

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Komunikasi Massa

Dibawah ini merupakan komunikasi massa menurut beberapa para ahli :

1. Definisi komunikasi menurut Bittner yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Rakhmat, seperti yang disitir Komala, dalam Karnih, dkk. 1999), yakni: komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*massa communication is message communicated through a mass medium to a large number of people*). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak. Yaitu televisi dan radio siaran keduanya merupakan media komunikasi yang termasuk media massa dikenal sebagai media elektronik; surat kabar dan majalah, keduanya disebut dengan media cetak serta media film. (Romli, 2016)
2. Definisi Gebner tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Definisi komunikasi massa Gebner (1967) "*Mass communication*

is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies". (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi lembaga dari arus pesan yang *continue* serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat Indonesia (Rakhmat, seperti yang dikutip Komala, dalam Kamilah, dkk. 1999. Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri. Produk tersebut disebar, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, dwi mingguan, atau bulanan. (Romli, 2016)

3. Komunikasi massa menurut Meletzke berikut ini memperlihatkan massa yang satu arah dan tidak langsung sebagai akibat dari penggunaan media massa, juga sifat pesannya yang terbuka untuk semua orang. Dalam definisi Meletzke, komunikasi massa diartikan sebagai setiap bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada publik yang tersebar (Rakhmat seperti yang dikutip dalam Komala, dalam Karlinah; 2000). Pesan tidak berada di suatu tempat, tetapi tersebar di berbagai tempat. (Romli, 2016)

Komunikasi massa merupakan komunikasi yang terjadi antara kelompok dan individu, individu antar individu, kelompok dengan kelompok. Ada enam unsur didalam komunikasi massa antara lain adalah komunikator (menyampaikan pesan), pesan, media (alat untuk mengirim pesan), komunikan (menerima pesan), efek dan umpan balik.

Menurut Lasswell, ada lima unsur komunikasi yang harus ada sesuai jawaban yang telah diajukan yaitu :

- a. Komunikator merupakan pengiriman informasi yang menyampaikan pesan kepada satu orang atau lebih.
- b. Komunikan merupakan orang yang menerima pesan dari komunikator dalam sebuah proses komunikasi.
- c. Pesan merupakan sebuah informasi yang disampaikan kepada komunikan
- d. Media merupakan alat yang digunakan untuk mengirim pesan tersebut hingga sampai kepada komunikan
- e. Efek : reaksi yang ditimbulkan dari komunikan setelah menerima pesan dari komunikator
- f. Feedback : tanggapan apa yang diberikan komunikator kepada komunikan. (Effendi, 2007:10)

Secara umum, ada tiga akibat komunikasi massa diantaranya adalah:

- a) Efek kognitif, yaitu dalam komunikasi massa, pesan dapat menyebabkan dalam hal pengetahuan, sudut pandang, dan pendapat terhadap sesuatu yang didapatkan khalayak akan dapat berubah
- b) Efek afektif, yaitu dari khalayak dimana isi pesan komunikasi massa banyak menyebabkan berubahnya perasaan tertentu
- c) Efek konaktif, dimana isi pesan komunikasi massa menyebabkan seorang mengambil keputusan untuk melakukan sesuatu atau tidak melakukan apapun. (Liliwari, 2011)

Komunikasi massa selalu dilakukan menggunakan media massa. Sehingga komunikasi massa tidak akan pernah terlepas dari media massa yang tak lain merupakan suatu produk dari komunikasi massa tersebut. Media massa dalam cakupan pengertian komunikasi massa itu adalah surat kabar, majalah, radio, televisi, atau film. Jadi media massa modern merupakan produk teknologi modern yang selalu berkembang menuju kesempurnaan. Jadi apabila berbicara tentang komunikasi massa, maka akan membahas tentang media massa. Seperti yang ditegaskan di atas.

2.1.2 Media Massa

Media massa dalam konteks politik modern tidak hanya menjadi bagian integral, tetapi juga posisi yang sentral dalam politik.

Tuntutan masyarakat yang beraneka ragam harus diartikulasikan. Rancangan kebijakan juga harus disebarluaskan agar rakyat mengetahui dan ikut berdiskusi dalam forum diskusi public. Saluran atau media sangat dibutuhkan untuk hal menyampaikan. Dalam kepentingan – kepentingan ini media massa merupakan saluran komunikasi politik yang banyak digunakan. Dikarenakan media massa mempunyai sifat yang dapat mengangkut pesan – pesan secara massif dan menjangkau khalayak atau public yang beragam dan luas. (Pawito, 2015)

Dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat komunikasi mekanis, media massa yang digunakan sebagai sarannya. Contohnya seperti majalah, radio, surat kabar, internet, dan juga televisi . (Suryawati, 2011)

Pada dasarnya, media massa yang tak lain adalah dianggap sebagai sumber hiburan dan berita. Suatu alat informasi yang dapat digunakan oleh khalayak banyak dan juga membawa pesan persuasive merupakan pengertian dari media massa. (Vivian, 2008)

Media cetak maupun media elektronik yang bersifat komersil, misalnya surat kabar harian, tabloid, majalah, berita atau yang sifatnya hiburan yang memiliki waktu terbitnya secara berkala, harian, mingguan atau bulanan, tersebar luas dan dibaca oleh masyarakat umum.

Karakteristik media massa sebagai berikut :

- a. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
- b. Bersifat satu arah, komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
- c. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama. (Cangara, 2012:140)

Media massa sekarang ini menjadi sesuatu yang sangat berpengaruh karena mampu menjadi pembentuk pemikiran pembacanya. Selain itu, media massa juga menjadi alat kontrol sosial bagi pemerintahan. Jadi, media massa dapat memvisualkan informasi berdasarkan fakta baik yang bersifat budaya maupun kegiatan politik. Maka tak jarang apabila media massa akan selalu menggabungkan antara informasi yang berbentuk symbol, gambar dengan teks.

2.1.3 Komunikasi Visual

Dilihat dari sudut pandang semiotika, desain komunikasi visual adalah system komunikasi khusus, dengan pembendaharaan tanda (*vocabulary*) dan sintaks (*syntagm*) yang khas, yang berbeda dengan

system semiotika seni. Di dalam system, semiotika komunikasi visual melekat fungsi komunikasi. Yaitu fungsi tanda dalam menyampaikan pesan (*massage*) dari sebuah pengiriman pesan (*sender*) kepada para penerima (*receiver*) tanda berdasarkan aturan atau kode – kode tertentu. Semiotika visual pada dasarnya merupakan salah satu bidang studi semiotika yang secara khusus menaruh minat pada penyelidikan terhadap segala jenis makna yang disampaikan melalui sarana indra lihatan (*visual senses*). (Kris Budiman, 2011:9)

Unsur dasar dari bahasa merupakan komunikasi visual yang menggunakan bahasa visual di mana dan visual yang menjadi kekuatan utama dalam penyampaian pesan adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai untuk menyampaikan pesan, arti, atau makna (Kusrianto, 2007: 10)

Foto atau gambar dikategorikan dalam komunikasi nonverbal, dibedakan dengan bahasa verbal yang berwujud tulisan atau ucapan. Salah satu wujud simbol atau bahasa visual yang didalamnya terkandung struktur rupa seperti garis, bentuk, warna dan komposisi. Dalam dunia jurnalistik, foto merupakan kebutuhan yang vital. Sebab foto merupakan salah satu daya pematik bagi para pembacanya. Banyak memanfaatkan daya dukung gambar sebagai simbol visual pesan guna mengefektifkan komunikasi yaitu foto juga merupakan pelengkap dari berita tulis dan rancangan grafis, yang kemudian berkembang menjadi desain komunikasi visual. Kelebihan dari sebuah

foto sebagai media komunikasi visual menjadikan lebih mudah dipahami dan lebih menarik. Penggabungan keduanya, kata-kata dan gambar, selain menjadi lebih teliti dan sesuai dengan kenyataan dari sebuah peristiwa, juga seolah mengikut sertakan pembaca sebagai saksi dari peristiwa tersebut. (Tinarbuko, 2008:5)

2.1.4 Semiotika

Secara etimologis, istilah semiotika berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti tanda. Tanda itu sendiri dikatakan sebagai suatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya dapat dianggap mewakili yang lain. Tanda pada awalnya dimaknai sebagai satu hal yang menunjuk adanya hal lain. Secara terminologis, semiotika dapat diidentifikasi sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek – objek, peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda. (Indiwan : 2013)

Semiotika adalah ilmu tentang tanda – tanda. Studi tentang tanda dan segala yang berhubungan dengannya, cara fungsinya, hubungannya dengan tanda – tanda lain, pengirimannya dan penerimaannya oleh mereka yang menggunakannya. Semiotika mempelajari sistem – sistem, aturan – aturan, konvensi – konvensi yang memungkinkan tanda – tanda tersebut mempunyai arti. (Kriyantono, 2006)

Sign atau tanda merupakan basis dari seluruh komunikasi (Littlejohn, 1996:64). Manusia dengan perantara tanda dapat

melakukan sebuah komunikasi dengan sesamanya. Banyak hal yang bisa dikomunikasikan di dunia ini. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya mencari jalan di dunia ini, ditengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. (Sobur : 2013)

Pemikiran pengguna tanda merupakan hasil pengaruh dari berbagai konstruksi sosial dimana pengguna tanda tersebut berada. Semiotika berusaha menemukan makna tanda termasuk hal – hal yang tersembunyi dibalik tanda (berita, iklan, teks). Karena sistem tanda sifatnya amat kontekstual dan bertanggung pada pengguna tanda tersebut. (Kriyantono, 2007:261)

Dengan semiotika kita lantas berurusan dengan tanda, semiotika seperti kata Leche (2001:191), adalah teori tentang tanda dan penandaan. Kata “semiotika” itu sendiri berasal dari Yunani *semeion* yang berarti “tanda”, atau *seme* yang berarti “penafsiran tanda”. (Sobur : 2013)

Dalam buku analisis Teks Media oleh Sobur, Alex (2001) Umberto Eco menyatakan semiotik adalah sebuah tanda konveksi sosial dimana tanda itu dapat terbangun dalam tanda itu sendiri yang dianggap sebagai simtamologi dan diagnostik infersal. Fiske mengemukakan bahwa sebuah acuan dalam pemikiran seorang pengguna, hubungan antara isyarat dan objek merupakan sebuah makna pemikiran dalam seseorang merupakan sebuah kata ganti. Ada Sembilan macam semiotika yaitu :

1. *Semiotik analitik* yaitu sistem yang mengkaji sebuah lambing dan tanda yang mengacu pada sebuah objek tertentu.
2. *Semiotik deskripsi* yaitu sistem tanda yang dapat di alami sekarang.
3. *Semiotik founal* merupakan sistem tanda semiotik yang dihasilkan dari hewan.
4. *Semiotik kultural* yaitu sistem semiotik tanda yang mampu mencermati tanda dalam kebudayaan masyarakat.
5. *Semiotik natural* merupakan semiotik yang mencermati tanda yang dihasilkan dari sebuah alam
6. *Semiotik naratif* merupakan sistem tanda yang terwujud dari mitos dan cerita
7. *Semiotik sosial* merupakan sistem tanda yang dihasilkan oleh manusia yang menghasilkan sebuah lambang
8. *Semiotik normatif* merupakan semiotik yang mencermati sebuah tanda pada manusia.
9. *Semiotik structural*, merupakan semiotik yang mewujudkan sebuah tanda.

Menurut Eco (Sobur : 2001) ada dua macam dalam membedakan semiotika yaitu :

1. Semiotika komunikasi : produksi tanda yang menekankan pada teori tentang tanda, faktor dalam komunikasi

diantaranya penerima, sistem tanda, pesan, saluran, pengirim, dan acuan.

2. Semiotika signifikasi : bertujuan sebuah proses penerimaan dan komunikasi. (Sobur : 2006)

2.1.5 Semiotika Umberto Eco

Menurut Kaelan, semiotika Umberto Eco merupakan semiotika kontemporer yang mengintegrasikan teori-teori semiotika sebelumnya. Semiotika Umberto Eco merupakan semiotika yang memiliki sifat elektif komprehensif. Oleh karena itu, semiotika Umberto Eco mengkaji sesuatu secara lebih mendalam. Yang dimaksud ialah semiotika signifikasi dan komunikasi. (Kaelan, 2009)

Stephen W. Littlejohn dalam *Theories of Human Communication*-nya menyebut Umberto Eco sebagai ahli semiotika yang menghasilkan salah satu teori mengenai tanda yang paling komprehensif dan kontemporer. Menurut Littlejohn, teori Eco penting karena ia mengintegrasikan teori-teori semiotika sebelumnya dan membawa semiotika secara lebih mendalam. (Sobur, 2013)

Eco menganggap tugas ahli semiotika bagaikan menjelajah hutan, dan ingin memusatkan perhatian pada modifikasi sistem tanda. Ini sebagai pendorong guna mengganti konsep tanda dengan konsep fungsi tanda. Suatu “perihal ekspresi” bisa dihubungkan dengan “perihal isi” yang berbeda-beda. Dalam kasus bahasa Inggris untuk kata *plane*, Eco melihat tiga fungsi tanda : “alat tukang kayu”,

“dataran”, dan “pesawat terbang”. disimpulkan bahawa “ satu tanda bukanlah entitas semiotik yang bisa ditawar, melainkan suatu tempat pertemuan bagi unsur-unsur independen (yang berasal dari dua sistem berbeda dari dua tingkat yang berbeda dan bertemu atas dasar hubungan pengkodean)”.

Fungsi tanda pada dasarnya merupakan interaksi antara berbagai norma:” Kode memberikan kondisi untuk hubungan timbale balik fungsi-fungsi tanda secara kompleks”. Sistem aturan menurut Eco yaitu kode yang terdiri atas hierarki subkode-subkode yang kompleks; lalu sebagian darinya kuat dan stabil, sedangkan yang lainnya lemah dan bersifat sementara. Dalam praktik bahasa, sebuah pesan yang dikirim kepada penerima pesan diatur melalui seperangkat konvensi atau kode, yang didefinisikan Umberto Eco di dalam *A Theory of Semiotic* sebagai aturan yang dijadikan tanda sebagai tampilan yang konkret dalam sistem komunikasi. (Sobur, 2013)

Di katakan bahwa jika sesuatu tidak bisa untuk mengungkapkan dusta seperti halnya dikatakan pada buku Hipersemiotika , maka tidak bisa pula digunakan untuk mengatakan kebenaran. Pada kenyataannya tidak bisa digunakan untuk “mengungkapkan” apapun. Definisi sebagai sebuah teori kedustaan memang sepantasnya diterima sebagai program komprehensif untuk semiotika umum. (Piliang, 2003)

2.1.6 Cover Majalah

Cover majalah menjadi hal utama yang dituju oleh pembaca. Sehingga semakin menarik cover yang dibuat, maka akan semakin membuat orang penasaran untuk membacanya. Terkadang juga membuat sebuah cover menimbulkan kontroversi karena makna yang terkandung didalamnya. Apalagi jika yang dicantumkan pada cover dikemas dengan berbeda dan menarik. Jadi dapat di artikan bahwa cover menjadi salah satu hal yang sangat terpenting dalam sebuah majalah.

Cover majalah merupakan suatu daya tarik yang paling utama dalam majalah. Cover adalah lembaran bagian depan belakang atau sering disebut kulit buku pada media cetak. Biasanya lebih tebal daripada kertas isi, dibuat berwarna – warni, dan dirancang sedemikian rupa dengan maksud untuk menarik perhatian pembacanya. Dikarenakan pasti orang tidak membaca seluruh isinya pada saat membeli, maka peranan cover sering dianggap menampilkan citra dan karakter perusahaan bersangkutan.

Dalam sebuah majalah, cover sangat penting peranannya karena pada saat akan membeli majalah yang pertama kali dilihat adalah cover atau gambar ilustrasinya. Apabila sebuah tampilan cover dibuat semenarik mungkin maka akan membuat seseorang tertarik untuk membeli majalah tersebut. Informasi berita di cover juga harus menarik bagi pembacanya. (Kencana, 2008 : 302)

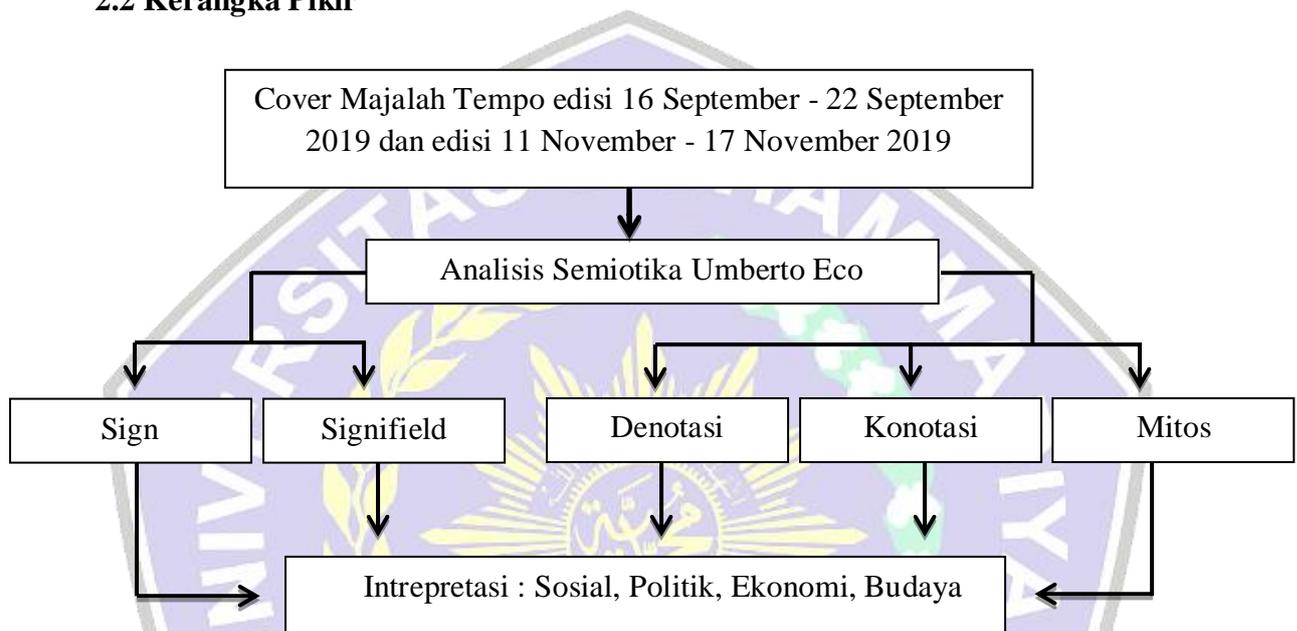
2.1.7 Karikatur

Produk karikaturis dari seorang ahli, baik dari segi pengetahuan, intelektual, teknik melukis, psikologis, cara melobi, referensi, bacaan, maupun bagaimana dia memilih topic isu yang tepat dinamakan karikatur. Karena itu, kita bisa mendeteksi tingkat intelektual seseorang karikaturis dari sudut ini. Juga cara dia mengkritik yang secara langsung membuat orang yang dikritik malah tersenyum. Karikatur adalah bagian dari opini penerbit yang dituangkan dalam bentuk gambar – gambar khusus. Semula karikatur hanya merupakan ilustrasi belaka. Namun pada perkembangannya, karikatur dijadikan sebagai sarana untuk menyampaikan kritik yang sehat. (Sobur, 2006:140)

Dalam kebanyakan Koran ataupun majalah, karikatur dapat dimaknai sebagai sebuah pesan nonverbal yang keberadaannya untuk penguat pesan verbal (wacana). Pada masa order baru, karikatur di Indonesia menjadi senjata seseorang maupun karikaturis media massa untuk melakukan kritik kedalam bentuk humor. Ketika massa itu kritik yang dihalalkan hanyalah kritik yang membangun. (Gumira, 2012:14)

Karikaturis mungkin adalah sebuah pemain bagi dirinya sendiri atau bahkan penulis naskah drama. Bahkan kita tertawa bukan karena bagaimana melihat gambarnya, melainkan kejadian lucu atau sebuah sindiran yang dihadirkannya kembali. (Gumira, 2012:16)

2.2 Kerangka Pikir



Gambar 2. 1 Kerangka pikir teori Umberto Eco

Teori Semiotika pada dasarnya memiliki 3 tahapan utama dalam proses analisis yaitu menentukan sign, signifield, interpretasi. Peneliti ini mengambil Teori semiotika model Umberto Eco, pada tahap analisis petanda atau signifield, akan menjelaskan kembali dalam tiga sudut pandang yaitu: denotasi, konotasi, dan mitos. Lalu tahap analisis Interpretasinya akan menjelaskan menurut pandangan sosial, politik, ekonomi, dan budaya.

Pada kerangka pikir diatas menjelaskan bahwa tahap pertama menentukan sign, sign atau tanda adalah sebuah simbol yang terdapat pada

objek analisis. Dalam kasus ini objek analisisnya adalah beberapa gambar dan teks yang terdapat pada cover majalah Tempo edisi 16 September - 22 September 2019 dan edisi 11 November - 17 November 2019. Penulis harus menentukan simbol yang terdapat pada cover majalah Tempo edisi 16 September - 22 September 2019 dan edisi 11 November - 17 November 2019 untuk di analisis.

Tahap kedua menentukan signifiend, signifiend atau petanda adalah keterangan yang menandai dari simbol yang diteliti, petanda dapat ditemukan dalam sebuah tesaurus. Setelah proses penentuan Signified hasilnya akan dijabarkan dalam dalam tiga sudut pandang yaitu:

1. Denotasi yaitu hubungan eksplisit antara tanda dengan atau realitas dalam petandaan. Dalam tahap ini penulis akan menjelaskan makna sebenarnya dari semua petanda.
2. Konotasi dapat diartikan sebagai kata yang bukan dalam arti kata yang sebenarnya atau kata kiasan, kata kiasan digunakan untuk memberikan penekanan terhadap pentingnya hal yang disampaikan. Dalam tahap ini penulis akan menjelaskan makna kiasan dari semua petanda.
3. Mitos yaitu cerita dimana sebuah kebudayaan menjelaskan aspek sebuah realitas bagi orang yang mempercayainya. Dalam tahap ini penulis akan menjelaskan maksud dari petanda dalam kajian mitos.

Tahap ketiga menentukan interpretasi, interpretasi dapat diartikan sebuah padangan teoritis terhadap suatu tafsiran. Dalam tahap menentukan interpretasi, penulis mengumpulkan setiap petanda atau signifiend yang ada, untuk dirangkum dan disimpulkan dalam sebuah kalimat atau paragraf. Selanjutnya interpretasi tersebut akan dijelaskan dalam empat sudut pandang yaitu:

1. Sosial dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang dipakai sebagai acuan dalam berinteraksi antar manusia. Dalam tahap ini penulis akan menjelaskan bagaimana interpretasi penelitian ini dalam sudut padang sosial.
2. Politik dapat diartikan sebagai metode dalam mempengaruhi orang sipil atau individu. Dalam tahap ini penulis akan menjelaskan bagaimana interpretasi penelitian ini dalam sudut padang politik.
3. Ekonomi dapat diartikan sebagai hubungan timbal balik manusia untuk mencapai kemakmuran. Dalam tahap ini penulis akan menjelaskan bagaimana interpretasi penelitian ini dalam sudut padang ekonomi.
4. Budaya dapat diartikan sebagai segala hasil karya, rasa dan cipta manusia. Pada penelitian ini pengertian budaya lebih ke kebiasaan atau hal umum yang ada dalam sebuah masyarakat dari berbagai generasi, deskripsi kebudayaan sendiri tidak hanya dari sebuah tindakan fisik namun juga cara pandang masyarakat

dalam menyikapi sebuah peristiwa. Dalam tahap ini penulis akan menjelaskan bagaimana interpretasi penelitian ini dalam sudut pandang budaya.



