi berpangkal pada perkataan Latin communis yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih.

Secara terminologi, para ahli komunikasi memberikan pengertian komunikasi menurut sudut pandang dan pendapat mereka masing-masing diantaranya: Danil Vardiasnyah mengungkapkan beberapa definisi komunikasi secara istilah yang dikemukakan para ahli:

* + - * 1. Jenis dan Kelly menyebutkan “Komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lainnya (khalayak)”.
				2. Berelson & Stainer “Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka, dan lain-lain”
				3. Gode “Komunikasi adalah suatu proses yang membuat sesuatu dari yang semula yang dimiliki oleh seseorang (monopoli seseorang) menjadi dimiliki dua orang atau lebih”
				4. Brandlun “Komunikasi timbul didorong oleh kebutuhan-kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego”
				5. Resuch “Komunikasi adalah suatu proses yang menghubungkan satu bagian dengan bagian lainnya dalam kehidupan”
				6. Weaver “Komunikasi adalah seluruh prosedur melalui mana pikiran seseorang dapat mempengaruhi pikiran orang lainnya”

Selain itu Deddy Mulyana juga memberikan beberapa definisi komunikasi secara istilah yang dikemukakan beberapa pendapat para ahli antara lain:

1. Theodore M.Newcomb, “Komunikasi merupakan setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi, terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima.”
2. Carl.I.Hovland, “Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang komunikator menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah prilaku orang lain komunikate.”
3. Gerald R.Miller, “Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan suatu penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima.”
4. Everett M.Rogers, “Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk merubah tingkah laku mereka.”
5. Raymond S.Ross, “Komunikasi internasional adalah 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.”
6. Mary B. Cassata dan Molefi K. Asante, “Komunikasi adalah transmisi informasi dengan tujuan mempengaruhi khalayak”
7. 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.

Alo Liliweri dalam bukunya Dasar-dasar Komunikasi Antar Budaya mengutip pendapat Walstrom dari berbagai sumber menyebutkan beberapa definisi komunikasi, yakni:

1. Komunikasi antar manusia sering diartikan dengan pernyataan diri yang paling efektif.
2. Komunikasi merupakan pertukaran pesan-pesan secara tertulis dan lisan melalui percakapan, atau bahkan melalui penggambaran yang imajiner.
3. Komunikasi merupakan pembagian informasi atau pemberian hiburan melalui kata-kata secara lisan atau tertulis dengan metode lainnya.
4. Komunikasi merupakan pengalihan informasi dari seorang kepada orang lain.
5. Pertukaran makna antara individu dengan menggunakan sistem simbol yang sama.
6. Komunikasi adalah proses pengalihan pesan yang dilakukan seorang melalui suatu saluran tertentu kepada orang lain dengan efek tertentu.
7. Komunikasi adalah proses pembagian informasi, gagasan atau perasaan yang tidak saja dilakukan secara lisan dan tertulis melainkan melalui bahasa tubuh, atau gaya atau tampilan pribadi, atau hal lain di se-kelilingnya yang memperjelas makna.

Sebuah definisi yang dibuat oleh kelompok sarjana komunikasi yang mengkhususkan diri pada studi komunikasi antarmanusia (human communication) bahwa:

komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang- orang mengatur lingkungannya dengan (1) membangun hubungan antarsesama manusia (2) melalui pertukaran informasi (3) untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain serta (4) berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu.

Sedemikian beragam definisi komunikasi hingga pada tahun 1976 Dance dan Larson berhasil mengumpulkan 126 definisi komunikasi yang berlainan. Melihat berbagai komunikasi yang telah diberikan para ahli sangatlah beragam tergantung atas pendekatan yang digunakan dalam menelaah pengertian komunikasi itu sendiri. Saefullah menyatakan pada dasarnya secara terminologis para ahli berusaha

mendefinisikan komunikasi dari berbagai perspektif, mulai dari perspektif filsafat, sosiologi, dan psikologi. Walaupun demikian dari berbagai definisi yang diungkapkan para ahli diatas maka secara umum komunikasi dapat diartikan sebagai suatu penyampaian pesan baik verbal maupun nonverbal yang mengandung arti atau makna tertentu atau lebih jelasnya dapat dikatakan penyampaian informasi atau gagasan dari seseorang kepada orang lain baik itu berupa pikiran dan perasaan- perasaan melalui sarana atau saluran tertentu.

## Model Komunikasi

* + - * 1. Model Transmisi

Salah satu model awal komunikasi dikemukakan oleh Claude Shannon dan Warren Weaver pada tahun 1949 dalam buku The Mathematical Theory of Communication. Model yang sering disebut model matematis atau model teori informasi iu mungkin adalah model yang pengaruhnya paling kuat atas model dan teori komunikasi lainnya. Shannon adalah seorang insinyur pada Bell Telephone dan ia berkepentingan dengan penyampaian pesan yang cermat melalui telepon. Weaver mengembangkan konsep Shannon untuk menerapkannya pada semua bentuk komunikasi.

Model Shannon dan Weaver ini menyoroti problem penyampaian pesan berdasarkan tingkat kecermatan nya. Model itu melukiskan suatu sumber yang menjadi atau menciptakan pesan dan penyampaiannya melalui suatu saluran

kepada seorang penerima yang menjadi balik atau menciptakan-ulang pesan tersebut. Dengan kata lain model Shannon dan Weaver mengasumsikan bahwa sumber informasi menghasilkan pesan untuk di komunikasikan dari seperangkat pesan yang dimungkinkan.

Pemancar (transmitter) mengubah pesan menjadi sinyal yang sesuai dengan saluran yang digunakan. Saluran (channel) adalah medium yang mengirimkan sinyal tanda dari transmitter ke penerima (receiver). Dalam percakapan sumber informasi ini adalah otak, transmitter adalah mekanisme suara yang menghasilkan sinyal kata- kata terucapkan, yang di transmisikan lewat udara sebagai saluran. Penerima (receiver), yakni mekanisme pendengaran, melakukan persisi sebaliknya yang dilakukan transmitter dengan merekontruksi pesan dari sinyal. Sasaran (destination) adalah otak orang yang menjadi tujuan pesan utama itu.

* + - * 1. Model Transaksional

Wilbur Schramm membuat serangkaian model komunikasi, dimulai dengan model komunikasi manusia yang sederhana 1954, lalu model yang lebih rumit yang memperhitungkan pengalaman dua individu yang mencoba berkomunikasi, hingga ke model komunikasi yang dianggap dua individu. Menurut Wilbur Schramm, komunikasi senantiasa membutuhkan setidaknya tiga unsur sumber (source), pesan (message), dan sasaran (destination). Sumber boleh jadi seorang individu berbicara, menulis, menggambar, memberi isyarat atau suatu organisasi komunikasi seperti

sebuah surat kabar, penerbit, stasiun televisi, gelombang suara di udara, implus dalam arus listrik, lambaian tangan, bendera, atau setiap tanda yang dapat ditafsirkan.

Wilbur Schramm berpendapat, meskipun dalam komunikasi lewat radio atau telepon enkoder dapat berupa mikrofon dan dekoder adalah earphone, dalam komunikasi manusia, sumber adalah satu orang, sedangkan dekoder dan sasaran adalah seorang lainnya, dan sinyal nya adalah bahasa. Untuk menuntaskan suatu tindakan komunikasi (communication act), suatu pesan harus di sandi dengan balik.

* + - * 1. Model Interaksional

Model interaksional merujuk pada model komunikasi yang dikembangkan oleh para ilmuwan sosial yang menggunakan perspektif interaksi simbolik, dengan tokoh utamanya George Herbert Mead yang salah serang muridnya adalah Herbert Blumer. Perspektif interaksi simbolik lebih dikenal dalam sosiologi, meskipun pengaruhnya juga menembus disiplin lain seperti psikologi, ilmu komunikasi, dan bahkan antropologi.

Model interaksional sebenarnya sangat sulit untuk digambarkan dalam model diagramatik, karena karakternya yang kualitatif, non sistemik, dan non linier. Model verbal lebih sesuai digunakan untuk melukiskan model ini. Model transaksional tidak mengklasifikasikan fenomena komunikasi menjadi beberapa unsur atau fase yang dijelaskan dalam model-model komunikasi linier atau

mekanistik. komunikasi digambarkan sebagai pembentukan makna penafsiran atas pesan atau perilaku orang lain oleh para peserta komunikasi (komunikator). Beberapa konsep penting yang digunakan adalah diri (self), diri yang lain (other), simbol, makna, penafsiran dan tindakan.

Menurut model interaksi simbolik, orang-orang sebagai peserta komunikasi bersifat aktif, reflektif dan kreatif, menafsirkan, menampilkan perilaku yang sulit dan rumit diramalkan. Paham ini menolak gagasan bahwa individu adalah organisme pasif seperti dalam model stimusrespon atau model-model komunikasi linier yang berorientasi efek, yang perilakunya ditentukan oleh kekuatan-kekuatan atau struktur di luar dirinya.

## Unsur Komunikasi

Agar sebuah proses komunikasi menjadi efektif, diperlukannya unsur-unsur yang paling mendasar sebagai persyaratan terjadinya komunikasi. Terdapat tiga unsur yang paling mutlak yang harus dipenuhi dalam proses komunikasi, yaitu Nurjaman dan Umam, 2012.

* + - * 1. Komunikator orang yang menyatakan pesan kepada komunikan yang dapat berupa perseorangan atau kelompok.
				2. Komunikan orang yang menerima pesan dari komunikator.
				3. Saluran atau media jalan yang dilalui oleh isi pernyataan komunikator kepada komunikan yang digunakan oleh pengirim pesan.

Nurjaman dan Uman berpendapat bahwa setiap unsur tersebut memiliki hubungan yang sangat erat dan saling ketergantungan satu dan lainnya yang dapat menentukan keberhasilan dari sebuah komunikasi. Selain ketiga unsur tersebut, terdapat enam unsur-unsur komunikasi lainnya selain yang telah disebutkan Nurjaman dan Uman. Dalam totalnya, terdapat sembilan unsur yang menjadi faktor-faktor kunci, yaitu: (Effendy, 2011:18)

1. Sender: atau disebut komunikator adalah unsur yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
2. Encoding: atau disebut dengan penyandian adalah sebuah proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang.
3. Message: atau disebut pesan adalah seperangkat lambang yang mempunyai makna yang disampaikan oleh komunikator.
4. Media: adalah sebuah saluran komunikasi tempat berjalannya pesan dari komunikator kepada komunikan.
5. Decoding: adalah proses saat komunikator menyampaikan makna pada lambang yang ditetapkan komunikan.
6. Receiver: ialah komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
7. Response: merupakan sebuah tanggapan atau reaksi dari komunikan setelah menerima pesan.
8. Feedback: merupakan sebuah umpan balik yang diterima komunikator dari komunikan.
9. Noise: adalah gangguan yang tidak direncanakan namun terjadi selama proses komunikasi dan menyebabkan komunikan menerima pesan yang berbeda dari komunikator.

## Tujuan Komunikasi

Dalam berkomunikasi, komunikator pasti memiliki suatu tujuan tertentu.

Tujuan dari komunikasi dibagi menjadi empat yaitu: (Effendy, 2003:55)

* + - * 1. Mengubah sikap (to change the attitude)
				2. Mengubah opini/pendapat (to change the opinion)
				3. Mengubah perilaku (to change the behavior)
				4. Mengubah masyarakat (to change the society)

## Fungsi Komunikasi

Selain tujuan, komunikasi memiliki fungsi tersendiri. Sebuah kelompok atau organisasi, komunikasi memiliki empat fungsi utama, yaitu: (Robbins & Judge, 2011:5)

1. Kontrol

Fungsi ini menjelaskan bahwa untuk mengontrol perilaku anggota dalam suatu organisasi diperlukan cara-cara dalam bertindak. Organisasi memiliki hierarki otoritas dan garis panduan formal yang patut ditaati oleh karyawan. Contohnya adalah ketika seorang karyawan diwajibkan untuk mengomunikasikan segala keluhan yang

keterkaitan dengan pekerjaan kepada atasan langsung mereka atau saat karyawan diminta untuk mematuhi segala kebijakan yang telah dibuat oleh perusahaan.

1. Motivasi

Komunikasi menjaga motivasi dilakukan dengan cara menjelaskan kepada anggota mengenai apa yang harus dilakukan, seberapa baik pekerjaan mereka dan apa yang haru dilakukan untuk memperbaiki kinerja sekitarnya yang dinilai kurang baik.

1. Ekspresi emosional

Fungsi komunikasi ini adalah sebagai jalan keluar dari perasaan-perasaan anggotanya dalam memenuhi kebutuhan sosial. Sebagai contoh bagi banyak karyawan, kelompok kerja mereka adalah sumber utama interaksi sosial yang merupakan sebuah mekanisme fundamental dimana melalui anggotanya mereka menunjukkan rasa emosional dan rasa puas mereka.

1. Informasi

Komunikasi mempunyai peran sebagai pemberi informasi yang dibutuhkan baik oleh individu maupun kelompok yang digunakan untuk mengambil keputusan dengan cara menyampaikan data untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi pilihan-pilihan yang ada.

## Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses dimana organisasi media membuat dan menyebarkan pesan kepada khalayak melalui sejumlah media massa seperti koran, majalah, radio, TV, dan media online (internet) dengan sajian berbagai peristiwa yang memiliki nilai berita ringan sampai berita tinggi, mencerminkan proses komunikasi massa yang selalu menerpa kehidupan manusia.

## Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah pesan yang di komunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (mass communication is massage communicated through a mass medium a to large number of people). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak banyak, seperti rapat akbar di lapangan luas yang dihadiri oleh banyak orang, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa.

Definisi Komunikasi massa yang lebih perinci di kemukakan oleh George Gerbner. Menurut Gerbner (1967) Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of massages in industrial societies. Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang berkelanjutan serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. Dari definisi diatas bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan- pesan komunikasi.

Produk tersebut disebarkan, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, atau bulanan. Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri.

## Ciri-ciri Komunikasi Massa

Ciri komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik media audio visual dan media cetak. Komunikasi massa selalu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks. Apabila pesan itu disampaikan melalui media pertelevisian maka prosesnya komunikator melakukan suatu penyampaian pesan melalui teknologi audio visual secara verbal maupun non-verbal dan nyata. Adapun beberapa ciri - ciri komunikasi massa sebagai berikut:

1. Pesan Bersifat Umum

Komunikasi massa bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karena itu komunikasi massa bersifat untuk umum. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa, atau, opini. Namun tidak semua fakta dan peristiwa yang terjadi disekeliling kita dapat dimuat di media massa. Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk hal apapun harus memenuhi kriteria penting atau kriteria yang menarik.

1. Komunikannya Anonim dan Hetrogen

Pada komunikasi antar personal, komunikator akan mengenal komunikannya dan mengetahui identitasnya. Sedangkan dalam komunikasi massa komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka secara langsung. Di samping anonim, komunikan komunikasi massa adalah hetrogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokkan berdasarkan faktor usia, faktor jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama dan, tingkat ekonomi.

1. Media Massa Menimbulkan Keserempakan

Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya, adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas. bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama. Effendy (1981) mengartikan keserempakan media massa itu sebagai keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.

1. Komunikasi Lebih Mengutamakan Isi Dari Pada Hubungan

Salah satu prinsip komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan (Mulyana, 2000:99). Dimensi isi menunjukkan muatan atau isi komunikasi. Yaitu apa yang dikatakan dan apa yang dilakukan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan

bagaimana cara mengatakannya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu. Sementara Rakhmat (2003) menyebutnya sebagai proporsi unsur isi dan unsur hubungan.

1. Komunikasi Massa yang Bersifat Satu Arah

Selain ada ciri yang merupakan keunggulan komunikasi massa, ada juga ciri komunikasi massa yang merupakan kelemahannya. Karena komunikasinya melalui media massa, yang bersifat satu arah, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak secara langsung.

1. Stimulasi Alat Indra Yang Terbatas

Ciri komunikasi massa lainnya yang dapat dianggap salah satu kelemahannya, adalah stimulasi alat indra yang terbatas. Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah pembaca hanya melihat, pada radio siaran dan rekaman auditif audience hanya mendengar, sedangkan pada media TV dan film audience menggunakan indra penglihatan dan pendengar.

1. Umpan Balik Tertunda (Delayed) dan Tidak Langsung (Indirect).

Dalam dunia komunikasi komponen umpan balik atau yang lebih populer disebut dengan feedback merupakan faktor penting dalam proses komunikasi. Begitu pula dengan komunikasi massa, efektivitas komunikasi seringkali dibutuhkan guna mendapatkan feedback yang disampaikan oleh komunikannya.

Umpan balik sebagai respons mempunyai cakupan yang tidak terbatas artinya, komunikator komunikasi massa tidak dapat dengan segera mengetahui reaksi khalayak terhadap pesan yang di sampikannya. Tanggapan khalayak (audience) bisa diterima lewat telepon, e-mail, Twitter, dan Facebook. Dengan demikian proses penyampaian feedback dalam media massa menggambarkan feedback komunikasi massa bersifat indirect.

Sedangkan waktu yang dibutuhkan untuk menggunakan telepon, e-mail, facebook, twitter. menunjukkan bahwa feedback dalam komunikasi massa bersifat tertunda (Delayed).

## Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah salah satu aktivitas sosial yang berfungsi di masyarakat. Robert K. Merton mengemukakan bahwa fungsi aktivitas sosial memiliki dua aspek, yaitu:

1. Fungsi nyata (manifest function), adalah fungsi nyata yang diinginkan.
2. Fungsi tidak nyata atau tersembunyi (latent function), yaitu fungsi tidak diinginkan. Sehingga pada dasarnya setiap fungsi sosial dalam masyarakat itu memiliki efek fungsional dan dis fungsional. Selain manifest function dan latent function, setiap aktivitas sosial juga berfungsi melahirkan (beiring function) fungsi-fungsi sosial lain, bahwa manusia memiliki kemampuan beradaptasi

yang sangat sempurna. Sehingga setiap fungsi sosial yang dianggap membahayakan dirinya, maka ia akan mengubah fungsi-fungsi sosial yang ada.

## Proses Komunikasi Massa

Proses merupakan suatu peristiwa yang berlangsung secara kontinyu. Dalam operasionalnya proses memerlukan berbagai komponen elemen penunjang. Demikian pula dengan komunikasi yang pada hakikatnya merupakan suatu proses penyampaian pesan. Scrhramm mengatakan untuk berlangsungnya suatu kegiatan komunikasi, minimal diperlukan tiga komponen yaitu, source, massage, destination (komunikator, pesan, dan komunikan). Sedangkan menurut Everett M. Rogers dalam kegiatan komunikasi ada empat elemen yang harus diperhatikan yaitu, source, massage, channel, dan receiver.

## Media Online

Perkembangan Internet yang kini mulai menjadi bagian primer dalam kehidupan manusia sudah tidak dapat dipisahkan lagi dalam kegiatan sehari-hari. Media online sangat erat kaitannya dengan internet, karena internet merupakan induk utama dari tersebarnya informasi-informasi berbasis online ini.

Denis McQuail dalam Mass Communication Theory mendefinisikan internet sebagai berikut:

Internet merupakan sebuah media dengan segala karakteristiknya. Internet memiliki teknologi, cara penggunaan, lingkup layanan, isi dan image tersendiri.

Internet tidak dimiliki, dikendalikan, atau dikelola oleh sebuah badan tunggal tetapi merupakan sebuah jaringan komputer yang terhubung secara internasional dan beroperasi berdasarkan protokol yang disepakati bersama. Sejumlah organisasi khususnya provider dan badan telekomunikasi berperan dalam operasi internet. Jurnalistik sangat erat kaitannya dengan istilah jurnalisme, jurnalisme sendiri berarti bidang disiplin dalam mengumpulkan, melaporkan, dan menganalisis data fakta atau informasi yang mengenai kejadian aktual kemudian melaporkannya ke khalayak. Orang yang mempraktekkan kegiatan jurnalistik disebut jurnalis atau wartawan. Online merupakan istilah bahasa dalam internet yang artinya sebuah informasi yang dapat diakses dimana saja selama ada jaringan internet. Oleh sebab itu jurnalisme online adalah perubahan baru dalam ilmu jurnalistik. Laporan jurnalistik dengan menggunakan teknologi internet maka disebut dengan media online yang menyajikan informasi cepat dan mudah diakses dimana saja, kapan saja.

Media online merupakan media yang menggunakan internet, sepintas lalu orang akan menilai media online merupakan media elektronik, tetapi para pakar memisahkannya dalam kelompok tersendiri. Alasannya, media online menggunakan gabungan proses media cetak dengan menulis informasi yang disalurkan melalui sarana elektronik, tetapi juga berhubugan dengan komunukasi personal yang terkesan perorangan.

Media online adalah media massa yang dapat kita temukan di internet. Sebagai media massa, media online juga menggunakan kaidah-kaidah jurnalistik dalam sistem

kerja mereka. Internet sebagai media online ialah sebagai media baru, internet memiliki beberapa karakteristik, seperti media yang berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, potensi interaktif, berfungsi secara privasi dan publik, memiliki aturan yang rendah, dan berhubungan. Internet juga menciptakan pintu gerbang baru bagi organisasi yang dapat di akses secara global dari berbagai penjuru dunia.

Karakteristik interaktif dari internet dapat menjadi sarana yang efektif untuk membangun dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan jika web digunakan dengan benar.

## Tabel 2.1.

***Plus* dan *minus* media online**

|  |  |
| --- | --- |
| *Plus* Media *Online* | *Minus* Media *Online* |
| Media *online* memiliki kelebihan tersendiri, informasinya lebih “personal” yang dapat di akses oleh siapa saja, kapan saja, dan dimana saja. Tentu dengan syarat; ada sarannya, berupa seperangkat komputer dan jaringan *internet.* Kelebihan lain, informasi yang di sebarkan dapat di- *update* setiap saat, bila perlu setiap detik. Lebih dari itu, media *online* juga melengkapi fasilitas pencarian berita dan persiapan berita yang dapat diaksesdengan mudah. | Kelemahan media *online* terletak pada peralatan dan kemampuannya penggunanya. Media *online* harus menggunakan perangkat komputer dan jaringan internet yang hingga saat ini biayanya cukup mahal di negeri kita. Saat ini, belum seluruh wilayah di Indonesia memiliki jaringan *internet,* di samping di perlukan keahlian khusus guna memanfaatkannya, dan mungkin juga belum banyak orang menguasainya. |

## Definisi Youtube

Youtube.com, merupakan salah satu situs website yang menggunakan internet untuk menjalankan fitur nya, dimana dengan Youtube, seorang pengguna dapat mem posting atau menampilkan video maupun animasi agar dapat dilihat dan dinikmati orang banyak. Banyaknya pengguna Youtube, sangat menguntungkan sebuah promosi dengan menggunakan media tersebut. Namun banyaknya pengguna Youtube, tentunya akan menimbulkan sebuah persaingan yang ketat, khususnya dalam hal melakukan kegiatan promosi. Di sinilah diperlukan sebuah media yang dapat menampilkan sebuah keunikan di dalam proses promosi.

Youtube adalah video online dan yang utama dari kegunaan situs ini ialah sebagai media untuk mencari, melihat dan berbagi video yang asli ke dan dari segala penjuru dunia melalui suatu web. Kehadiran Youtube membawa pengaruh luar biasa kepada masyarakat, khususnya masyarakat yang memiliki gairah di bidang pembuatan video, mulai dari film pendek, dokumenter, hingga video blog, tetapi tidak memiliki lahan “untuk mempublikasikan karyanya”. Youtube mudah dipergunakan, tidak memerlukan biaya tinggi, dan dapat diakses dimanapun, tentunya dengan gadget yang kompatibel. Hal itu membuat pembuat video amatir dapat dengan bebas mengunggah konten-konten video mereka untuk dipublikasikan. Jika video mereka mendapat sambutan baik, jumlah viewers akan bertambah. Viewers banyak akan mengundang pengiklan untuk memasang iklan dalam video-video mereka selanjutnya. Senada

dengan televisi, konten program televisi yang disukai masyarakat, dalam hal ini ratingnya tinggi, akan menarik pengiklan secara otomatis.

Diluncurkan pada bulan Mei 2005, Youtube telah memudahkan miliaran orang untuk menemukan, menonton, dan membagikan beragam video. Youtube menyediakan forum bagi orang-orang untuk saling berhubungan, memberikan informasi, dan menginspirasi orang lain di seluruh dunia, serta bertindak sebagai platform distribusi bagi pembuat konten asli dan pengiklan, baik yang besar maupun kecil. Youtube merupakan salah satu perusahaan milik Google. Youtube diciptakan oleh tiga orang mantan karyawan PayPal (website online komersial), ChadHurley, Steve Chen, dan Jawed Karim pada Februari 2005. Sejak awal diluncurkan, Youtube langsung mendapat sambutan baik di masyarakat. (Budiargo, 2015; 47). Adapun kelebihan YouTube sebagai media bisnis, diantaranya:

1. Informatif, karena YouTube dapat memberikan informasi terkait perkembangan ilmu dan teknologi.
2. Informatif karena, YouTube dapat memberikan
3. Cost Effective karena YouTube dapat diakses secara gratis.
4. Potensial karena situs ini sangat populer.
5. Praktis dan lengkap, karena YouTube dapat digunakan dengan mudah oleh semua kalangan dan juga terdapat fasilitas editing video.
6. Sharelable, karena link YouTube dapat dibagi di berbagai situs lainnya.

Dengan kelebihan dan kepopuleran YouTube tersebut banyak orang ingin menjadi YouTuber untuk memperoleh ketenaran bahkan menjadikannya sebagai lahan bisnis untuk menghasilkan uang. Seperti beberapa Youtuber Indonesia berikut yang dapat menghasilkan uang ratusan juta rupiah setiap bulannya, yaitu Ria Ricis, Atta Halilintar, Baim Wong, Raffi Ahmad dan masih lagi.

## Definisi Podcast

Tahun 2004 tercatat sebagai awal kemunculan istilah podcast. Ben Hammersley menyebutkan kata “podcasting” di dalam artikelnya di guardian.com yang membahas audio blogs dan radio online. Selama hampir tujuh bulan, istilah “podcasting” seolah tenggelam sampai akhirnya beberapa orang menggunakannya sebagai nama pada saat mendaftar domain seperti yang dilakukan Dannie Gregoire yang mendaftarkan domain podcaster.net.

Catatan lain menyebutkan, podcast audio telah berkembang sejak tahun 2005, saat Apple menambahkan materi podcast pada iTunes dengan tema-tema terbatas. Seiring waktu, materi podcast semakin berkembang dan beragam. Kemasannya dapat berupa sandiwara/drama, dialog/talk show, monolog dan feature/documenter. Rentang topiknya sangat luas, mulai dari sejarah, ilmu pengetahuan, politik, ekonomi, filsafat dan masih banyak lagi. Bahkan menurut waktu, beberapa program podcast dapat menyamai popularitas serial drama televise. Awalnya istilah podcast cenderung identik dengan materi berformat audio. Seperti yang tertera di dalam kamus Oxford: “a digital audio file made available on the Internet for downloading to a computer or portable

media player, typically available as series, new instalments of which can be received by subscribers automatically.”

Belakangan, podcast juga mengacu pada materi dalam bentuk video. Sehingga pengertian podcast dapat mengacu pada podcast audio atau podcast video. Apple sendiri membuat batasan podcast sebagai siaran audio dan video yang tersedia di internet untuk diputarkan pada perangkat portable atau komputer, seperti iPad, iPod, atau Mac. Singkat cerita, istilah podcast diartikan sebagai materi audio atau video yang tersedia di internet yang dapat secara otomatis dipindahkan ke komputer atau media pemutar portable baik secara gratis maupun berlangganan.

## Karakteristik Podcast

Karakteristik podcast dapat berupa:

Produksi satu kali.

Produksi serial dimana “episode” baru diproduksi setiap hari, mingguan, atau bulanan.

Diunduh secara otomatis saat konten baru di unggah oleh “podcaster”.

Bisa mendengarkan kapan saja dan dimana saja.

## Jenis – Jenis Podcast

Podcast pada umumnya, yakni berupa audio. Dibuat menggunakan perekam suara dan formatnya berupa mp3.

Podcast yang sudah disempurnakan, yakni menggunakan audio dengan tambahan slide dan gambar. Biasanya dilakukan untuk presentasi dengan narasi dan BAB. Format yang digunakan pun berupa mp4a atau mp4b, tetapi bisa juga menjadi file mov dan bahkan PDF.

Podcast, atau video podcast. Dibuat dengan kamera recorder dan video digital serta formatnya berupa mp4 atau mov.

## Kerangka Teoritis

## Semiotika Ferdinand De Saussure

Teori semiotika ini dikemukakan oleh Ferdinand De Saussure (1857-1913). Dalam teori ini semiotik dibagi menjadi dua bagian dikotomi yaitu penanda (signifier) dan petanda (signified). Penanda dilihat sebagai bentuk atau wujud fisik dapat dikenal melalui wujud karya arsitektur, sedang petanda dilihat sebagai makna yang terungkap melalui konsep, fungsi dan nilai-nilai yang terkandung di dalam karya arsitektur. Eksistensi semiotika Saussure adalah relasi antara penanda dan petanda berdasarkan konvensi, biasa disebut dengan signifikasi. Semiotika signifikasi adalah sistem tanda yang mempelajari relasi elemen tanda dalam sebuah system berdasarkan aturan atau konvensi tertentu. Kesepakatan sosial diperlukan untuk dapat memaknai tanda tersebut. Menurut Saussure, tanda terdiri dari: bunyi-bunyian dan gambar, disebut signifier atau penanda, dan konsep-konsep dari bunyi-bunyian dan gambar disebut signified.

Dalam berkomunikasi seseorang menggunakan tanda untuk mengirim makna tentang objek dan orang lain akan menginterpretasikan tanda tersebut. Objek bagi

Saussure disebut “referent”. Hampir serupa dengan Peirce yang mengistilahkan interpretant untuk signified dan objek untuk signifier, bedanya Saussure memaknai “objek” sebagai referent dan menyebutkannya sebagai unsur tambahan dalam proses penandaan.

Saussure mengembangkan bahasa sebagai suatu sistem tanda. Semiotik dikenal sebagai disiplin yang mengkaji tanda, proses menanda dan proses menandai. Bahasa merupakan sebuah jenis tanda tertentu. Dengan demikian dapat dipahami jika ada hubungan antara linguistik dan semiotik. Tanda mempunyai dua entiras, yaitu signifier (significant,wahana,tanda,penanda,yang mengutarakan,simbol) dan signified (signifie,makna,petanda yang diutarakan, thought of reference). Tanda adalah kombinasi dari sebuah konsep dan sebuah sound image yang tidak dapat dipisahkan. Hubungan antara signifier dan signified adalah arbitrary atau mana suka. Tidak ada hubungan logis yang pasti diantara keduanya, yang mana membuat teks atau tanda menjadi menarik dan juga problematik pada saat yang bersamaan.

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

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

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

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

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

Bartens yang dikutip Sobur dalam bukunya Semiotika Komunikasi menjelaskan bahwa:

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

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

1. *Form* (bentuk) dan *content* (isi)

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

1. Bahasa *(Language)* dan Tuturan, Ujaran *(parole)*

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

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

1. Sinkronik *(Syncronic)* dan Diakronik *(diachronic)*

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

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

1. Sintagmatik *(Syntagmatic)* dan Paradigma *(associative)*

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

## Kerangka Pemikiran

Di bawah ini akan dipaparkan bagan kerangka pemikiran dari penelitian yang peneliti lakukan. Hal ini bertujuan untuk memudahkan peneliti maupun pembaca untuk menjabarkan dan memberi batasan objek yang diteliti agar tidak melebar dalam pembahasan dan praktek langsung di lapangan, sebagai berikut:

## Gambar 1.2

**Bagan Kerangka Pemikiran**

**ANALISIS SEMIOTIKA PADA MEDIA DIGITAL *YOUTUBE* BUDI DALTON NGAWANGKONG SUNDA WIWITAN BERSAMA PADEPOKAN DONGENG NUSANTARA**

**Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure**

***Signifiant, langue, synchronic, paradigmatic***

1. Dilihat, bagaimana komponen pembentukan tanda *signifiant* secara audio visual digunakan pada media digital *youtube* Budi Dalton guna membuat makna atau *signifie.*
2. Dilihat, bagaimana penggunaan sistem bahasa *langue* yang dapat di terapkan oleh individu dalam masyarakat secara fakta sosial atau *parole* pada media digital *youtube* Budi Dalton.
3. Dilihat, Bagaimana ciri bahasa yang digunakan *synchronic* serta konsistensi bahasa atau *diachronic* pada media digital *youtube* Budi Dalton?
4. Dilihat, Bagaimana susuan kalimat yang digunakan *paradigmatic* pada media digital *youtube* Budi Dalton.