

## BAB II

### KAJIAN TEORITIS

#### A. Kajian Pustaka

##### 1. Media sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein, mendefinisikan media sosial sebagai

*“sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran “user-generated content”.*

##### a. Jenis-Jenis Media Sosial

Dua situs jejaring sosial yang paling terkenal dan banyak digunakan saat ini adalah *Facebook* dan *Twitter*.

##### 1) *Facebook*

*Facebook* adalah situs jejaring sosial yang sedang populer saat ini. Didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama temannya sesama mahasiswa Universitas Harvard, Eduardo Saverin.

Salah satu keunggulan yang dimiliki oleh *Facebook* dan jarang dimiliki oleh situs jejaring sosial lain adalah beragamnya aplikasi yang dapat memanjakan pengguna, baik yang dikembangkan oleh pihak internal maupun eksternal *Facebook*.

## 2) *Twitter*

*Twitter* merupakan jenis situs jejaring sosial pertemanan yang memungkinkan para penggunanya dapat mendapatkan relasi dengan mendaftarkan dirinya pada situs tersebut. *Twitter* didirikan oleh Jack Dorsey pada bulan Maret 2006 dan secara resmi diluncurkan pada bulan Juli 2006.

*Twitter* dalam bahasa Inggris artinya berkicau, hal ini sesuai dengan fungsi situs *Twitter* yang memungkinkan anda untuk mengatakan apa saja yang sedang anda lakukan atau pikirkan kapan saja dan diketahui banyak orang.<sup>1</sup>

*Twitter* adalah jejaring sosial sejenis *micro-blogging* blog ukuran kecil dari sisi jumlah kata yang bisa diupload (hanya 140 karakter). *Microblogging* adalah suatu bentuk blog yang memungkinkan penggunanya untuk menulis teks pembaharuan singkat (biasanya kurang dari 200 karakter) dan mempublikasikannya, baik untuk dilihat semua orang atau kelompok terbatas yang dipilih oleh pengguna tersebut. Pesan – pesan ini dapat dikirim melalui berbagai cara, termasuk sms, pengirim pesan instan, surat elektronik, web, dan lain – lain.

Mikroblog atau kadang – kadang disebut juga *microblogging* merupakan salah satu teknologi dan media jejaring sosial yang semakin banyak penggunanya di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Beberapa layanan *microblogging* yang cukup populer adalah *Twitter* ( <http://Twitter.com> ) dan Plurk ( <http://plurk.com> ), sedangkan yang produk lokal ada Kronologger ( <http://kronologger.com> )<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Hanif Fakhurroja, Aris Munandar, “*Twitter Ngoceh Dapet Duit*”, Yogyakarta: Great Publisher. 2009. Hlm. 9

<sup>2</sup> Fakhurroja, Munandar, “*Twitter Ngoceh Dapet Duit*”,....., Hal. 10

## 2. Jejaring Sosial *Twitter*

Situs jejaring sosial (*social networking*) diawali oleh *classmate.com* pada tahun 1995 yang berfokus pada hubungan antar mantan teman sekolah dan *SixDegrees.com* pada tahun 1997 yang membuat ikatan tidak langsung. Dua model berbeda dari jejaring sosial yang lahir sekitar pada tahun 1999 adalah berbasis kepercayaan yang dikembangkan oleh *Epinions.com*, dan jejaring sosial yang berbasis pertemanan seperti yang dikembangkan oleh uskup Jonathan yang kemudian dipakai pada beberapa situs UK regional diantara 1999 dan 2001.

Inovasi meliputi tidak hanya siapa berteman dengan siapa, tetapi memberikan pengguna kontrol yang lebih akan isi dan hubungan. Bak jamur, situs jejaringpun cepat berkembang. Sebut saja MySpace, Friendster, dan yang lagi booming yaitu *facebook* hingga saat ini yang sedang dilirik banyak orang yaitu *twitter*.<sup>3</sup>

*Twitter* merupakan jenis situs jejaring sosial pertemanan yang memungkinkan para penggunanya dapat mendapatkan relasi dengan memanfaatkan dirinya pada situs tersebut. Kehadiran *Twitter* semakin meramaikan persaingan situs-situs *social networking* yang sudah ada sebelumnya, seperti *Friendster*, *Facebook*, *Plurk*, dan lain-lain.<sup>4</sup>

*Twitter* dalam bahasa inggris artinya berkicau, hal ini sesuai dengan fungsi *Twitter* yang memungkinkan anda untuk mengatakan apa saja yang sedang anda lakukan atau pikiran kapan saja dan diketahui banyak orang.<sup>5</sup>

*Twitter* didirikan oleh 3 orang yaitu: Jack Dorsey, Biz Stone, dan Evan Williams pada bulan maret tahun 2006, dan baru diluncurkan pada bulan juli di tahun yang sama.

*Twitter* adalah jejaring sosial dan *micro-blogging*, yang memfasilitasi anda, sebagai

---

<sup>3</sup> Fakhurroja, Munandar, "Twitter Ngoceh Dapet Duit",....., .. Hlm. 5

<sup>4</sup> Elkom, "Twitter Best Social Networking", Yogyakarta: PT. Andi Offset. 2010. Hlm. 1

<sup>5</sup> Fakhurroja dan Munandar, "Twitter Ngoceh Dapet Duit",....., hlm. 9.

pengguna, dapat memberikan *update* (perbaruan) informasi tentang diri anda, bisnis dan lain sebagainya.

Setiap anda menulis status pada *Twitter*, status tersebut disebut sebagai *Tweets*. Apabilah jumlah *Tweets* anda berjumlah 50, maka anda sudah menulis status pada *Twitter* sebanyak 50 kali. *Tweets* merupakan penulisan teks berbasis 140 karakter. Jadi, jumlah maksimal karakter yang anda tuliskan sebagai status hanya terbatas pada jumlah maksimal 140 karakter. *tweets* dapat ditampilkan pada profil anda atau dapat mengomentari status dari teman. Keistimewaan *tweets* adalah dapat mengirimkannya melalui *Twitter* via internet, SMS (*Short Message Service*), atau aplikasi-aplikasi yang lain. Tentunya, pengiriman *tweets* melalui SMS akan berpengaruh pada penggunaan pulsa anda.<sup>6</sup>

### **3. Teks *Twitter***

Dalam pengertiannya yang luas teks adalah setiap produk dari discourse, yaitu tindak penggunaan dan pertukaran tanda dan bahasa. Diskursus (*discourse*) dalam hal ini, dapat didefinisikan sebagai setiap tindak penggunaan bahasa. Dengan demikian dalam pengertiannya yang luas. Teks adalah produk dari setiap tindak penggunaan bahasa. Dalam pengertian yang lebih sempit, teks adalah pesan-pesan tertulis, yaitu produk bahasa dalam bentuk tulisan seperti buku, novel, puisi, artikel, koran, majalah, catatan harian, prasasti, kitab suci.

Dalam pengertian yang luas itulah, teks didefinisikan sebagai pesan-pesan baik yang menggunakan tanda verbal maupun visual yang menghasilkan teks verbal dan teks

---

<sup>6</sup> Elkom, "Twitter Best Social Networking",..... Hlm. 1

visual, seperti gambar, iklan televisi, komik, film, fashion, seni, tari, teater, patung, arsitektur, tata kota.

Teks verbal dibedakan lagi antara (1) teks oral, yang secara sempit disebut *discourse*, dan teks tertulis, yang secara sempit disebut sebagai teks, seperti teks sastra, puisi, novel, teks hukum, surat, piagam, nota, prasasti.

Teks visual adalah teks yang melibatkan didalamnya unsur-unsur visual, seperti gambar, ilustrasi, foto, lukisan atau citra rekaan komputer. Diantara yang termasuk kedalam teks visual ini antara lain: *advertising teks*, teks fashion, teks televisi, teks seni, (patung, lukisan, tari, teater), teks objek (komoditas), teks arsitektur.

Studi teks adalah cabang semiotika yang cakupannya sangat luas, dengan nama kajian yang beragam. Diantara studi yang pada hakikatnya, sama dengan studi teks, antara lain: proses teks, proses diskursus, analisis teks, analisis wacana, linguistik teks, semiotika teks, teori teks, teori wacana, ilmu teks, gramat teks.<sup>7</sup>

Teks *Twitter* adalah satu kesatuan sistem tanda yang dapat di baca atau dimaknai. Dari pemaparan-pemaparan sebelumnya, teks *Twitter* sesuai dengan maksud pembacanya. Secara spesifik istilah teks sering mengacu kepada komunikasi tertulis namun, secara umum teks merupakan istilah untuk komunikasi apapun, baik tertulis maupun visual. Pengertian umum ini biasanya digunakan terfokus pada banyak untaian teks dan menyampaikan secara tidak langsung makna teks.

#### **4. Fungsi dan Manfaat *Twitter***

---

<sup>7</sup> Yasraf Amir Piliang, "*Semiotika Teks: Sebuah Pendekatan Analisis Teks*", Mediator, Vol. 5. No. 2. 2004. Hlm. 190.

Sebagai situs jejaring sosial sekaligus *microblogging*, fungsi *twitter* tercermin dari layanan yang diberikannya yaitu untuk menjalin pertemanan dan berkomunikasi. Sebagaimana telah diketahui bersama bahwa situs ini menyediakan layanan yang memungkinkan pengguna untuk mengirimkan pesan singkat baik dalam bentuk teks, foto, audio, maupun video. Secara lebih konkret dapat dijelaskan bahwa *twitter* berfungsi untuk menjalin komunikasi secara intensif baik antara teman, keluarga, mitra kerja maupun antara pimpinan dengan karyawan atau pegawai. Situs ini memudahkan pengguna untuk mengetahui aktivitas yang sedang dilakukan oleh teman-temannya, keluarga maupun rekan kerjanya melalui teks yang bisa di posting setiap saat.<sup>8</sup>

Fungsi dasar *twitter* kini banyak dimodifikasi oleh penggunanya. Mulai dari ekspresi diri, informasi, hingga promosi. Ada pula yang memanfaatkannya sebagai media penyampaian cerita pendek. *Twitter* kini pun menjadi cara *instant* untuk berhubungan dengan teman lewat ponsel. Selain itu *twitter* pun berkembang pesat menjadi “Mesin Pencari Info” bagi sebagian orang yang tentu hasilnya didapat dari jaringan pertemanan, bukan kemampuan mesin. Layanan ini menjadi makin menyenangkan karena kamu bisa selalu berhubungan dengan teman berminat yang sama. Hubungan bisnis dengan konsumen bisa tetap terjaga melalui *twitter*. Bahkan, kelak pengelola bisnis juga bisa beriklan ke komunitas *twitter*. Yang pasti, fungsi *twitter* telah berkembang pesat sejak awal didirikannya.<sup>9</sup>

Sementara manfaat dari *twitter* tercermin dari layanan *microblog*. Layanan ini tidak hanya bisa dimanfaatkan untuk kepentingan personal saja, tetapi juga bisnis. Untuk kepentingan personal pengguna bisa berkomunikasi dengan teman-teman atau

---

<sup>8</sup> Jubilee Enterprise, “Berburu Uang Dengan Twitter”, Jakarta : PT Elex Media Komputindo. 2009. Hlm. 3

<sup>9</sup> Yuliandi Kususma, “Pintar Twitter”, Jakarta:Grasindo. Hlm. 10

keluarganya. Sementara untuk kepentingan bisnis, layanan *microblog* ini bisa digunakan oleh pengusaha atau produsen untuk berkomunikasi dengan pasar sasaran mengenai produk dan layanannya. Dengan begitu, pihak pengusaha atau produsen dapat senantiasa mengevaluasi kualitas produk dan layanannya. Untuk kepentingan bisnis, layanan *twitter* ini bisa sekaligus berfungsi sebagai ajang penelitian pasar mengenai produk perusahaan.

10

Jika dapat membanding-bandingkan sebenarnya lebih banyak fungsi positif dari pada dampak negatif yang ditimbulkan.

a. Terhubung ke banyak orang

Sesuai dengan namanya, yaitu situs media sosial, situs ini memberikan kemudahan dalam hubungan sosial penggunanya. Dengan menggunakan media sosial sekarang ini, membuat orang berbagai belahan dunia saling terhubung. Dengan demikian akan terbentuklah interaksi sosial yang lebih luas dan beragam.

Dengan adanya fasilitas obrolan (*chatting*), pengiriman pesan ke banyak teman, menulis testimonial di dinding teman, dan sebagainya, membuat situs media sosial sangat bagus digunakan untuk berinteraksi antara masyarakat satu dengan yang lainnya. Tentu saja dengan adanya interaksi yang global, masyarakat (khususnya remaja) akan mengetahui kebiasaan orang lain. Dengan adanya fasilitas ini memungkinkan orang saling berinteraksi dan bertukar pendapat didalamnya. Informasi terbaru juga didapatkan jika menggunakan situs media sosial ini. Terkadang informasi terbaru dari situs media sosial seperti *twitter* lebih cepat dibandingkan televisi atau surat kabar.

---

<sup>10</sup> Jubilee Enterprise, “*Berburu Uang Dengan Twitter*”, Jakarta : PT Elex Media Komputindo. 2009. Hlm. 4

b. Ajang pertemuan orang-orang yang terpisah

Banyak orang yang sangat terbantu dengan situs media sosial untuk mencari orang-orang yang lama terpisah. Bahkan kisah-kisah yang mengharukan terus bermunculan ketika menemukan orang yang disayangi menggunakan media sosial.

c. Situs media sosial untuk bisnis

Perusahaan-perusahaan besar seperti coca-cola, gramedia, oreo dan lainnya menggunakan situs media sosial semacam *facebook* dan *twitter* untuk media promosi yang efektif dalam menggaet konsumen. Dengan kemudahan dalam pembuatan akun dan pengoperasiannya ini, bukan hanya perusahaan-perusahaan besar saja yang dapat menggunakan *facebook* dan *twitter* untuk berbisnis.

d. Media sosial untuk kampanye sosial

Media sosial dapat mempersatukan semua lapisan masyarakat, itulah bukti yang nyata dengan media sosial masyarakat, baik di suatu wilayah maupun secara global pun dapat dipersatukan melalui media sosial.

Kampanye-kampanye sosial yang positif sering diserukan oleh pengguna *facebook* maupun *twitter* guna menginspirasi pikiran dan dukungan untuk kepentingan sosial. Tak heran, sudah banyak kampanye-kampanye sosial melalui media sosial yang telah banyak berhasil mendulang simpatisan bahkan dana guna kepentingan sosial.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Ridwan Sanjaya, Christine Wibowo, Arista Prasetyo Adi, "Parenting Untuk Pornografi di Internet", Jakarta: PT. Eles Media Komputindo, 2010. Hlm. 65-75



## 5. Komentar *Follower*

Komentar adalah catatan yang bisa di lampirkan ke huruf atau kata pada slide, ke gambar atau objek lain, atau ke seluruh slide. Menggunakan komentar merupakan cara yang sangat baik untuk menyediakan umpan balik kepada orang lain mengenai presentasi dari peserta lain. Reaksi tersebut merupakan komentar/tanggapan yang dapat berupa persetujuan ataupun penolakan. Komentar maupun tanggapan, baik berupa persetujuan maupun penolakan seharusnya disertai dengan alasan yang logis. Komentar merupakan pendapat yang berisi uraian atau ulasan tentang suatu masalah. Selain itu, komentar yang diberikan pun harus mengarah pada perbaikan dan permasalahan yang diangkat.

*follower* adalah pengikut pada *twitter* atau akun, *follower* inilah yang menerima update status. Dalam *twitter* dikenal istilah "*follower*" dan "*following*". *Follower* adalah akun *twitter* yang mengikuti update tweet, sedangkan *following* adalah akun *twitter* yang diikuti. biasanya, akun terkenal atau yang memberikan banyak inspirasi dan informasi memiliki banyak *follower*. *Follower* tidak saja terdapat pada *twitter*, jika memiliki akun di blogger akan mengenal istilah *follower* juga.

Jadi komentar adalah reaksi dari sebuah argumen, dimana reaksi itu berupa persetujuan ataupun penolakan. Komentar *follower* sendiri memiliki makna reaksi dari sebuah tweet yang di upload oleh pemilik *twitter*.

## 6. Dukungan

Menurut Sarafino dukungan adalah suatu bentuk kenyamanan, perhatian, penghargaan, ataupun bantuan yang diterima individu dari orang yang berarti, baik secara perorangan maupun kelompok.

Dukungan dapat berupa dukungan sosial keluarga internal, seperti dukungan dari suami istri atau dukungan dari saudara kandung atau dukungan sosial keluarga eksternal. Dukungan sosial eksternal bagi keluarga inti (dalam jaringan kerja sosial keluarga) merupakan sebuah jaringan sosial keluarga secara sederhana yang merupakan jaringan kerja sosial keluarga inti.

Jadi dukungan adalah bentuk perhatian untuk menunjukkan kepedulian.

## 7. Semiotik

Kata Semiotika berasal dari kata Yunani *semion*, yang berarti tanda, atau *seme* yang berarti penafsiran tanda. Maka Semiotika berarti ilmu tentang tanda. Semiotik adalah ilmu tentang pengkajian tanda dan segala sesuatu yang berkaitan dengan tanda. Anantara lain : macam-macam tanda, proses penciptaan tanda, penggunaan tanda dan proses pemakaian tanda. Ada beberapa ahli yang menanamkan ilmu tentang tanda sebagai Semiologi.

Semiotika memecah-mecah teks menjadi bagian-bagian dan menghubungkan dengan wacana-wacana yang lebih luas. Sebuah analisis semiotik menyediakan cara menghubungkan teks tertentu dengan sistem pesan di mana ia beroperasi. Hal ini memberikan konteks intelektual pada isi: ia mengulas cara-cara beragam unsur teks bekerja sama dan berinteraksi dengan pengetahuan kultural untuk menghasilkan makna.<sup>12</sup>

Semiotika mempelajari relasi elemen-elemen tanda di dalam sebuah sistem berdasarkan aturan main dan konvensi tertentu, serta mengkaji peran tanda sebagai bagian dari kehidupan sosial.

---

<sup>12</sup> Jane Stokes, "How To Do Media and Cultural Studies", Yogyakarta: 2003. Hlm. 77

Awal mulanya konsep semiotik diperkenalkan oleh Ferdinand de Saussure melalui dikotomi sistem tanda *signified* dan *signifier* atau *signifie* dan *signifiant* yang bersifat atomistis. Konsep ini melihat bahwa makna muncul ketika ada hubungan yang bersifat asosiasi antara ‘yang ditandai’ (*signified*) dan ‘yang menandai’ (*signifier*). Tanda adalah kesatuan dari suatu bentuk penanda (*signifier*) dengan sebuah ide atau petanda (*signified*). Dengan kata lain, penanda adalah “bunyi yang bermakna” atau “coretan yang bermakna”. Jadi, penanda adalah aspek material dari bahasa yaitu apa yang dikatakan atau didengar dan apa yang ditulis atau dibaca. Petanda adalah gambaran mental, pikiran, atau konsep. Jadi, petanda adalah aspek mental dari bahasa.

Suatu penanda tanpa petanda tidak berarti apa-apa dan karena itu tidak merupakan tanda. Sebaliknya, suatu petanda tidak mungkin disampaikan atau ditangkap lepas dari penanda, petanda atau yang ditandakan itu termasuk tanda sendiri dan dengan demikian merupakan suatu faktor linguistik. “Penanda dan petanda merupakan kesatuan seperti dua sisi dari sehelai kertas,” kata Saussure. Louis Hjelmslev, seorang penganut Saussure berpandangan bahwa sebuah tanda tidak hanya mengandung hubungan internal antara aspek material (penanda) dan konsep mental (petanda), namun juga mengandung hubungan antara dirinya dan sebuah sistem yang lebih luas di luar dirinya. Bagi Hjelmslev, sebuah tanda lebih merupakan *self-reflective* dalam artian bahwa sebuah penanda dan sebuah petanda masing-masing harus secara berturut-turut menjadi kemampuan dari ekspresi dan persepsi. Louis Hjelmslev dikenal dengan teori metasemiotik (*scientific semiotics*). Sama halnya dengan Hjelmslev, Roland Barthes pun merupakan pengikut Saussurean yang berpandangan bahwa sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu.

Semiotik, 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 dikomunikasikan, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda. Salah satu wilayah penting yang dirambah Barthes dalam studinya tentang tanda adalah peran pembaca (*the reader*). Konotasi, walaupun merupakan sifat asli tanda, membutuhkan keaktifan pembaca agar dapat berfungsi. Barthes secara lugas mengulas apa yang sering disebutnya sebagai sistem pemaknaan tataran ke-dua, yang dibangun di atas sistem lain yang telah ada sebelumnya. Sistem ke-dua ini oleh Barthes disebut dengan konotatif, yang di dalam buku *Mythologies*-nya secara tegas ia bedakan dari denotatif atau sistem pemaknaan tataran pertama.

Di dalam semiologi Barthes dan para pengikutnya, denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua. Dalam hal ini denotasi justru lebih diasosiasikan dengan ketertutupan makna. Sebagai reaksi untuk melawan keharfiahan denotasi yang bersifat opresif ini, Barthes mencoba menyingkirkan dan menolaknya. Baginya yang ada hanyalah konotasi. Ia lebih lanjut mengatakan bahwa makna “harfiah” merupakan sesuatu yang bersifat alamiah. Dalam kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebutnya sebagai ‘mitos’ dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. Di dalam mitos juga terdapat pola tiga dimensi penanda, petanda, 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 ke-dua. Di dalam mitos pula sebuah petanda dapat memiliki beberapa penanda. Berbeda dengan para ahli yang sudah dikemukakan di atas, Charles Sanders Peirce, seorang filsuf berkebangsaan Amerika, mengembangkan filsafat pragmatisme melalui kajian semiotik.

## 8. Macam-macam Semiotik

Ada 9 macam semiotik yang ketahu :

a. Semiotik Analitik

Semiotik analitik adalah semiotik yang menganalisis sistem tanda

b. Semiotik Deskriptif

Semiotik deskriptif adalah semiotik yang memperhatikan sistem tanda yang dapat di alami sekarang, meskipun ada tanda yang sejak dahulu tetap seperti yang disaksikan sekarang.

c. Semiotik Faunal (*Zoo semiotic*)

Semiotik Faunal adalah semiotik yang khusus memperhatikan sistem tanda yang dihasilkan oleh hewan

d. Semiotik Kultural

Semiotik kultural adalah semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang berlaku dalam kebudayaan masyarakat tertentu.

e. Semiotik Naratif

Semiotik Naratif adalah semiotik yang menelaah sistem tanda dalam narasi yang berwujud mitos dan cerita lisan (*Folklore*)

f. Semiotik Natural

Semiotik natural adalah semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh alam.

g. Semiotik Normatif

Semiotik normatif adalah semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang di buat oleh manusia yang berwujud norma-norma, misalnya rambu-rambu lalu lintas.

h. Semiotik Sosial

Semiotik sosial adalah semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh manusia yang berupa lambang.

i. Semiotik Struktural

Semiotik struktural adalah semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dimanifestasikan melalui struktur bahasa.

## 9. Semiotika Teks

Semiotika teks adalah cabang semiotika, yang secara khusus mengkaji teks dalam berbagai bentuk dan tingkatannya. Ia dibedakan dengan semiotika umum (*general semiotics*), yang mengkaji tanda secara lebih umum dan lebih luas. Disebut sebagai semiotika teks oleh karena unit analisis terkecilnya adalah teks itu sendiri, sementara unit analisis terkecil semiotika umum adalah tanda.

Analisis teks adalah salah satu cabang dari semiotika teks, yang secara khusus mengkaji teks sebagai sebuah produk penggunaan bahasa berupa kumpulan atau kombinasi tanda-tanda, khususnya yang menyangkut sistem tanda (sintaktik/paradigmatik), tingkatan tanda (denotasi/konotasi), relasi antar tanda (metafora/metanim), muatan mitos, dan ideologi di baliknya.

Oleh karena semiotika teks dan analisis teks merupakan cabang dari semiotika umum, maka berbagai prinsip dasar yang membentuk semiotika umum juga berlaku di dalamnya. Artinya, meskipun unit analisis terkecil semiotika teks adalah teks, akan tetapi teks tidak dapat dilepaskan dari tanda-tanda yang membentuknya.<sup>13</sup>

Teori mengenai apa yang disebut semiotika teks tidak dapat dilepaskan dari dasar-dasar semiotika struktural yang dikembangkan oleh Ferdinand deSaussure. Saussure mendefinisikan semiotika didalam *course in General Linguistics*, sebagai ilmu yang mengkaji tentang peran tanda sebagai bagian dari kehidupan sosial. Implisit dari definisi tersebut adalah sebuah relasi bahwa bila tanda merupakan bagian dari kehidupan sosial, maka tanda juga merupakan bagian dari aturan-aturan sosial yang berlaku. Ada sistem tanda dan ada sistem sosial yang keduanya saling berkaitan. Dalam hal ini Saussure berbicara mengenai konvensi sosial yang mengatur penggunaan tanda secara sosial, yaitu pemilihan, pengombinasian, dan penggunaan tanda-tanda dengan cara tertentu, sehingga ia mempunyai makna dan nilai sosial.<sup>14</sup>

Analisis tanda secara individual (jenis tanda, mekanisme atau struktur tanda), dan makna tanda secara individual. Analisis tanda sebagai sebuah kelompok atau kombinasi (kumpulan tanda yang membentuk teks), biasa disebut analisis teks. Untuk menganalisis

---

<sup>13</sup> Yasraf Amir Piliang, "Semiotika Teks: Sebuah Pendekatan Analisis Teks", Mediator, Vol. 5. No. 2. 2004. Hlm. 189-190.

<sup>14</sup> *Ibid.* hlm. 190.

tanda secara individual dapat digunakan model analisis tipologi tanda, struktur tanda, dan makna tanda.<sup>15</sup> Analisis tipologi tanda tersebut menggunakan teori semiotik pengelompokan tanda Charles Sanders Peirce. Sedangkan dalam hal analisis struktur tanda menggunakan teori semiotik Ferdinand de Saussure. Kemudian dalam menganalisis makna tanda dapat dilakukan dengan menggabungkan hasil analisis tipologi tanda dan struktur tanda. Gabungan analisis keduanya (tipologi tanda dan struktur tanda) akan menghasilkan makna tanda yang lebih kuat.<sup>16</sup>

Untuk menganalisis tanda secara kelompok atau kombinasinya (analisis teks), tidak hanya sebatas menganalisis tanda (jenis, struktur, dan makna) tetapi juga termasuk pemilihan tanda yang dikombinasi dalam kelompok atau pola yang lebih besar (teks) yang mengandung representasi sikap, ideologi, atau mitos tertentu (latar belakang kombinasi tanda). Ada beberapa model dan prinsip analisis teks, salah satunya yang diajukan oleh Thwaites.<sup>17</sup> Prinsip dasar analisis teks adalah polisemi (keanekaragaman makna sebuah penanda). Konotasi tanda berkaitan dengan kode nilai, makna sosial, dan berbagai perasaan, sikap, atau emosi. Tiap teks adalah kombinasi sintagmatik tanda-tanda yang melalui kode sosial tertentu menghasilkan konotasi tertentu (metafora dan metonimi menjadi bagian dari kombinasi tanda). Konotasi yang berbeda bergantung pada posisi sosial pembaca dan faktor lain yang mempengaruhi cara berpikir dan menafsirkan teks. Konotasi yang diterima luas secara sosial akan menjadi denotasi (makna teks yang dianggap benar). Denotasi merepresentasikan mitos budaya, kepercayaan.<sup>18</sup>

---

<sup>15</sup> Yasraf Amir Piliang, *“Hipersemiotika – Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna”*. Yogyakarta: Jalastura. 2003.

<sup>16</sup> Blog Abdi, <http://junaedi2008.blogspot.com/2009/01/teori-semiotik.html>. Tgl. 16 Maret 2015. Pkl. 14:46.

<sup>17</sup> Yasraf Amir Piliang, *“Hipersemiotika – Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna”*. Yogyakarta: Jalastura. 2003.

<sup>18</sup> Blog Abdi, <http://junaedi2008.blogspot.com/2009/01/teori-semiotik.html>. Tgl. 16 Maret 2015. Pkl. 14:46.



## 9. Model Roland Barthes

Barthes merupakan tokoh intelektual dan filsuf Prancis yang gagasannya berada pada fase peralihan dari Strukturalisme ke Pasca structuralisme. Walau demikian Barthes bersama Levi-Strauss adalah tokoh-tokoh awal yang mencetus paham struktural dan yang meneliti sistem tanda dalam budaya (*Pioneer of structuralist approaches*). Menurutnya ada titik temu atau konvergensi antara linguistik (ilmu-ilmu bahasa) dan penelitian budaya yang pada gilirannya akan memperkaya penelitian semiologi (yaitu ilmu tentang praktek penandaan / *signifying* atau analisis penetapan makna dalam budaya).<sup>19</sup>

Hal pokok dalam semiologi adalah konsep saussure tentang tanda. Istilah tanda memiliki kamus yang cukup luas, dari teologi sampai kedokteran. Untuk memahami tanda ini, Barthes memiliki beberapa istilah yang berhubungan dengan tanda yakni sinyal, ikon, indeks, simbol dan alegori. Semua istilah ini mengacu pada sebuah relasi antara dua *relata* (Mengikuti Augustinus). Istilah –istilah ini dipakai oleh penulis yang berbeda, yaitu Hegel, Peirce, Jubg dan Wallon. Hasil penelitiannya tersaji dalam tabel berikut ini:

---

<sup>19</sup> Mudji Sutrisno, Hendar Putranto, “*Teori-teori Kebudayaan*”, Yogyakarta: Kanisius. 2005. Hlm. 117

	Sinyal (Signal)	Indeks (Index)	Ikon (Icon)	Simbol (Symbol)	Tanda (Sign)	Allegoru (Allegory)
Representasi Mental	Wallon -	Wallon -		Wallon +	Wallon +	
Analogi			Peirce +	Hegel + Wallon + Peirce -	Hegel - Wallon -	
Immediasi	Wallon +	Wallon -				
Adekuasi				Hegel - Jung - Wallon -	Hegel + Jung + Wallon +	
Aspek Eksistensial	Wallon +	Wallon - Peirce +		Peirce + Jung +		Jung -

Tabel 2.1 Istilah-istilah Semiologi Barthes Secara Vertikal dan Horizontal

Dari tabel ini Barthes menarik beberapa kesimpulan. Dengan membaca secara vertikal dia melihat adanya kontradiksi terminologis dalam indeks (bagi Pierce, indeks adalah eksistensial, sedang bagi Wallon tidak) dan simbol (bagi Hegel dan Wallon ada relasi analogial antara dua relatan dari simbol, sementara bagi Pierce tidak). Dengan membaca horisontal terlihat bahwa istilah-istilah ini hanya bermakna dalam oposisinya dengan yang lain dan bila oposisi-oposisi itu tersedia tetapi jika oposisi-oposisi itu tak tersedia maka maknanya tak akan wayuh.

Berdasarkan kesimpulan ini Barthes menunjukkan adanya masalah eksistensi dari tanda, relasi analogial antara dua tanda, dan adanya oposisi dalam tanda dalam memperjelas makna. Selanjutnya, Barthes berdiri langsung digaris pemikiran saussure menerima prinsip artikulasi ganda yang diperkenalkan Saussure. Prinsip itu membagi tanda kedalam dua bagian yang saling berhimpit, seperti muka atas dan bawah (isis recto dan verso) dari sehelai kertas. Bila salah satu sisi atau permukaan dipotong, berarti memotong pula sisi atau permukaan lainnya.

Tabel 2.2 Peta Tanda Roland Barthes

1. Signifier (Penanda)	2. Signified (petanda)
3. Denotative Sign (Tanda Denotatif)	
4. <i>CONNOTATIVE SIGNIFIER</i> (PENANDA KONOTATIF)	5. <i>CONNOTATIVE SIGNIFIED</i> (PETANDA KONOTATIF)
6. <i>CONNOTATIVE SIGN</i> (TANDA KONOTATIF)	

Atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetap pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah penanda konotatif (4). Jadi, dalam konsep Barthes tanda konotatif tidak hanya memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya.

Pada dasarnya, ada perbedaan antara denotasi dan konotasi dalam pengertian secara umum serta denotasi dan konotasi yang dipahami oleh Barthes. Didalam semiologi Barthes dan para pengikutnya denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua, dalam hal ini denotasi justru lebih diasosiasikan dengan ketertutupan makna. Sebagai reaksi untuk melawan keharfiahan denotasi yang bersifat opresif ini.

Petanda bukanlah benda tetapi representasi mental dari benda. Saussure sendiri telah menyebutkan hakikat mental petanda itu dengan istilah konsep. Petanda dari kata sapi misalnya, bukanlah binatang sapi, tetapi imaji mental tentang sapi itu. Bila hendak memahami petanda, tidak bisa harus kembali pada sistem biner Saussure, yaitu pasangan petanda dan penanda. Untuk mengerti yang satu harus mengerti yang lainnya. Pencampuran penanda dan petanda dalam satu bahasa ini oleh Barthes diistilahkan dengan isologi.

Meskipun semiologi Barthes menjadikan linguistik Saussure sebagai modelnya, tetapi Barthes telah perlu mengingatkan bahwa semiologi tidak bisa sama dan sebangun dengan linguistik. Klasifikasi penanda linguistik misalnya, tidak bisa dikerjakan begitu saja pada petanda semiologis. Petanda dari garmen busana misalnya, bahkan meski diperantarai melalui tuturan (majalah), tidaklah tentu didistribusikan seperti petanda dari bahasa selama keduanya tak memiliki panjang yang sama (disebuah kata, disana sebuah kalimat). Petanda itu tidak memiliki material lain kecuali penanda tipikalnya. Dalam kasus sistem isologi seperti ini, orang kemudian tidak bisa menerimanya kecuali dengan memaksakan padanya sebuah meta bahasa.

Hal lain dari perbedaan petanda semiologi dan petanda adalah perluasan dari petanda semiologis. Keseluruhan petanda semiologis dari sebuah sistem mengkonstitusi sebuah fungsi besar. Fungsi semiologis ini tidak hanya mengkomunikasikan, tetapi juga bertumpang tindih sebagian dengan lainnya. Bentuk petanda dalam sistem garmen misalnya, sebagaiannya sama dengan petanda dalam sistem makanan, karena keduanya terartikulasikan dalam oposisi berskala besar dari kerja dan perayaan, dari aktivitas dan

kenikmatan. Orang dengan demikian menurut Barthes, harus meninjau sebuah deskripsi ideologi total dan umum pada semua sistem sinkroni yang terberikan.<sup>20</sup>

## B. Kajian Teori

### 1. Teori Konseptual / Teori Mentalisme

Teori konseptual adalah teori semantik yang menfokuskan kajian makna pada prinsip-prinsip konsepsi yang ada pada pikiran manusia. Teori yang dinisbahkan pada John Locke disebut juga dengan teori mentalisme. Teori ini disebut teori pemikiran, karena kata itu menunjuk pada ide yang ada dalam pemikiran. Karena itu, penggunaan suatu kata hendaknya merupakan penunjukan yang mengarah pada pemikiran.

Yang dimaksud dengan makna konseptual menurut definisi lain adalah makna yang dimiliki oleh sebuah leksem terlepas dari sebuah konteks atau asosiasi apapun. Kata kuda memiliki makna konseptual sejenis binatang berkaki empat yang dapat dikendarai. Jadi sesungguhnya makna konseptual sama saja dengan makna leksikal, makna denotatif, makna referensial, makna konseptual ini bersifat logis, kognitif atau denotatif. Makna asosiatif dan dibagi lagi atas makna konotatif yakni makna yang muncul di balik makna kognitif. Demikian juga dengan makna idesional adalah makna yang muncul sebagai akibat penggunaan kata yang berkonsep.<sup>21</sup>

### 2. Teori Pemberian Makna

Teori pemberian makna ini memiliki aspek dalam pendekatan makna yang menurut Palmer (1976) dapat dipertimbangkan dari fungsi, dan dapat dibedakan atas :

#### a. *Sense* (pengertian)

---

<sup>20</sup> Kurniawan, "Semiologi Roland Barthes", Magelang: Indonesia Tera. 2001. Hlm. 57-58

<sup>21</sup> <http://widawahyuni.blogspot.com/2015/03/teori-teori-makna.html>. Tanggal 4 Juni 2015. Pukul 09.16 WIB

- b. *Feeling* (perasaan)
- c. *Tone* (nada)
- d. *Intension* (tujuan)

Keempat aspek makna tersebut dapat dipertimbangkan melalui data bahasa Indonesia sebagai contoh pemahaman makna tersebut. Makna pengertian dapat di terapkan pada komunikasi sehari-hari yang melibatkan apa yang disebut tema. Makna perasaan, nada, dan tujuan dapat pula pertimbangan melalui data bahasa Indonesia maupun daerah.

- a. *Sense* (Pengertian)

Aspek makna pengertian ini dapat dicapai apabila antara pembicara/penulis dan kawan bicara berbahasa sama. Makna pengertian disebut juga tema, yang melibatkan ide atau pesan yang dimaksud. Di dalam berbicara dalam kehidupan sehari-hari mendengar kawan bicara menggunakan kata-kata yang mengandung ide atau pesan yang dimaksud. Di dalam hal ini menyangkut tema pembicaraan sehari-hari, misalnya, tentang cuaca :

- 1) Hari ini hujan
- 2) Hari ini mendung

Di dalam komunikasi tersebut tentu ada unsur pendengar (ragam lisan) dan pembaca (ragam tulis), yang mempunyai pengertian yang sama terhadap satuan-satuan hari, ini, hujan, dan mendung.

Informasi atau apa yang di ceritakan tersebut memiliki persoalan inti yang biasa disebut tema.

Jika memahami tema di dalam informasi karena apa yang dikatakan atau apa yang didengar memiliki pengertian dan tema. Mengerti tema karena paham akan kata-kata yang melambangkan tema tersebut.

b. *Feeling* (Perasaan)

Aspek makna perasaan berhubungan dengan sikap pembicara dengan situasi pembicaraan. Di dalam kehidupan sehari-hari selalu berhubungan dengan perasaan (misalnya sedih, panas, dingin, gembira, jengkel, gatal). Pernyataan situasi yang berhubungan dengan aspek makna perasaan tersebut digunakan kata-kata yang sesuai dengan situasinya. Misalnya, tidak akan muncul ekspresi ; turut berduka cita dan ikut bersedih pada situasi bergembira, sebab ekspresi tersebut selalu muncul pada situasi kemalangan, atau kesedihan, misalnya bila ada yang meninggal dunia. Kata-kata tersebut memiliki makna yang sesuai dengan perasaan.

Kata-kata yang sesuai dengan makna perasaan ini muncul dari pengalaman, dapat dipertimbangkan bila mengatakan “*Penipu kau!*”, merupakan ekspresi yang berhubungan dengan pengalaman tentang orang tersebut dan merasa pantas menyebut orang tersebut sebagai penipu karena tindakannya yang tidak baik. Setiap sajak biasanya mengungkapkan aspek makna perasaan (*feeling*) penyair.

Sebagai penyair, aspek makna perasaan yang menyelimuti dirinya diungkapkan di dalam kata-kata yang menyatakan pula tentang lingkungan dan kehidupan masyarakat sekitarnya. Kadang-kadang apa yang dirasakan tanpa disadari keluar dari mulut yang diungkapkan dengan kata-kata yang melibatkan makna aspek perasaan.

c. *Tone* (Nada)

Aspek makna nada adalah sikap pembicara terhadap kawan bicara atau dikatakan pula sikap penyair atau penulis terhadap pembaca. Aspek makna nada ini melibatkan pembicara untuk memilih kata-kata yang sesuai dengan keadaan lawan bicara dan pembicara sendiri. Apakah pembicara telah mengenal latar belakang sosial-ekonomi pembicara sama dengan pendengar, apakah pembicara berasal dari daerah yang sama dengan pendengar?. Hubungan pembicara-pendengar (lawan bicara) akan menentukan sikap yang akan tercermin di dalam kata-kata yang akan digunakan.

Aspek makna nada ini berhubungan pula dengan aspek makna perasaan, bila jengkel maka sikap akan berlainan dengan perasaan bergembira terhadap lawan bicara. Bila jengkel akan memilih aspek makna nada dengan meninggi, berlainan dengan aspek makna yang digunakan bila memerlukan sesuatu, maka akan beriba-iba dengan nada merata atau merendah. Bandingkanlah aspek makna nada berikut:

- 1) Orang itu tidak tertarik tapi menarik.
- 2) Karetapi dari Yogya sudah datang.
- 3) Keretapi dari Yogya sudah datang?
- 4) Pergi!

d. *Intension* (Tujuan)

Aspek makna tujuan ini adalah *“his aim, concious or unconcious, the effect he is endeavouring to promote”* (tujuan atau maksud, baik disadari maupun tidak, akibat usaha dari peningkatan). Apa yang diungkapkan di dalam makna aspek tujuan memiliki tujuan tertentu, misalnya dengan mengatakan *“Penipu kau!”* tujuannya supaya kawan bicara mengubah kelakuan (tindakan) yang tidak diinginkan tersebut.

Aspek makna tujuan ini melibatkan klasifikasi pernyataan yang bersifat :



1. *Deklaratif*
2. *Persuasif*
3. *Imperatif*
4. *Naratif*
5. *Politis*
6. *Paedagogis* (pendidikan)

Dapat melihat di antara keenam makna aspek tujuan tersebut di dalam penyuluhan pemerintah tentang kesehatan, dapat ditinjau dari makna aspek deklaratif, “Pemeliharaan kesehatan dapat menunjang program pemerintah di dalam memelihara lingkungan dan meningkatkan taraf kehidupan bangsa”; makna aspek persuasif, “Dengan pola makan empat sehat lima sempurna di tiap kampung akan menjamin kesehatan masyarakat”; makna imperatif. “Halaman-halaman rumah di tiap-tiap tempat ditanamai dengan apotek hidup”; makna aspek naratif. “Manusia hidup panjang dengan memelihara kesehatan dan memerhatikan sikap pemerintah dalam meningkatkan taraf hidup sehat”; aspek makna politis, “Rakyat sehat negara kuat; aspek makna paedagogis, “Mendidik hidup sehat supaya negara kuat”.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup>Djajasudarma, T. Fatimah, “*Semantik 2 : Relasi Makna (Paradigmatik-Sintagmatik-Derivasional)*”. Bandung : Refika Aditama. 2013