

BAB II

KAJIAN LITERATUR DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Literatur

Kajian literatur merupakan suatu penelusuran dan penelitian kepustakaan dengan membaca berbagai sumber seperti buku, jurnal dan terbitan lain tentang topik penelitian untuk menghasilkan satu tulisan berkenaan dengan satu topik tertentu.

2.1.1 *Review* Penelitian Sejenis

Review penelitian sejenis menjadi salah satu referensi peneliti untuk menjadi bahan literatur selain buku, jurnal dan yang lainnya. Guna untuk mencari persamaan dan perbedaan maka peneliti sajikan *review* sebagai berikut:

Muhammad Wali Al Khalidi, Hamdani, M. Syam, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Syiah Kuala tahun 2017 yang berjudul “REPRESENTASI NILAI-NILAI MORAL DALAM LIRIK LAGU DODA IDI (Studi Semiotik Terhadap Lirik Lagu Doda Idi dalam Album Nyawoung)”. Hasil dari penelitian ini, ditemukan tiga aspek nilai moral dalam kehidupan manusia yang terkandung dalam lirik Doda Idi yaitu hubungan manusia antara dirinya sendiri, manusia dengan Tuhan dan manusia dengan lingkungan sosialnya. Persamaan penelitian ini terletak pada metode penelitian yang

menggunakan model Roland R. Barthes dan nilai-nilai moral yang akan dicari dalam lirik lagu.

Maria Dreonsiana Jerama, Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Nusantara PGRI Kediri tahun 2018 yang berjudul “ASPEK MORAL DALAM LIRIK LAGU-LAGU DAERAH MANGGARAI KARYA RENSI AMBANG”. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa dimensi moral dibagi menjadi tiga: kebahagiaan, moralitas dan perilaku, dan moralitas dan hati Nurani. Setiap lagu kemudian diklasifikasikan ke dalam kategori tersebut. Persamaan penelitian ini adalah objek penelitian yaitu aspek moral dalam lirik lagu. Sementara perbedaannya terletak pada metode penelitian yang digunakan, penelitian tersebut menggunakan metode pendekatan moral.

Indah Purnama Sari, Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Parepare tahun 2019 yang berjudul “ANALISIS WACANA PESAN DAKWAH DALAM SYAIR LAGU ALBUM AKU DAN TUHANKU GROUP MUSIK UNGU”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa lagu-lagu tersebut mengandung pesan akhlak, akidah dan dakwah syariah. Rancangan yang paling dominan adalah pesan moral kepada Allah. peneliti yang menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes. Walaupun persamaan yang diberikan merupakan analisis terhadap pesan yang terkandung dalam lagu tersebut, namun penelitian ini menggunakan metode analisis wacana yang berbeda dengan peneliti yang menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes.

Jurnal Henny Sri Kusumawati dkk, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo tahun 2019 yang berjudul “ANALISIS SEMIOTIKA MODEL ROLAND BARTHES PADA MAKNA “REMBULAN” KARYA IPHA HADI SASONO”. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dapat diketahui dalam lagu “Rembulan” terdapat 12 simbol verbal (berupa syair) dan 4 simbol nonverbal (berupa unsur lagu). Menurut penelitian penulis, lagu “Rembulan” memiliki 12 tanda *verbal* (berupa puisi) dan 4 tanda *nonverbal* (berupa unsur lagu). Hasil penelitian penulis menunjukkan bahwa pada lagu “Rembulan” simbol kata yang berbentuk puisi mengandung makna struktural. Cinta pada pandangan pertama Citra seorang wanita ideal yang menyaksikan saat bulan terbit. Makna konotatif lagu ini berupa himne dan mengandung makna konotatif sebagai janji. Mitos lagu tersebut, atau "bulan", adalah simbol kesempurnaan feminin. Struktur *nonverbal* berupa tempo, sebaliknya, merupakan bagian dari lagu. Melodi, karakter dinamis, ide cerita. Kemiripan penelitian ini terletak pada metode penelitian yang menggunakan model Roland R. Barthes dan nilai-nilai moral yang dituntut dari lirik lagu.

Jurnal Galuh Andy Wicaksono dan Fathul Qorib, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Tribhuwana Tungadewi tahun 2019 yang berjudul “PESAN MORAL DALAM FILM YOWIS BEN”. Berdasarkan hasil penelitian subjek dalam penelitian ini, dipilih 17 adegan yang dideskripsikan dari perspektif makna representatif, subjek, dan penafsir. Pesan moral di setiap adegan. Deskripsi kategori ini didasarkan pada *visual* (gambar) dan bahasa

(*dialog*) yang terkandung dalam adegan. Pemilihan adegan didasarkan pada latar belakang yang terdapat dalam film dan dideskripsikan menurut teori semiotika Charles S. Pearce yang dikenal juga dengan konsep triad atau trikotomi yang terdiri dari tiga unsur karakter. Rumus penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian juga terletak pada pemilihan teori.

Tabel 2.1 *Review Penelitian Sejenis*

No	Nama/Judul/Asal	Metode Penelitian	Tujuan Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Muhammad Wali Al Khalidi, Hamdani, M. Syam, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Syiah Kuala tahun 2017 yang berjudul “REPRESENTASI NILAI-NILAI MORAL DALAM LIRIK LAGU DODA IDI (Studi Semiotik Terhadap Lirik Lagu Doda Idi dalam Album Nyawoung)” .	Analisis Semiotik	Untuk mengetahui makna konotasi, denotasi dan mitos.	Metode penelitian model Roland R. Barthes serta nilai moral yang akan dicari dalam lirik lagu.	Perbedaannya dari objek penelitian yang akan diteliti.
2	Maria Dreonsiana Jerama, Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Nusantara PGRI Kediri tahun 2018 yang berjudul “ASPEK MORAL DALAM LIRIK LAGU-LAGU DAERAH MANGGARAI KARYA RENSI AMBANG” .	Metode pendekatan moral	Untuk mengetahui deskripsi aspek 12tructural yaitu struktur fisik, untuk mengetahui deskripsi aspek moral manusia dan kebahagiaan dalam lirik lagu-lagu daerah Manggarai karya Rensi Ambang, untuk mengetahui deskripsi aspek moral manusia dan	Objek penelitian yaitu pesan atau aspek moral dalam lirik lagu.	Metode penelitian yang digunakan, penelitian tersebut menggunakan metode pendekatan moral. Sedangkan peneliti

			perbuatannya dalam lirik lagu-lagu daerah Manggarai karya Rensi Ambang.		menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes.
3	Indah Purnama Sari, Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Parepare tahun 2019 yang berjudul “ANALISIS WACANA PESAN DAKWAH DALAM SYAIR LAGU ALBUM AKU DAN TUHANKU GROUP MUSIK UNGU”	Kualitatif deskriptif	Untuk mengetahui pesan dakwah yang terkandung dan mengetahui perancangan pesan dalam lagu Album Aku dan Tuhanku grup musik Ungu.	Analisis pesan pada lagu	Menggunakan metode analisis wacana Sedangkan peneliti menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes.
4	Jurnal Henny Sri Kusumawati dkk, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo tahun 2019 yang berjudul “ANALISIS SEMIOTIKA MODEL ROLAND BARTHES PADA MAKNA “REMBULAN” KARYA IPHA HADI SASONO” .	Metode penelitian kualitatif	Untuk mengetahui bagaimana makna tanda yang disampaikan dalam lagu “Rembulan” karya Ipa Hadi Sasono.	Metode penelitian yang menggunakan model Roland R. Barthes serta nilai moral yang akan dicari dalam lirik lagu.	Perbedaan-ya dari objek penelitian yang akan diteliti.

5	Jurnal Galuh Andy Wicaksono dan Fathul Qorib, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Tribhuwana Tungadewi tahun 2019 yang berjudul “ PESAN MORAL DALAM FILM YOWIS BEN ”.	Metode penelitian kualitatif	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami pesan moral yang terkandung dalam film Yowis Ben	Menggunakan metode penelitian kualitatif.	Objek penelitian juga dari pemilihan teori (Charles S Pierce).
---	---	------------------------------	---	---	--

2.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah keterkaitan atau hubungan antara konsep masalah yang diteliti dengan konsep lain. Kerangka konseptual didapatkan dari suatu konsep ilmu atau teori ilmiah yang dijadikan sebagai landasan penelitian (Setiadi, 2013).

2.2.1 Komunikasi

2.2.1.1 Definisi Komunikasi

Hakikatnya komunikasi merupakan proses pernyataan antar manusia yang dinyatakan sebagai ide pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat pengirimnya. Komunikasi bisa dikatakan pesan (*message*), orang yang menyampaikan pesan dikatakan (*communicator*), orang yang menerima pesan dikatakan (*communicate*). Penyampaian pesan tersebut dapat dilakukan secara individu maupun kelompok dalam membagikan sebuah informasi dengan tujuan untuk mempengaruhi seseorang.

Komunikasi dapat dikatakan efektif jika pesan yang disampaikan oleh seseorang memiliki tujuan yang sama, maka dapat dipahami oleh pihak penerima pesan. Komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kelangsungan hidup manusia sebagai makhluk sosial yang tentunya membutuhkan orang lain dalam berkehidupan. Maka dari itu komunikasi menjadi alat atau sarana penyampaian pesan kepada orang lain dengan maksud dapat dimengerti apa yang disampaikan.

Menurut Effendy 2006 hal 5 mengatakan bahwa definisi komunikasi yaitu “proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik secara lisan maupun melalui media”.

Laswell dalam Mulyana hal 69 menyatakan bahwa komunikasi adalah cara yang baik untuk menggambarkan model komunikasi sebagai berikut “*Who says? What in? Which channel? To whom? With what effect?*”

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pesan yang terbagi menjadi verbal dan nonverbal. Komunikasi sebisa mungkin jelas isi pesan yang ingin disampaikan agar bisa tersampaikan kepada orang si penerima pesan.

2.2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi

Komunikasi memiliki unsur-unsur, berikut adalah uraian unsur komunikasi menurut Laswell dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar:

1. Sumber (*source*): sumber merupakan pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi atau disebut komunikator. Bisa berupa individu, kelompok, organisasi, bahkan negara.

2. Pesan (*message*): merupakan seperangkat simbol verbal atau nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau maksud dari sumber.
3. Saluran (*channel*): merupakan alat yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesan kepada penerima. Saluran merujuk pada bentuk pesan dari cara penyajian pesan.
4. Penerima (*receiver*): nama lainnya adalah komunikan di mana penerima merupakan orang yang menerima pesan dari sumber.
5. Efek (*effect*): merupakan apa yang terjadi pada penerima setelah menerima pesan. (2007, h.69-71)

2.2.1.3 Tujuan Komunikasi

Dalam Ilmu, Teori, Filsafat Komunikasi (2003) menurut Effendy, Komunikasi juga memiliki beberapa tujuan yaitu:

1. Mengubah sikap (*to change the attitude*): setiap pesan baik berupa berita atau informasi yang disampaikan secara antar personal maupun kelompok, yang dapat merubah sikap seseorang secara bertahap.
2. Mengubah pandangan (*to change the opinion*): perubahan pendapat seseorang bisa memberikan banyak informasi pada individu ataupun masyarakat dengan tujuan akhirnya merubah persepsinya terhadap sesuatu.

3. Mengubah perilaku (*to change the behavior*): pada tahap perubahan perilaku ini komunikasi berperan secara sistematis sehingga akan masuk pada perilaku seseorang.
4. Mengubah masyarakat (*to change the society*): perubahan sosial dan partisipasi sosial. Memberikan berbagai informasi pada masyarakat yang memiliki tujuan akhir agar masyarakat dapat ikut serta terhadap tujuan informasi yang disampaikan. (Effendy, 2003, h. 55)

2.2.2 Media Baru

2.2.2.1 Definisi Media Baru

Kehadiran media baru atau (*new media*) juga menjadi perantara perubahan pola komunikasi masyarakat. Media baru, termasuk internet, sedikit banyak telah mempengaruhi cara orang berkomunikasi. Internet saat ini hadir untuk memenuhi kebutuhan manusia akan komunikasi dan pengumpulan informasi. Internet berfungsi sebagai jaringan global untuk komunikasi dari satu tempat ke tempat lain. Internet juga berfungsi sebagai salah satu segi penyediaan informasi tanpa akhir. Karena akses ke internet kini telah menjadi rutinitas sehari-hari bagi sebagian besar warga, dapat disimpulkan bahwa media baru adalah yang terbentuk dari interaksi manusia-komputer, khususnya internet. Termasuk *website*, *blog*, jejaring sosial *online*, forum *online*, dll yang menggunakan PC dan *smartphone* sebagai medianya.

Vivian pada Surokim (2017:24) menyatakan bahwa media baru yaitu internet dapat melampaui pola penyebaran pesan media tradisional. Karena sifat internet, batas geografis untuk membangun koneksi, kapasitas untuk hubungan, dan banyak lagi, yang terpenting, ini dapat dilakukan secara *real time*.

Selain itu, Meyrowitz pada Surokim (2017: 25) mencatat bahwa penggunaan lingkungan media baru, atau dikenal menggunakan *cyberspace*, untuk penelitian media mulai tidak hanya berfokus pada berita, tetapi juga mencakup teknologi komunikasi itu sendiri, di mana komunikasi teknis mentransmisikan informasi secara pribadi. pemikiran baru. Perangkatnya salah, beberapa bentuk atau jenis asal sosial.

McQuail (1987:16) mendefinisikan *new media* atau media baru sebagai berbagai perangkat elektroteknik dengan kegunaan yang berbeda. Media elektronik baru ini mencakup beberapa sistem teknologi.

Karakteristik utama yang membedakan media baru dari media lama adalah desentralisasi (sumber dan pemilihan berita tidak lagi sepenuhnya berada di tangan komunikator), efisiensi tinggi (transmisi melalui kabel atau satelit adalah 2- metode komunikasi (komunikator dapat memilih, membalas, berbagi informasi, terhubung langsung dengan penerima lain), fleksibilitas (dalam bentuk, konten, dan penggunaan) fleksibilitas.

Dalam Hamidati, Rogers menjelaskan tiga ciri utama yang menjadi ciri keberadaan teknologi komunikasi baru: *bidirectionality*, *demassification*, dan *asynchrony*. Interaktivitas adalah kemampuan sistem komunikasi baru (biasanya termasuk komputer sebagai komponen) untuk berkomunikasi dengan pengguna. Ini seperti seseorang yang mengambil bagian dalam percakapan. Dengan kata lain, media baru memiliki tingkat interaktivitas mendekati komunikasi interpersonal tatap muka (Hamidanti, 2011: 7).

Karakteristik kedua dari teknologi komunikasi baru adalah sifatnya yang tidak proporsional atau massal. Dengan kata lain, kendali dan pengawasan sistem media biasanya bergeser dari produsen media ke konsumen. Fitur ketiga adalah asinkron. Dengan kata lain, teknologi komunikasi baru memungkinkan peserta individu untuk mengirim dan menerima pesan pada waktu yang mereka pilih.

2.2.2.2 Fungsi Media Baru

Menurut Herliani (2015:218) media baru memiliki fungsi sebagai berikut:

1. Digunakan untuk menunjukkan arus informasi yang dapat diakses dengan mudah dan cepat kapanpun dan dimanapun. Memudahkan seseorang untuk menemukan apa yang mereka

cari atau butuhkan. Ini biasanya harus dicari langsung ke sumbernya.

2. Sebagai media transaksi jual beli. Dapat dengan mudah memesan produk atau menghubungi layanan pelanggan melalui fungsi web.
3. Sebagai media hiburan. Contoh: *game online*, jejaring sosial, *streaming video*, dll.
4. Sebagai media komunikasi yang efisien. Dapat berkomunikasi dengan siapa pun tanpa memandang jarak atau waktu, dan konferensi video juga dimungkinkan.
5. Sebagai sarana pendidikan dengan *e-book* yang sederhana dan praktis. Bagi siswa, penyampaian materi pembelajaran dapat menyatu, proses pembelajaran menjadi lebih jelas, menarik, interaktif, hemat waktu dan tenaga, proses pembelajaran dapat dilakukan dimana saja, dan peran guru menjadi lebih banyak berubah. Arah yang positif dan produktif.

2.2.2.3 Jenis Media Baru

Perkembangan teknologi dari media tradisional ke media baru yang dilengkapi dengan teknologi digital. Kemajuan sentralisasi komunikasi modern terdiri dari komputer dan jaringan penyiaran. Orang secara bertahap menghadapi gaya baru pemrosesan dan distribusi informasi digital, internet, *World Wide Web* (WWW), dan kemampuan multimedia.

Media sosial seperti *Twitter*, *Facebook*, *Path*, *Instagram*, dan *YouTube* merupakan jenis media baru yang masuk dalam kategori media online. Jenis media baru ini memungkinkan orang biasa untuk berbicara, berpartisipasi, berbagi, dan berjejaring secara online (Hamidanti: 2011:13). Ada jenis media baru lainnya seperti komputer dan DVD, notebook, pemutar media portabel, VCD, video game, smartphone dan realitas virtual.

2.2.2.4 Dampak Media Baru

Sesuai kajian empiris yang dilakukan Puspita (2015: 203), melihat terlebih dahulu manfaat media baru, dikemukakan bahwa memang ada sisi positif dan negatif dari keberadaan media baru saat ini. Sisi baiknya, masyarakat saat ini sangat dimanjakan untuk berkomunikasi dan mencari informasi yang mereka butuhkan karena keunggulan media baru. Ketergantungan ini misalnya, mengawasi ponsel cerdas Anda saat menjelajahi web atau mengobrol dengan antusias di media sosial. media. Media baru juga dinikmati oleh warga global, dan warga global yang menggunakan media baru memungkinkan aktivitas komunikasi. Melalui komunikasi di media sosial, terjadi pertukaran nilai dan praktik, bahkan nilai budaya eksternal, jika tidak dapat disaring oleh nilai dan praktik, atau oleh budaya lokal penduduk, nilai dan praktik eksternal tersebut. praktek sendiri, nilai-nilai dan peraturan daerah akan luntur.

Herliani (2015) menyatakan bahwa *new media* merupakan pengembangan kembali dari media yang sudah ada. Sifat digitalnya memungkinkan pengguna untuk bertukar informasi dan aktivitas lainnya dengan mudah. Namun, bukan tanpa efek negatif. Berikut dampak negatif dari keberadaan media baru:

1. Transaksi data dan informasi di dunia maya meningkatkan potensi pencurian data pribadi. Ini dapat dilakukan oleh peretas yang tidak bertanggung jawab atas tujuan tertentu. sebaran virus. Karena arus informasi dan komunikasi yang terbuka, virus dapat dengan mudah menyebar dengan kedok aplikasi.
2. Rasa ketagihan yang berlebihan, seperti pada saat bermain *game online* atau jejaring sosial.
3. Mengesampingkan etika komunikasi.
4. Beberapa orang menjadi acuh tak acuh terhadap lingkungan sosialnya.

2.2.2.5 Manfaat Media Baru

Saat ini, kemunculan dan perkembangan media baru sangat pesat, terutama penggunaan teknologi internet yang juga menguntungkan masyarakat sebagai penggunanya. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada 16 Mei 2019, 31,6% dari korban yang menanggapi bullying di media sosial hanya mengizinkan cyberbullying,

7,9% menanggapi, 5,2% telah menghapus sumpah serapah atau cyberbullying, dan hanya 3,6% korban dilaporkan cyberbullying.

Menurut Surokim (2017: 72) Adanya media baru memiliki beberapa dampak positif, seperti internet digunakan sebagai media komunikasi, media pertukaran data, media transmisi informasi, dan media baru yang memberikan kemudahan bagi dunia. Branding dan marketing, dan media ini juga membantu anak muda untuk terlibat dalam dunia politik, proses pengambilan keputusan seperti pemilihan umum (suspensi).

Lebih lanjut, Fikri (2018:99) juga menunjukkan manfaat media baru bagi masyarakat sebagai penggunanya. Jika orang yang mengakses internet dapat menggunakannya dan aktif menggunakannya. Dalam hal ini, Internet bisa menjadi alternatif yang menarik. Namun, dibalik manfaat positifnya juga terdapat sisi negatifnya. Artinya, pengguna bisa kehilangan banyak waktu saat mengakses internet tanpa tujuan dan penggunaan yang jelas.

Di sisi lain, Rasmussen dalam McQuail (2011: 154-155) berpendapat bahwa media baru memberikan kontribusi penting untuk menjembatani kesenjangan besar yang ada antara dunia publik dan privat, dunia kehidupan dan dunia sistem atau organisasi. Media baru juga mempengaruhi perubahan sosial. Ini karena peserta dan publik yang menggunakan media lebih terlibat, fleksibel, dan terinformasi.

Seperti yang dijelaskan oleh ketiga ahli di atas, kehadiran media baru di masyarakat saat ini dapat membawa banyak manfaat. Untuk membuat orang terus maju dengan internet sebagai media baru yang terus menjelaskan kemajuan teknologi dan mendorong orang lain untuk terus terinspirasi dan berkembang. Namun, kehadiran media baru di masyarakat saat ini juga dapat memberikan dampak yang merugikan jika tidak digunakan secara bijak atau dengan tujuan yang jelas.

2.2.3 Pesan Moral

Pesan adalah bentuk pemberitahuan bermakna bagi penerima. Pesan adalah bagian penting dari komunikasi. Ide pesan dapat disampaikan dalam bentuk komunikasi verbal atau tertulis, melalui hubungan fisik atau menggunakan media digital. Pesan digunakan oleh komunitas untuk menyampaikan makna dari apa yang akan bagikan pada orang lain.

Format pesan dapat dikombinasikan dengan tanda atau simbol itu bisa menginspirasi komunikator. kabar baik terdiri dari kata-kata dan simbol yang akrab bagi penerima. Ada banyak format pesan yang ditujukan berdasarkan format sinyal tanda yang memiliki fungsi merangsang bagi penerima.

Pesan sebagai keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator merupakan pendapat dari H.A.W., Wijdaja. Pesan dapat disampaikan secara tatap muka, secara langsung, lisan, atau tertulis. Isi pesan dapat berupa saran atau masukan. Pesan sebagai rangkaian simbol bermakna

yang disampaikan oleh seorang komunikator menurut Effendy (1997). Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) akhlak diartikan sebagai moral, budi pekerti dan akhlak. Ada berbagai cara untuk memahami moralitas, tergantung dari segi isinya.

Moralitas dapat diartikan sebagai alat pengukur apakah perilaku manusia itu benar atau salah (Sjrkawi, 2006). Moralitas memiliki arti lain sebagai nilai atau norma yang ada dalam masyarakat yang seharusnya diikuti oleh setiap individu. Hal ini menunjukkan bahwa setiap orang pasti memiliki akhlak yang baik. Jika seorang individu memiliki moral yang baik, perilakunya tidak melampaui batas nilai dan norma yang ada dalam masyarakat.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008:665) menyebutkan bahwa akhlak berarti: (a) ajaran baik ataupun buruk yang diterima secara universal dalam hal perilaku, sikap, tugas, moralitas, tata krama, moralitas; (b) pelajaran sopan santun yang dapat diambil dari cerita, melatih bagaimana konten diungkapkan dalam tindakan;

Moralitas adalah apa yang ingin diberikan oleh pembicara kepada pendengarnya, makna yang terkandung dalam karya tersebut dan makna yang tersirat dari cerita tersebut (Nurgiyantoro, 2013: 321). Artinya pembicara secara langsung dan tidak langsung menyampaikan pesan moral kepada pendengarnya melalui lagu.

Kenyataannya, moralitas berbicara tentang pertanyaan, mengenai apa yang benar dan salah, apa yang harus dilakukan, apa yang harus diserahkan

karena alasan tertentu, dan bagaimana masyarakat menilai tindakan seseorang. Perninjauan moral tergantung pada suasana dan keadaan yang membentuk individu. Seperti, kelas sosial, sistem sosial, kepercayaan, dll. Moralitas seseorang adalah pengakuan akan benar dan salah yang secara tidak langsung dibebankan pada semua tindakan manusia oleh kewajiban moral yang seharusnya selalu dipatuhi, larangan yang harus dijalankan.

Moralitas umum dalam masyarakat mengikat semua orang pada semua lapisan masyarakat yang ada. Setiap individu harus menghormati tatanan yang ada saat bertindak, bertindak dan bersosialisasi dalam masyarakat. Terlepas dari apa yang ditentukan oleh kehidupan sosial dan takdir pribadinya.

Pesan dan makna moral menurut beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa pesan moral merupakan sebuah pesan yang mengandung pesan baik yang berasal dari pikiran manusia dan budaya yang tercipta di masyarakat. Pesan moral adalah pesan yang ingin disampaikan oleh pencipta dan penyanyi kepada para pecinta musik. Pesan ini berupa ajaran atau makna-makna tersembunyi yang berkaitan dengan akhlak, sehingga lagu tersebut dapat dijadikan pelajaran sekaligus diperdengarkan.

2.2.4 *YouTube*

YouTube merupakan situs web berbagi video yang memungkinkan pengguna mengunduh, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Mantan karyawan PayPal: Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim mendirikan

YouTube pada Februari 2005. Video di *YouTube* biasanya berupa video klip film, acara TV, dan video yang dibuat sendiri oleh pengguna (Tjanatjantia: 2013).

YouTube Media adalah layanan berbagi video yang disediakan oleh Google yang memungkinkan pengguna mengunduh, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. *YouTube* mewakili perubahan dalam teknologi Internet (World Wide Web) dari "Web Hanya Baca" menjadi "Web Baca Tulis" (Wilson), yaitu dari situasi di mana internet hanya menyediakan sumber bacaan kepada pengguna, menjadi situasi di mana internet menyediakan sarana bagi pengguna untuk membuat sumber bacaan dan membaginya dengan orang lain. Perubahan ini menjadikan *YouTube* sebagai salah satu media sosial yang paling nyaman dan mudah diakses. Itu sebabnya *YouTube* saat ini menjadi situs web paling populer dan dikunjungi oleh ribuan orang setiap hari (Afifah 2021).

YouTube saat ini merupakan situs paling dominan untuk penyedia video online, dengan pangsa pasar 43% di AS dan global. Diperkirakan 20 jam video diunggah ke *YouTube* setiap menit dan diputar 6 miliar kali per hari. *YouTube* sekarang untuk berbagai kebutuhan pengguna. Fitur-fitur yang disediakan oleh kemajuan teknologi *YouTube* saat ini sangat membantu dalam berbagai aspek kebutuhan pengguna (Dahono, 2021).

Lebih realistis dan langsung dapat diterapkan pada berbagai kebutuhan dan kebutuhan pengguna, termasuk *YouTube*, utilitas *YouTube* membantu pengguna mengakses video yang mereka butuhkan, seperti klip video dari

penyanyi dan band favorit, film dari aktor, aktris dan sutradara favorit, acara terkini, dll. Kehadiran *YouTube* di sini berperan penting dalam kesuksesan dan perkembangan industri hiburan, karena sebagian besar video tersebut ber-*genre* hiburan, termasuk tayangan hiburan streaming yang mungkin dilewatkan. Jadi, orang-orang di industri hiburan juga memanfaatkan situasi ini untuk mempromosikan acara mereka di *YouTube*. Berikut adalah beberapa kekuatan atau istilah media *YouTube* (Ibid: hal 35):

- 1) *Subscribe*: Mengikuti berita terbaru dari saluran favorit dengan mudah.
- 2) *Streaming*: Proses *streaming* atau pengiriman data dari *server* ke *host*. Data mewakili informasi yang perlu dikirim secara *real time*.
- 3) *Buffering*: Jeda waktu yang dirasakan saat ingin mengakses sesuatu di Internet, terutama *file* video seperti *YouTube*. Simbol mirip jam pasir akan berputar beberapa saat hingga akhirnya berhasil mengakses *file* yang ingin diakses.
- 4) *VLOG (Video Blog)*: Seseorang atau seorang *YouTuber* mendapatkan keuntungan dengan cara membagikan *diary* hidupnya dalam bentuk video yang sengaja diperlihatkan secara gratis kepada banyak orang.
- 5) *YouTubers*: Istilah yang digunakan untuk menyebut seseorang yang sering membagikan video di saluran *YouTube*-nya. Profesi ini tentu menguntungkan. *YouTuber* biasanya membuat video atau video lucu, menarik, unik dan kreatif tentang kesehariannya

(VLOG) dan menikmati hobinya di waktu senggang. Jika videonya cukup ramai, pelanggan akan bertambah setiap hari, tetapi itu tergantung pada video yang dia buat.

Ada berbagai jenis video yang tersedia di *YouTube*. *Website* ini sangat cocok bagi mereka yang mencari informasi, berita dan hiburan dalam bentuk video. Jenis konten video di *YouTube* adalah:

- 1) Video Musik: Jenis video ini menduduki peringkat #1 dalam hal penayangan di *YouTube*. Jenis video hiburan ini tidak lekang oleh waktu. Tidak jarang banyak artis dan penyanyi berduyun-duyun untuk mengklaim royalti dan hak cipta setiap kali sesuatu yang baru terjadi.
- 2) Film: *YouTube* memudahkan pemirsa untuk menikmati film dan film di rumah.
- 3) Video Lucu: Terkadang hiburan yang disajikan sederhana, tetapi konsep menghibur orang adalah yang paling utama. Orang bisa menghilangkan penat dengan menonton video lucu. Itu juga bisa menghilangkan stres, meski hanya sedikit. Video jenis ini memiliki tingkat viewership yang sangat tinggi, contohnya Bayu Skak adalah *YouTuber* muda Indonesia yang sukses.
- 4) Video Olahraga: Pemirsa untuk jenis video ini juga sangat besar dan banyak orang tidak punya waktu untuk menonton siaran langsung olahraga di waktu mereka sendiri. Video olahraga yang menantang seperti itu populer di Eropa dan Amerika Serikat, dan

banyak *YouTuber* bersaing untuk mendapatkan video semacam ini.

- 5) *Video Game*: Bukan lagi argumen populer bahwa semua kalangan, dari muda hingga paruh baya, menyukai *game*. *Video game* tentang strategi diunggah oleh banyak pemain.
- 6) *Video Berita*: Sejumlah besar orang memiliki banyak waktu untuk mengikuti perkembangan berita, dan beberapa hanya dapat menonton rekaman video. Video-video yang disajikan biasanya adalah video-video terhangat seputar politik dan kasus kriminal.
- 7) *Video ilmu pengetahuan*: Konten yang satu ini dimulai dengan video di mana orang menjelaskan materi, menyajikan topik atau lainnya dalam berbagai cara, dalam bentuk animasi, *slide*, kartun, dll., Untuk membuat orang menonton video lihat membangkitkan minat.
- 8) *Video Tutorial*: Jenis video ini populer bagi mereka yang ingin belajar secara langsung. Sekilas melihat media dan latihan cepat biasanya membuatnya lebih jelas. Video tutorial semacam ini sangat membantu bahkan untuk non-profesional. (Jenis Video yang Banyak Menghasilkan Uang, 2019)

2.2.5 Budaya Populer

2.2.5.1 Definisi Budaya Populer

Budaya dapat digunakan untuk menunjukkan pada proses umum perkembangan intelektual, spiritual, dan estetika (Williams, 1983:90). Misalnya, ini mungkin rumus budaya yang paling mudah dipahami. Kita dapat berbicara tentang perkembangan budaya Eropa Barat dalam hal elemen intelektual, spiritual, dan estetika dari para filsuf, seniman, dan penyair hebat.

Budaya berarti cara hidup tertentu dari masyarakat, periode, atau kelompok tertentu (Williams, 1983: 90). Membahas perkembangan budaya Eropa Barat dengan menggunakan definisi ini berarti tidak hanya memikirkan unsur intelektual dan estetika, tetapi juga perkembangan sastra, hiburan, olahraga, dan ritual keagamaan.

Williams juga mengatakan bahwa budaya juga dapat merujuk pada karya dan praktik intelektual, khususnya aktivitas artistik (1983: 90). Dengan kata lain, teks-teks dan praktik-praktik tersebut dianggap memiliki fungsi utama yaitu denoting, denoting (menampilkan), memproduksi, atau mungkin menjadi peristiwa yang menghasilkan makna tertentu. Budaya dalam definisi ketiga ini sinonim dengan apa yang oleh kaum strukturalis dan poststrukturalis disebut praktik-praktik kunci. Dengan menggunakan definisi ini, Anda dapat menemukan

beberapa contoh budaya pop. Misalnya, nama puisi, novel, balet, opera, lukisan.

Ketika kita berbicara tentang budaya pop, yang kita maksud adalah menggabungkan makna budaya kedua dengan makna ketiga di atas. Makna kedua: gaya hidup tertentu memungkinkan kita berbicara tentang praktik seperti liburan pantai, perayaan liburan, dan aktivitas pemuda subkultur sebagai contoh budaya, yang disebut praktik budaya. Makna Ketiga: praktik kebermaknaan memungkinkan kita berbicara tentang sinetron, musik pop, dan kartun sebagai contoh budaya pop.

Tetapi beberapa menggunakan definisi budaya pop Williams yang pertama. Kata pop berasal dari kata populer. Williams memberikan istilah empat arti. (2) Ada beberapa jenis pekerjaan. (3) Pekerjaan yang menyenangkan orang. (4) Budaya yang diciptakan orang untuk dirinya sendiri (1983: 237) Untuk mendefinisikan budaya pop, kita perlu menggabungkan dua istilah: budaya dan populer.

2.2.5.2 Jenis Budaya Populer

- (a) Televisi adalah media elektronik yang paling cepat berkembang dalam kehidupan masyarakat. Dengan perkembangannya, televisi menjadi salah satu ikon budaya populer, mendapatkan popularitas besar dan mempengaruhi banyak kehidupan dalam banyak hal.

- (b) Fiksi adalah cerita yang berkembang dari imajinasi bukan berdasarkan sejarah atau fakta, yaitu cerita yang ditulis secara implisit. Budaya populer menciptakan ribuan fiksi untuk dikonsumsi orang.
- (c) Film adalah rangkaian gambar diam yang ditampilkan pada layar lebar atau layar bioskop untuk menciptakan ilusi gerak. Ilusi optik ini menghadirkan tontonan dengan gerakan yang konsisten dan terus menerus di antara objek yang berbeda.
- (d) Surat kabar dan majalah adalah media cetak yang disediakan untuk memberikan berbagai informasi kepada masyarakat umum melalui terbitan tertulis.
- (e) Musik pop adalah genre musik. Kata pop berasal dari populer, dan musik pop adalah musik yang populer dan dicintai oleh massa. Sebagai salah satu bentuk budaya populer, musik populer pada umumnya dapat dicerna dan diterima oleh kebanyakan orang.

2.2.5.3 Budaya Populer

Budaya populer dapat dicontohkan dalam berbagai tindakan seperti sebagai berikut:

- (a) *Shopping*: Hobi paling populer dalam masyarakat modern. Tidak heran jika seiring berjalannya waktu, semakin banyak pusat perbelanjaan, restoran, bioskop, persewaan atau gerai

penjualan *disc video*, gerai makanan cepat saji, tempat hiburan, dan toko butik.

(b) Demam Korea (*Korean wave*): Unsur-unsur budaya populer Korea ini memiliki pengaruh yang relatif besar di negara-negara Asia, termasuk Indonesia. Di Indonesia, mempopulerkan budaya populer nasional Korea dimulai dengan pemutaran beberapa drama Korea di awal tahun 2000-an.

(c) *Korean Pop* (K-Pop): Setelah budaya populer Korea menyapu pasar Indonesia dan memikat publik dengan drama, Korea mulai berkembang melalui produksi musik. *Korean Pop* (musik pop Korea), disingkat K-pop, adalah jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan.

2.3 Kerangka Teoritis

Harus ada dasar untuk memecahkan masalah yang disajikan. Untuk itu peneliti membutuhkan kerangka berupa teori atau pendapat ahli yang kebenarannya tidak dapat disangkal. Kerangka teoritis adalah fondasi utama di mana seluruh proyek penelitian dibangun. Dalam menjelaskan bagaimana teori berhubungan dengan faktor-faktor penting yang diketahui dalam suatu masalah tertentu.

Teori yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah teori semiotika Roland Barthes dan teori konstruksi sosial realitas oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Berdasarkan teori semiotika Roland Barthes dan teori konstruksi

realitas sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckman, maka peneliti tertarik untuk meneliti pesan moral atau semiotika dari lirik lagu BTS *Butter: Permission to Dance* untuk mengetahui makna denotasi, makna konotasi, mitos, dan pesan moral yang ada.

2.3.1 Teori Semiotika

2.3.1.1 Definisi Semiotika

Semiotika adalah metode analisis untuk mempelajari makna-makna yang terkandung dalam tanda-tanda. Menurut Suzanne Langer, “Penting untuk menilai simbol dan tanda. Kehidupan hewan dikomunikasikan melalui emosi, sedangkan emosi manusia dikomunikasikan melalui berbagai konsep, simbol, dan bahasa.”, adalah ilmu yang mempelajari bagaimana memberi makna pada simbol. Semiotika juga dapat diartikan sebagai suatu konsep yang mengajarkan manusia untuk menginterpretasikan tanda-tanda yang ada pada objek tertentu.

Sebuah tanda juga menunjuk pada sesuatu yang lain yang tersembunyi di balik tanda itu sendiri. Misalnya seperti asap, simbol di belakangnya menandakan api. Semiotika sendiri berasal dari kata Yunani *semion* yang berarti tanda. Karakter dapat mewakili sesuatu yang masih berhubungan dengan objek tertentu. Benda-benda ini membawa informasi dan menyampaikannya dalam bentuk simbolik.

Teks berfungsi untuk membimbing pembaca dalam memahami pesan yang dikandungnya. Ibarat seorang pemburu harta karun dengan peta, pembaca memahami kode untuk memahami arti sebenarnya yang terkandung dalam surat-surat tersebut. Tetapi semiotika tidak terbatas pada teks. Kajian semiotika dapat berupa simbol dan makna linguistik yang terdapat dalam seni, media massa, musik, dan segala sesuatu yang dibuat untuk dilihat oleh orang lain teks atau cerita tertentu.

Analisis bersifat paradigmatis dalam arti memasukkan sesuatu yang tersembunyi di dalam teks dan berusaha mencari makna. Dari sini dapat disimpulkan bahwa semiotika adalah upaya untuk menemukan makna pesan di dalam pesan.

Menurut buku Littlejohn *Theories on Human Communication* (1996), tanda adalah dasar dari semua komunikasi, dan sebagian besar dunia ini dapat dikomunikasikan kepada manusia melalui mediator tanda.

Konsep dasar yang menyatukan tradisi-tradisi tersebut adalah simbol yang diartikan sebagai stimulus yang menandakan atau menandakan keadaan lain, seperti ketika asap menandakan adanya api. Konsep dasar kedua adalah simbol. Biasanya mewakili simbol yang kompleks dengan banyak arti, termasuk arti yang sangat spesifik. Beberapa ahli membuat perbedaan yang jelas antara simbol kehidupan nyata dan simbol yang secara jelas mengacu pada sesuatu, tetapi simbol tidak. Yang lain melihatnya sebagai konsep pada tingkat yang berbeda

dalam kategori yang sama dengan simbol dan keasyikan dengan simbol, dan semantik menyatukan berbagai teori yang berkaitan dengan bahasa, wacana, dan perilaku non-verbal.

Karakter simbolik berbagi kesamaan dalam pemahaman mereka tentang karakter. Satu-satunya perbedaan adalah konsep yang digunakan dalam pendekatan interpretasi simbol. Ketika Ferdinand memberikan penekanan pada bahasa untuk menafsirkan tanda dan memecahnya menjadi konsep yang panjang sekalipun manifestasinya muncul melalui adat, agama, dll.

Gagasan semiotik Pierce, di sisi lain, menggunakan tiga gagasan untuk menganalisis makna. Terdiri dari ikon, indeks, dan simbol, konsep ini masih kurang detail untuk menemukan makna yang tersembunyi. Sehingga model analisis Roland lebih dipilih untuk mencari makna tanda secara rinci dan terkonsep. Mencakup secara utuh hampir semua aspek yang dicetuskan oleh tokoh-tokoh sebelumnya.

2.3.1.2 Semiotika Roland Barthes

Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda, tanda-tanda dapat kita temukan di berbagai kehidupan sehari-hari. Tanda adalah sesuatu yang terdiri pada sesuatu yang lain atau menambah dimensi yang berbeda pada sesuatu dengan memakai apapun yang dipakai yang dapat dipakai untuk mengartikan sesuatu hal lainnya. Kata semiotika berasal dari

bahasa Yunani *Semeion* yang berarti “tanda” atau *Seme* yang berarti “penafsiran tanda”. Semiotika, atau dalam istilah Barthes, semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda (Barthes, 1988:179 dalam Kurniawan, 2001;53).

Menurut Zoest (1993, hal. 1) yang dikutip dalam buku Semiotika Teori, Metode dan Penerapannya dalam Penelitian Sastra mengatakan bahwa:

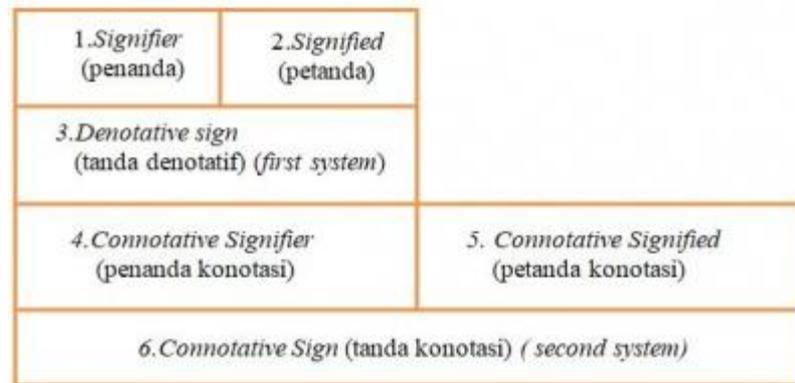
Semiotika adalah cabang yang berurusan dengan pengkajian tanda dan segala sesuatu yang berhubungan dengan tanda seperti tanda dan proses yang berlaku bagi penggunaan tanda. (Lantowa et al., 2017)

Menurut Saussure didalam bukunya *Course in General Linguistik*, bahasa adalah suatu sistem tanda yang mengekspresikan Ide-ide dan karena itu dapat dibandingkan dengan sistem tulisan, huruf-huruf untuk orang buta bisu tuli, simbol-simbol keagamaan, aturan-aturan sopan santun, tanda-tanda kemiliteran, dan sebagainya. Semua itu merupakan hal yang sangat penting dari keseluruhan sistem tersebut. Suatu ilmu yang mempelajari tanda-tanda kehidupan dalam masyarakat bersifat dapat dipahami. Hal itu merupakan bagian dari psikologi

sosial atau berkaitan dengan psikologi umum. Saussure menyebutnya sebagai semiologi semiologi akan menjelaskan unsur yang menyusun suatu tanda dan bagaimana hukum itu mengaturnya

Pada penelitian ini penulis menggunakan teori semiotika dari Barthes. Roland barthes adalah penerus pemikiran Ferdinand Saussure. Saussure tertarik pada cara Kompleks pembentukan kalimat dan cara bentuk-bentuk kalimat menentukan makna, Tetapi kurang tertarik pada kenyataan bahwa kalimat yang sama bisa saja menyampaikan makna yang berbeda pada orang yang berbeda situasinya. Salah satu teori Sausurre yang dikembangkan Barthes adalah signifikasi. Teori tersebut membicarakan dikotomi *signifer* (penanda) dan *signified* (pertanda), menurut Saussure, bahasa sebagai sebuah sistem tanda terdiri atas dua aspek yang yang terpisahkan. *Signifier* Adalah aspek formal atau bunyi, sedangkan *signified* adalah aspek makna atau konsep. Kesatuan di antara keduanya disebut tanda. Hubungan tersebut menunjukkan bahwa jika citra akustis berubah berubah pula konsepnya, demikian juga sebaliknya. Bagaimana pandangan Saussure, Barthes juga meyakini bahwa hubungan antara penanda dan petanda tidak terbentuk secara alamiah melainkan bersifat *arbiter*, Saussure hanya menekankan pada penandaan dalam tataran denotatif, Maka Roland barthes menyempurnakan semiologi saussure dengan mengembangkan sistem penandaan pada tingkat konotatif. Barthes juga melihat aspek lain dari penanda yaitu mitos yang menandai suatu masyarakat.

Gambar 2.1 Peta Tanda Roland Barthes



Sumber: Sobur 2009

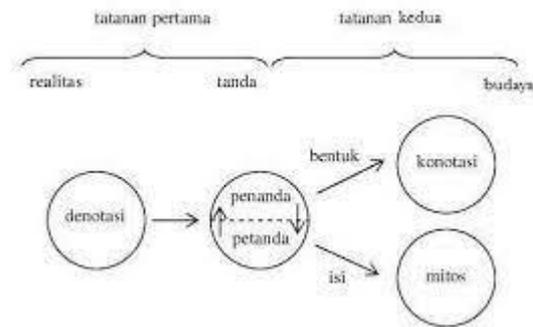
Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa tanda *denotative* (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Namun, disaat yang bersamaan tanda denotatif adalah juga tanda konotatif (4). Denotasi dalam pandangan Barthes merupakan tataran pertama yang maknanya bersifat tertutup. Tataran denotasi menghasilkan makna yang eksplisit, langsung dan pasti. Denotasi merupakan makna yang sebenarnya yang disepakati bersama secara sosial yang rujukannya pada realitas. Tanda konotatif merupakan tanda yang penandanya mempunyai keterbukaan makna atau makna yang implisit, tidak langsung dan tidak pasti artinya terbuka kemungkinan terhadap penafsiran-penafsiran baru. Dalam kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebut sebagai “mitos” dan berfungsi untuk mengungkap dan memberikan nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. Di dalam mitos juga

terdapat pola tiga dimensi penanda, pertanda dan tanda. Namun sebagai suatu sistem yang unik mitos dibangun oleh suatu rantai pemaknaan yang telah ada sebelumnya atau dengan kata lain, mitos adalah suatu sistem pemaknaan tataran kedua. Di dalam mitos pula, sebuah pertanda dapat memiliki beberapa penanda (Budiman, 2001:28)

Dalam semiologi barthes denotasi merupakan sistem signifikansi tingkat pertama, Sedangkan konotasi merupakan sistem signifikansi tingkat kedua. Denotasi dapat dikatakan merupakan makna objektif yang tetap sedangkan konotasi merupakan makna subjektif dan bervariasi. Contohnya ketika mendengar kalimat “Ayah banting tulang” Secara denotatif orang akan memaknai bahwa Ayah membanting tulang nya, tetapi secara konotasi makna nya berubah, membanting tulang berarti artinya kerja keras.

Mitos dalam pandangan barthes berbeda dengan konsep mitos dalam arti umum. Barthes mengemukakan mitos adalah bahasa, Maka mitos adalah sebuah sistem komunikasi dan mitos adalah sebuah pesan. Dalam uraiannya ia mengemukakan bahwa mitos dalam pengertian ini merupakan perkembangan dari konotasi.

Gambar 2.2 Kerangka Teori Roland Barthes



Sumber: Fiske dalam Sobur 2006

Dari gambar di atas dapat dijelaskan bahwa signifikansi tahap pertama merupakan hubungan antara signifier dan signified yang disebut denotasi, yaitu makna sebenarnya dari tanda. Sedangkan signifikansi kedua, digunakan istilah konotasi, yaitu makna yang subjektif atau paling tidak intersubjektif yang berhubungan dengan isi, tanda kerja melalui mitos, mitos merupakan lapisan pertanda dan makna yang paling dalam (Sobur, 2006)

Dalam analisis data ini, Peneliti menggunakan sistem signifikasi tiga tahap milik Roland Barthes yaitu, denotasi, konotasi, dan mitos. Dalam semiologi Roland Barthes, denotasi merupakan sistem signifikasi (pemaknaan) tahap pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua, dan mitos yang terakhir. Denotasi menggunakan makna dari tanda sebagai definisi secara literal yang nyata. Konotasi mengarah pada kondisi sosial budaya dan asosiasi personal

2.3.2 Teori Konstruksi Sosial atas Realitas

Proses pemaknaan yang dilakukan oleh setiap individu dengan lingkungannya dan dengan aspek diluar dirinya, dan terdiri dari proses eksternalisasi, internalisasi, dan objektifikasi. Eksternalisasi adalah adaptasi terhadap dunia sosiokultural sebagai produk manusia, objektifikasi adalah interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses pelembagaan, internalisasi adalah identitas individu dalam sistem sosial tempat ia berada.

Konsep konstruksi sosial atas realitas didefinisikan sebagai proses sosial dari tindakan dan interaksi yang terus-menerus menciptakan realitas yang dimiliki dan dialami individu secara subyektif (Poloma, 2004: 301).

Pada umumnya teori dalam paradigma definisi sosial sebenarnya berpandangan bahwa manusia adalah aktor yang kreatif dari realitas sosialnya. Dalam arti, tindakan manusia tidak sepenuhnya ditentukan oleh norma-norma, kebiasaan-kebiasaan, nilai-nilai dan sebagainya, yang kesemuanya itu tercakup dalam fakta sosial yaitu tindakan yang menggambarkan struktur dan pranata sosial (Ritzer, 1992: 5).

Manusia dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak di luar batas kontrol struktur dan pranata sosialnya di mana individu berasal. Manusia secara aktif dan kreatif mengembangkan dirinya melalui respons-respons terhadap stimulus dalam dunia kognitif-nya. Karena itu, paradigma definisi sosial lebih tertarik terhadap apa yang ada dalam pemikiran manusia

tentang proses sosial, terutama para pengikut interaksi simbolis. Dalam proses sosial, individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya.

Realitas sosial itu ada dilihat dari subjektivitas ada itu sendiri dan dunia objektif di sekeliling realitas sosial itu. Individu tidak hanya dilihat sebagai “kedirian”-nya, namun juga dilihat dari mana “kedirian” itu berada, bagaimana ia menerima dan mengaktualisasikan dirinya serta bagaimana pula lingkungan menerimanya.

Pada kenyataannya, realitas sosial tidak berdiri sendiri tanpa kehadiran individu, baik di dalam maupun di luar realitas tersebut. Realitas sosial itu memiliki makna, manakala realitas sosial di konstruksi dan dimaknakan secara subjektif oleh individu lain sehingga memantapkan realitas itu secara objektif. Individu mengkonstruksi realitas sosial, dan merekonstruksikannya dalam dunia realitas, memantapkan realitas itu berdasarkan subjektivitas individu lain dalam institusi sosialnya.

Istilah konstruksi sosial atas realitas menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann pada tahun 1966. Ia menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, yang mana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif.

Asal muasal konstruksi sosial dari filsafat konstruktivis dimulai dari pemikiran konstruksi kognitif. Menurut Von Glatherfeld, konsep konstruksi

kognitif berasal dari tulisan Mark Baldwin dan diperdalam dan disebarluaskan secara ekstensif oleh Jean Piaget. Namun, kembali, gagasan utama konstruktivisme diprakarsai oleh ahli epistemologi Italia Giambattista Vico beliau adalah pelopor konstruktivisme (Suparno, 1997: 24).

Konstruksi sosial adalah teori sosiologi modern yang diprakarsai oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Untuk menjelaskan paradigma konstruktivis, realitas sosial merupakan konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Individu adalah orang bebas yang membangun hubungan di antara mereka sendiri. Individu menjadi penentu dunia sosial yang dibangun atas kehendak. Individu bukanlah korban fakta sosial, tetapi sebagai kendaraan produksi dan reproduksi kreatif dalam konstruksi dunia sosial (Basrowi dan Sukidin, 2002: 194).

Berger dan Luckmann (1990; 1) memulai penjelasan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman "kenyataan" dan "pengetahuan". Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam realitas-realitas, yang diakui memiliki keberadaan (being) yang tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri. Sedangkan pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (real) dan memiliki karakteristik yang spesifik.

Realitas sosial yang dimaksud oleh Berger dan Luckmann ini terdiri dari realitas objektif, realitas simbolis, dan realitas subjektif. Realitas objektif adalah realitas yang terbentuk dari pengalaman di dunia objektif yang berada di luar diri individu, dan realitas ini dianggap sebagai kenyataan. Realitas

simbolis merupakan ekspresi simbolis dari realitas objektif dalam berbagai bentuk. Sedangkan realitas subjektif adalah realitas yang terbentuk sebagai proses penyerapan kembali realitas objektif dan simbolis ke dalam individu melalui proses internalisasi (Subiakto, 1997: 93).

. Pendek kata, Burger dan Luckmann (1990: 61) mengatakan, terjadi dialektika antara individu menciptakan masyarakat dan masyarakat menciptakan individu. Proses dialektika ini terjadi melalui eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi.

Melalui proses dialektika ini, realitas sosial dapat dilihat dari ketiga tahap tersebut. Eksternalisasi adalah bagian penting dalam kehidupan individu dan menjadi bagian dari dunia sosiokultural-nya. Dengan kata lain, eksternalisasi terjadi pada tahap yang sangat mendasar, dalam satu pola perilaku interaksi antara individu dengan produk-produk sosial masyarakatnya. Maksud dari proses ini adalah ketika sebuah produk sosial telah menjadi sebuah bagian penting dalam masyarakat yang setiap saat dibutuhkan oleh individu, maka produk sosial itu menjadi bagian penting dalam kehidupan seseorang untuk melihat dunia luar.

Dengan demikian, tahap eksternalisasi ini berlangsung ketika produk sosial tercipta di dalam masyarakat, kemudian individu menyesuaikan dirinya ke dalam dunia sosiokulturalnya sebagai bagian dari produk manusia.

Tahap objektivasi produk sosial, terjadi dalam dunia inter-subjektif masyarakat yang dilembagakan. Pada tahap ini sebuah produk sosial berada

pada proses institusionalisasi, sedangkan individu oleh Berger dan Luckmann (1990: 49), dikatakan memani festasikan diri dalam produk-produk kegiatan manusia yang ter- sedia, baik bagi produsen-produsennya, maupun bagi orang lain sebagai unsur dari dunia bersama. Objektivasi ini bertahan lama sampai melampaui batas tatap muka di mana mereka dapat dipahami secara langsung.

Dengan demikian, individu melakukan objektivasi terhadap produk sosial, baik penciptanya maupun individu lain. Kondisi ini berlangsung tanpa harus mereka saling bertemu. Artinya, objektivasi itu bisa terjadi melalui penyebaran opini sebuah produk sosial yang berkembang di masyarakat melalui diskursus opini masyarakat tentang produk sosial, dan tanpa harus terjadi tatap muka antar- individu dan pencipta produk sosial itu.

Kendati demikian, individu tidak dilahirkan sebagai anggota masyarakat, namun individu hanya dilahirkan dengan suatu pre- disposisi ke arah sosialisasi, dan ia menjadi anggota masyarakat. Karena itu, Berger dan Luckmann (1990: 185) mengatakan, dalam kehidupan setiap individu ada suatu urutan waktu, dan selama itu pula ia diimbaskan sebagai partisipan ke dalam dialektika masyarakat. Titik awal dari proses ini adalah internalisasi; pemahaman atau penafsiran yang langsung dari suatu peristiwa objektif sebagai peng- ungkapan suatu makna, artinya sebagai suatu manifestasi dari proses-proses subjektif orang lain, yang dengan demikian, menjadi bermakna secara subjektif bagi individu itu sendiri. Tidak peduli apakah subjektif orang lain bersesuaian dengan subjektif individu tertentu. Karena bisa jadi individu memahami orang lain secara keliru, karena sebenarnya, subjektivitas orang

lain itu tersedia secara objektif bagi individu dan menjadi bermakna baginya. Kesesuaian sepenuhnya dari kedua makna subjektif dan pengetahuan timbal balik mengenai kesesuaian itu, mengandaikan terbentuknya pengertian bersama.

Dengan demikian, internalisasi dalam arti umum merupakan dasar bagi pemahaman mengenai “sesama saya”, yaitu pemahaman individu dan orang lain serta pemahaman mengenai dunia sebagai sesuatu yang maknawi dari kenyataan sosial.

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka penelitian adalah dasar teori untuk memecahkan masalah yang diajukan. Peneliti membutuhkan kerangka yang kebenarannya tidak dapat disangkal, berupa teori dan pendapat ahli yang relevan dengan penelitiannya. Hal yang menjadi fokus utama peneliti adalah lirik lagu BTS *Butter: Permission to Dance*.

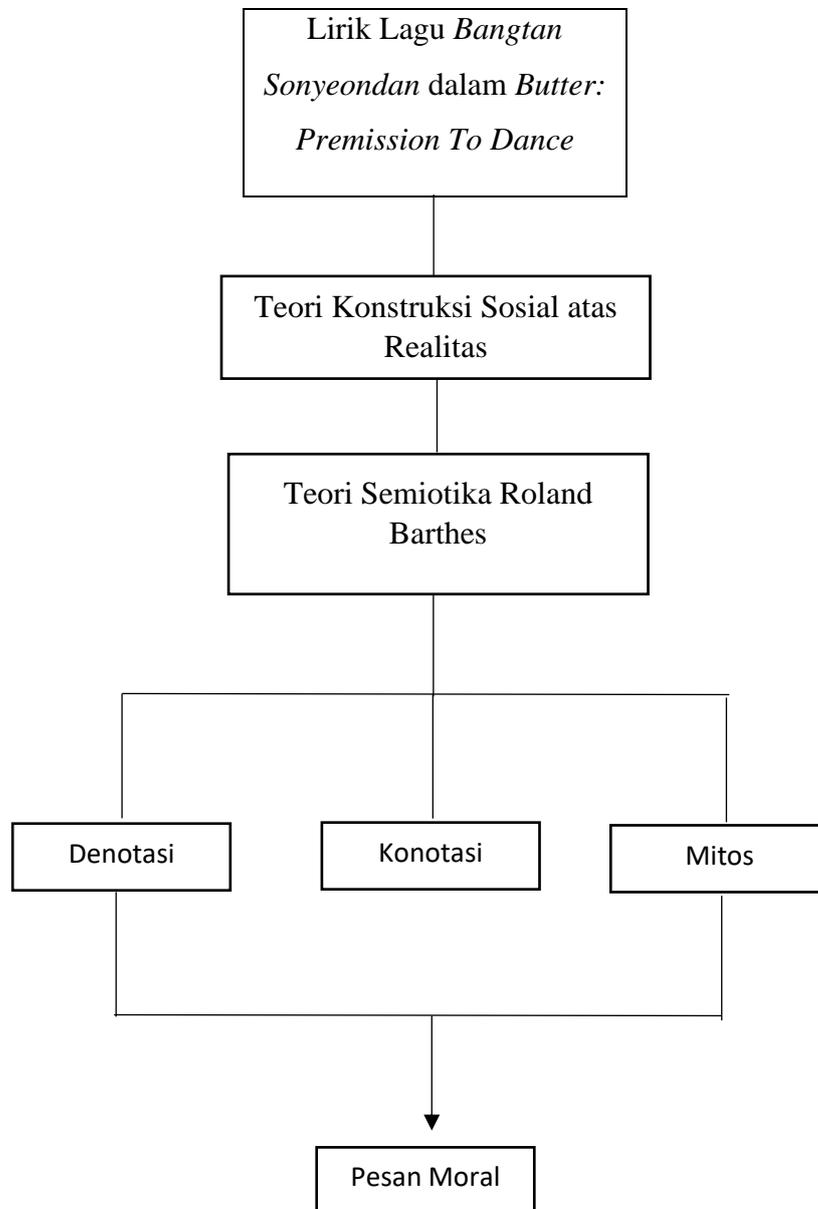
Yang menjadi hal menarik dalam lagu ini adalah banyak kata-kata indah yang membentuk suatu makna tertentu yang oleh pembuatnya ingin disampaikan pada para penontonya atau khalayak. Lagu tersebut tidak hanya sebuah lagu namun memberikan makna yang sangat mendalam.

Pada penelitian ini, yang menjadi subjek penelitian adalah lirik lagu BTS *Butter: Permission to Dance*, untuk menganalisis bagaimana makna denotasi, makna konotasi, mitos, juga pesan moral yang terdapat dalam lagu ini. Untuk

menganalisis lebih dalam lagi terkait penelitian ini, peneliti perlu menemukan arti dibalik makna denotasi, makna konotasi, mitos, juga pesan moral, peneliti menggunakan analisis semiotika, semiotika sendiri adalah ilmu tentang tanda.

Menggunakan teori Semiotika Roland Barthes dengan konsep konotasi dan denotasi sebagai kunci dari analisisnya, yang dimana denotasi merupakan signifikasi tahap satu atau arti paling nyata. Konotasi merupakan signifikasi tahap dua yang berarti adanya interaksi yang terjadi ketika bertemu perasaan atau emosi serta nilai-nilai dari kebudayaannya. Teori yang digunakan berikutnya adalah teori Konstruksi Sosial atas Realitas dimana Suatu proses pemaknaan yang dilakukan oleh setiap individu terhadap lingkungan dan aspek diluar dirinya yang terdiri dari proses eksternalisasi, internalisasi dan obyektivasi.

Konotasi dan denotasi menciptakan mitos (yang diyakini kebenarannya tetapi tidak dapat dibuktikan) yang nantinya akan menciptakan pesan moral di lingkungan masyarakat.

Tabel 2.2 *Kerangka Pemikiran*

Sumber: Olahan Peneliti dan Pembimbing 2023