

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

##### **2.1.1 Review Penelitian Sejenis**

Pada sebuah bentuk penelitian, peneliti harus terlebih dahulu melihat kajian penelitian terdahulu yang sejenis dengan fokus permasalahan yang sedang diteliti. Hal ini menjadi manfaat untuk peneliti karena digunakan sebagai referensi penelitian yang sedang dilakukan. Peneliti telah menemukan beberapa penelitian terdahulu sebagai bahan referensi dan perbandingan dengan penelitian ini.

Penelitian berjudul “Representasi Perempuan Berhijab dalam Iklan Produk Kecantikan di Indonesia” tahun 2017 karya Aisyah Madeleine dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia menganalisis mengenai bagaimana representasi perempuan berhijab dalam iklan produk kecantikan. Kasus iklan yang dipilih adalah iklan Pureline Hijab Fresh, iklan lotion yang diperuntukkan khusus untuk perempuan berhijab di Indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif, dan dikaji melalui analisis semiotika Ferdinand de Saussure terhadap iklan tersebut.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa perempuan berhijab digambarkan sebagai sosok perempuan yang aktif, bebas, dan bersemangat. Meskipun perempuan berhijab digambarkan melakukan kegiatan-kegiatan yang

maskulin, kesan feminine digambarkan melalui latar lokasi, penampilan, aktivitas, dan efek penggunaan produk.

Kedua, penelitian berjudul “Representasi Persahabatan dalam Film Bebas Melalui Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure” tahun 2020 karya Husna Nur Amalina dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret menganalisis untuk mengetahui representasi persahabatan yang ada dalam film Bebas. Penelitian ini berjenis deskriptif kualitatif dengan melakukan dokumentasi pada film Bebas. Sedangkan subjek penelitian yakni adegan-adegan yang merepresentasikan persahabatan. Metode analisis yang digunakan yakni analisis semiotika Ferdinand de Saussure dimana terdapat penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) pada setiap adegan yang merepresentasikan persahabatan.

Hasil penelitian ini membahas bahwa persahabatan dalam film Bebas direpresentasikan dalam lima nilai-nilai persahabatan, yaitu berguna dan kebermanfaatannya (*utility*) dengan memberikan bantuan tanpa pamrih mengharapkan imbalan, penguatan (*affirmation*) dapat membuat sahabatnya berfikir positif dan termotivasi, dukungan emosional (*ego support*) dapat membentuk kepedulian satu sama lain dan dapat menyelesaikan masalah dalam diri, dorongan (*stimulations*) dapat menjadikan pribadi lebih percaya diri dan tidak merasa kesepian, dan yang terakhir keamanan (*security*) dengan memberikan rasa aman apabila berada di dekat sahabat. Secara umum terdapat tanda verbal dan visual pada penanda (*signifier*) yang menampilkan kegiatan-kegiatan persahabatan. Lalu petanda (*signified*) yang terdapat konsep representasi persahabatan dalam film Bebas yang mengajarkan untuk menjalani dan menjalin persahabatan dengan baik.

Ketiga, penelitian berjudul “Analisis Semiotika Meraih Mimpi di Lagu dan Musik Video Merakit Karya Yura Yunita” tahun 2020 karya Nandika Putri Mutia dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Langlangbuana menganalisis dan meneliti tentang makna denotasi, konotasi dan mitos. Penelitian ini menggunakan teori semiotika Roland Barthes. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan pendekatan penelitian studi analisis semiotika. Objek penelitian ini yaitu lirik lagu, dan potongan video yang menjadi pendukung untuk memahami makna lagu Merakit ini. Proses pengumpulan data diperoleh melalui studi dokumentasi, dan studi Pustaka.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menemukan bahwa makna meraih mimpi pada lagu Merakit karya Yura Yunita secara denotasi adalah bersifat motivative untuk tetap bangkit dan tersenyum. Secara konotasi makna yang terkandung pada lagu Merakit Karya Yura Yunita keinginan untuk berusaha dan tidak menyerah untuk menggapai mimpi. Secara mitos yaitu kegagalan dan kekurangan menjadi dasar kesuksesan untuk meraih mimpi.

Untuk membedakan penelitian sejenis dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, akan dipaparkan oleh table review penelitian sejenis berikut ini:

**Tabel 2. 1 Review Penelitian Sejenis**

|                    |  |   |   |
|--------------------|--|---|---|
| <b>Aspek/Judul</b> | Representasi Perempuan Berhijab dalam Iklan Produk | Representasi Persahabatan dalam Film Bebas melalui Analisis | Analisis Semiotika Meraih Mimpi di Lagu dan Musik Video |
|--------------------|--|---|---|

|                      |  |  |   |
|----------------------|--|--|---|
|                      | Kecantikan<br>Indoneisa  | Semiotika<br>Ferdinand de<br>Saussure  | Merakit Karya<br>Yura Yunita  |
| <b>Nama Peneliti</b> | Aisyah<br>Madeleine<br>(Fakultas Ilmu<br>Sosial dan Ilmu<br>Politik<br>Universitas<br>Indonesia)             | Husna Nur<br>Amalina (Fakultas<br>Ilmu Sosial dan<br>Ilmu Politik<br>Universitas<br>Sebelas Maret)                                       | Nandika Putri<br>Mutia (Fakultas<br>Ilmu Sosial dan<br>Ilmu Politik<br>Universitas<br>Langlangbuana)                      |
| <b>Tahun</b>         | 2017   | 2020   | 2020  |
| <b>Teori</b>         | Teori Semiotika<br>Ferdinand de<br>Saussure  | Teori Semiotika<br>Ferdinand de<br>Saussure  | Teori Semiotika<br>Roland Barthes   |
| <b>Metode</b>        | Deskriptif<br>Kualitatif   | Deskriptif<br>Kualitatif   | Kualitatif  |
| <b>Hasil</b>         | Perempuan<br>berhijab<br>digambarkan<br>sebagai sosok<br>perempuan yang<br>aktif, bebas, dan<br>bersemangat. | Persahabatan<br>dalam film Bebas<br>direpresentasikan<br>dalam lima nilai-<br>nilai persahabatan,<br>yaitu berguna dan<br>kebermanfaatan | Makna meraih<br>mimpi pada lagu<br>Merakit karya<br>Yura Yunita<br>secara denotasi<br>adalah bersifat<br>motivative untuk |

|  |   |   |   |
|--|---|---|---|
|  | <p>Meskipun perempuan berhijab digambarkan melakukan kegiatan-kegiatan yang maskulin, kesan feminine digambarkan melalui latar lokasi, penampilan, aktivitas, dan efek penggunaan produk.</p> | <p>(<i>utility</i>) dengan memberikan bantuan tanpa pamrih mengharapkan imbalan, penguatan (<i>affirmation</i>) dapat membuat sahabatnya berfikir positif dan termotivasi, dukungan emosional (<i>ego support</i>) dapat membentuk kepedulian satu sama lain dan dapat menyelesaikan masalah dalam diri, dorongan (<i>stimulations</i>)</p> | <p>tetap bangkit dan tersenyum. Secara konotasi makna yang terkandung pada lagu Merakit Karya Yura Yunita keinginan untuk berusaha dan tidak menyerah untuk menggapai mimpi. Secara mitos yaitu kegagalan dan kekurangan menjadi dasar kesuksesan untuk meraih mimpi.</p> |
|--|---|---|---|

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  | <p>dapat menjadikan pribadi lebih percaya diri dan tidak merasa kesepian, dan yang terakhir keamanan (<i>security</i>) dengan memberikan rasa aman apabila berada di dekat sahabat. Secara umum terdapat tanda verbal dan visual pada penanda (<i>signifier</i>) yang menampilkan kegiatan-kegiatan persahabatan. Lalu petanda (<i>signified</i>) yang terdapat konsep representasi persahabatan</p> |  |
|--|--|--|--|

|                  |  |   |   |
|------------------|--|---|---|
|                  |  | dalam film Bebas yang mengajarkan untuk menjalani dan menjalin persahabatan dengan baik.  |   |
| <b>Persamaan</b> | Persamaan penelitian ini dengan milik peneliti adalah meneliti mengenai bagaimana makna semiotika dalam sebuah video yang terdapat dalam kanal media sosial Youtube. | Persamaan penelitian ini dengan milik peneliti adalah teknik analisis penelitian, yakni menggunakan teori Semiotika model Ferdinand de Saussure untuk menganalisis penanda ( <i>signifier</i> ) dan petanda ( <i>signified</i> ). | Persamaan penelitian ini dengan milik peneliti adalah bagaimana makna semiotika dalam sebuah Video klip musik. Metode penelitian yang digunakan Kualitatif. |
| <b>Perbedaan</b> | Penelitian milik Tika Destiana lebih fokus   | Penelitian milik Husna Nur Amalina lebih  | Penelitian milik Nandika Putri Mutia lebih fokus  |

|  |  |   |   |
|--|--|---|---|
|  | <p>mengenai bagaimana makna denotasi, konotasi dan mitos dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes yang terdapat Film Pendek Tilik di Youtube. Sedangkan peneliti meneliti mengenai makna penanda dan petanda dengan menggunakan teori semiotika Ferdinand de Saussure yang terdapat dalam Video Klip Musik.</p> | <p>fokus mengenai representasi persahabatan atau simbol yang tersurat dan tersirat melalui dialog, pengambilan gambar para pemain Film Bebas. Sedangkan peneliti meneliti mengenai makna pesan dan tanda yang terdapat dalam scene yang terdapat di Video Klip Musik Biar oleh Bilal Indrajaya.</p> | <p>mengenai bagaimana makna denotasi, konotasi dan mitos dengan menggunakan semiotika Roland Barthes terhadap Lirik dan Musik Video Merakit Karya Yura Yunita. Sedangkan peneliti meneliti mengenai makna penanda dan petanda dengan menggunakan teori semiotika Ferdinand de Saussure yang terdapat dalam Video Klip Musik</p> |
|--|--|---|---|

|  |  |  |                                 |
|--|--|--|---------------------------------|
|  |  |  | ‘Biar’ oleh Bilal<br>Indrajaya. |
|--|--|--|---------------------------------|

## 2.2 Kerangka Konseptual

### 2.2.1 Komunikasi

Manusia sebagai makhluk sosial, yang mana pasti membutuhkan alat untuk bersosialisasi maupun berinteraksi, alat yang dimaksud adalah komunikasi. Komunikasi menjadi unsur penting bagi kehidupan manusia. Manusia tidak bisa menghindari komunikasi, apabila manusia tidak melakukan komunikasi dipastikan bahwa kedepannya manusia akan mengalami kesulitan dalam berkehidupan sehari-hari. Komunikasi dapat dilakukan jika terdapat komunikator (penyampai pesan) dan juga komunikan (penerima pesan).

Komunikasi berasal dari bahasa Latin, kata *communicare* yang berarti menjadikan sesuatu milik bersama dan *comunis* yang arti harfiahnya milik bersama. Menurut Mulyana (2001) dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi, komunikasi merupakan proses di mana seseorang maupun sekelompok orang menciptakan serta menggunakan sejumlah informasi agar saling terhubung dengan lingkungan sekitar. Agar komunikasi efektif, baik secara personal ataupun dalam dunia bisnis pada dasarnya harus dilakukan dengan mengerti dahulu orang lain, yaitu mengerti karakter dan maksud/tujuan orang tersebut. (Purba, 2021, h.80).

Inti dari komunikasi terlihat pada proses komunikasinya, yakni aktivitas dalam melayani hubungan antara pengirim pesan serta penerima pesan dapat

melampaui ruang dan waktu. Melampaui ruang berarti kita dapat melakukan komunikasi dengan orang lain meskipun kita berada dalam ruangan berbeda dan melampaui waktu berarti kita dapat melakukan komunikasi meski terdapat perbedaan waktu pada saat berkomunikasi, baik dari sang pengirim pesan ataupun penerima pesan. Melihat hal ini, selain berkomunikasi secara langsung, komunikasi dapat dilakukan melalui berbagai media.

Komunikasi dapat dikatakan berhasil menurut (Scharmm & Robert, 1971) adalah jika pesan yang disampaikan oleh komunikator sesuai dengan kerangka acuan (*frame of reference*), yakni paduan pengalaman dan pemahaman (*collection of experiences dan meanings*) yang pernah diperoleh komunikan. Menurutnya bidang pengalaman (*field of experience*) merupakan factor penting dalam berkomunikasi. Jika pengalaman antara komunikator dengan komunikan memiliki kesamaan maka komunikasi dapat berjalan lancar dan efektif. (Dyatmika, 2021, h.16).

Menurut Wahlstrom (1992) komunikasi adalah proses dimana terjadi pemberian informasi, gagasan dan perasaan yang tidak saja dilakukan secara lisan dan tertulis melainkan melalui bahasa tubuh atau gaya atau tampilan pribadi, atau hal lain di sekelilingnya yang bisa memperjelas sebuah makna (Dyatmika, 2021, h.3). Melalui bahasa tubuh, kita dapat melihat seseorang berbohong atau tidak. Hal ini dikarenakan bahasa tubuh tidak pernah bisa mengelabui orang lain. Dalam berkomunikasi pun, kita sebagai seseorang penyampai pesan ataupun penerima pesan perlu memperhatikan hal lain, seperti bahasa tubuh lawan bicara.

Melihat beberapa penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dan dapat dilakukan dimana saja melampaui ruang dan waktu.

### **2.2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi**

Menurut Lasswell, komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa?, mengatakan apa?, dengan saluran apa?, kepada siapa?, dengan akibat atau hasil apa? (who?, says what?, in which channel?, to whom?, with what effect?) (Effendy, 2003). Terlihat dari penjelasan tersebut, komunikasi memiliki lima unsur yang saling berkegantungan satu sama lain, yakni:

1. *Who?* (siapa?)

Sumber disini dimaksud dengan pihak yang mempunyai kebutuhan untuk melakukan komunikasi atau yang memulai awalan proses komunikasi. Pihak disini bisa seorang individu, kelompok, organisasi, dan sebagainya, pada intinya sang komunikator.

2. *Says What?* (mengatakan apa?)

Sesuatu yang disampaikan kepada sang penerima pesan atau komunikan dari penyampai pesan atau komunikator merupakan rangkaian kalimat yang didalamnya bisa terdapat simbol-simbol, baik verbal ataupun non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud. Terdapat komponen pesan yaitu makna, simbol untuk menyampaikan makna dan bentuk pesan.

### 3. *In Which Channel?* (dengan saluran apa?)

Saluran yang bisa digunakan untuk berkomunikasi pada saat ini sangatlah beragam. Hal ini terlihat ketika komunikasi dapat dilakukan secara langsung dan juga melalui perantara.

### 4. *To Whom?* (kepada siapa?)

Pihak yang menjadi penerima pesan disebut dengan komunikan. Baik pihak tersebut seorang individu ataupun banyak jumlahnya.

### 5. *With What Effect?* (dengan akibat/efek apa?)

Efek yang akan terjadi pada komunikan atau penerima pesan setelah menerima sebuah pesan bisa dilihat seperti sebuah perubahan sikap, perilaku dan bahkan bertambahnya ilmu, dan sebagainya.

Melalui seluruh unsur komunikasi yang telah dijelaskan diatas, terlihat jelas bahwa dalam proses komunikasi diperlukan beberapa unsur yang akan membantu proses komunikasi akan berjalan dengan efektif, baik dan jelas. Hal ini dilakukan demi menghindari terjadinya miskomunikasi atau miskonsepsi ketika proses komunikasi antara komunikator dan komunikan berlangsung. Jika salah satu unsur diatas tidak terdapat dalam proses komunikasi, kemungkinan besar komunikasi tidak berjalan dengan baik dan akan terjadi miskomunikasi ataupun miskonsepsi.

#### **2.2.1.3 Fungsi Komunikasi**

Segala sesuatu hal yang dilakukan oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari dipastikan mempunyai fungsi. Seperti komunikasi, dalam kehidupan,

komunikasi pastinya mempunyai fungsi. Fungsi dari komunikasi ialah memberikan informasi yang terbaru kepada khalayak baik itu mengenai sebuah peristiwa yang telah atau sedang terjadi hingga mengenai ide atau persepsi seseorang.

Menurut Rudolph F Venderber dalam (Mulyana, 2010) komunikasi memiliki dua fungsi yaitu fungsi sosial dan fungsi pengambilan keputusan. Fungsi Sosial dari komunikasi memiliki tujuan untuk kesenangan, untuk menunjukkan jalinan dengan orang lain, membangun dan memelihara sebuah hubungan. Sedangkan fungsi pengambilan keputusan yaitu untuk memutuskan melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada saat tertentu (emosional dan pertimbangan).

Selain itu, menurut Willian I Gorden dalam (Mulyana, 2010) Komunikasi memiliki empat fungsi yaitu :

1. Komunikasi sosial

Komunikasi menjadi salah satu hal yang sangat penting dalam membangun sebuah konsep diri seseorang, untuk melanjutkan kelangsungan hidup, agar memperoleh kebahagiaan, serta terhindar dari berbagai macam tekanan dan ketegangan. Secara implisit fungsi komunikasi sosial adalah fungsi komunikasi kultural. Dimana budaya menjadi suatu bagian dari sebuah perilaku komunikasi dan selanjutnya komunikasi nantinya menentukan, memelihara, mengembangkan atau mewariskan budaya.

2. Komunikasi ekspresif

Komunikasi ekspresif tidak memiliki tujuan langsung untuk mempengaruhi orang lain, tetapi dapat digunakan untuk memengaruhi orang lain jika komunikasi dilakukan sebagai instrument untuk menyampaikan rasa emosional kepada orang lain. Penyampaian rasa emosional ini seringnya dilakukan dengan menggunakan komunikasi non verbal. Selain itu, komunikasi ekspresif bisa diungkapkan melalui karya seni seperti contoh melalui puisi atau lagu.

### 3. Komunikasi ritual

Komunikasi yang bisa terjadi dalam sebuah kebudayaan tertentu atau kelompok tertentu. Komunikasi ritual akan sangat sulit dipahami oleh orang-orang yang berada dalam kebudayaan tersebut atau dalam kelompok tersebut. Hanya kelompok dalamlah yang paham akan komunikasi ritual yang sedang terjadi.

### 4. Komunikasi instrumental

Komunikasi ini memiliki empat tujuan utama yaitu menginformasikan, mengajar, mempengaruhi/mengubah perilaku dan menghibur.

## **2.2.2 Komunikasi Massa**

Dalam komunikasi massa, Bahasa menjadi lambang utama dalam mengemas pesan-pesan yang disebarkan kepada khalayak. Pesan yang disampaikan dalam komunikasi massa bersifat umum dan juga terbuka. Menurut DeVito (1997), komunikasi massa dapat didefinisikan dengan memusatkan perhatian pada unsur-

unsur yang terlibat dalam tindakan komunikasi dan mengaitkannya dengan operasional media massa. Unsur-unsur yang dimaksud adalah sumber, khalayak, pesan, proses, dan konteks. (Halik, 2013).

Komunikasi massa tentunya menggunakan media untuk menyampaikan pesan. Media disini, berdefinisi bahwa media merupakan suatu penyampaian informasi yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat global dan dengan seiringnya perkembangan teknologi, kehadiran media telah mampu mengubah cara berpikir masyarakat dari masyarakat tradisional menuju masyarakat modern. Media disini berfungsi menjadi sebagai alat pemberi informasi, penyeleksi dan penginterpretasi informasi terhadap khalayak ramai.

Gerbner mendefinisikan komunikasi massa sebagai produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. Sistem komunikasi massa mensyaratkan perangkat teknologi yang mendukung proses produksi, reproduksi, dan pemasaran media massa. (Halik, 2013). Melihat hal tersebut, penyampaian komunikasi massa difokuskan kajiannya pada media yang menyebarkan informasi.

Proses komunikasi massa dapat dibilang sangat kompleks dan rumit. Menurut McQuail (1994: 33) proses komunikasi massa terlihat berproses dalam beberapa bentuk, yakni:

1. Melaksanakan distribusi dan penerimaan informasi dalam skala besar.
2. Proses komunikasi massa juga diselenggarakan dengan cara satu arah, yakni dari komunikator terhadap komunikan.

3. Proses komunikasi massa terjadi secara asimetris antara komunikator dan komunikan.
4. Proses komunikasi massa terjadi secara impersonal dan tanpa nama.
5. Proses komunikasi massa terjadi menurut kepada hubungan-hubungan kebutuhan dalam masyarakat.

Kompleksnya komunikasi massa dikemukakan oleh Severin & Tankard Jr., 1992:3, dalam bukunya *Communication Theories: Origins, Methods, And Uses In The Mass Media* yang definisinya diterjemahkan oleh Effendy sebagai berikut: “Komunikasi massa adalah sebagian keterampilan, sebagian seni dan sebagian ilmu. Ia adalah keterampilan dalam pengertian bahwa ia meliputi teknik-teknik fundamental tertentu yang dapat dipelajari seperti memfokuskan kamera televisi, mengoperasikan *tape recorder* atau mencatat ketika berwawancara. Ia adalah seni dalam pengertian bahwa ia meliputi tantangan-tantangan kreatif seperti menulis skrip untuk program televisi, mengembangkan tata letak yang estetik untuk iklan majalah atau menampilkan teras berita yang memikat bagi sebuah kisah berita. Ia adalah ilmu dalam pengertian bahwa ia meliputi prinsip-prinsip tertentu tentang bagaimana berlangsungnya komunikasi yang dapat dikembangkan dan dipergunakan untuk membuat berbagai hal menjadi lebih baik”.

Sarana media massa yang dapat ditemukan dalam media komunikasi massa yakni sarana penyampaian pesan yang memang berhubungan langsung dengan khalayak ramai, seperti radio, televisi, surat kabar, majalah, dan sebagainya. Media tersebut mampu menyebarluaskan pesan-pesan dengan sekejab dan dengan waktu

yang tak terbatas atau tidak ada hambatan ruang dan waktu ketika mengaksesnya. Hal itu disebabkan karena media memiliki dan mempunyai jaringan yang luas dan bersifat bebas, khalayak ramai dapat secara langsung mendapatkan informasi ketika ia membuka media. Jika dalam proses komunikasi yang melibatkan banyak orang, seperti sebuah diskusi yang dipraktikkan dalam sebuah aula besar dan dihadiri oleh ribuan bahkan puluhan orang, tetapi dalam proses komunikasi tersebut tidak menggunakan media massa, maka hal tersebut bukanlah komunikasi massa.

Melalui penjelasan diatas, komunikasi massa dapat diartikan menjadi komunikasi massa merupakan sebuah penyampaian pesan yang bersifat umum dan terbuka untuk masyarakat atau khalayak ramai namun cara penyampaiannya melalui media massa, berfokus kepada media massa yang menyebarkan informasi.

#### **2.2.2.1 Karakteristik Komunikasi Massa**

Pada komunikasi yang dilakukan melalui media massa atau melalui komunikasi massa, proses penyampaian pesannya terbilang lebih kompleks dari segi produksi dan juga distribusi pesan jika dibandingkan dengan sistem atau jenis komunikasi lain. Pesan-pesan media dapat diterima dan juga dikonsumsi oleh banyak orang yang terbilang heterogen bahkan anonim.

Pesan yang disampaikan oleh media massa di produksi oleh sebuah tim. Dengan demikian, komunikasi massa dapat dicirikan oleh sejumlah faktor, yakni: (1) Pesan-pesan komunikasi massa diproduksi oleh suatu organisasi yang kompleks, (2) Media bagi pesan-pesan duplikasi yang akurat, dan (3) Pesan-pesan didistribusikan untuk sejumlah besar *audience* dalam waktu bersamaan.

Joseph A. DeVito menunjukkan karakteristik komunikasi massa adalah komunikasi yang ditunjukkan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya; disalurkan melalui pemancar audio dan/ atau visual. (Halik, 2013, h.9). Selain itu menurut Wright, komunikasi massa memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Diarahkan pada khalayak yang relatif lebih besar, heterogen, dan anonym.
2. Pesan-pesannya mewakili usaha banyak orang yang berbeda dan disampaikan secara terbuka.
3. Sering dapat mencapai kebanyakan khalayak secara serentak, bersifat sekaligus.
4. Komunikatornya cenderung berada atau bergerak dalam organisasi yang kompleks, yang melibatkan biaya besar dan bekerja lewat suatu organisasi yang rumit. (Halik, 2013, h. 9).

Melalui penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa karakteristik komunikasi massa yaitu :

1. Komunikator yang terlembagakan (komunikasi massa melibatkan lembaga, komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks, bukan kerja perorangan dan kegiatannya lebih terorganisir, terencana dan terjadwal),
2. Pesan yang disampaikan bersifat umum dan terbuka (pesan komunikasi massa dituju untuk semua orang, tidak untuk sekelompok orang tertentu yang dimana tidak dimaksudkan untuk kebutuhan perorangan atau pribadi),

3. Komunikasi bersifat anonim dan heterogen (khalayak komunikasi massa tersebar luas dan tidak mengenal batas, heterogen merujuk pada kemajemukan khalayak yang datang dari berbagai latar belakang sosial, ekonomi, dan sebagainya),
4. Media massa menimbulkan keserempakan (pesan yang dapat diterima & dikonsumsi oleh khalayak serempak dan sama),
5. Komunikasi massa mengutamakan isi pesan,
6. Pola penyampaian pesan komunikasi massa bersifat cepat dan tidak terkendala waktu dalam menjangkau khalayak luas (penyampaian pesan bersifat berkala, tidak bersifat kontemporer atau permanen),
7. Stimulasi alat indera terbatas (stimulasi alat indera tergantung pada jenis media, indera penglihatan digunakan untuk menggunakan media cetak seperti surat kabar, majalah; indera pendengaran digunakan untuk mendengar pesan dari radio; dan indera penglihatan dan pendengaran bisa digunakan untuk menikmati siaran televisi),
8. Umpan balik dalam komunikasi massa bersifat tertunda (*delayed*) dan tidak langsung (*indirect*), karena komunikator tidak dapat langsung tahu bagaimana reaksi penerima pesan terhadap pesan yang telah disampaikan.

#### **2.2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa**

Semua pesan yang disampaikan dalam komunikasi massa dapat diakses oleh publik. Pesan yang disampaikan oleh komunikasi massa dapat mendatangkan

sebuah keuntungan bagi masyarakat atau khalayak ramai. Menurut DeVito, komunikasi massa memiliki fungsi-fungsi khusus sebagai berikut:

1. Meyakinkan (*to persuade*)

Terdapat fungsi komunikasi massa yang tidak kalah penting selain memberikan hiburan kepada khalayak, yakni fungsi dalam meyakinkan atau persuasi. Menurut DeVito (1996), persuasi bisa datang dalam bentuk :

- a. Mengukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan atau nilai seseorang. Media dengan semua sumber daya dan kekuatan yang ada, tidak terkecuali, lebih sering mengukuhkan atau membuat kepercayaan, sikap, nilai dan opini khalayak menjadi kuat.
- b. Mengubah sikap, kepercayaan atau nilai seseorang. Media akan mengubah orang yang tidak memihak pada suatu masalah tertentu. Media juga menghasilkan banyak perubahan yang biasa dianggap sepele.
- c. Menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu. Melalui fungsi menggerakkan disini akan menggerakkan (*activating*) khalayak untuk mengambil sebuah tindakan.
- d. Memperkenalkan etika atau menawarkan sistem nilai tertentu. Dengan mengungkapkan secara terbuka mengenai adanya penyimpangan tertentu dari suatu norma yang berlaku, media merangsang khalayak untuk mengubah situasi dengan disajikannya etik kolektif kepada khalayak.

2. Menganugerahkan status. Informasi atau berita melaporkan kegiatan individu tertentu sehingga dapat meningkatkan *prestise* (gengsi) seseorang.

3. Membius (*narcitization*). Media menyajikan informasi tentang sesuatu dan penerima percaya bahwa tindakan-tindakan tertentu haruslah diambil.
4. Menciptakan rasa kebersatuan. Melalui program-programnya, televisi misanya berpotensi membuat individu memiliki kesadaran sosial dan merasa menjadi anggota suatu kelompok.
5. Privatisasi. Kecenderungan bagi seseorang untuk menarik diri dari kelompok sosial dan mengucilkan diri ke dalam dunianya sendiri.

### **2.2.3 Media Sosial**

Media merupakan suatu penyampaian informasi yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat global dan dengan seiringnya perkembangan teknologi media telah mampu mengubah cara berpikir masyarakat dari masyarakat tradisional ke masyarakat modern. Terkadang, hal yang diberitakan oleh media banyak yang bersifat subjektif, sehingga membuat masyarakat mengalami krisis kepercayaan terhadap media.

Media sosial merupakan salah satu media yang perkembangannya paling pesat. Hampir seluruh penduduk di dunia memiliki perangkat komunikasi yang memang menjadi perantara untuk berkomunikasi dengan semua orang diseluruh penjuru dunia melalui media sosial. Hadirnya media baru, khususnya media sosial telah memberikan pengaruh yang sangat besar dalam kehidupan manusia sebagai individu maupun masyarakat secara umum.

Boyd dalam Nasrullah (2015) media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa.

Dengan berbagai layanan yang dapat digunakan, media sosial telah merubah cara berkomunikasi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menjadikan manusia bisa menemukan cara baru dalam mendapatkan sebuah informasi dengan hanya melalui media sosial. Pada intinya, dengan sosial media dapat dilakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audiovisual. Sosial media diawali dari tiga hal, yaitu *Sharing*, *Collaborating* dan *Connecting* (Puntoadi, 2011).

Media sosial mengalami perkembangan yang sangat pesat dan signifikan dari tahun ke tahun. Jika pada tahun 2002 Friendster merajai sosial media pada era tersebut, kini sudah banyak bermunculan sosial media dengan keunikan dan juga karakteristik masing-masing media sosial, seperti LinkedIn, Twitter, Instagram, Tiktok, Youtube, Facebook dan masih banyak lagi. Media sosial juga menjadi sebuah sarana atau aktivitas digital marketing dalam sebuah perusahaan atau *brand*, seperti *social media maintenance*, *social media endorsement* dan *social media activation*.

Ada beberapa karakteristik dari media sosial, yakni:

1. Jaringan (*network*), adalah infrastruktur yang menghubungkan antara computer dengan perangkat keras lainnya. Koneksi ini diperlukan karena komunikasi dapat terjalin jika antar computer terhubung, termasuk di dalamnya perpindahan data.
2. Informasi (*information*), menjadi entitas penting di media sosial karena pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi.
3. Arsip (*archive*), bagi pengguna media sosial, arsip bisa menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan juga melalui perangkat apapun.
4. Interaksi (*interactivity*), media sosial membentuk jaringan antar pengguna yang tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) semata, tetapi harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut.
5. Simulasi sosial (*simulation of society*), media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia virtual. Media sosial memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang real.
6. Konten oleh pengguna (*user-generated content*). Di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC (*user-generated content*) merupakan relasi symbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi. Hal ini berbeda dengan media lama

(tradisional) dimana khalayaknya sebatas menjadi objek atau sasaran yang pasif dalam distribusi pesan.

#### **2.2.4 Youtube**

Kemajuan teknologi mempengaruhi adanya perubahan cara berkomunikasi satu sama lain, terutama dengan adanya *smartphone*, manusia dapat bebas mengakses media sosial sesuai karakter dan fungsi yang dibutuhkan. Salah satu media sosial yang sedang marak dan ramai yaitu Youtube. Youtube diluncurkan pada tahun 2005 dan sekarang Youtube termasuk kedalam salah satu perusahaan milik Google. Youtube dapat diakses oleh siapa saja dan dimana saja, tidak ada batasan untuk mengakses youtube.

Youtube sudah menjadi bagian di dalam berkehidupan sehari-hari, melalui Youtube, kita dapat mengakses dengan bebas untuk menemukan, menonton bahkan membagikan beragam video sesuai dengan yang kita suka. Youtube menyediakan wadah untuk bersosialisasi, memberikan informasi hingga menginspirasi orang di seluruh dunia. Selain itu, Youtube juga dapat berperan sebagai platform untuk pembuat konten kreatif atau iklan.

Budiargo (2015) menjelaskan bahwa 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*. Hadirnya Youtube, membawa pengaruh yang sangat besar kepada masyarakat, terkhususnya yang berminat dalam bidang pembuatan video, seperti video blog,

film pendek, documenter, video klip musik, dan masih banyak lagi. Youtube memberikan wadah yang mumpuni untuk masyarakat berkarya secara bebas.

Selain mudah diakses, Youtube mudah sekali digunakan, selain itu tidak memerlukan biaya yang tinggi. Mulai dari anak kecil, remaja, hingga dewasa banyak sekali yang mengakses Youtube. Melalui Youtube, banyak sekali bermunculan para Youtuber influencer yang makin kesini berkembang dan juga disukai oleh banyak pihak, terutama anak muda. Abdul dan Adam (2015) menyatakan bahwa Youtube berfungsi sebagai platform tempat video edukatif diunggah, ditonton, dan dibagikan. Melihat hal tersebut, Youtube bisa digunakan dan melalui youtube bisa mendapatkan sumber tutorial dalam mendapatkan dan mengumpulkan informasi.

Munculnya Youtube telah membuka ruang yang lebar bagi pengumpulan informasi secara cepat dan akurat. Selain itu ragamnya video yang terdapat di Youtube juga bisa menghibur masyarakat, seperti video klip musik, film pendek, animasi, video blog, dan masih banyak lagi. Jika video yang diunggah atau dipublikasikan di Youtube mendapatkan sambutan baik dari masyarakat, jumlah *viewers* akan bertambah. Dari banyaknya *viewers*, dapat mengundang para *social media marketing* untuk memasang iklan dalam video yang dibuat kedepannya. Hal ini senada dengan televisi, program televisi yang diterima dengan hangat dan disukai oleh masyarakat akan mendapatkan *rating* yang tinggi dan akan menarik para pengiklan.

Melalui penjelasan diatas, Youtube merupakan wadah informasi dalam internet yang berbentuk audio-visual atau video. Banyak sekali jenis video yang dapat diakses oleh anak kecil, remaja, hingga dewasa, seperti video edukatif, video klip musik, film, documenter dan masih banyak lagi. Youtube pun dapat diakses melalui *gadget* atau *smartphone* apapun, tanpa ada batasan ruang dan waktu.

### **2.2.5 Musik**

Sebuah karya musik terdiri dari berbagai elemen, terkadang elemennya berulang di berbagai tingkatan, mulai dari motif hingga frasa dan bahkan hingga bagian seperti verse-chorus. Musik sangat bergantung pada pengulangan untuk membangun struktur dan makna. Seperti teknologi, musik pun kian hari makin berkembang. Musik seolah-olah dirangkai dan dibuat untuk melihat eksplorasi sebuah interaksi sosial, hal ini dikarenakan kemanjuran sebuah musik selain itu musik juga memiliki makna yang potensial.

Kehadiran musik di dalam kehidupan bukanlah hal yang baru. Di setiap daerah di dunia pasti memiliki musik yang musik yang khusus diperdengarkan atau bahkan dimainkan pada peristiwa tertentu. Beberapa musik diputar untuk mengiringi upacara tertentu, seperti pernikahan bahkan kematian. Musik adalah bentuk suatu hasil karya seni bunyi dalam bentuk lagu atau komposisi musik yang mengungkapkan pikiran dan perasaan penciptanya melalui unsur-unsur musik yaitu irama melodi, harmoni, bentuk dan struktur lagu dan ekspresi sebagai satu kesatuan (Jamalus, 1998, h.1-2).

Tyas (2008) mengungkapkan bahwa musik merupakan keajaiban yang subyektif. Hal itu dikarenakan cita rasa musik selalu menjadi rasa yang disadari dan dinikmati oleh perasaan (emosi). Ketika pendengar memilih jenis musik yang tepat dengan situasi dan kondisinya, musik akan secara tidak langsung memberikan efek emosional bagi pendengarnya, ia akan perlahan hanyut pada gabungan irama, nada dan lirik dalam musik tersebut.

Musik banyak sekali manfaatnya bagi manusia terutama dalam emosi. Musik dapat dikategorikan fungsinya sebagai sebuah stimulus atau pendorong untuk timbulnya sebuah pengalaman emosi bagi sang pendengar. Melalui hal tersebut, musik dapat menimbulkan emosional yang positif untuk pendengarnya. Melalui irama, nada dan lirik lagu, dapat memunculkan emosional yang positif seperti bahagia, senang dan ceria. Namun pada beberapa musik pun dapat menimbulkan emosional yang negatif terhadap pendengarnya, seperti sedih dan sendu.

Melihat penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa musik merupakan sebuah karya buatan manusia yang unik dan mempunyai karakter seni yang kuat didalamnya, selain itu musik juga memiliki pengaruh yang kuat untuk pendengarnya. Untuk menghasilkan sebuah karya yang koheren, perlu merujuk elemen-elemen yang datang sebelumnya, terkadang di masa lalu yang jauh, mengulangi, memvariasikan, dan mengembangkannya secara lebih lanjut untuk menciptakan kontras dan kejutan untuk pendengar musik.

### **2.2.5.1 Lirik Lagu**

Moeliono (2007: 628) menjelaskan bahwa lirik lagu sebagai karya sastra dalam bentuk puisi yang berisikan curahan hati, sebagai susunan sebuah nyanyian. Penyair harus pandai dalam mengolah kata dan diksi untuk dijadikan lirik lagu. Lirik lagu merupakan aktualisasi diri sang penulis lirik terkait sesuatu yang ia lihat, dengar dan juga dia alami. Dalam mengatakan pengalamannya, penyair atau pencipta lagu membuat rangkaian kalimat yang indah untuk menimbulkan daya tarik dan kekhasan terhadap lirik lagu dalam konteks menyampaikan pesan yang terdapat pada lirik lagu tersebut. Secara tidak langsung, lirik lagu merupakan gabungan dari seni, yakni seni suara dan bahasa yang didalamnya sangat puitis, berisi kalimat yang dibuat dari gabungan kata dan diksi yang indah dan memiliki irama dan nada yang digabungkan menjadi sebuah lagu. Lirik lagu berisikan ungkapan perasaan sang penulis atau penyair dalam susunan kata dan kalimat yang diiringi oleh irama.

Pada lirik lagu, kata-kata frase, kalimat yang didalamnya mengandung makna tambahan atau makna konotatif. Terkadang, bahasa figuratif menyebabkan makna dalam lirik lagu tersembunyi dan harus ditafsir. Bahasa figuratif yang dimaksud terdiri atas kalimat kiasan yang menimbulkan makna kias dan pelambangan yang juga menimbulkan makna lambang.

Kalimat-kalimat yang tersusun dalam lirik lagu merupakan sebuah ungkapan dari sang penulis atau penyair. Ia menumpahkan seluruh hal yang ia rasa terhadap pembuatan lirik lagu, hal ini dikarenakan untuk memperkuat seluruh ekspresi perasaannya. Jadi, terkadang butuh penafsiran khusus mengenai lirik lagu

hal ini dikarenakan lirik lagu termasuk kedalam karya seni yang bermedium **bahasa**, banyak sekali penafsiran. Penafsiran lirik lagu biasanya dengan meninjau tata bahasa yang digunakan oleh sang penulis atau penyair. Selain itu, pemaknaan lirik lagu tidak hanya ditentukan oleh kata maupun kalimat secara lepas, tetapi ditentukan juga oleh keterkaitan antara kalimat satu dengan yang lainnya baik dalam kalimat sebelumnya atau sesudahnya.

Struktur dari lirik lagu terdiri dari,:

1. Diksi (pemilihan kata)

Dalam pemilihan kata untuk pembuatan lirik lagu menjadi unsur yang sangat penting. Hal ini dikarenakan penulis haruslah mempertimbangkan juga mengenai makna, bentuk irama, komposisi kata dan juga nilai estetis yang terdapat dalam lirik lagu. Biasanya, penyair atau penulis memilih kata-kata yang maknanya hanya dapat dipahami setelah menelaah latar belakang penyair atau penulis tersebut.

2. Pengimajian

Pengimajian disini dimaksud pada penggunaan kalimat yang dapat mempengaruhi pengalaman indera, seolah kalimat dalam lirik lagu mengandung gema suara, seolah-olah terlihat bahkan seolah-olah dapat dirasakan/disentuh. Hal ini menyesuaikan dengan sang penulis atau penyair, ia ingin menimbulkan suasana yang seperti apa ketika pendengar mendengarkan lagu yang ia buat.

3. Bahasa Figuratif

Bahasa figuratif merupakan bahasa yang digunakan oleh penulis atau penyair untuk menumpahkan rasa atau cara yang ia gunakan untuk menyatakan sesuatu yang ia rasa namun tidak langsung diungkapkan secara langsung. Biasanya, Bahasa figuratif mempunyai makna yang terkadang maknanya kias dan juga mempunyai makna lambang. Dalam lirik lagu biasanya digunakan untuk membuat lirik menjadi indah saat dipadupadankan dengan irama.

#### 4. Kata Konkret

Penulis lagu atau penyair mengkonkretkan kalimat agar pendengar dapat membayangkan lagunya lebih realistis apa yang ingin disampaikannya. Kata konkret berhubungan dengan pengimajian, hal ini dikarenakan agar pendengar masuk kedalam isi lagu yang akan diputar.

#### 5. Sajak

#### 6. Ritme

#### 7. Tipografi

### **2.2.5.2 Video Klip Musik**

Seiring perkembangan zaman, musik tidak hanya dapat dinikmati melalui audio atau didengarkan, kali ini musik dapat dinikmati melalui audio-visual melainkan melalui indera penglihatan juga. Melalui hal itulah, muncul video klip musik. Sebuah pesan atau makna yang ingin disampaikan oleh sang penulis atau

penyair dapat disampaikan melalui lagu dan juga melalui visual dari video klip musik.

Secara etimologis, video berasal dari sebuah singkatan dalam bahasa Inggris, yakni visual dan audio. Kata ‘vi’ berasal dari singkatan visual, lalu kata ‘deo’ berasal dari singkatan audio. Banyak sekali jenis dari video dan salah satunya ialah video klip musik. Video klip musik merupakan serangkaian gabungan audio dan visual yang menggambarkan sebuah lagu (yang mana di dalamnya diiringi lagu), dan mempunyai makna-makna tertentu, yakni menyesuaikan dengan lagu.

Menurut Colin Stewart dan Adam Kowaltzke (2007: 132), dalam industri musik pada dasarnya memberi jenis video klip ke dalam tipe utama, yaitu :

1. *Performance Clip*

Video klip ini berfokus kepada penyanyi atau band. Tipe dari video klip ini terlihat bagi kebanyakan pendengar sedikit ‘kuno’, hal ini dikarenakan tipikal dari *performance clip* inilah tipe dari video klip musik yang paling populer pada tahun 1960 dan juga 1970.

2. *Conceptual Clip*

Video klip ini mengacu terhadap suatu tema sentral tertentu. Tipikal dari video klip (*Conceptual clip*) ini memiliki plot dan juga alur cerita di dalam videonya, namun terkadang ada pula videonya hanya terdapat dari kumpulan-kumpulan gambar yang telah disatukan.

Melihat penjelasan diatas, dapat terlihat bahwa video klip musik merupakan kumpulan rangkaian audio dan visual yang disesuaikan dengan lagu yang

bertujuan untuk menyampaikan sebuah makna dari lagu yang terdapat dalam video klip. Melihat dari sudut lain, video klip musik juga dapat berfungsi sebagai buah tangan sang penyanyi untuk di promosikan kepada khalayak ramai untuk memperkenalkan karyanya.

### 2.2.6 Semiotika

Kata “semiotika” berasal dari Bahasa Yunani, *semeion* yang berarti “tanda” (Sudjiman dan van Zoest, 1996:vii) atau *seme*, yang berarti “penafsir tanda” (Cobley dan Jansz, 1999:4). “Tanda” pada masa itu masih bermakna mengenai suatu hal yang memang merujuk terhadap adanya hal lain, seperti contohnya asap menandai adanya api. Jika diterapkan pada tanda-tanda Bahasa, maka huruf, kata, kalimat, tidak memiliki arti pada dirinya sendiri. Tanda yang dimaksud hanya mengemban arti (*significant*) yang terkait dengan pembacanya. Melalui pembaca lah yang menghubungkan tanda dengan apa yang ditandakan/ditandai (*signifie*) sesuai dengan konvensi dalam sistem bahasa yang bersangkutan.

Istilah semiotika atau semiotik, dimunculkan pada akhir abad ke-19 oleh filsuf aliran pragmatik Amerika, Charles Sanders Peirce, merujuk kepada “doktrin formal tentang tanda-tanda”. Yang menjadi dasar dari semiotika adalah konsep tentang tanda: tak hanya Bahasa dan sistem komunikasi yang tersusun oleh tanda-tanda, melainkan dunia itu sendiri pun sejauh terkait dengan pikiran

manusia – seluruhnya terdiri atas tanda-tanda karena, jika tidak begitu, manusia tidak akan bisa menjalin hubungannya dengan realitas (Sobur, 2018, h.13).

Semiotika menaruh perhatian pada apapun yang dapat dinyatakan sebagai tanda. Sebuah tanda adalah semua hal yang dapat diambil sebagai penanda yang mempunyai arti penting untuk menggantikan sesuatu yang lain. Sesuatu yang lain tersebut tidak perlu harus ada, atau tanda itu secara nyata ada di suatu tempat pada suatu waktu tertentu. Semiotika juga, dapat digunakan sebagai pendekatan untuk menganalisis media dengan asumsi bahwa media terkadang dikomunikasikan melalui seperangkat tanda. Semiotika mempunyai akar yang mana diambil dari studi klasik dan skolastik atas seni logika, retorika dan juga poetika.

Dengan semiotika, kita lantas berurusan dengan tanda. Semiotika seperti penjelasan Lechte, ia menjelaskan bahwa semiotika adalah teori tentang tanda dan penandaan. Selain itu, menurut Segers dalam Sobur, semiotika adalah suatu disiplin yang menyelidiki semua bentuk komunikasi yang terjadi dengan sarana *signs* ‘tanda-tanda’ dan berdasarkan pada *sign system (code)* ‘sistem tanda’ (Sobur, 2018: 16).

Semiotik terutama berkaitan dengan makna dari tanda dan simbol dalam Bahasa. Gagasan penting yang mana berdefinisi kata-kata atau tanda dapat di’tugas’kan terutama pada kategori konseptual, dan kategori ini merepresentasikan aspek-aspek penting dari suatu teori yang akan diuji. Pentingnya ide itu adalah pengungkapan frekuensi yang muncul dalam teks.

Semiotika secara khusus dibagi menjadi tiga bagian utama, yaitu (1) sintaksis semiotic, studi tentang penanda tentang klasifikasinya, dalam hubungannya dengan tanda-tanda lain, dan cara penanda bekerjasama untuk menjalankan fungsinya; (2) semiotika semantic, studi yang menyoroti hubungan tanda dengan referensi dan dengan interpretasi yang dihasilkannya; dan (3) semiotika pragmatik, studi tentang tanda-tanda yang mementingkan hubungan antara tanda dan pengirim dan penerima.

Sobur (2018) menjelaskan mengenai semiotika, yang mana semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Pada dasarnya, semiosis dapat dipandang sebagai suatu proses-tanda yang dapat diberikan dalam istilah semiotika sebagai suatu hubungan antara lima istilah yaitu S (s,i,e,r,c) yang berarti; (1) S adalah untuk *semiotic relation* (hubungan semiotic), (2) s untuk *sign* (tanda), (3) i untuk *interpreter* (penafsir), (4) e untuk *effect* atau pengaruh (misalnya, suatu disposisi dalam i akan bereaksi dengan cara tertentu terhadap r pada kondisi tertentu karena c karena s), (5) r untuk *reference* (rujukan), dan (6) c untuk *context* (konteks) atau *conditions* (kondisi) (Sobur, 2018, h.17).

Semiotika berangkat dari tiga elemen utama, Peirce menyebutnya teori segitiga makna (*triangle meaning*). (1) Tanda adalah sesuatu yang berbentuk fisik yang dapat ditangkap oleh panca indera manusia dan merupakan sesuatu yang merujuk atau mempresentasikan hal-hal lain di luar tanda. Acuan tanda ini

disebut objek; (2) Acuan tanda atau objek adalah konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda atau sesuatu yang dirujuk tanda; (3) Pengguna tanda (interpretant) adalah konsep pemikiran dari seseorang yang menggunakan tanda dan menurunkannya ke suatu makna tertentu atau makna yang ada dalam benak seseorang mengenai sebuah objek yang dirujuk dalam sebuah tanda.

Berger dalam Sobur menyatakan bahwa:

Semiotika menaruh perhatian pada apa pun yang dapat dinyatakan sebagai tanda. Sebuah tanda adalah semua hal yang dapat diambil sebagai penanda yang mempunyai arti penting untuk menggantikan sesuatu yang lain. Sesuatu yang lain tersebut tidak perlu harus ada, atau tanda itu secara nyata ada di suatu tempat pada waktu tertentu. Dengan begitu, semiotika pada prinsipnya adalah sebuah disiplin yang mempelajari apapun yang bisa digunakan untuk mengatakan sesuatu kebohongan. Jika sesuatu tersebut tidak dapat digunakan untuk mengatakan sesuatu kebohongan, tidak bisa digunakan untuk mengatakan kebenaran (Sobur, 2018, h. 18).

Sebuah kalimat yang mana jika terdapat dalam karya tulis seperti, novel, surat cinta, cerpen, puisi, pidato, lirik lagu, komik, kartun, bahkan kalimat yang tersisipkan di dalam bentuk video seperti film, dokumenter, iklan, hingga video klip musik dan juga semua hal yang mungkin menjadi “tanda” bisa dilihat

dalam aktivitas penanda dapat diteliti maknanya mengenai semiotika. Jadi, setelah melihat penjelasan diatas, dapat ditarik kesimpulan mengenai pengertian semiotika yang mana bahwa semiotika merupakan sebuah studi atau metode analisis yang mengkaji mengenai tanda.

#### **2.2.6.1 Semotika dan Komunikasi**

Kajian semiotika hingga saat ini telah membedakan dua jenis semiotika, yakni semiotika komunikasi dan semiotika signifikasi. Semiotika komunikasi menekankan pada produksi tanda yang salah satunya mengasumsikan adanya enam tanda enam faktor dalam komunikasi, yakni, pengirim, penerima kode atau sistem tanda, pesan, saluran komunikasi, dan acuan yang sedang dibicarakan. Semiotika komunikasi pun terjadi dengan menjadi perantara tanda-tanda dalam pesan yang telah disampaikan. Sedangkan semiotika signifikasi tidak ‘mempersoalkan’ adanya tujuan berkomunikasi. Pada jenis semiotika signifikasi, yang diutamakan adalah segi pemahaman suatu tanda sehingga proses kognisinya pada penerima tanda lebih diperhatikan ketimbang prosesnya.

Semiotika berdefinisi sebuah ilmu atau metode analisis untuk mengkaji sebuah tanda. Tanda dan simbol disini, merupakan alat bahkan materi yang sering digunakan dalam interaksi berkomunikasi. Komunikasi yang dimaksud disini merupakan proses penyampaian pesan yang dimana terdapat tanda yang disampaikan oleh komunikator (sang penyampai pesan) kepada komunikan (penerima pesan). Pesan yang dimaksud, mempunyai tiga komponen, yakni makna, simbol yang digunakan pada penyampaian makna dan bentuk pesan. Simbol terpenting dalam sebuah penyampaian pesan adalah kata-kata atau

bahasa yang digunakan, yang dapat merepresentasikan objek (benda), gagasan bahkan perasaan. Simbol tersebut dapat disampaikan melalui ucapan seperti dalam percakapan sehari-hari, wawancara, diskusi, dan masih banyak lagi. Dan juga dapat disampaikan melalui tulisan seperti sebuah surat, novel, puisi, artikel, lirik lagu, dan sebagainya.

Simbol-simbol, menurut Eickelman & Piscatori dalam Sobur (2018), merupakan tanda yang merujuk pada nilai-nilai, dan seringkali-meskipun tidak selalu-simbol ini diungkapkan melalui bahasa. Terkadang juga diungkapkan melalui citra di samping bahasa. Keterkaitan mengenai nilai, simbol, dan bahasa menurut mereka, memiliki pengaruh yang sangat kuat. Agar pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami secara efektif, perlu adanya proses interpretasi terhadap pesan tersebut, karena manusia mampu dan memiliki kemampuan untuk memaknai simbol-simbol, maka berkembanglah pula mengenai cabang ilmu yang memang membahas mengenai bagaimana memahami simbol ataupun tanda. Salah satunya adalah semiotika.

Tindakan komunikasi dalam semiotika komunikasi secara prinsip mengacu pada perbendaharaan tanda, kode, dan aturan-aturan yang telah disediakan oleh sistem bahasa (semiotika komunikasi). Aturan tersebut digunakan dalam proses komunikasi untuk menghasilkan pesan atau makna tertentu. Tetapi, mengenai 'kebebasan ekspresi' yang disediakan dalam bahasa, memungkinkan seseorang untuk 'melampaui' sistem, pesan dan makna tersebut, dan menjadikan hal-hal di luar itu sebagai motif komunikasi.

Semiotika komunikasi, menurut Umberto Eco dalam *A Theory of Semiotics* adalah semiotika yang menekankan aspek ‘produksi tanda’ (*sign production*), ketimbang ‘sistem tanda’ (*sign system*). Sebagai sebuah mesin produksi tanda, semiotika komunikasi sangat bertumpu pada pekerja tanda (*labor*), yang memilih tanda dari bahan baku tanda-tanda yang ada, dan mengkombinasikannya, dalam rangka memproduksi sebuah ekspresi bahasa. Peirce melihat tanda (*representamen*) sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari objek referensinya serta pemahaman subjek atas tanda (*interpretant*). Tanda, menurut pandangan Peirce adalah “...*something which stands to somebody for something in some respect or capacity*” (Sobur, 2018: xii).

Melalui penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa semiotika dan komunikasi merupakan kedua hal yang saling berkaitan. Yang mana dalam proses berkomunikasi perlu adanya semiotika, hal ini dikarenakan ketika penerima pesan ingin memaknai atau memahami pesan yang telah disampaikan, bisa digunakan melalui semiotika. Pada pesan itulah, terdapat simbol-simbol atau tanda yang perlu kita maknai agar komunikasi berjalan dengan efektif dan lancar, hal ini menghindari miskomunikasi dan miskonsepsi dalam proses komunikasi.

## 2.2.7 Kerangka Teoritis

### 2.2.7.1 Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure

Ferdinand de Saussure atau yang dikenal sebagai Saussure adalah seorang ahli ilmu linguistik yang tepatnya berkonsentrasi dalam bidang semiotika. Pendekatan semiotika menurut Ferdinand de Saussure mengembangkan dasar-dasar teori linguistik umum. Kekhasan teorinya terletak pada kenyataan. Dia menganggap bahasa sebagai sistem tanda. Menurutnya, tanda-tanda, khususnya tanda-tanda kebahasaan, setidaknya memiliki dua buah karakteristik primordial, yaitu bersifat linier dan arbitrer (Budiman, 1999).

Dalam kerangka semiotika Saussure, ia menjelaskan ‘tanda’ sebagai kesatuan yang tak dapat dipisahkan dari dua bidang yaitu bidang penanda (*signifier*) untuk menjelaskan sebuah ‘bentuk’ atau ‘ekspresi’ dan bidang petanda (*signified*), untuk menjelaskan ‘konsep’ atau ‘makna’. Hal ini jika diperjelas lebih dalam, Saussure memilah tanda (*sign*) menjadi dua elemen yakni penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). *Signifier* merupakan bunyi atau coretan yang bermakna material, yakni seperti apa yang dikatakan dan apa yang ditulis atau bahkan dibaca (suara, bunyi, huruf, bentuk, gambar, atau gerak). Sedangkan *Signified* merupakan gambaran mental, yakni seperti pikiran atau sebuah konsep (aspek mental) dari bahasa.

Hal yang cukup krusial dalam menangkap inti dari Semiotika Saussure yakni mengenai dalam sebuah sistem tanda tersusun kedalam dua bagian; penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Penanda yang dimaksud adalah sebuah

gambaran akustik (*image acoustique*) dari tanda, dan petanda sebagai konsepnya. Melalui dua aspek ini, penanda dan petanda, dapat disebut sebagai komponen tanda. Jika ada suara yang muncul dari sebuah kata, hal itu termasuk penanda, tetapi untuk konsepnya adalah petanda. Keberadaan kedua unsur ini tidak bisa dipisahkan, jika pun ada pemisah, hal itu hanya dapat mengaburkan pengertian dari kata itu sendiri. Dalam pandangan Saussure, tanda merupakan kesatuan bentuk penanda dengan sebuah ide atau petanda.

Bahasa di mata Saussure tak ubahnya sebuah karya musik. Untuk memahami sebuah simfoni, perlu diperhatikan keutuhan karya musik secara keseluruhan dan bukan kepada permainan individual dari setiap pemain musik. Untuk memahami bahasa, perlu juga untuk melihatnya secara “sinkronis”, sebagai sebuah jaringan hubungan antara bunyi dan makna. Suara-suara, baik suara manusia, bunyi-bunyian atau bahkan binatang hanya bisa dikatakan sebagai bahasa atau berfungsi sebagai bahasa bilamana suara atau bunyi tersebut mengekspresikan, menyatakan, atau menyampaikan ide-ide, pengertian-pengertian tertentu. Untuk itu, suara-suara tersebut harus merupakan bagian dari sebuah sistem konvensi, sistem kesepakatan dan merupakan bagian dari sebuah sistem tanda.

Setiap tanda kebahasaan, menurut Saussure, pada dasarnya menyatukan sebuah konsep (*concept*) dan suatu citra suara (*sound image*), bukan menyatakan sesuatu dengan sebuah nama. Suara yang muncul dari sebuah kata yang diucapkan merupakan penanda (*signifier*), sedangkan konsepnya adalah petanda (*signified*). Kedua unsur ini tidak bisa dipisahkan sama sekali. Pemisahan hanya akan menghancurkan ‘kata’ tersebut. Pemisahan seperti kata ‘apa saja’, kata tersebut pasti

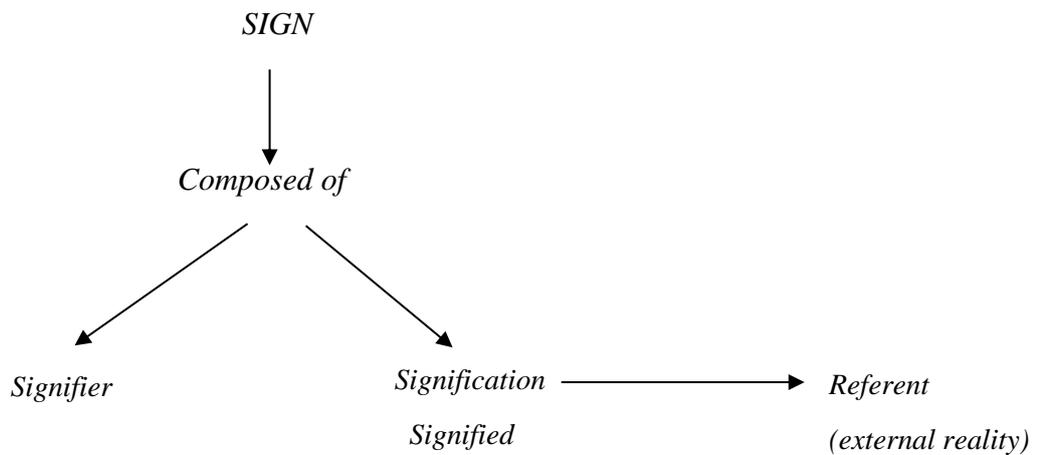
menunjukkan tidak hanya suatu konsep yang berbeda (*distinct concept*), namun juga suara yang berbeda (*distinct sound*).

Tanda (*sign*) merupakan suatu hal yang berbentuk secara fisik yang mana dapat dilihat dan didengar, biasanya merujuk pada sebuah objek ataupun aspek dari sebuah realitas yang ingin dikomunikasikan. Ketika berkomunikasi, seseorang menggunakan tanda untuk mengirim makna mengenai objek dan orang lain akan menginterpretasikan makna tersebut. Hal ini akan terlihat dengan jelas dengan syarat sang komunikator dan komunikan harus mempunyai bahasa atau bahkan pengetahuan yang sama tentang sistem tanda (*sign*) tersebut agar komunikasi berjalan dengan lancar. Bagi Saussure, tanda atau lambang pada dasarnya berkenaan dengan *the relation of a concept (not a thing) and a sound image (not a name)*.

Tanda yang terdapat dalam pendekatan Semiotika Saussure merupakan *manifestasi konkret* dari citra bunyi dan juga selalu teridentifikasi dengan citra bunyi sebagai penanda. Penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) adalah unsur mentalistik, yang mana dengan kata lain, dalam tanda, terungkap citra bunyi ataupun konsep sebagai dua komponen yang tidak terpisahkan. Bagi Saussure, hubungan antara *penanda* dan *petanda* bersifat *arbitrer* (bebas), baik secara kebetulan maupun ditetapkan. Menurut Saussure, hal ini tidak berarti “bahwa pemilihan *penanda* sama sekali meninggalkan pembicara” namun lebih dari itu adalah “tak bermotif”, yakni *arbitrer* dalam pengertian penanda tidak mempunyai

hubungan alamiah dengan *petanda* (Saussure, 1996, dalam Berger 2000b:11, dalam Sobur 2003:32).

**Gambar 2. 1 Model Semiotika Ferdinand de Saussure**



*Signifier* (penanda) yang terdapat dalam model Semiotika Saussure merupakan “bunyi yang bermakna” atau “coretan yang bermakna”. Penanda adalah aspek material dari bahasa yang berarti apa yang dikatakan atau didengar dan apa yang ditulis atau dibaca. Lalu, mengenai *Signified* (pertanda) merupakan sebuah gambaran mental, pikiran atau penafsiran yang terkonsep terhadap penanda.

*Signification* dapat dipahami sebagai proses tindakan yang mengikat antara *signifier* dan *signified*, dan yang menghasilkan sebuah tanda. Pada proses ini, dua bagian dari sebuah tanda bergantung pada satu sama lain, yang dalam artian bahwa *signified* diungkapkan melalui *signifier*, dan *signifier* diungkapkan

dengan *signified*. Proses ini dinamakan *signification* atau sebuah sistem signifikasi. Lalu, untuk *external reality* (realitas eksternal) merupakan sebuah nilai yang berdefinisi alat yang menunjukkan alasan dasar bahwa cara pelaksanaan atau keadaan akhir tertentu lebih disukai atau tidak secara sosial dibandingkan cara pelaksanaan atau keadaan akhir yang berlawanan dan dari nilai tersebutlah sebuah makna akan terbentuk dalam setiap masyarakat.

Ketika seseorang menggunakan tanda dalam berkomunikasi dengan tujuan untuk memberi makna tentang objek, objek yang dimaksud oleh Saussure disebut dengan “*referent*”. Saussure memaknai sebuah objek sebagai *referent* dan mengategorikan sebagai unsur tambahan dalam proses penandaan.

Menurut Saussure (dalam Budiman, 1999a:77, dalam Sobur 2003: 33), prinsip kearbitreran bahasa atau tanda tidak dapat diberlakukan secara mutlak atau sepenuhnya. Ada tanda-tanda yang benar-benar arbitrer, tetapi ada pula yang hanya relatif. Kearbitreran bahasa sifarnya bergradasi. Di samping itu, ada pula tanda-tanda yang bermotivasi, yang relatif non-arbitrer.

Kedua tanda dalam Semiotika Saussure, *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda) adalah produksi kultural hubungan antara kedua (arbitier) memasukkan dan hanya berdasar konvensi, kesepakatan, atau peraturan dari kultur pemakai bahasa tersebut. Berbicara tentang keterkaitan, hubungan antara penanda dan petanda tidak bisa dijelaskan dengan berbagai nalar, baik melalui pilihan bunyi-bunyian atau pilihan yang memang mengaitkan rangkaian bunyi tersebut dengan benda atau konsep yang dimaksud. Karena, keterkaitan yang terjadi dalam penanda

dan petanda harus dipelajari yang berasal ada struktur yang pasti atau kode yang membantu untuk menafsirkan.

Dapat terlihat dengan jelas melalui penjelasan diatas bahwa penanda adalah aspek material dari bahasa (apa yang dikatakan atau didengar dan bahkan apa yang ditulis ataupun dibaca). Sedangkan mengenai petanda, ialah sebuah gambaran mental, pikiran atau konsep.

### **2.2.8 Kerangka Pemikiran**

Menurut Sugiyono (2016), kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Demi mencapai tujuan penelitian, peneliti sangat memerlukan kerangka pemikiran dari segi para ahli maupun teori untuk menunjang keberlangsungan penelitian. Pada video klip musik, tentunya di dalamnya terdapat tanda dan simbol yang mempunyai makna tersirat dalam video klip musik tersebut. Demi menelaah makna dalam video klip musik tersebut, peneliti menggunakan analisis semiotika model Ferdinand de Saussure, ahli semiotika yang berfokus kepada pencarian makna penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*).

Pada dasarnya dengan adanya visual dan musik yang terdapat pada sebuah video klip musik dalam setiap adegan atau scene memunculkan banyak tanda yang tentunya memiliki arti tersendiri. Makna atau pesan yang disampaikan dalam sebuah video klip musik mencakup keterkaitan pada visual yang mana

salah satunya terdapat latar tempat, benda, musik atau bahkan property yang ada dalam video klip musik. Hal ini dapat digali bagaimana maknanya melalui metode analisis semiotika pada penelitian ini.

Semiotika merupakan sebuah kajian ilmu yang mempelajari mengenai tanda dan simbol sebuah pesan dalam bentuk teks, visual, dan audio. Dengan tanda-tanda kita mencoba mencari keteraturan di tengah-tengah dunia yang centang-perenang, setidaknya agar kita sedikit punya pegangan. “Apa yang dikerjakan oleh semiotika adalah mengajarkan kita bagaimana menguraikan aturan-aturan tersebut dan ‘membawanya pada sebuah kesadaran’,” ujar Pines (dalam Berger, 2000a:14).

Untuk melihat semiotika lebih jelas dan dalam, definisi semiotika diungkapkan oleh Segers dalam Sobur (2018) bahwa:

Semiotika merupakan suatu disiplin yang menyelidiki semua bentuk komunikasi yang terjadi dengan *signs* ‘tanda-tanda’ dan berdasarkan pada *sign system (code)* ‘sistem tanda’ (Segers, 2000:4).

Semiotika model Ferdinand De Saussure, Saussure mengatakan bahwa setiap tanda tersusun dari dua bagian yaitu *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda). Dalam tanda terungkap konsep maupun citra bunyi yang tidak bisa dipisahkan. Hubungan antara petanda dan penanda sendiri bersifat bebas (arbiter). Arbiter dalam pengertian penanda tidak memiliki hubungan alamiah

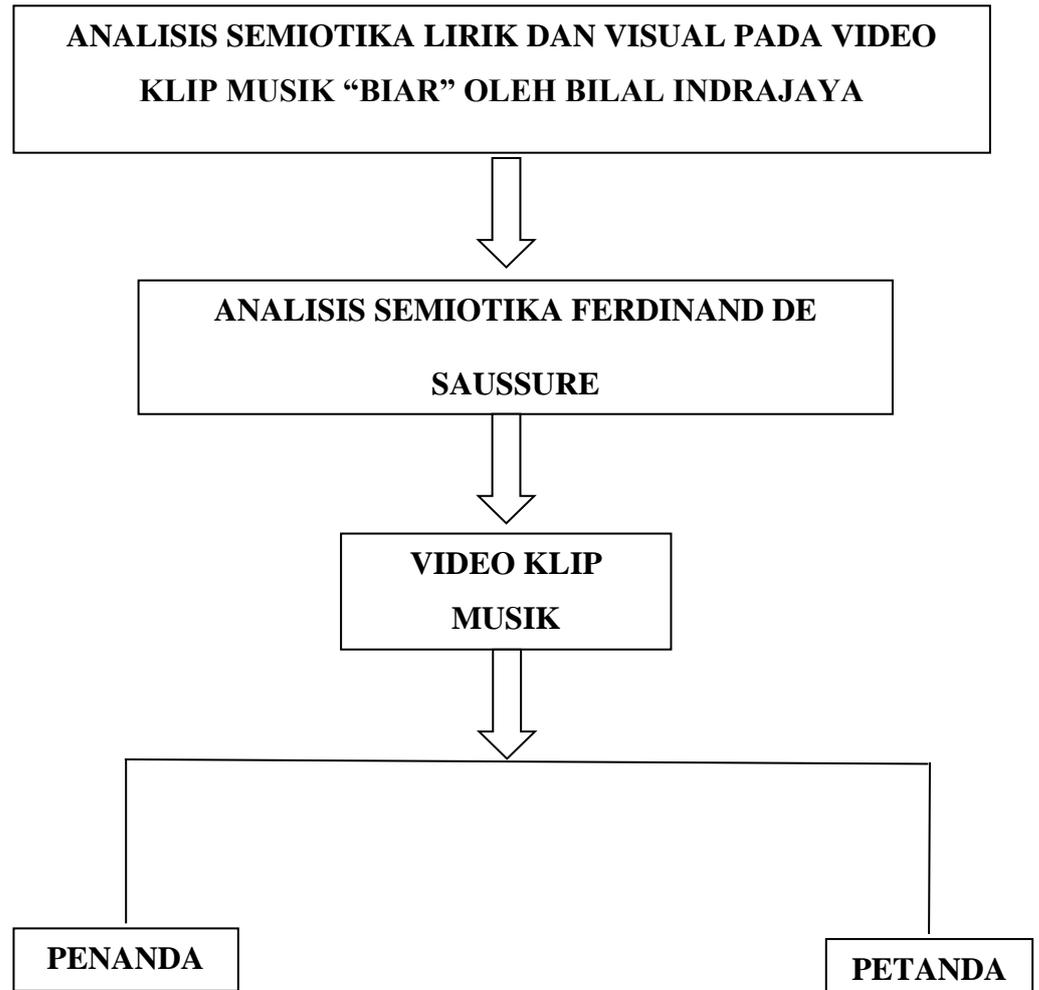
dengan petanda (Saussure, 1996, dalam Berger 2000b: 11, dalam Sobur 2003:32).

Konsep ini mengikat dari hal yang luas dan tentunya khusus berurusan dengan bahasa, tanda atau simbol dari bentuk-bentuk non verbal terbilang dapat menjelaskan sebuah tanda pasti berhubungan dengan maknanya serta bagaimana sebuah tanda dapat disusun. Tanda yang dimaksud memiliki arti yang khusus dengan mengacu pada konteks sosial dan budaya dimana semua tanda dapat dipergunakan agar kita memperoleh signifikasi atau makna tertentu. Bahasa dan system simbolis lainnya seperti musik dan gambar disebut system ‘tanda’ karena mereka diatur, dipelajari dan ditularkan berdasarkan aturan dan konvensi bersama oleh suatu masyarakat. (Sobur, 2016)

Melihat penjelasan di atas, kerangka pemikiran pada penelitian ini secara singkat tergambar pada bagan di bawah ini:

**Gambar 2. 2**

**Bagan Kerangka Pemikiran**



*Sumber: Diolah peneliti (2022)*