

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Semiotika

Semiotika merupakan suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda, singkat kata ilmu yang mempelajari tanda atau ilmu tentang tanda. Studi tentang tanda dan segala yang berhubungan dengannya, cara berfungsinya, hubungannya dengan tanda-tanda lain, pengirimannya dan penerimaannya oleh mereka yang menggunakannya. Kata “semiotika” berasal dari bahasa Yunani, *semeion* yang berarti “tanda” atau *seme*, yang berarti “penafsir tanda”.

Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, ditengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia serta merupakan basis dari seluruh komunikasi. Manusia dengan perantaraan tanda-tanda, dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya, banyak hal yang dapat dikomunikasikan di dunia ini menggunakan tanda. Pada dasarnya semiotika hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai dalam hal ini berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda. Hingga saat ini kajian semiotika telah membedakan semiotika menjadi dua jenis, yakni semiotika komunikasi dan semiotika signifikasi. Semiotika komunikasi menekankan pada teori tentang produksi tanda yang salah satu diantaranya mengansumsikan adanya enam faktor dalam komunikasi, yaitu pengirim, penerima kode, pesan, saluran

komunikasi dan acuan (hal yang dibicarakan). Sementara itu semiotika signifikasi menekankan pada teori tanda dan pemahamannya dalam suatu konteks tertentu, tidak dipersoalkan adanya tujuan berkomunikasi, yang diutamakan adalah pemahaman suatu tanda sehingga proses kognisinya pada penerima tanda lebih diperhatikan daripada proses komunikasinya (Sobur, 2013:15).

Pateda 2001 dalam (Hikmat, 2011:106-107) membagi semiotik dalam sembilan macam sebagai berikut:

- a. Semiotik analitik, yakni semiotik yang menganalisis sistem tanda. Analisis semiotik dapat dilakukan pada ide, objek, dan makna. Ide dapat dikatakan sebagai lambang, sedangkan makna adalah beban yang terdapat dalam lambang yang mengacu kepada objek tertentu.
- b. Semiotik deskriptif, yakni semiotik yang memperhatikan sistem tanda yang dapat dialami sekarang, meskipun ada tanda yang sejak dahulu tetap seperti yang disaksikan sekarang. Misalnya, langit mendung menandakan akan turunnya hujan. Tanda tersebut tetap berlaku meskipun teknologi sekarang telah menemukan cara lain untuk menandakan hujan.
- c. Semiotik faunal (*zoosemiotic*), yakni semiotik yang khusus memperhatikan sistem tanda yang dihasilkan oleh hewan. Misalnya, anjing menggonggong ditengah malam dapat menandakan ada yang datang tidak dikenal atau pencuri.
- d. Semiotik kultural, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang berlaku dalam kebudayaan masyarakat tertentu. Setiap kelompok

masyarakat biasanya memiliki budaya yang sering berbentuk tanda-tanda atau simbol-simbol tertentu.

- e. Semiotik naratif, yakni semiotik yang menelaah sistem tanda dalam narasi yang berwujud mitos dan cerita lisan (*folklore*).
- f. Semiotik natural, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh alam. Misalnya, bencana banjir, longsor, dan sebagainya dapat dikaji bahwa hal itu merupakan pertanda alam.
- g. Semiotik normatif, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang khusus dibuat oleh manusia yang berwujud norma-norma, misalnya, peraturan lalu lintas dsb.
- h. Semiotik sosial, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dihasilkan manusia yang berwujud lambang, baik berwujud kata atau kalimat atau secara keseluruhan adalah bahasa.
- i. Semiotik struktural, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dimanifestasikan melalui struktur bahasa.

2. Semiotika Roland Barthes

Roland Barthes merupakan seseorang yang sangat dikenal dalam kajian semiotika. Dia adalah seorang penulis yang menggunakan analisis semiotik, dan merupakan tokoh strukturalis terkemuka dalam pengembangan pemikiran pendahulunya yaitu Ferdinand de Saussure yang dikenal sebagai bapak semiotika. Gagasan yang dikembangkan oleh Roland Barthes dikenal dengan signifikasi dua tahap (*two order of significations*). Signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* dan *signified* (makna denotasi). Pada tatanan

ini menggambarkan relasi antara penanda (objek) dan petanda (makna) di dalam tanda, dan antara tanda dan dengan referannya dalam realitasnya eksternal. Hal ini mengacu pada makna sebenarnya (riil) dari penanda (objek). Signifikasi tahap kedua adalah interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu (makna konotasi).

Dalam istilah yang digunakan Barthes, konotasi dipakai untuk menjelaskan salah satu dari tiga cara kerja tanda (konotasi, mitos, dan simbol) dalam tatanan pertanda kedua (signifikasi tahap kedua). Konotasi menggambarkan interaksi yang berlangsung saat bertemu dengan perasaan atau emosi penggunaannya dan nilai-nilai kulturalnya. Bagi Barthes, faktor penting dalam konotasi adalah penanda dalam tatanan pertama (4) dalam peta Roland Barthes (Fiske, 2014:141).

Gambar 2.1
Peta Tanda Roland Barthes

1. <i>Signifier</i> (penanda)	2. <i>Signified</i> (petanda)
3. <i>Denotative sign</i> (tanda denotatif)	
4. <i>CONNOTATIVE SIGNIFIER</i> (PENANDA KONOTATIF)	5. <i>CONNOTATIVE SIGNIFIED</i> (PETANDA KONOTATIF)
6. <i>CONNOTATIVE SIGN</i> (TANDA KONOTATIF)	

(Sumber: Alex Sobur, 2013:69)

Dari peta Barthes diatas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya(Sobur, 2013: 69).

Pada dasarnya, ada perbedaan antara denotasi dan konotasi dalam pengertian secara umum serta denotasi dan konotasi yang dimengerti oleh Barthes. Dalam pengertian umum, denotasi biasanya dimengerti sebagai makna harfiah, makna yang “ sesungguhnya,”. Proses signifikasi yang secara tradisional disebut sebagai denotasi ini biasanya mengacu kepada penggunaan bahasa dengan arti yang sesuai dengan apa yang terucap. Akan tetapi, didalam semiologi Roland Barthes dan para pengikutnya, denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua. Dalam kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebut sebagai ‘mitos’, dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku pada 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 juga suatu sistem pemaknaan tataran ke dua. Didalam mitos pula sebuah petanda dapat memiliki beberapa penanda (Sobur, 2013: 70-71).

Untuk lebih jelasnya dalam buku (Sobur, 2013:263) dijelaskan bahwa makna denotatif suatu kata ialah makna yang biasa kita temukan dalam kamus. Sebagai

contoh, di dalam kamus, kata mawar berarti ‘sejenis bunga’. Makna konotatif ialah makna denotatif ditambah dengan segala gambaran, ingatan, dan perasaan yang ditimbulkan oleh kata ‘mawar’ itu. Kata konotasi itu sendiri berasal dari bahasa Latin *connotare*, “menjadi tanda”, dan mengarah kepada makna-makna kultural yang terpisah atau berbeda dengan kata (dan bentuk-bentuk lain dari komunikasi). Denotasi adalah hubungan yang digunakan di dalam tingkat pertama pada sebuah kata yang secara bebas memegang peranan penting di dalam ujaran. Makna denotasi bersifat langsung, yaitu makna khusus yang terdapat dalam sebuah tanda, dan pada intinya dapat disebut sebagai gambaran sebuah petanda.

Harimurti Kridalaksana dalam buku (Sobur, 2013:263) mendefenisikan denotasi (*denotation*) sebagai “makna kata atau kelompok kata yang didasarkan atas penunjukkan yang lugas pada sesuatu diluar bahasa atau yang didasarkan atas konvensi tertentu; sifatnya objektif”. Sedangkan konotasi (*connotation*) diartikan sebagai “aspek makna sebuah atau sekelompok kata yang didasarkan atas perasaan atau pikiran yang timbul atau ditimbulkan pada pembicara (penulis) dan pendengar (pembaca)”.

Jika denotasi sebuah kata adalah definisi objektif kata tersebut, maka konotasi sebuah kata adalah makna subjektif atau emosionalnya. Dikatakan subjektif sebab makna denotatif ini berlaku umum. Sebaliknya, makna konotatif bersifat subjektif dalam pengertian bahwa ada pergeseran dari makna umum (denotatif) karena sudah ada penambahan rasa dan nilai tertentu. Kalau makna denotatif hampir bisa dimengerti banyak orang, maka makna konotatif ini hanya bisa dicerna oleh mereka yang jumlahnya relatif lebih kecil. Jadi sebuah kata

disebut mempunyai makna konotatif apabila kata tersebut memiliki “nilai rasa”, baik positif maupun negatif. Jika tidak memiliki nilai rasa, maka dikatakan tidak memiliki konotasi (Sobur, 2013:263-264).

Tabel 2.1
Perbandingan Konotasi dan Denotasi

KONOTASI	DENOTASI
Pemakaian figur	Literatur
Petanda	Penanda
Kesimpulan	Jelas
Memberi kesan tentang makna	Menjabarkan
Dunia mitos	Dunia keberadaan/eksistensi

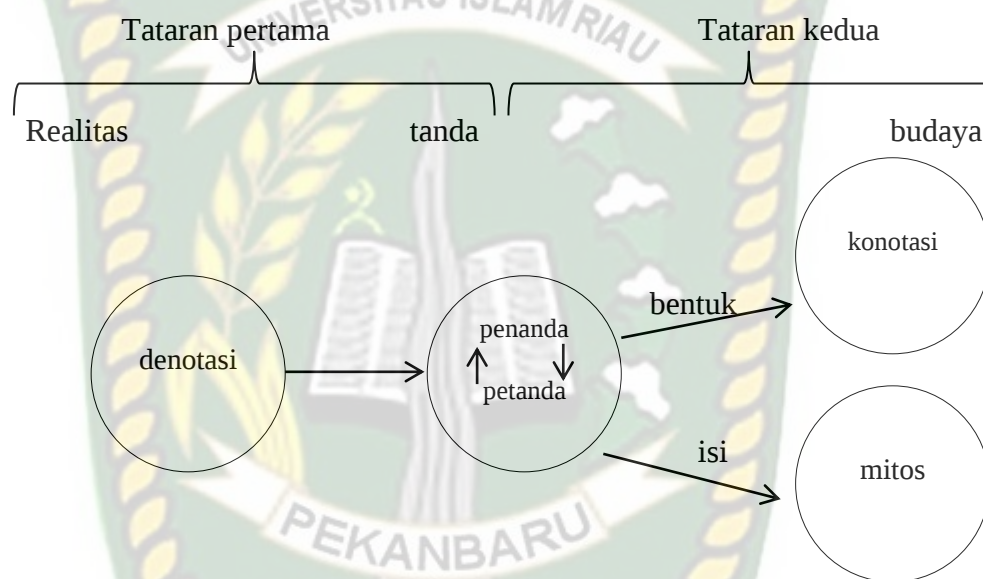
(Sumber: Alex Sobur. 2013: 264)

Konotasi merupakan istilah yang digunakan Barthes untuk menjelaskan salah satu dari tiga cara kerja tanda di tahap kedua signifikasi tanda. Konotasi menjelaskan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pengguna dan nilai-nilai dalam budaya mereka. Hal ini terjadi ketika makna bergerak ke arah pemikiran subjektif atau setidaknya intersubjektif: yakni ketika interpretasi (*interpretant*) dipengaruhi sama kuatnya antara penafsir (*interpreter*) dan objek atau tanda itu sendiri. Bagi Barthes, faktor utama dalam konotasi adalah penanda dalam tatanan pertama, penanda di tatanan pertama adalah tanda konotasi (Fiske, 2014:141).

Dalam teori yang dikemukakan Barthes, cara yang kedua dalam cara kerja tanda di tatanan kedua adalah melalui mitos. Barthes menggunakan mitos sebagai seseorang yang mempercayainya, dalam pengertian sebenarnya. Mitos adalah sebuah cerita dimana suatu kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa

aspek dari realitas atau alam. Mitos primitif adalah mengenai hidup atau mati, manusia dan Tuhan, baik dan buruk. Sementara mitos terkini adalah soal maskulinitas dan feminitas, tentang keluarga, tentang kesuksesan, tentang ilmu pengetahuan (Fiske, 2014:143).

Gambar 2.2
Two Order of Signification Barthes



Ket: Dalam tataran kedua, sistem tanda dari tataran pertama disisipkan ke dalam sistem nilai budaya.

(Sumber: John Fiske. 2014:145)

Barthes berpendapat cara kerja mitos yang paling penting adalah menaturalisasi sejarah. Hal ini menunjuk pada fakta bahwa mitos sesungguhnya merupakan produk sebuah kelas sosial yang telah meraih dominasi dalam sejarah tertentu: makna yang disebarluaskan melalui mitos pasti membawa sejarah bersama mereka, namun pelaksanaannya sebagai mitos membuat mereka mencoba menyangkalnya dan menampilkan makna tersebut sebagai yang alami (*natural*), bukan bersifat historis atau sosial (Fiske, 2014:145).

Tidak ada satu pun mitos yang berlaku universal dalam sebuah kebudayaan. Terdapat beberapa mitos yang dominan, tapi juga ada mitos yang melawannya (*counter-myths*). Ilmu pengetahuan adalah contoh yang baik dimana kontra-mitos sangat kuat melawan mitos dominan. Aspek lain dari mitos yang ditekankan Barthes adalah dinamisme mitos. Mitos berubah, dan beberapa dapat berubah dengan cepat dalam rangka memenuhi kebutuhan dan nilai budaya dimana mereka berada. Konotasi dan mitos merupakan cara utama dimana tanda bekerja dalam tatanan kedua pertandaan, yakni tatanan dimana interaksi antara tanda dan pengguna atau kebudayaan paling aktif (Fiske, 2014:148-149).

3. Representasi

Representasi merupakan kegunaan dari tanda. Marcel Danesi dalam buku Wibowo (2013: 148) mendefenisikannya sebagai berikut: “proses merekam ide, pengetahuan, atau pesan dalam beberapa cara fisik disebut representasi”. Ini dapat didefenisikan lebih tepat sebagian kegunaan dari tanda yaitu untuk menyambungkan, melukiskan, meniru sesuatu yang dirasa, dimengerti, diimajinasikan atau dirasakan dalam beberapa bentuk fisik. Menurut Stuart Hall ada dua proses representasi:

- a. Representasi mental, yaitu konsep tentang ‘sesuatu’ yang ada dikepala kita masing-masing (peta konseptual), representasi mental masih merupakan sesuatu yang abstrak.
- b. Bahasa, yang berperan penting dalam proses konstruksi makna. Konsep abstrak yang ada dalam kepala kita harus diterjemahkan dalam ‘bahasa’

yang lazim, supaya kita dapat menghubungkan konsep dan ide-ide kita tentang sesuatu dengan tanda dari simbol-simbol tertentu.

Media sebagai suatu teks banyak menebarkan bentuk-bentuk representasi pada isinya. Representasi dalam media menunjuk pada bagaimana seseorang atau suatu kelompok, gagasan atau pendapat tertentu ditampilkan dalam pemberitaan. Isi media bukan hanya pemberitaan tetapi juga iklan dan hal-hal lain diluar pemberitaan. Intinya bahwa sama dengan berita, iklan juga merepresentasikan orang-orang, kelompok atau gagasan tertentu (Wibowo, 2013, 148).

Sistem representasi meliputi objek (*object*), orang (*people*), dan kejadian atau peristiwa (*event*) yang berhubungan dengan seperangkat konsep-konsep atau mental *representations* yang kita bawa dalam benak kepala kita. Tanpa itu kita tidak mampu menginterpretasikan dunia secara bermakna. Representasi adalah bagian esensial dari proses dimana makna diproduksi dan dipertukarkan diantara anggota-anggota dari sebuah budaya. Representasi melibatkan penggunaan bahasa, tanda-tanda dan gambar-gambar yang mewakili atau merepresentasikan sesuatu (Ida, 2014:51).

Tabel 2.2
Tabel Proses Representasi Fiske

PERTAMA	REALITAS
	Dalam bahasa tulis, seperti dokumen wawancara transkrip dan sebagainya. Dalam televisi seperti perilaku, <i>make up</i> , pakaian, ucapan, gerak-gerik dan sebagainya.
KEDUA	REPRESENTASI
	Elemen tadi ditandakan secara teknis. Dalam bahasa tulis seperti kata, proposisi, kalimat, foto, <i>caption</i> , grafik, dan sebagainya. Dalam TV seperti kamera, musik, tata cahaya dan lain-lain. Elemen-elemen tersebut ditransmisikan ke dalam kode representasional yang memasukkan diantaranya bagaimana objek digambarkan (karakter, narasi seting, dialog, dan lain-lain).
KETIGA	IDEOLOGI
	Semua elemen diorganisasikan dalam koherensi dan kode-kode ideologi, seperti individualisme liberalisme, sosialisme, patriarki, ras, kelas, materialisme, dan sebagainya.

(Sumber: Indiwani Seto Wahyu Wibowo. 2013:149)

John Fiske merumuskan tiga proses yang terjadi dalam representasi, sebagai berikut:

- a. Realitas, dalam proses ini peristiwa atau ide dikonstruksi sebagai realitas oleh media dalam bentuk bahasa gambar ini umumnya berhubungan dengan aspek seperti pakaian, lingkungan, ucapan ekspresi, dan lain-lain. Disini realitas selalu ditandakan dengan sesuatu yang lain.
- b. Representasi, dalam proses ini realitas digambarkan dalam perangkat teknis, seperti bahasa tulis, gambar, grafik, animasi, dan lain-lain.
- c. Tahap ideologis, dalam proses ini peristiwa-peristiwa dihubungkan dan diorganisasikan ke dalam konvensi-konvensi yang diterima secara ideologis. Bagaimana kode-kode representasi dihubungkan dan diorganisasikan ke dalam koherensi sosial atau kepercayaan dominan yang ada dalam masyarakat.

Representasi bekerja pada hubungan tanda dan makna. Konsep representasi sendiri bisa berubah-ubah dan selalu ada pemaknaan baru. Representasi bukanlah suatu kegiatan atau proses statis tapi merupakan proses dinamis yang terus berkembang seiring dengan kemampuan intelektual dan kebutuhan para pengguna tanda yaitu manusia sendiri yang juga terus bergerak dan berubah. Pandangan baru akan menghasilkan pemaknaan baru yang merupakan hasil pertumbuhan konstruksi pemikiran manusia (Wibowo, 2013, 149-150).

4. Budaya

a. Pengertian Budaya

Budaya adalah bentuk jamak dari kata “budi” dan “daya” yang berarti cinta, rasa, dan karsa. Kata “budaya” sebenarnya berasal dari bahasa Sanskerta, *budhayah*, yaitu bentuk jamak dari kata *buddhi* yang berarti budi atau akal. Dalam bahasa Inggris, kata budaya berasal dari kata *culture*. Dalam bahasa Belanda diistilahkan dengan kata *cultuur*. Dalam bahasa Latin, berasal dari kata *colera*. *Colera* berarti mengolah, dan mengerjakan, menyuburkan, dan mengembangkan tanah (bertani). Pendapat lain mengatakan, bahwa kata budaya adalah sebagai suatu perkembangan dari kata majemuk budidaya, yang berarti daya dan budi. Karena itu mereka membedakan antara budaya dan kebudayaan. Budaya adalah daya dari budi yang berupa cipta, rasa, dan karsa, sementara kebudayaan adalah hasil dari cipta, rasa, dan karsa tersebut (Prasetya, 2011:28). Kemudian pengertian ini berkembang dalam arti *culture*, yaitu sebagai daya dan aktifitas manusia untuk mengolah dan mengubah

alam. Pengertian budaya atau kebudayaan menurut beberapa ahli, sebagai berikut:

- 1) E.B. Taylor (1832-1917), budaya adalah suatu keseluruhan kompleks yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, keilmuan, hukum, adat istiadat, dan kemampuan lain yang didapat oleh manusia sebagai anggota masyarakat.
- 2) R. Linton (1892-1953), kebudayaan dapat dipandang sebagai konfigurasi tingkah laku yang dipelajari dan hasil tingkah laku yang dipelajari, dimana unsur pembentuknya didukung dan diteruskan oleh anggota masyarakat lainnya.
- 3) Koentjaraningrat (1923-1999), kebudayaan adalah keseluruhan sistem gagasan, milik diri manusia dengan belajar.
- 4) Selo Soemardjan (1915-2003) dan Soelaeman Soemardi, kebudayaan adalah semua hasil karya, rasa, dan cipta masyarakat.
- 5) Herkovits, kebudayaan adalah bagian dari lingkungan hidup yang diciptakan oleh manusia.

Dengan demikian, kebudayaan atau budaya menyangkut keseluruhan aspek kehidupan manusia baik materil maupun nonmateril. Sebagian besar ahli yang mengartikan kebudayaan seperti ini kemungkinan besar sangat dipengaruhi oleh pandangan evolusionisme, yaitu suatu teori yang mengatakan bahwa kebudayaan itu akan berkembang dari tahapan yang sederhana menuju tahapan yang lebih kompleks (Setiadi, Hakam, Efendi, 2013: 27-28). Ada banyak definisi kebudayaan, akan tetapi dari sekian

defenisi tentang kebudayaan, defenisi yang diajukan ilmuwan Amerika “spesialis” Jawa, Clifford Geertz, barangkali lebih relevan dalam kaitannya dengan simbol-simbol komunikasi. Dikatakan (Geertz,dalam Sobur, 2013:178):

Kebudayaan adalah sebuah pola dari makna-makna yang tertuang dalam simbol-simbol yang diwariskan melalui sejarah. Kebudayaan adalah sebuah sistem dari konsep-konsep yang diwariskan dan diungkapkan dalam bentuk-bentuk simbolik melalui mana manusia berkomunikasi, mengekalkan, dan memperkembangkan pengetahuan tentang kehidupan ini dan bersikap terhadap kehidupan ini.

Titik sentral rumusan kebudayaan Geertz terletak pada simbol, bagaimana manusia berkomunikasi lewat simbol. Disatu sisi, simbol terbentuk melalui dinamisasi interaksi sosial, merupakan realitas empiris, yang kemudian diwariskan secara historis, bermuatan nilai-nilai; dan disisi lain simbol merupakan acuan wawasan, memberi “petunjuk” bagaimana warga budaya tertentu menjalani hidup, media sekaligus pesan komunikasi, dan representasi realitas sosial. Oleh karena itu dalam suatu kebudayaan terdapat bermacam-macam sikap dan kesadaran dan juga bentuk-bentuk pengetahuan yang berbeda-beda, maka disana juga terdapat “sistem-sistem kebudayaan” yang berbeda-beda untuk mewakili semua itu.

Budaya dalam perspektif semiotika diartikan sebagai persoalan makna. Menurut Thwaites dalam buku Nasrullah (2014:17) dijelaskan bahwa budaya adalah sekumpulan praktik sosial yang melaluinya makna diproduksi, disirkulasikan, dan dipertukarkan. Makna ini tersebut berada dalam tataran komunikasi baik antar individu maupun kelompok. Sehingga budaya bukan-

lah ekspresi makna yang berasal dari luar kelompok dan juga bukan menjadi nilai-nilai yang baku. Sifat alamiah makna pada dasarnya tidaklah bisa kekal karena manusia selalu dipengaruhi oleh aspek-aspek sosial, seperti pendidikan, politik, ekonomi dan sebagainya.

b. Perwujudan Kebudayaan

Beberapa ilmuwan seperti Talcott Parson (Sosiolog) dan Al Kroeber (Antropolog) menganjurkan untuk membedakan wujud kebudayaan secara tajam sebagai suatu sistem. Dimana wujud kebudayaan itu adalah sebagai suatu rangkaian tindakandan aktifitas manusia yang berpola. Demikian pula J.J. Honigmann dalam bukunya *The World of Man* (1959) membagi budaya dalam tiga wujud, yaitu: (1) *ideas*, (2) *activities*, and (3) *artifact*. Sejalan dengan para pikiran ahli tersebut Koentjaraningrat mengemukakan bahwa kebudayaan itu dibagi atau digolongkan dalam tiga wujud (Prasetya, 2011: 32-33), yaitu:

- 1) Wujud sebagai suatu kompleks dari ide-ide, gagasan, nilai-nilai, norma-norma, dan peraturan.

Wujud tersebut menunjukkan wujud ide dari kebudayaan, sifatnya abstrak, tidak dapat diraba, dipegang, atau difoto, dan tempatnya ada di alam pikiran warga masyarakat dimana kebudayaan yang bersangkutan itu hidup. Kebudayaan ideal ini disebut pula tatanan kelakuan, hal ini menunjukkan bahwa budaya ideal mempunyai fungsi mengatur, mengendalikan, dan memberi arah kepada tindakan, kelakuan dan perbuatan manusia dalam masyarakat sebagai sopan santun. Kebudayaan

ideal ini dapat disebut adat atau adat istiadat, yang sekarang banyak disimpan dalam arsip, *tape recorder*, dan komputer. Kesimpulannya, budaya ideal ini adalah merupakan perwujudan kebudayaan yang bersifat abstrak.

2) Wujud kebudayaan sebagai suatu kompleks aktifitas serta tindakan berpola dari manusia dalam masyarakat.

Wujud tersebut dinamakan sistem sosial, karena menyangkut tindakan dan kelakuan berpola dari manusia itu sendiri. Wujud ini bisa diobservasi, difoto, dan didokumentasikan karena dalam sistem sosial ini terdapat aktifitas-aktifitas manusia yang berinteraksi dan berhubungan serta bergaul satu dengan lainnya dalam masyarakat. Lebih jelasnya tampak dalam bentuk perilaku dan bahasa pada saat mereka berinteraksi dalam pergaulan hidup sehari-hari di masyarakat. Kesimpulannya, sistem sosial ini merupakan perwujudan kebudayaan yang bersifat konkret, dalam bentuk perilaku dan bahasa.

3) Wujud kebudayaan sebagai benda-benda hasil karya manusia.

Wujud yang terakhir ini disebut pula kebudayaan fisik. Dimana wujud budaya ini hampir seluruhnya merupakan hasil fisik (aktifitas perbuatan, dan karya semua manusia dalam masyarakat). Sifatnya paling konkret dan berupa benda atau hal-hal yang dapat diraba, dilihat, dan difoto yang berwujud besar ataupun kecil. Kesimpulannya, kebudayaan fisik ini merupakan perwujudan kebudayaan yang bersifat konkret, dalam bentuk materi/artefak.

c. Substansi (Isi) Utama Budaya

Substansi (isi) utama kebudayaan merupakan wujud abstrak dari segala macam ide dan gagasan manusia yang bermunculan di dalam masyarakat yang memberi jiwa kepada masyarakat itu sendiri. Kebudayaan umat manusia mempunyai unsur-unsur yang bersifat universal. Unsur-unsur kebudayaan tersebut dianggap universal karena dapat ditemukan pada semua kebudayaan bangsa-bangsa di dunia. Menurut Koentjaraningrat ada tujuh unsur kebudayaan yang universal (Prasetya, 2011: 33) yaitu:

- 1) Bahasa

Bahasa adalah sebuah institusi sosial yang dirancang, dimodifikasi, dan dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan kultur atau subkultur yang terus berubah. Kerenanya, bahasa dari budaya satu berbeda dengan bahasa dari budaya lain, dan sama pentingnya, bahasa dari suatu subkultur berbeda dengan bahasa dari subkultur lainnya (Montgomery, 1986) dalam Sihabudin (2013:77).

Bahasa merupakan simbol-simbol untuk mengkomunikasikan ide-ide, gagasan-gagasan sehingga mengakumulasikan pengetahuan yang bermanfaat bagi manusia sendiri (sistem pengetahuan). Bahasa adalah alat atau perwujudan budaya yang digunakan manusia untuk saling berkomunikasi atau berhubungan, baik lewat tulisan, lisan, ataupun gerakan (bahasa isyarat), dengan tujuan menyampaikan maksud hati atau kemauan kepada lawan bicara atau orang lain. Melalui bahasa, manusia dapat menyesuaikan diri dengan adat istiadat, tingkah laku, tata krama

masyarakat, dan sekaligus mudah membaurkan dirinya dengan segala bentuk masyarakat. Bahasa memiliki beberapa fungsi yang dapat dibagi menjadi fungsi umum dan fungsi khusus. Fungsi bahasa secara umum adalah sebagai alat untuk berekspresi, berkomunikasi, serta alat untuk mengadakan integrasi dan adaptasi sosial. Sedangkan fungsi bahasa secara khusus adalah untuk mengadakan hubungan dalam pergaulan sehari-hari, mewujudkan seni (sastra), mempelajari naskah-naskah kuno, dan untuk mengeksploitasi ilmu pengetahuan dan teknologi (Parjiyana, Prihatin, 2015:43-44).

2) Sistem Pengetahuan

Secara sederhana, sistem pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui manusia tentang benda, sifat, keadaan, dan harapan-harapan. Pengetahuan merupakan segala sesuatu yang dapat diketahui, diterima dan dipahami oleh manusia dalam menggunakan panca inderanya. Pengetahuan dimiliki oleh semua suku bangsa di dunia. Setiap masyarakat, tidak mungkin dapat hidup tanpa pengetahuan. Sistem pengetahuan tersebut dikelompokkan menjadi; pengetahuan tentang alam, pengetahuan tentang tumbuh-tumbuhan dan hewan disekitar, pengetahuan tentang tubuh manusia, sifat manusia, serta tingkah laku manusia dan juga pengetahuan tentang ruang dan waktu. Sistem pengetahuan yang dimiliki manusia diperoleh melalui pengalaman baik formal (pendidikan) maupun non formal (kehidupan sosial), intuisi,

wahyu, dan berpikir menurut logika, atau percobaan-percobaan yang bersifat empiris (*trial and error*) (Parjiyana, Prihatin, 2015:43-44).

3) Sistem Kemasyarakatan atau Organisasi Sosial

Organisasi sosial adalah perkumpulan sosial yang dibentuk oleh masyarakat, baik yang berbadan hukum maupun yang tidak berbadan hukum, yang berfungsi sebagai sarana partisipasi masyarakat dalam pembangunan bangsa dan negara. Sebagai makhluk yang selalu hidup bersama-sama, manusia membentuk organisasi sosial untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu yang tidak dapat mereka capai sendiri. Organisasi sosial meliputi: kekerabatan (garis keturunan), asosiasi dan perkumpulan, sistem kenegaraan, dan masih banyak lainnya. Ada dua proses penting dalam organisasi sosial yang harus diperhatikan, yaitu proses tentang alokasi-pemberian tugas-fungsi, dan integrasi-hubungan antara tugas dan fungsi. Kekerabatan adalah unit-unit sosial yang terdiri dari beberapa keluarga yang memiliki hubungan darah atau hubungan perkawinan. Anggota kekerabatan terdiri atas ayah, ibu, anak, menantu, cucu, kakak, adik, paman, bibi, kakek, nenek, dan seterusnya (Parjiyana, Prihatin, 2015:45). Jenis kelompok kekerabatan yang paling sering dijumpai adalah kelompok keturunan (*descent group*) yaitu kesatuan sosial yang diakui oleh umum dimana menjadi keturunan melalui garis lurus dari seorang nenek moyang, yang sungguh-sungguh pernah ada atau yang hanya ada didalam mitologi, menjadi kriteria keanggotaannya. Ada

beberapa sistem keturunan yang dimiliki dan dijalankan oleh masyarakat di Indonesia (Haviland, 1985:106-112) yaitu:

a) Keturunan Unilineal.

Keturunan unilineal (*unilineal descent*) adalah keturunan yang keanggotaannya ditetapkan berdasarkan garis keturunan dari satu pihak, yaitu pihak ibu saja yang disebut sistem matrilineal atau dari pihak ayah saja yang disebut sistem patrilineal. Dalam masyarakat Patrilineal, anak laki-laki jauh lebih penting dari pada anak perempuan, sebab merekalah yang dianggap bertanggung jawab atas kelestarian kelompok. Dalam masyarakat matrilineal, tanggung jawab kelestarian kelompok terletak diatas pundak anggota perempuan.

b) Keturunan Ganda

Keturunan ganda (*double descent*) atau keturunan unilineal ganda, dimana keturunan dihitung baik secara patrilineal maupun matrilineal, jarang sekali terdapat. Dalam sistem ini, keturunan itu bersifat matrilineal untuk keperluan-keperluan tertentu dan patrilineal untuk keperluan-keperluan lain. Pada umumnya apabila orang mengadakan perhitungan menurut keturunan ganda, kelompok matrilineal dan kelompok patrilineal bertindak dibidang-bidang masyarakat yang berbeda.

c) Keturunan Ambilineal

Keturunan ambilineal adalah keturunan dimana orang dapat memilih menggabungkan diri dengan kelompok keturunan ibu atau ayah, atau dengan kata lain menghitung garis keturunan dari pihak ayah dan pihak ibu secara bergantian, atau bisa dikatakan menghitung garis keturunan sebagian dari pihak ayah dan sebagian dari pihak ibu. Keturunan unilineal merupakan cara yang mudah untuk membatasi keanggotaan kelompok, sehingga dapat menghindari masalah-masalah seperti loyalitas yang mendua dan sebagainya.

4) Sistem Peralatan Hidup dan Teknologi

Teknologi merupakan salah satu komponen kebudayaan. Teknologi menyangkut cara-cara atau teknik memproduksi, memakai, serta memelihara segala peralatan dan perlengkapan. Teknologi muncul dalam cara-cara manusia mengorganisasikan masyarakat, dalam cara-cara mengekspresikan rasa keindahan, dan juga dalam memproduksi hasil-hasil kesenian (Parjiyana, Prihatin, 2015:47).

Teknologi tradisional mengenal paling sedikit delapan macam sistem peralatan yang dipakai oleh manusia yang hidup dalam masyarakat kecil berpindah-pindah atau masyarakat pedesaan yang hidup dari pertanian (Koentjaraningrat, 2009: 264-274) yaitu: alat-alat produksi, alat membuat api, senjata, wadah, makanan, pakaian, tempat berlindung dan perumahan, alat-alat transportasi.

5) Sistem Mata Pencarian

Sistem mata pencarian merupakan segala usaha manusia untuk mendapatkan barang dan jasa yang dibutuhkan. Sistem mata pencarian atau sistem ekonomi pada dahulunya bersifat tradisional meliputi: (a) berburu dan meramu; (b) beternak; (c) bercocok tanam diladang; (d) menangkap ikan; dan (e) bercocok tanam menetap dengan irigasi (Koentjaraningrat, 2009:277).

6) Sistem Religi

Sistem religi atau agama dapat dipandang sebagai kepercayaan dan pola perilaku, yang diusahakan oleh manusia untuk menangani masalah-masalah penting yang tidak dapat dipecahkan dengan menggunakan teknologi dan teknik organisasi yang diketahuinya. Untuk mengatasi keterbatasan itu orang berpaling kepada manipulasi makhluk dan kekuatan supernatural. Agama terdiri dari bermacam-macam ritual (do'a, nyanyian, tari-tarian, saji-sajian, kurban dan sebagainya) yang diusahakan oleh manusia untuk memanipulasikan makhluk dan kekuatan supernatural untuk kepentingannya sendiri. Makhluk dan kekuatan supernatural tersebut dapat terdiri atas dewa-dewi, arwah leluhur dan roh-roh lain, kekuatan impersonal, entah yang berdiri sendiri atau yang dalam bermacam-macam kombinasi. Dalam semua masyarakat ada orang-orang tertentu yang memiliki pengetahuan khusus untuk berhubungan dengan makhluk-makhluk dan kekuatan itu, dan yang membantu orang-orang lain dalam masyarakat waktu mereka

mengadakan ritual keagamaan. Setiap agama mempunyai fungsi psikologis dan sosial yang penting. Agama mengurangi kegelisahan dengan menerangkan apa yang tidak diketahui dan membuatnya dapat dipahami, dan juga memberikan ketenangan karena percaya bahwa ada bantuan supernatural yang dapat diharapkan pada waktu menghadapi malapetaka. Agama merupakan sanksi untuk perilaku manusia yang sangat bermacam-macam dengan menanamkan pengertian baik dan jahat, dengan menentukan preseden-preseden untuk perilaku yang disetujui, dan memindahkan kewajiban untuk mengambil keputusan dari individu kepada kekuatan-kekuatan supernatural. Pada akhirnya, agama memegang peranan yang penting untuk memelihara tertib sosial (Haviland, 1985:193)

7) Kesenian

Dalam buku Haviland (1985:242) yang dialih bahasakan oleh Soekadijo disebutkan bahwa seni adalah penggunaan imajinasi manusia secara kreatif untuk menerangkan, memahami dan menikmati hidup. Secara sederhana kesenian dapat diartikan sebagai segala hasrat manusia terhadap keindahan. Bentuk keindahan yang beraneka ragam itu timbul dari permainan imajinasi kreatif yang dapat memberikan kepuasan batin bagi manusia. Kesenian mengacu pada nilai keindahan (estetika) yang berasal dari ekspresi hasrat manusia akan keindahan yang dinikmati dengan mata ataupun telinga.

Dipandang dari sudut cara kesenian sebagai ekspresi hasrat manusia akan keindahan itu dinikmati, maka ada dua lapangan besar, yaitu: (a) seni rupa, atau kesenian yang dinikmati oleh manusia dengan mata, dan (b) seni suara, atau kesenian yang dinikmati oleh manusia dengan telinga. Dalam lapangan seni rupa ada seni patung, seni relief, seni lukis dan gambar, dan seni rias. Seni musik ada yang vokal (menyanyi) dan ada yang instrumental (dengan alat bunyi-bunyian), dan seni sastra lebih khusus terdiri dari prosa dan puisi. Suatu lapangan kesenian yang meliputi kedua bagian tersebut tadi adalah seni gerak atau seni tari, karena kesenian ini dapat dinikmati dengan mata maupun telinga. Akhirnya ada suatu lapangan kesenian yang meliputi keseluruhannya, yaitu seni drama, karena lapangan kesenian ini mengandung unsur-unsur dari seni lukis, seni rias, seni musik, seni sastra dan seni tari, yang semua diintegrasikan menjadi satu bulatan (Koentjaraningrat, 2009:298).

d. Sifat-Sifat Budaya

Kendati kebudayaan yang dimiliki oleh setiap masyarakat itu tidak sama, akan tetapi setiap kebudayaan mempunyai ciri atau sifat yang sama. Sifat tersebut bukan diartikan secara spesifik, melainkan bersifat universal. Sifat hakiki dari kebudayaan tersebut sebagai berikut:

- 1) Budaya terwujud dan tersalurkan dari perilaku manusia.
- 2) Budaya telah ada terlebih dahulu dari pada lahirnya suatu generasi tertentu dan tidak akan mati dengan habisnya usia generasi yang bersangkutan.

- 3) Budaya diperlukan oleh manusia dan diwujudkan dalam tingkah lakunya.
- 4) Budaya mencakup aturan-aturan yang berisikan kewajiban-kewajiban, tindakan-tindakan yang diterima dan ditolak, tindakan-tindakan yang dilarang, dan tindakan-tindakan yang diizinkan (Setiadi, Hakam, Efendi, 2013: 34).

e. Sistem Budaya

Sistem budaya merupakan komponen dari kebudayaan yang bersifat abstrak dan terdiri atas pikiran-pikiran, gagasan, konsep, serta keyakinan dengan demikian sistem kebudayaan merupakan bagian dari kebudayaan yang ada dalam bahasa Indonesia lebih lazim disebut sebagai adat istiadat. Dalam adat istiadat terdapat juga sistem norma dan disitulah salah satu fungsi sistem budaya adalah menata serta menetapkan tindakan-tindakan dan tingkah laku manusia.

Dalam sistem budaya ini terbentuk unsur-unsur yang paling berkaitan satu dengan lainnya, sehingga tercipta tata kelakuan manusia yang terwujud dalam unsur kebudayaan sebagai satu kesatuan. Melville J. Herkovits (1895-1963) menyebut unsur pokok kebudayaan adalah alat-alat teknologi, sistem ekonomi, keluarga, dan kekuasaan politik. Sedangkan menurut Bronislaw Malinowski (1884 -1942) unsur pokok kebudayaan adalah sebagai berikut:

- 1) Sistem norma yang memungkinkan kerja sama antara para anggota masyarakat di dalam upaya menguasai alam sekelilingnya.
- 2) Organisasi ekonomi.

- 3) Alat-alat dan lembaga pendidikan.
- 4) Organisasi kekuatan.

Sistem kebudayaan suatu daerah akan menghasilkan jenis-jenis kebudayaan yang berbeda. Jenis kebudayaan ini dapat dikelompokkan sebagai berikut:

- 1) Kebudayaan materiel

Kebudayaan materiel antara lain hasil cipta rasa dan karsa yang berwujud benda, barang alat pengolahan alam, seperti gedung, pabrik, jalan dan rumah.

- 2) Kebudayaan non materiel

Merupakan hasil cipta, rasa, dan karsa yang berwujud kebiasaan, adat istiadat, ilmu pengetahuan, dan sebagainya. Kebudayaan non materiel seperti: *volksway* (norma kelaziman), *mores* (norma kesusilaan), norma hukum, mode (*fashion*).

Kebudayaan dapat dilihat dari dimensi wujudnya sebagai berikut:

- 1) Sistem Budaya

Kompleks dari ide-ide, gagasan, nilai-nilai, peraturan, dan sebagainya.

- 2) Sistem Sosial

Merupakan kompleks dari aktifitas serta berpola dari manusia dalam organisasi dan masyarakat.

3) Sistem Kebendaan

Wujud kebudayaan fisik atau alat-alat yang diciptakan manusia untuk kemudahan hidupnya (Setiadi, Hakam, Efendi, 2013: 34-36).

5. Periklanan

Periklanan adalah komunikasi komersil dan nonpersonal tentang sebuah organisasi dan produk-produknya yang ditransmisikan ke suatu khalayak target melalui media bersifat massal seperti televisi, radio, koran, majalah, *direct mail* (pengeposan langsung), reklame luar ruang, atau kendaraan umum. Dalam komunitas global baru, pesan-pesan periklanan dapat ditransmisikan melalui media baru, khususnya internet (Lee & Jhonson, 2011:4).

a. Defenisi iklan

Iklan dapat didefenisikan sebagai “*any paid form of nonpersonal communication about an organization, product, service, or idea by an identified sponsor*” (setiap bentuk komunikasi nonpersonal mengenai suatu organisasi, produk, jasa, atau ide yang dibayar oleh satu sponsor yang diketahui). Adapun maksud ‘dibayar’ pada defenisi tersebut menunjukkan fakta bahwa ruang atau waktu bagi suatu pesan iklan pada umumnya harus dibeli. Maksud kata ‘nonpersonal’ berarti suatu iklan melibatkan media massa (TV, radio, majalah, koran) yang dapat mengirimkan pesan kepada sejumlah besar kelompok individu pada saat bersamaan (Morissan, 2015:17).

b. Fungsi Iklan

Defenisi dan klasifikasi hanya memberikan sebuah bahasa umum untuk mengembangkan pemahaman tentang periklanan. Efek periklanan pada sebuah organisasi bisa jadi dramatik dan juga perlu di eksplorasi.

- 1) Iklan menjalankan sebuah fungsi “informasi”; ia mengkomunikasikan informasi produk, ciri-ciri, dan lokasi penjualannya. Ia memberitahu konsumen tentang produk-produk baru.
- 2) Iklan menjalankan sebuah fungsi “persuasif”; ia mencoba membujuk para konsumen untuk membeli merek-merek tertentu atau mengubah sikap mereka terhadap produk atau perusahaan tersebut.
- 3) Iklan menjalankan sebuah fungsi “peringat”. Ia terus-menerus mengingatkan para konsumen tentang sebuah produk sehingga mereka akan tetap membeli produk yang diiklankan tanpa memperdulikan merek pesaingnya (Lee & Jhonson, 2011:10).

c. Media Iklan

Sesuai dengan defenisi yang dikemukakan oleh William Wells, John Burnett, dan Sandra Moriarty: *“The media are channel of communication that carry the message from the adverteser to the audience”*. (Media adalah sarana komunikasi yang membawa pesan-pesan dari pengiklan kepada penontonnya).¹ Maka yang dimaksud dengan media iklan adalah segala sesuatu yang menjadi sarana penyampaian komunikasi yang dipakai untuk

¹ https://www.academia.edu/3536070/MEDIA_PERIKLANAN (Jumat, 2 Desember 2016. 11.56 WIB)

menghantarkan dan menyebarluaskan pesan-pesan iklan kepada khalayak yang dituju yaitu konsumen.

Setiap media dan sarana periklanan memiliki karakteristik dan keunggulan masing-masing yang unik. Bergantung kepada para pengiklan yang berupaya memilih media dan sarana-sarana yang karakteristiknya paling sesuai dengan produk yang akan mereka iklankan, dan yang akan memajukan citra produk. Secara garis besar, bentuk fisik media iklan terbagi menjadi beberapa bagian sebagai berikut:

1) Media Cetak

Media cetak adalah media statis dan mengutamakan pesan-pesan visual yang dihasilkan dari proses percetakan, bahan baku dasarnya maupun sarana penyampaian pesannya menggunakan kertas² Pada dahulunya media cetak memang menggunakan bahan baku kertas, akan tetapi saat ini sesuai dengan kemajuan zaman, bahan bakunya telah berkembang menggunakan kain dan bahan baku sejenis lapisan plastik, namun proses yang dilakukan masih dalam bentuk pencetakan. Beberapa contoh dari media cetak adalah sebagai berikut :

Periklanan Majalah

Dalam beberapa dekade terakhir, majalah merupakan satu media yang tumbuh pesat untuk melayani kebutuhan dan kepentingan pendidikan, informasi, serta hiburan dari banyak pembaca dalam pasar konsumen maupun bisnis. Keragaman majalah yang besar ini menjadikan

² <https://www.scribd.com/doc/52909982/Pengertian-Media-Iklan> (Jumat, 2 Desember 2016. 12.00 WIB)

suatu media yang menarik bagi banyak pengiklan (Lee & Johnson, 2011:241). Majalah umumnya dikategorikan berdasarkan khalayak luas yang mereka layani: (1) majalah konsumen, (2) majalah bisnis, (3) majalah pertanian, dan (4) majalah komputer atau internet.

Periklanan Koran

Koran secara historis telah menjadi media periklanan yang terkemuka, namun akhir-akhir ini televisi mampu melewati koran sebagai media yang menerima jumlah belanja iklan terbesar. Bagaimanapun orang tetap merujuk pada koran harian untuk mencari liputan berita yang dalam dan informasi mutakhir lainnya yang tidak tersedia di televisi. Koran tetap menjadi sebuah media periklanan yang penting bagi para pengiklan lokal dan, khususnya, bagi para pengecer yang mengandalkan periklanan koran dalam jumlah besar. Sebagaimana majalah, terdapat klasifikasi-klasifikasi atau tipe-tipe koran: koran harian, koran mingguan, koran nasional dan, koran khalayak khusus (Lee & Johnson, 2011:250).

2) Media Siaran

Media siaran disebut juga media elektronik, dikarenakan media siaran menggunakan perangkat elektronik sebagai medianya. Media siaran terdiri dari media siaran televisi dan media siaran radio.

Media Televisi

Media televisi sering disebut juga media audiovisual, dikarenakan menggabungkan dua elemen yaitu berupa audio (suara) dan visual (gambar). Selama lebih dari empat puluh tahun, televisi telah menjadi

media yang paling berpengaruh di dunia, meskipun ukuran khalayak televisi jaringan telah menurun dalam dekade terakhir, televisi tetap menjadi media periklanan dengan jangkauan terluas. Dua kategori utama siaran televisi yang penting dalam periklanan adalah televisi jaringan dan televisi kabel (Lee & Jhonson, 2011:264).

3) Media Internet

Internet dapat didefinisikan sebagai: *a worldwide means of exchanging information and communicating through a series of interconnected computers* (suatu metode yang mendunia untuk saling tukar menukar informasi dan berkomunikasi melalui komputer yang terkoneksi). Dewasa ini siapa saja yang memiliki komputer dan modem dapat mengakses internet dan menjadi bagian dari jaringan komunikasi dunia. Salah satu komponen internet yang paling populer adalah *world wide web* (WWW), yaitu suatu halaman di internet yang dapat menampilkan teks, suara, grafik, foto, dan video yang menjadi instrumen komersial di internet (Morissan, 2015:317). Internet juga dirujuk sebagai ruang maya atau informasi super cepat, memungkinkan transfer informasi secara elektronik. Ini merupakan jaringan global dari komputer-komputer yang saling terhubung dimana satu individu yang terhubung dengan sebuah jaringan dapat bercakap-cakap dengan komputer manapun dari ribuan komputer lain seandainya jaringan tersebut juga terhubung dengan berbagai jaringan.

Periklanan Web

Ribuan pemasar telah berpaling ke internet sebagai sebuah media prospektif untuk mempromosikan merek-merek mereka dan mentransaksikan penjualan. Ratusan perusahaan telah berbondong-bondong untuk pamer diri di situs *web*, yang juga dikenal sebagai *homepage*. Kebanyakan dari mereka menawarkan iklan-iklan produk atau jasa perusahaan. *Homepage* juga digunakan untuk menebarkan materi-materi promosi seperti edaran pers, paparan latar belakang (sejarah perusahaan), berita berkala dan materi pendidikan konsumen. Sebagai tambahan, perusahaan-perusahaan sekarang menggunakan internet demi tujuan promosi produk dan intensif-intensif lainnya (Lee & Jhonson, 2011:382-387).

B. Defenisi Operasional

1. Iklan Pesona Indonesia

Iklan Pesona Indonesia merupakan sebuah iklan non-komersil yang diluncurkan pemerintah sejak Januari tahun 2015 yang dibuat dengan tujuan membantu pemerintah dalam mempromosikan pariwisata Indonesia. Iklan ini berisikan hal-hal menarik dari seluruh Indonesia, tidak hanya menampilkan keindahan alam Indonesia saja iklan ini juga merepresentasikan budaya yang ada di Indonesia. Iklan Pesona Indonesia dibuat dalam dua bentuk yaitu iklan cetak dan iklan audiovisual. Iklan audiovisual Pesona Indonesia lebih berkembang karena lebih mampu menarik perhatian dari segi isi berupa audio (suara) dan

visual (gambar) yang ada pada iklan tersebut yang bisa dilihat dan didengar langsung oleh penonton. Iklan audiovisual Pesona Indonesia terdiri dari berbagai versi, tiap provinsi di Indonesia memiliki iklan Pesona Indonesianya sendiri, bergantung kepada daerah dan budaya mana yang diangkat dalam iklan tersebut.

2. Representasi

Representasi merupakan kegunaan dari tanda. Marcel Danesi dalam buku Wibowo (2013: 148) mendefenisikannya sebagai berikut: “proses merekam ide, pengetahuan, atau pesan dalam beberapa cara fisik disebut representasi”. Ini dapat didefenisikan lebih tepat sebagai kegunaan dari tanda yaitu untuk menyambungkan, melukiskan, meniru sesuatu yang dirasa, dimengerti, diimajinasikan atau dirasakan dalam beberapa bentuk fisik. Melalui representasi kita bisa memahami makna apa yang disimbolkan atau dilambangkan dari suatu tanda, dan juga melalui representasi kita bisa memahami pesan apa yang disampaikan dalam sistem penandaan tersebut.

3. Budaya

Kebudayaan adalah sebuah pola dari makna-makna yang tertuang dalam simbol-simbol yang diwariskan melalui sejarah. Kebudayaan adalah sebuah sistem dari konsep-konsep yang diwariskan dan diungkapkan dalam bentuk-bentuk simbolik melalui mana manusia berkomunikasi, mengekalkan, dan memperkembangkan pengetahuan tentang kehidupan ini dan bersikap terhadap kehidupan ini. Dalam suatu kebudayaan terdapat bermacam-macam sikap dan kesadaran dan juga bentuk-bentuk pengetahuan yang berbeda-beda, maka disana

juga terdapat “sistem-sistem kebudayaan” yang berbeda-beda untuk mewakili semua itu.

Setiap manusia pasti memiliki budaya, bergantung kepada kelompok dan tempat dimana ia berada. Kelompok dan tempat manusia beradaptasi akan menciptakan budayanya sendiri, diwariskan turun temurun dari suatu generasi ke generasi berikutnya, hal ini lah yang menyebabkan budaya itu berbeda-beda. Akan tetapi pada dasarnya setiap kebudayaan itu memiliki unsur kebudayaan yang sama yaitu: bahasa, sistem pengetahuan, sistem kemasyarakatan dan organisasi sosial, sistem peralatan hidup dan teknologi, sistem mata pencarian, religi, dan kesenian.

Begitu juga dengan budaya Indonesia, budaya Indonesia adalah keseluruhan budaya yang ada di Indonesia, dalam budaya Indonesia juga terdapat tujuh unsur kebudayaan tersebut yaitu:

- a. Bahasa, bahasa umum di Indonesia adalah Bahasa Indonesia.
- b. Sistem pengetahuan, pembangunan di Indonesia didasari oleh pengetahuan, contohnya pembangunan Jakarta sebagai ibukota negara.
- c. Sistem kemasyarakatan dan organisasi sosial, contohnya sistem kenegaraan yang dipakai di Indonesia yaitu presidensial.
- d. Sistem peralatan hidup dan teknologi, contohnya teknologi sederhana seperti cangkul sampai dengan teknologi yang sudah bermesin.
- e. Sistem mata pencarian, contohnya nelayan, petani, pedagang, pegawai,dll.
- f. Religi, contohnya agama Islam, Kristen, Katolik, Hindu, dan Budha.
- g. Kesenian, contohnya lagu Indonesia Raya dan tarian taradisional.

4. Iklan

Iklan adalah setiap bentuk komunikasi nonpersonal mengenai suatu organisasi, produk, jasa, atau ide yang dibayar oleh satu sponsor yang diketahui. Dengan kata lain, iklan memberitahu kepada banyak orang mengenai barang dan jasa yang dijual, dipasang di media massa seperti koran dan majalah atau di tempat-tempat umum. Iklan menjalankan fungsi “informasi”, “persuasif”, dan “pengingat” yaitu memberikan informasi, mengajak dan mengingatkan para konsumen tentang sebuah produk sehingga mereka akan tetap membeli produk yang diiklankan tanpa memperdulikan merek pesaingnya.

Iklan disampaikan ke konsumen melalui media. Secara garis besar, bentuk fisik media iklan terbagi menjadi beberapa bagian yaitu media cetak, media siaran, dan yang tengah berkembang yaitu media internet. Setiap media iklan memiliki karakteristik dan keunggulan masing-masing. Bergantung kepada para pengiklan yang berupaya memilih media dan sarana-sarana yang karakteristiknya paling sesuai dengan produk yang akan mereka iklankan.

5. Semiotika

Semiotika merupakan suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda, singkat kata ilmu yang mempelajari tanda atau ilmu tentang tanda. Studi tentang tanda dan segala yang berhubungan dengannya, cara berfungsinya, hubungannya dengan tanda-tanda lain, pengirimannya dan penerimaannya oleh mereka yang menggunakannya. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, ditengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia serta merupakan basis dari seluruh komunikasi. Semiotik kultural, yakni

semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang berlaku dalam kebudayaan masyarakat tertentu. Setiap kelompok masyarakat biasanya memiliki budaya yang sering berbentuk tanda-tanda atau simbol-simbol tertentu.

Roland Barthes mengembangkan sebuah gagasan yang dikenal dengan sebutan signifikasi dua tahap (*two order of significations*). Signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* dan *signified* (makna denotasi). Pada tatanan ini menggambarkan relasi antara penanda (objek) dan petanda (makna) di dalam tanda, dan antara tanda dan dengan referannya dalam realitasnya eksternal. Hal ini mengacu pada makna sebenarnya (riil) dari penanda (objek). Signifikasi tahap kedua adalah interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu (makna konotasi). Dalam istilah yang digunakan Barthes, konotasi dipakai untuk menjelaskan salah satu dari tiga cara kerja tanda (konotasi, mitos, dan simbol) dalam tatanan pertanda kedua (signifikasi tahap kedua).

Pada dasarnya, ada perbedaan antara denotasi dan konotasi dalam pengertian secara umum serta denotasi dan konotasi yang dimengerti oleh Barthes. Dalam pengertian umum, denotasi biasanya dimengerti sebagai makna harfiah, makna yang “sesungguhnya.”. Proses signifikasi yang secara tradisional disebut sebagai denotasi ini biasanya mengacu kepada penggunaan bahasa dengan arti yang sesuai dengan apa yang terucap. Akan tetapi, didalam semiologi Roland Barthes dan para pengikutnya, denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua.

C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Tabel 2.3
Penelitian Terdahulu

Nama	Inggit Frinsyah Putra	Muhammad Akmal	Fachrial Daniel
Tahun	2011	2016	2011
Judul	Representasi Budaya Dalam Iklan (Analisis Semiotika Pada Iklan Mie Sedap Versi “Ayamku” di Televisi)	Representasi Nilai Kebudayaan Minangkabau Dalam Film Tenggelamnya Kapal Van Der Wijck (Analisis Semiotik)	Konsep Diri Dalam Iklan Rokok A Mild (Analisis Semiotika Tentang Konsep Diri dalam Iklan Rokok A Mild versi Cowok Blur Go Ahead 2011)
Tujuan	Untuk mengetahui representasi citra budaya Indonesia serta untuk mengetahui makna yang ada pada iklan	Untuk mengetahui nilai kebudayaan Minangkabau yang direpresentasikan dalam film Tenggelamnya Kapal Van Der Wijck.	Untuk mengetahui bagaimana gambaran konsep diri dalam Iklan Rokok A Mild versi Cowok Blur Go Ahead 2011 dimasyarakat.
Pendekatan	Kritis, disertai dengan analisis semiotika Roland Barthes	Metode pengkajian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif	Konstruktivis
Hasil Penelitian	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat representasi budaya dari iklan tersebut dalam beberapa unsur budaya dan mitos seperti bahasa dengan logat/nada bicara orang Indonesia timur yang khas pada iklan dan juga pemakaian mitos mengenai tata krama dan sopan santun seperti penggunaan tangan kanan untuk hal-hal yang baik serta anggapan meletakkan ayam di atas kepala guru merupakan sesuatu yang tidak sopan dalam tata krama.	Hasil dari penelitian ini menampilkan representasi nilai kebudayaan Minangkabau dalam Film Tenggelamnya Kapal Van Der Wijck ke dalam lima bentuk semiotik, yaitu: semiotik analitik berupa representasi sifat materialistik dan bendera Minangkabau, semiotik kultural berupa rumah adat, pakaian adat, dan mencuci kaki mempelai pria dalam perkawinan adat Minangkabau, semiotik normatif berupa mengucapkan salam dan bersalaman dan bermusyawarah, semiotik sosial berupa peribahasa makan hati berulam jantung, serta semiotik struktural berupa Bahasa Minang.	Hasil penelitian ini memberikan gambaran tentang konsep diri atau pemilihan kepribadian dari seorang anak muda di kota besar yang cenderung mengalami perubahan lingkungan yang cepat, dengan teknologi modern segala sesuatu dapat terjadi namun per-sahabatan dan sebuah identitas dimasyarakat sangatlah penting dalam melihat kehidupan penuh dengan cita-cita bukan dengan keputusan yang membuat seseorang mati dalam peradaban yang semakin canggih, justru dengan konsep diri yang positif kita dapat membangun sebuah kebahagiaan, jalani kehidupan yang ada tanpa berputus asa semangat anak muda merupakan sebuah perubahan besar, <i>Go Ahead</i>

Ada beberapa persamaan dan perbedaan antara penelitian yang sedang penulis lakukan dengan penelitian terdahulu yang dipaparkan pada tabel di atas, yaitu sebagai berikut:

1. Persamaan

Persamaan dari ketiga penelitian di atas dengan yang peneliti tulis diuraikan sebagai berikut:

- a. Pada penelitian yang dibuat oleh Inggit Frinsyah Putra ditemukan persamaan pada pokok permasalahan yang ingin dibahas pada penelitian tersebut yaitu sama-sama ingin mengetahui tentang representasi budaya pada iklan, selain itu pada pendekatannya sama-sama menggunakan pendekatan kritis, dan juga sama-sama menggunakan analisis semiotika dari Roland Barthes.
- b. Pada penelitian yang dibuat oleh Muhammad Akmal ditemukan persamaan pada pokok permasalahan yang ingin dibahas pada penelitian tersebut yaitu sama-sama ingin mengetahui tentang representasi budaya. Pada penelitian ini juga digunakan analisis semiotika dari Roland Barthes.
- c. Pada penelitian yang dibuat oleh Fachrial Daniel ditemukan persamaan yaitu sama-sama melakukan penelitian tentang iklan dan juga sama-sama menggunakan analisis semiotika dari Roland Barthes.

2. Perbedaan

Perbedaan dari ketiga penelitian diatas dengan penelitian ini secara umum terletak pada judul, objek, tujuan, dan lokasi penelitian. Namun ada beberapa perbedaan yang menonjol dari ketiga penelitan tersebut yaitu sebagai berikut:

- a. Pada penelitian yang dibuat oleh Muhammad Akmal yang dijadikan subjek penelitian adalah film sedangkan pada penelitian ini subjek penelitiannya adalah iklan. Selain itu pendekekatan penelitiannya juga berbeda.
- b. Pada penelitian yang dibuat oleh Fachrial Daniel, digunakan pendekatan konstruktivisme, sedangkan peneliti menggunakan pendekatan kritis dalam melakukan penelitian.