

BAB II

2.1 Kajian Pustaka Dan Kerangka Pemikiran

2.1.1 Kajian Pustaka

Kajian kepustakaan terfokus pada penelitian terdahulu yang dimaksudkan untuk memperkuat kajian penelitian yang ada sehingga menimbulkan aspek-aspek substansi dari penelitian terdahulu yang belum pernah diteliti. Peneliti menggunakan acuan dari para beberapa peneliti terdahulu yang telah membuat laporan penelitian yang hampir serupa dan sebagai acuan untuk mengerjakan laporan, serta sebagai referensi yang dapat membantu dalam menyelesaikan penelitian ini. Pada penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan serta dengan adanya penelitian ini mampu menyajikan hasil penelitian yang memiliki nilai originalitas dan nilai kebermanfaatan bagi bidang akademik serta dunia sosial yang ilmiah. Adapun penelitian-penelitian sebelumnya relevan dengan masalah yang diteliti.

2.1.2 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian ini, tinjauan kepustakaan dilakukan dengan tujuan untuk mencari perbedaan diantara penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian-penelitian yang sudah ada sebelumnya. Beberapa hasil penelusuran yang dilihat dari beberapa pespektif sebagai berikut :

Penelitian Dalam Perspektif 1, Nur Rachmani, (2017) Universitas Pasundan, **Analisis Semiotika Iklan Ades versi Langkah Kecil Memberikan Perubahan dalam Menyingkap Pesan Tersembunyi tentang Kepedulian**

Lingkungan Hidup. Tujuan penelitian ini adalah Untuk menemukan makna dibalik tanda-tanda yang digunakan pada iklan dengan menggunakan analisis semiotika dalam model Charles Sanders Peirce dan menyingkap pesan tersembunyi kepedulian lingkungan hidup dalam iklan Ades versi “Langkah Kecil Memberikan Perubahan”.

Fokus penelitian yang ditetapkan Analisis Semiotika Iklan Ades versi Langkah Kecil Memberikan Perubahan dalam Menyingkap Pesan Tersembunyi tentang kepedulian Lingkungan Hidup, adalah: Makna tanda-tanda yang terkandung didalam iklan Ades, yang sesuai dengan konsep Peirce diklasifikasikan menjadi tiga bagian, yakni: a) Ikon, yaitu tanda yang memiliki ‘kemiripan’ rupa dengan objeknya. b) Indeks, yaitu tanda yang memiliki keterkaitan fenomenal atau eksistensi dengan objeknya. c) Simbol, yaitu jenis tanda yang bersifat arbitrer atau konvensional sesuai kesepakatan atau konvensi sejumlah orang atau masyarakat. Dan pesan tersembunyi yang terdapat dalam iklan Ades. Dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer berupa observasi, data yang dikumpulkan dalam penelitian ini diperoleh langsung dengan dokumentasi berupa video iklan Ades yang sudah di unggah atau di download melalui youtube. Sedangkan data sekunder berupa dokumentasi dan riset kepustakaan, yaitu mencari data mengenai hal-hal yang berkaitan dengan iklan Ades melalui internet dan buku yang berkaitan.

Adapun Adapun teknik analisis data Setelah data primer dan sekunder terkumpul, dilakukan analisis data dengan menggunakan teknik analisis semiotika Charles Sander Peirce. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini

adalah Analisis Filling System. Hasil penelitian menunjukkan bahwa temuan tanda dalam iklan Ades menyiratkan pesan tersembunyi tentang kepedulian lingkungan hidup. Iklan Ades diharapkan dapat terus menjaga peneguhan kepada konsumen dalam kampanye lingkungan yang diusung sebagai wujud komitmen Coca-Cola Amatil Indonesia yaitu sustainable (berkelanjutan). Selain melalui iklan, bisa melalui media sosial yang lain.

Penelitian Dalam Perspektif 2, Penelitian yang kedua berasal dari Universitas Pasundan yang dilakukan oleh Yogie Alontari 2017 dengan judul **“Analisis Semiotika Iklan Susu Bebelac 3 Edisi Kucing Hilang Di Televisi”**. Penelitian ini diadakan dengan tujuan untuk mengetahui tanda, objek dan interpretan pada iklan tersebut. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis semiotika *Charles Sanders Peirce*, dan penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, studi kepustakaan, dan wawancara mendalam.

Objek penelitiannya adalah iklan televisis, “Susu Bebelac 3 Edisi Kucing Hilang” yang akan dibahas bagaimana tanda, objek dan interpretasi yang diberikan oleh iklan tersebut. Sehingga menghasilkan makna yang berhubungan dengan kehidupan sesungguhnya dimana ketiga hal tersebut saling berhubungan.

Untuk selanjutnya dalam penelitian ini peneliti juga menyarankan mengenai beberapa hal berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, terlebih untuk masyarakat sebagai pengguna atau konsumen media iklan agar dapat memaknai sebuah iklan bukan hanya dari sisi glamournya saja atau dari sisi produknya saja, tapi juga bisa melihat dari sudut pandang yang berbeda dari sebuah iklan.

Sehingga selain informasi tentang produknya kita juga sebagai penikmat iklan bisa mengetahui sisi pesan moral yang terdapat dari iklan tersebut.

Dalam perspektif 3, Dhiya Rindza Fauziah, Universitas Pasundan 2018 dengan judul **“Persepsi Mahasiswa Fisip Unpas Mengenai Iklan Nissan Sopir Keluarga Di Youtube”**. Penelitian ini diadakan dengan tujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa Fisip Unpas terhadap iklan tersebut. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan persepi dari Deddy Mulyana dan penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, studi kepustakaan, dan wawancara mendalam.

Objek penelitiannya adalah iklan Nissan Sopir Keluarga Di Youtube. Dimana iklan tersebut menceritakan pengorbanan dan ke ikhlasan seorang sopir yang bekerja untuk sebuah keluarga yang sangat aktif dan sibuk. Dalam penelitian ini diharapkan mendapatkan tentang sensa, atensi dan interpretasi mahasiswa Fisip Unpas terhadap iklan tersebut.

Untuk lebih jelasnya peneliti membuat tabel matriks penelitian terdahulu sebagai berikut:

Tabel 1.1

Matriks Penelitian Terdahulu dalam Pendekatan Kualitatif Analisis Semiotika Iklan Ades versi Langkah Kecil Memberikan Perubahan dalam Menyingkap Pesan Tersembunyi tentang Kepedulian Lingkungan Hidup

No	Item	Peneliti 1
1	Nama, Tahun, Judul, Nama Kota, dan Universits	Nur Rachmani, (2017) Analisis Semiotika Iklan Ades versi Langkah Kecil Memberikan Perubahan dalam Menyingkap Pesan Tersembunyi tentang Kepedulian Lingkungan Hidup. Universitas Pasundan.
2	Tujuan Penelitian	Tujuan penelitian ini adalah Untuk menemukan makna dibalik tanda-tanda yang digunakan pada iklan dengan menggunakan analisis semiotika dalam model Charles Sanders Pierce dan menyingkap pesan tersembunyi kepeduliaan lingkungan hidup dalam iklan Ades versi “Langkah Kecil Memberikan Perubahan
3	Pendekatan Penelitian	Pendekatan Kualitatif
4	Teori	Teori Konstruksi Sosial (Peter L. Berger dan Thomas Luckman).
5	Hasil	Hasil penelitian menunjukkan bahwa temuan tanda dalam iklan Ades menyiratkan pesan tersembunyi tentang kepedulian lingkungan hidup. Iklan Ades diharapkan dapat terus menjaga peneguhan kepada konsumen dalam kampanye lingkungan yang diusung sebagai wujud komitmen Coca-Cola Amatil Indonesia yaitu sustainable (berkelanjutan). Selain melalui iklan, bisa melalui media sosial yang lain.
6	Perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan	Persamaannya menggunakan pendekatan kualitatif dan metode yang sama yaitu analisis semiotika model charles sanders pierce. Perbedaan dalam penelitian ini adalah subjek dalam penelitian ini yang membahas tentang iklan Ades Versi Langkah Kecil Memberikan Perubahan sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas tentang komunikasi non verbal pada selebrasi gol sepak bola.
7	Kritik	Kritik terhadap penelitian ini tidak menjelaskan alasan alasan objek penelitiannya secara detail serta

		dalam teknik pengumpulan data tidak terdapat dokumentasi sehingga kurang memperkuat bukti riil.
--	--	---

Tabel 1.2

Matriks Penelitian Terdahulu dalam Pendekatan Kualitatif Analisis Semiotika Analisis Semiotika Iklan Susus Bebelac 3 Edisi Kucing Hilang Di Televisi.

No	Item	Peneliti 1
1	Nama, Tahun, Judul, Nama Kota, dan Universits	Yogie Alontari (2017) Analisis Semiotika Iklan Susus Bebelac 3 Edisi Kucing Hilang Di Televisi.Universitas Pasundan.
2	Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui tanda, objek dan interpretan pada iklan tersebut. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis semiotika Charles Sanders Pierce, dan penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, studi kepustakaan, dan wawancara mendalam
3	Pendekatan Penelitian	Pendekatan Kualitatif
4	Teori	Teori Konstruksi Sosial (Peter L. Berger dan Thomas Luckman).
5	Hasil	Iklan “Susu Bebelac 3 Edisi Kucing Hilang” di televisi yang dibahas bagaimana tanda, objek dan interpretasi yang diberikan oleh iklan tersebut. Sehingga menghasilkan makna yang berhubungan dengan kehidupan sesungguhnya dimana ketiga hal tersebut saling berhubungan.
6	Perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan	Persamaannya menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dan metode yang sama yaitu analisis semiotika model charles sanders pierce. Perbedaan dalam penelitian ini adalah objek dan subjek dalam penelitian ini yang membahas tentang Iklan Susus Bebelac 3 Edisi Kucing Hilang Di Televisi. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas tentang komunikasi non verbal pada selebrasi gol sepak bola.
7	Kritik	Kritik terhadap penelitian.kurangnya teori yang digunakan dalam memperkuat penelitian yang akan dilakukan.

Tabel 1.3

Matriks Penelitian Terdahulu dalam Pendekatan Kualitatif Persepsi Mahasiswa Fisip Unpas Mengenai Iklan Nissan Sopi Keluarga Di Youtube

No	Item	Peneliti 1
1	Nama, Tahun, Judul, Nama Kota, dan Universits	Dhiya Rindza Fauziyyah(2018) Persepsi Mahasiswa Fisip Unpas Mengenai Iklan Nissan Sopi Keluarga Di Youtube. Universitas Pasundan.
2	Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui persepsi mahasiswa Fisip Unpas terhadap iklan tersebut. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan persepi dari Deddy Mulyana dan penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, studi kepustakaan, dan wawancara mendalam.
3	Pendekatan Penelitian	Pendekatan Kualitatif
4	Teori	Teori Persepsi (Deddy Mulyana)
5	Hasil	Objek penelitiannya adalah iklan Nissan Sopir Keluarga Di Youtube. Dimana iklan tersebut menceritakan pengorbanan dan ke ikhlasan seorang sopir yang bekerja untuk sebuah keluarga yang sangat aktif dan sibuk. Dalam penelitian ini diharapkan mendapatkan tentang sensa, atensi dan interpretasi mahasiswa Fisip Unpas terhadap iklan tersebut.
6	Perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan	Persamaan dalam penelitian ini yaitu pendekatan penelitian dengan pendekatan kualitatif Sedangkan perbedaannya ada pada teori yang digunakan dalam penelitian terdahulu menggunakan teori persepsi sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan menggunakan teori analisis semiotik dari charles sanders pierce dan membahas tentang komunikasi non verbal pada selebrasi gol sepak bola serta teori dalam penelitian ini menggunakan teori dari charles sanders pierce.
7	Kritik	Kurangnya teori yang digunakan dalam memperkuat teori yang akan dilakukan.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Kerangka Teoritis

2.2.1.1 Ilmu Komunikasi

Menurut Keith Brooks (dalam Komala, 2009:55) *communicology* (komunikolog/ilmu komunikasi) adalah komunikasi dari berbagai disiplin ilmu yang berkontribusi kepada pemahaman kita landasan proses serta tipe-tipe dan bentuk-bentuk aktivitas komunikasi. Ilmu komunikasi berkaitan dengan integrasi asas-asas komunikasi dari para cendekiawan. Ilmu komunikasi bersifat filsafat komunikasi realistik, program penelitian yang sistematis yang menguji teori-teorinya menutupi kesenjangan dalam pengetahuan, menafsirkan dan mengabsahkan penemuannya ke dalam disiplin dan penelitian yang khusus.

Proses komunikasi

1. Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna, dan sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahasa yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi adalah jenis verbal karena hanya verbal yang mampu “menerjemahkan” pikiran seseorang kepada orang lain. Apakah itu berbentuk idea, informasi, atau opini, baik mengenai hal yang konkret maupun yang abstrak; bukan saja tentang

hal atau peristiwa yang terjadi pada saat sekarang, melainkan juga pada waktu yang lalu dan masa yang akan datang. (Effendy, 2017:11).

2. Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada ditempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, *televisi*, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. (Effendy, 2017:16).

2.2.1.2 Komunikasi Nonverbal

Komunikasi non verbal adalah komunikasi yang menggunakan isyarat bukan kata-kata. Menurut (Larry A), komunikasi non verbal mencakup semua rasangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu *setting* komunikasi, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima.

Pesan-pesan nonverbal saat berpengaruh terhadap komunikasi. Misalnya saat memakai jaket yang bergambar palu dan arit (yang melambangkan komunis) di belakang jaket atau membakar bendera merah putih (yang bisa di maknai kebencian atau permusuhan terhadap Indonesia) di alun-alun. Apabila di tangkap polisi menangkap itu tandanya masuk golongan orang yang terobsesi dengan lambang tanpa memperhitungkan akibatnya.

Sebagaimana kata-kata kebanyakan isyarat nonverbal juga tidak universal, melainkan terikat oleh budaya, jadi di pelajari, bukan bawaan. Isyarat merupakan

bawaan, kita semua lahir dan mengetahui bagaimana tersenyum, namun kebanyakan ahli sepakat bahwa dimana, kapan, dan kepada siapa kita menunjukkan emosi ini dipelajari, dan karenanya dipengaruhi oleh konteks budaya. Sementara kebanyakan perilaku verbal bersifat eksplisit dan diproses secara kognitif, perilaku nonverbal bersifat spontan, ambigu, sering berlangsung cepat, dan diluar kesadaran dan kendali kita. Karena itulah Edward T.Hall menamai bahasa nonverbal ini sebagai “bahasa diam” (*Silent language*) dan “dimensi tersembunyi” (*Hidden dimension*) suatu budaya.

Disebut diam dan tersembunyi, karena pesan-pesan nonverbal tertanam dalam konteks komunikasi, pesan nonverbal memberi kita isyarat-isyarat kontekstual. Bersama-sama isyarat verbal dan isyarat kontekstual, pesan nonverbal membantu kita menafsirkan seluruh makna pengalaman komunikasi.

Komunikasi nonverbal menentukan jarak antara komunikator dan membantu mereka bertukar pikiran secara emosional, misalnya, seseorang dapat memberikan sinyal untuk menyampaikan bahwa dia telah selesai berbicara atau dia ingin berbicara. Kadang-kadang nonverbal bertindak sebagai penghalang untuk berkomunikasi secara efektif karena penerima tidak dapat memahami apa yang pengirim katakan dan mungkin menafsirkannya dengan salah.

Komunikasi nonverbal membantu orang untuk memperkuat atau modifikasi apa yang dikatakan dengan kata-kata, misalnya, orang mungkin mengangguk kepala dengan penuh semangat ketika mengatakan “Ya” untuk menekankan bahwa mereka setuju dengan orang lain, tetapi mengangkat bahu dan ekspresi sedih ketika mengatakan “Aku baik-baik saja terimakasih,” dapat

menyiratkan bahwa hal-hal tidak baik untuk menyampaikan informasi tentang keadaan emosi mereka.

Banyak buku populer tentang komunikasi nonverbal menghadirkan topik seolah-olah itu adalah bahasa yang dapat dipelajari, implikasinya adalah bahwa jika makna setiap agukan, gerakan mata, dan gerak tubuh diketahui, perasaan dan niat nyata seseorang akan dipahami.

Sayangnya menafsirkan komunikasi nonverbal tidak sesederhana itu. Sebagaimana dibahas di halaman komunikasi interpersonal kami, komunikasi nonverbal bukanlah bahasa dengan makna tetap. Itu dipengaruhi dan didorong oleh konteks dimana itu terjadi. Ini termasuk tempat dan orang-orang yang bersangkutan, serta budaya.

Misalnya agukan kepala diantara penonton dapat berarti sesuatu yang sangat berbeda dari ketika tindakan yang sama digunakan untuk mengakui dirinya hebat yang telah mencetak gol yang sedang melakukan pertandingan sepak bola.

Komunikasi antar personal lebih rumit karena biasanya tidak mungkin untuk menafsirkan isyarat atau ekspresi dengan sendirinya. Komunikasi nonverbal terdiri dari paket lengkap ekspresi, gerakan tangan dan mata, postur, dan gerakan yang harus diinterpretasikan bersamaan dengan ucapan (komunikasi verbal).

Orang cenderung memiliki kontrol yang jauh lebih tidak sadar atas pesan nonverbal mereka daripada apa yang sebenarnya mereka katakan. Sebagian komunikasi nonverbal jauh lebih emosional, dan karenanya lebih naluriah. Jika ada kecocokan diantara keduanya, karena itu, mungkin harus mempercayai pesan nonverbal, daripada kata-kata yang digunakan. Kurangnya pesan nonverbal juga

bisa menjadi sinyal, menunjukkan bahwa pembicaraan secara hati-hati mengendalikan bahasa tubuh mereka, dan mungkin berusaha menyembunyikan emosi mereka yang sebenarnya.

2.2.1.3 Jenis-jenis komunikasi Non-verbal

Jenis komunikasi antarpribadi personal yang tidak diekspresikan secara verbal (dengan ucapan) disebut komunikasi nonverbal.

1. Gerakan tubuh (kinestik), misalnya, gerakan tangan atau mengangguk atau menggelengkan kepala;
2. Postur tubuh, atau bagaimana anda berdiri atau duduk, apakah lengan anda disilangkan, dan sebagiannya
3. Kontak mata, dimana jumlah kontak mata sering menentukan tingkat kepercayaan dan kepercayaan menjadi percaya diri
4. Para bahasa, atau aspek-aspek suara yang terpisah dari ucapan, seperti nada, dan kecepatan berbicara
5. Kedekatan atau ruang pribadi (Proxemics), yang menentukan tingkat keintiman
6. Ekpresi wajah, termasuk tersenyum, mengurutkan kening dan bahkan berkedip ketika gugup.

Komunikasi nonverbal adalah bagian yang sangat kompleks namun integral dari keseluruhan keterampilan komunikasi. Namun, orang sering sama sekali tidak menyadari perilaku nonverbal mereka. Kesadaran tentang strategi komunikasi nonverbal, melebihi dan di atas apa yang sebenarnya dikatakan, dapat membantu meningkatkan interaksi dengan

orang lain. Pengetahuan tentang tanda-tanda ini dapat digunakan untuk mendorong orang berbicara tentang keprihatinan mereka dapat mengarah pada pemahaman bersama yang lebih besar, yang pada akhirnya, adalah tujuan komunikasi.

Komunikasi nonverbal memainkan peranan yang sangat penting dalam kehidupan kita ketika kita berkomunikasi dengan orang-orang yang kita temui. Komunikasi nonverbal adalah sebuah proses menggunakan pesan-pesan tanpa kata untuk menyamakan makna. Studi ilmiah pertama tentang komunikasi nonverbal dapat kita ketahui melalui buku Charles Darwin, sang penemu teori evolusi. Dalam bukunya ia berpendapat bahwa semua mamalia menunjukkan emosi melalui raut wajah. Emosi merupakan salah satu bentuk komunikasi nonverbal yang menggambarkan pentingnya arti komunikasi apapun konteksnya.

2.2.1.4 Fungsi Komunikasi Nonverbal

Meskipun secara teoritis komunikasi nonverbal dapat dipisahkan dari komunikasi verbal, dalam kenyataannya kedua jenis komunikasi itu ahli berpendapat, terlalu mengada-ngada membedakan kedua jenis komunikasi ini. Dalam bahasa tanda Amerika untuk kaum tuna rungu gerakan tangan yang digunakan sebenarnya bersifat linguistik (verbal). Dalam komunikasi ujaran, rangsangan verbal dan rangsangan nonverbal itu hampir selalu berlangsung bersama-sama dalam kombinasi.

Kedua, jenis rangsangan itu diinterpretasikan bersama-sama oleh penerima pesan. Misalnya menggelengkan kepala pada saat yang sama; anda tidak mengatakan “tidak” terlebih dulu lalu menggelengkan kepala sesudahnya. Kita

memproses kedua jenis rangsangan itu dengan cara serupa sehingga kita mudah terkecoh untuk menekankan perbedaan yang sebenarnya tidak hakiki, seperti dijelaskan Mark L. Knapp :

Istilah nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi diluar kata-kata terucap dan tertulis. Pada saat yang sama kita harus menyadari bahwa banyak peristiwa dan perilaku nonverbal ini ditafsirkan melalui simbol-simbol verbal. Dalam pengertian ini peristiwa dan perilaku nonverbal itu tidak sungguh-sungguh bersifat nonverbal.

Tidak ada struktur pasti, tetap, dan dapat diramalkan mengenai hubungan antara komunikasi verbal dan komunikasi non sekuensial. Akan, tetapi, kita dapat menemukan setidaknya tiga perbedaan pokok antara komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Pertama, sementara perilaku verbal adalah saluran tunggal, perilaku nonverbal bersifat multialuran. Kata-kata datang dari satu sumber, misalnya yang diucapkan orang, yang kita baca dalam media cetak, tetapi isyarat nonverbal dapat dilihat, didengar, dirasakan, dibuai, atau dicicipi, dan beberapa isyarat boleh jadi berlangsung secara simulutan.

Kedua, pesan verbal terpisah-pisah, sedangkan pesan nonverbal sinambung. Artinya, orang dapat mengawali dan mengakhiri pesan verbal kapanpun ia menghendaknya, sedangkan pesan nonverbalnya tetap “mengalir”, sepanjang ada orang yang hadir di dekatnya. Ini mengingatkan kita pada salah satu prinsip komunikasi bahwa kita tidak dapat tidak berkomunikasi ; setiap perilaku punya potensi untuk ditafsirkan. Jadi meskipun anda dapat menutup saluran linguistik anda untuk berkomunikasi dengan menolak berbicara atau menulis, anda tidak

mungkin menolak perilaku nonverbal. Dalam konteks ini, Erving Goffman menyarankan bahwa terdapat *expression given off* ; yang pertama merupakan komunikasi verbal untuk menyatakan informasi, yang kedua merupakan komunikasi nonverbal terlepas dari apakah hal itu disengaja atau tidak. Dalam buku lainnya Goffman mengatakan :

Meskipun seseorang individu dapat berhenti berbicara, ia tidak dapat berhenti berkomunikasi melalui idiom tubuh; ia harus mengatakan suatu hal yang benar atau salah. Ia tidak dapat tidak mengatakan sesuatu. Secara paradoks, cara ia memberikan informasi tersedikit tentang dirinya sendiri meskipun hal ini masih bisa dihargai adalah menyesuaikan diri dan bertindak sebagaimana orang sejenis itu di harapkan bertindak.

Perbedaan, ketiga, komunikasi nonverbal mengandung lebih banyak muatan emosional daripada komunikasi verbal. Sementara kata-kata umumnya digunakan untuk menyampaikan fakta, pengetahuan perasaan seseorang, yang terdalam sekalipun, seperti rasa sayang atau rasa sedih. Dilihat dari fungsinya, perilaku nonverbal mempunyai beberapa fungsi. Paul Ekman menyebutkan lima fungsi pesan nonverbal, seperti yang dapat dilukiskan dengan perilaku mata, yakni sebagai :

1. *Emblem*. Gerakan mata tertentu merupakan simbol yang memiliki kesetaraan dengan simbol verbal. Kedipan mata dapat mengatakan “saya tidak sungguh-sungguh”
2. *Illustrator* . pandangan kebawah dapat menunjukkan depresi atau kesedihan.

3. *Regulator* . kontak mata berarti saluran percakapan terbuka memalingkan muka menandakan ketidaksediaan berkomunikasi.
4. *Penyesuaian*. Kedipan mata yang cepat meningkat ketika orang berbeda dalam tekanan. Itu merupakan respons tidak disadari yang merupakan upaya tubuh untuk mengurangi kecemasan.
5. *Affect display*. Pembesaran manik mata (*pupil dilation*) menunjukkan peningkatan emosi. Isyarat wajah lainnya menunjukkan perasaan takut, terkejut atau senang

Jadi, dapat disimpulkan bahwa komunikasi non verbal adalah komunikasi yang keluar pada diri seseorang karena adanya rangsangan pada saat berkomunikasi meskipun tanpa bersuara (komunikasi verbal) yang mempunyai arti atau maksud tersendiri. Dan biasanya komunikasi non verbal selalu diirigi oleh komunikasi verbal (komunikasi yang menggunakan kata-kata untuk memberikan dukungan atau penguat pada saat berkomunikasi).

2.3 Kerangka Konseptual

2.3.1 Selebrasi Gol dalam Sepakbola

Sepakbola tak bisa dipungkiri begitu memancing emosi para penggilanya. Dan tak ada yang lebih meledakkan emosi selain terciptanya sebuah gol, dan tentu saja selebrasi pemain setelah melesakkan si kulit bundar ke dalam gawang. Gol memang hal yang paling ditunggu dalam 90 menit pertandingan. Namun di balik gol itu ada satu hal lagi yang ditagih oleh fans. Entah itu hanya sekedar mengangkat tangan, sebuah tarian sampai atraksi salto di udara atau segala bentuk aktivitas fisik lainnya yang menjadi bentuk sebuah perayaan.

Selebrasi mencetak gol kini seakan menjadi ritual wajib buat setiap pemain. Bukan hanya sebatas perayaan, sebuah selebrasi kini menjadi identitas pribadi bahkan juga disebut bakal memprovokasi lawan. Namun lebih dari itu, ternyata ada banyak makna di balik perayaan sebuah gol. Mencetak gol dalam olahraga sepakbola selalu menjadi salah satu bagian paling penting dalam permainan tersebut, gol tentu saja bisa dicetak dalam banyak cara. Setiap pemain yang mencetak gol menghadapi momen yang terjadi secara langsung setelah gol dicetak. Momen tersebut, yaitu selebrasi (perayaan) ataupun tanpa selebrasi, telah memberi sepakbola beberapa citra paling ikonik, beberapa terbukti lebih ikonik daripada gol itu sendiri.

Bagi banyak peneliti di bidang ini, fenomena selebrasi gol, meskipun demikian, perayaan gol telah dan umumnya selalu menjadi bagian budaya sepakbola dan dengan demikian layak mendapatkan pengkajian kritis. Dalam sepakbola, dengan sejumlah gol yang dicapai dengan sangat sulit, kesabaran anda dihargai dengan selebrasi yang membuat setiap orang beranjak dari kursinya, dan kadang-kadang air mata kemenangan, tawa riang, atau bahkan seorang pemain berlari keujung lapangan. Apakah itu adalah perayaan gol menit terakhir yang membawa kemenangan. Pertandingan tersebut mengikat gol dalam menit terakhir, gol demi gol tercipta dari kepentingan dan pengertian yang lebih besar. Pada akhirnya pun, mereka semua menginspirasi. Tanpa gol dan mencetak sebuah gol penting atau seorang pemain yang telah ditarik oleh manajer tetapi kembali mendapatkan posisinya lagi dengan bermain bagus dalam latihan dan mencetak

gol. Namun demikian, kita ingin melihat sebuah pertandingan yang paling tidak berujung pada sebuah gol.

Sejumlah besar pergerakan kebelakang dan maju ke depan dan kesempatan, posisi, melewati pertahanan, hampir mencetak gol dan penyelamatan yang fantastis. Tidak ada yang basi tetapi sesuatu yang membuat antisipasi dari gol tersebut, dan hal itu menghubungkan, sangat proporsional dan berikutnya adalah selebrasi. Sebuah gol artinya kesempatan bagi penonton untuk bernyanyi dan memegang bendera timnya untuk menghormati kerja keras tim tersebut. Kami semua ingin menerima tepuk tangan dan membalasnya kembali. Hanya berusaha keras dan tercipta gol dan tepukan akan datang dari para penonton. Dalam olahraga sepakbola, melakukan selebrasi usai mencetak gol adalah sebuah hal yang biasa dilakukan pesepakbola, pemain seringkali menunjukkan ekspresi kegembiraan dan luapan kesenangan dapat diungkapkan melalui ekspresi dan gerak badan dalam mencetak gol. Terkadang melakukan selebrasi keberhasilan tim mereka dengan ekspresi dan gaya-gaya yang atraktif, unik, dan lucu.

2.3.2 Pengertian Kontroversi

Isu-isu kontroversial merupakan isu-isu dimana berbagai macam kelompok akan menjadi tidak sepakat dan memiliki opini kuat tentang mereka. Mereka adalah isu-isu yang membagi masyarakat dan menimbulkan perasaan kuat atau terkait dengan banyak pertanyaan mendasar mengenai nilai dan keyakinan contohnya, perang, imigrasi, aborsi, hak kaum gay atau Uni Eropa. Meskipun demikian demokrasi pluralis (majemuk) di negara kita memiliki serangkaian nilai yang mendefinisikannya. Nilai-nilai tersebut adalah: keadilan sosial; kesetaraan

politik; toleransi; hak asasi manusia; menghormati aturan hukum; dan komitmen terhadap perundingan dan perdebatan sebagai cara ideal menyelesaikan konflik publik/umum. Nilai-nilai tersebut seharusnya tidak boleh kontroversial. Menurut Carrington dan Troyna: sebuah masalah kontroversial adalah sebuah masalah, yang mana setiap individu dan grup menginterpretasikan serta memahami dengan cara yang berbeda beda dan mengenai adanya tindakan yang bertentangan. Hal itu adalah sebuah masalah yang belum ditemukan solusinya oleh masyarakat yang secara umum diterima. Hal itu adalah sebuah masalah dari ketepatan yang memadai bahwa setiap cara yang ditawarkan dalam menghadapinya adalah sangat bersifat objektif bagi beberapa bagian lapisan masyarakat dan menimbulkan perbedaan pendapat, oposisi atau protes. Ketika sebuah masalah diciptakan yang pada hematnya seluruh sektor lapisan masyarakat menerima-masalah tersebut tidak lagi kontroversial. (Carrington dan Troyna).

Kontroversi dipilih diantara kata-kata yang lain yang menunjukkan makna konflik atau keributan. Tidak ada istilah tertentu, contohnya: ketidaksetujuan, debat, diskusi, argumen, ketidaksepahaman, ketidaknyamanan, kebingungan, kontradiksi. Kontroversi digunakan karena hal tersebut mengandung arti sebuah rasa dari area publik dan masalah dampak sosial sebagaimana juga sebuah pengenalan perbedaan masalah yang belum terselesaikan. Dengan demikian, dimana ada kontroversi grup sekumpulan orang berbagi mengenai nilai tertentu melawan mereka yang berpendapat sebaliknya „sejatinya ambigu“ (after Gallie, 1956) dan, selanjutnya, pendapat bisa saja dipegang dengan sangat agresif atau

bersifat defensif. (Polemik kadang-kadang digunakan sebagai sebuah istilah untuk posisi yang argumentatif dipakai dan dianggap sebagai sebuah kontroversi.)

2.3.3 Pengertian Olahraga

Sejarah olahraga menurut Pandjaitan (1985:25) menyatakan "katakata gerak badan, pendidikan jasmani, olahraga, dan sport adalah istilah yang populer dilingkungan masyarakat Indonesia. Semua istilah tersebut adalah gabungan pengertian buat segala bentuk latihan jasmani yang dilakukan dengan sukarela, dengan maksud memperkuat otot-otot yang terdapat dalam tubuh manusia.

Kata sport berasal dari bahasa latin disportate, yang artinya menyenangkan, menghibur, dan bergembira ria. Jadi dapat dikatakan bahwa sport ialah kesibukan manusia untuk menggembirakan diri sambil memelihara kesegaran jasmani". Dari penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa kata sport berasal dari kata disportate yaitu menyenangkan, menghibur, dan bergembira. Jadi dapat kita simpulkan bahwa sport merupakan wadah manusia untuk mencari kegembiraan, serta sebagai wadah sebagai cara untuk memperkuat otot-otot dan menjaga kondisi fisik, kebugaran jasmani, dan kesehatan. Secara eksplisit istilah olahraga dibedakan dengan pendidikan jasmani. Dalam arti sempit olahraga diidentikkan dengan gerak badan.

Menurut Toho Cholik M dan Rusli Lutan (2001:27) menyatakan "olahraga ditilik dari asal katanya berasal dari bahasa jawa yaitu olah yang berarti melatih diri dan rogo (raga) berarti badan. Secara luas olahraga diartikan sebagai segala kegiatan atau usaha untuk mendorong, membangkitkan, mengembangkan dan membina kekuatan jasmani maupun rohani". Sedangkan berdasarkan teori umum

olahraga merupakan budaya aktivitas fisik yang dilakukan oleh manusia yang dilakukan oleh otot dan dikendalikan oleh manusia itu sendiri.

Menurut Santoso Griwijoyo dan Didik Jafar Sidik (2013:37) berpendapat bahwa "olahraga adalah budaya manusia, artinya tidak dapat disebut ada kegiatan olahraga apabila tidak ada 9 faktor manusia yang berperan secara ragawi/pribadi melakukan aktivitas olahraga itu. Manusia adalah titik sentral dari olahraga, artinya tidak ada olahraga apabila tidak ada faktor manusia yang secara ragawi berperan melakukan olahraga itu. Oleh karena itu olahraga menuntut persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi oleh manusia, baik secara jasmani, rohani, maupun sosial". Dari berbagai alasan tersebut dapat dipahami bahwa olahraga merupakan budaya gerak manusia yang dilakukan secara ragawi atau pribadi yang melakukan aktivitas kegiatan olahraga dan sesuai dengan syarat yang ditentukan oleh manusia itu sendiri, baik secara jasmani, rohani, maupun kehidupan sosial.

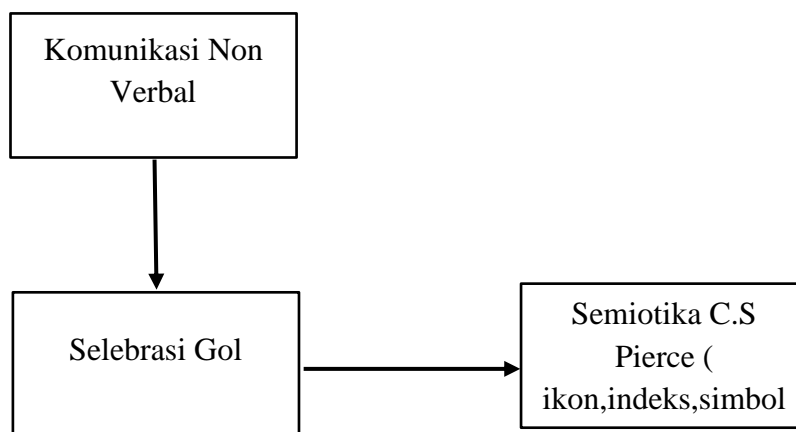
Berbagai pihak-pihak secara perorangan, instansi, maupun organisasi telah berusaha memberikan batasan tentang olahraga dalam Dini Rosdiani (2012:61) antara lain adalah sebagai berikut:

1. Dalam buku Pola Pembangunan Olahraga di Indonesia KONI pusat merumuskan arti dan hakikat olahraga adalah setiap kegiatan jasmani yang dilandasi semangat perjuangan melawan diri sendiri, orang lain atau unsur alam yang jika dipertandingkan harus dilaksanakan secara kesatria sehingga merupakan sarana pendidikan pribadi yang ampuh menuju peningkatan kualitas hidup yang lebih luhur.

2. KEPRES No. 131 Tahun 1983-1962 Olahraga mempunyai arti seluas-luasnya meliputi segala kegiatan dan usaha untuk mendorong, membimbing, membangkitkan, mengembangkan dan membina kekuatan jasmani maupun rohani setiap manusia.
3. Musyawarah Olahraga Indonesia (MUSORNAS 1) Olahraga adalah kegiatan manusia yang wajar yang diperlukan dalam hidupnya sesuai dengan kodrat ilahi.
4. . Menteri Pemuda dan Olahraga RI (MENPORA) Olahraga adalah bentuk-bentuk kegiatan jasmani yang terdapat di dalam permainan, perlombaan dan kegiatan jasmani yang intensif dalam memperoleh rekreasi, kemenangan dan optimal.
5. Badan Pembina Olahraga Profesional (BAPOPI) Olahraga profesional adalah kegiatan yang dilakukan yang diselenggarakan secara syah dengan tujuan untuk dapat lebih mencapai tingkat kemahiran, dengan tetap mendasarkan kepada jiwa keolahragaan di samping memperoleh pendapatan atau keuntungan-keuntungan materi lainnya. Olahraga amatir adalah kegiatan olahraga baik untuk bertanding ataupun untuk berlatih guna semata-mata mendapatkan keuntungan pribadi, hiburan dan kesenangan oleh karenanya olahraga atas dasar kecintaan dan kegemaran.
6. Definisi Olahraga Menurut Dini Rosdiani Olahraga adalah setiap aktivitas yang mengandung sifat atau ciri permainan dan melibatkan unsur perjuangan mengendalikan diri sendiri atau orang lain atau konfrontasi dengan faktor alam.

Definisi olahraga menurut Husdarta (2011:13) menyatakan bahwa "olahraga merupakan kegiatan otot yang energik dan dalam kegiatan itu atlet memperagakan kemampuan gerakanya atau performa". Menjelaskan kegiatan aktivitas fisik dilakukan manusia untuk memperagakan kemampuan gerak secara maksimal sesuai dengan pola gerak yang digerakkan oleh beberapa faktor fisik. Kemudian dijelaskan kembali tentang faktor fisik atau organo biologic oleh Apta Mylsidayu (2014:18)

2.3.4 Bagan kerangka Pemikiran



Gambar 1,4 Kerangka Pemikiran

Alasan menggunakan teori Semiotika C.S Pierce Peneliti melakukan penelitian menggunakan studi/pembelajaran semiotika ini adalah tanda. Tanda itu sendiri memiliki ciri khusus yang penting. Pertama, tanda harus dapat diamati, dalam arti tanda itu dapat ditangkap makna atau artinya. Kedua, tanda harus menunjuk pada sesuatu yang lain, artinya bisa menggantikan, mewakili, dan menyajikan. Tanda dan hubungan-hubungannya adalah kunci dari analisis semiotik. Dimana relasi tersebut memunculkan makna. Memahami teori semiotika

Charles Sanders Peirce yang di uraikan di atas, maka penelitian selebrasi gol akan lebih memfokuskan pada teori tersebut, karena teori semiotika yang di paparkan oleh Charles Sanders Peirce memiliki makna yang terkandung terhadap sifat objeknya.

Dalam teori ini ditemukan bahwa ada keterkaitan atau hubungan antara tanda-tanda yang satu dengan yang lainnya, sehingga banyak mengandung makna dalam tanda-tanda suatu objek yang diteliti. Teori ini dapat menguraikan makna yang terdapat dalam tanda suatu objek, baik itu dari ikon, indeks, maupun simbol. Sebuah analisis tentang tanda megarah pada pembuktian bahwa setiap tanda ditentukan oleh objeknya. Pertama, dengan mengikuti sifat objeknya, ketika kita menyebut tanda sebuah ikon. Kedua, menjadi kenyataan dan keberadaannya berkaitan dengan objek individual, ketika kita menyebut tanda sebuah indeks. Ketiga, perkiraan yang pasti bahwa hal itu diinterpretasikan sebagai objek denotative sebagai akibat dari suatu kebiasaan ketika kita menyebut tanda sebuah simbol.

Dengan demikian uraian teori di atas sangat membantu peneliti dalam menganalisa, karena dalam selebrasi gol terdapat pesan dan simbol pada selebrasi gol sepakbola. Dan diteliti dengan teori tersebut sehingga makna yang terkandung dalam video selebrasi gol sepakbola tersebut dapat diketahui.

1.5.3.5 Teori Semiotika Menurut Charles Sanders Peirce (1839-1914)

Pendekatan tanda yang didasarkan pada pandangan seorang filsuf dan pemikir Amerika yang cerdas, Charles Sanders Peirce (1839-1914). Peirce (Berger, 2000 b:14, dalam Sobur, 2006:34-35) menandakan bahwa tanda-tanda berkaitan dengan

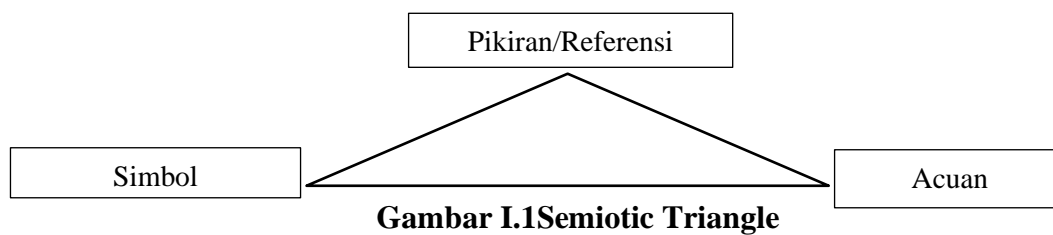
objek-objek yang menyerupainya, keberadaannya memiliki hubungan sebab akibat dengan tanda-tanda atau karena ikatan konvensional dengan tanda-tanda tersebut. Ia menggunakan istilah ikon untuk kesamaannya, indeks untuk hubungan sebab akibat, dan simbol untuk asosiasi konvensional. Charles Sanders Peirce ialah seorang ahli matematika dari AS yang sangat tertarik pada persoalan lambang-lambang. Ia melakukan kajian mengenai semiotika dari perspektif logika dan filsafat dalam upaya melakukan sistematis terhadap pengetahuan. Bagi Peirce (Patteda, 2001:44), tanda “is something which stands to somebody for something in some respect or capacity”. (Sesuatu yang digunakan agar tanda bisa berfungsi, oleh Peirce disebut ground. Mewakili sesuatu bagi seseorang dalam suatu hal atau kapasitas) (Matterlart dan Matterlart, 1998:23). Dari pemaknaan ini dapat dilihat bahwa bagi Peirce, lambang mencakup keberadaan yang luas, termasuk pahatan, gambar, tulisan, ucapan lisan, isyarat bahasa, tubuh, musik, dan lukisan. (Pawito, 2007:157).

Peirce membedakan lambang/tanda menjadi tiga kategori pokok: ikon (icon), indeks (index), dan simbol (symbol). Disini, yang dimaksud dengan ikon adalah *a sign which is determined by its dynamic object by virtue of its own internal nature* (suatu lambang yang di tentukan (cara pemaknaannya) oleh objek yang dinamis karena sifat-sifat internal yang ada atau tanda yang muncul dari perwakilan fisik). Hal-hal, seperti kemiripan, kesesuaian, tiruan, dan kesan-kesan atau citra menjadi kunci untuk memberikan makna-makna terhadap lambang-lambang yang bersifat ikonik. Atau dengan kata lain, ikon adalah hubungan antara tanda dan objek atau acuan yang bersifat kemiripan.

Istilah indeks menunjuk pada lambang/tanda yang cara pemaknaannya lebih ditentukan oleh objek dinamis dengan cara *being in a real relation to it* (keterkaitan yang nyata dengannya atau). Proses pemaknaan lambang-lambang bersifat indeks tidak dapat bersifat langsung, tetapi dengan cara memikirkan serta mengkait-kaitkannya. (Pawito, 2007:159). Indeks adalah tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah antara tanda dan petanda (sebab-akibat) yang bersifat kausal atau hubungan sebab akibat, atau tanda yang langsung mengacu pada kenyataan.

Simbol, dalam konteks semiotika, biasanya dipahami sebagai *a sign which is determined by its dynamic object in the sense that it will be so interpreted* (suatu lambang yang ditentukan oleh objek dinamisnya dalam arti ia harus benar-benar di interpretasi). Dalam hal ini, interpretasi dalam upaya pemaknaan terhadap lambang-lambang simbolik melibatkan unsur dari proses belajar dan tumbuh atau berkembangnya pengalaman serta kesepakatan-kesepakatan dalam masyarakat. (Pawito, 2007:159-160). Jadi, simbol adalah tanda yang menunjukkan hubungan alamiah antara penanda dengan petandanya (tanda yang dari kesepakatan). Hubungan di antaranya bersifat arbitrer atau semena, hubungan berdasarkan konvensi (perjanjian) masyarakat.

Hubungan antara ikon, indeks dan simbol tersebut memiliki sifat konvensional. Hubungan antara simbol, *thought of reference* (pikiran atau referensi) dengan *referent* (acuan) dapat digambarkan melalui bagan *semiotic triangle* berikut ini :



Berdasarkan bagan di atas dapat dijelaskan bahwa pikiran merupakan mediasi antara simbol dan acuan. Atas dasar hasil pemikiran itu pula terbuahkan referensi yang merupakan hasil penggambaran maupun konseptualisasi acuan simbolik. Dengan demikian referensi merupakan gambaran hubungan antara tanda kebahasaan berupa kata-kata maupun kalimat dengan dunia acuan yang membuahkan satuan pengertian tertentu. Simbol berbeda dengan tanda. Tanda berkaitan langsung dengan objek, sedangkan simbol memerlukan proses pemaknaan yang lebih intensif setelah menghubungkan dia dengan objek. Dengan kata lain, simbol lebih substansif daripada tanda. Konsep semiotika yang diajarkan Peirce mengemukakan bahwa pikiran itu timbul dari adanya symbol atau tanda yang terhubung dengan acuan yang ada. Misalnya bangku dalam arti yang sebenarnya merupakan tempat duduk, namun jika dipadukan dengan acuan atau norma tertentu dapat menghasilkan pikiran=kekuasaan.

Peirce mengemukakan teori segitiga makna atau triangle meaning yang terdiri dari tiga elemen utama, yakni tanda (*sign*), *object*, dan *interpretant*.

2.3.5 Pengertian Makna

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana pemaknaan para pemain sepak bola dalam melakukan selebrasi dalam mencetak gol mengenai komunikasi nonverbal saat melakukan selebrasi memasukan bola ke gawang atau mencetak gol. Makna adalah sebuah wahana tanda yaitu cultural yang dipergerakan oleh wahana-wahana tanda yang lainnya serta, dengan begitu, secara semantic mempertunjukkan pula ketidak ketergantungan pada wahana tanda yang sebelumnya. Sedangkan menurut Brown, sebagai kecenderungan (disposisi) total untuk menggunakan atau beraksi terhadap suatu bentuk bahasa ((Sobur, 2006) Makna ada dalam diri manusia . makna tidak terletak pada kata- kata melainkan pada manusia. Kita menggunakan kata-kata untuk mendekati makna yang ingin kita komunikasikan. Tetapi kata-kata ini tidak secara sempurna dan lengkap menggambarkan makna yang kita maksudkan. Demikian pula, makna yang dapat dipendengar dari pesan-pesan kita akan sangat berbeda dengan makna yang ingin kita komunikasikan.

Makna berubah. Kata-kata relatif statis, banyak dari kata-kata yang digunakan sejak 200-300 tahun yang lalu. Tetapi makna dari kata-kata ini terus berubah dan khususnya terjadi dalam dimensi emosional dari makna.

1. Makna membutuhkan acuan. Walaupun tidak semua komunikasi mengacu pada dunia nyata, komunikasi hanya masuk akal bila mana ia mempunyai iktan dengan dunia atau lingkungan eksternal.
2. Penyingkatan yang beerlebihan akan mengubah makna. Berkaitan erat dengan gagasan bahwa makna membutuhkan acuan adalah masalah

komunikasi yang timbul akibat penyingkatan yang berlebihan tanpa mengaitkannya dengan acuan yang konkret dan dapat diamati. Penyingkatan perlu dikaitkan dengan objek, kejadian dalam perilaku dunia nyata.

3. Makna tidak terbatas jumlahnya. Pada suatu saat tertentu, jumlah kata-kata suatu terbatas, tetapi maknanya tidak terbatas. Karena itu, banyak kata mempunyai banyak makna.

4. Makna dikomunikasikan hanya sebagian. Makna yang kita diperoleh dari suatu kejadian (event) bersifat multiaspek dan sangat kompleks, tetapi hanya sebagian saja dari makna-makna ini yang dapat diperjelaskan.

Dalam tinjauan mengenai makna, katsoff, dalam budaya yang berjudul “*Element of pylosopy*” dan diterjemahkan oleh Soejono soemargono, menggunakan bahwa terdapat tiga corak makna yang pokok, yaitu corak pragmatism semantic dan sinteksis. Makna semantik adalah makna yang dikaji melalui hubungan antara tanda tangan objek yang diacu, makna pragmatis adalah makna yang diberikan oleh seseorang terkait dengan apa yang dirasakan atau dialami terhdap suatu hal, mengkaji hubungan bahasa dengan konteks suatu hal. Sedangkan makna sinteksis adalah makna yang terkandung dalam kaa, kalimat atau wacana.

Makna pada dasarnya terbentuk berdasarkan hubungan anatra lambang komunikasi (simbol), akal budi manusia penggunaanya. Ada beberapa pandangan yang menjelaskan teori atau konsep makna. Model proses makna Wendell Johson (Devito,1997 :123-125) menawarrkan sejumlah implikasi bagi komunikasi anatar manusia(Sobur,2006:258)

2.3.6 Pengertian Pesan

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan melalui proses komunikasi (Tasmara, 1987: 7). Sedangkan pesan dalam buku pengantar Ilmu Komunikasi yang ditulis oleh Hafied (2004: 14), bahwa pesan adalah serangkaian isyarat/symbol yang diciptakan oleh seseorang untuk maksud tertentu dengan harapan bahwa penyampaian isyarat/symbol itu akan berhasil dalam menimbulkan sesuatu.

Komunikasi dalam kehidupan manusia terasa sangat penting, karena dengan komunikasi dapat menjembatani segala bentuk ide yang akan disampaikan seseorang. Dalam setiap melakukan komunikasi unsur penting diantaranya adalah pesan, karena pesan disampaikan melalui media yang tepat, bahasa yang di mengerti, kata-kata yang sederhana dan sesuai dengan maksud, serta tujuan pesan itu akan disampaikan dan mudah dicerna oleh komunikan. Adapun pesan itu menurut Onong Effendy, menyatakan bahwa pesan adalah : “suatu komponen dalam proses komunikasi berupa paduan dari pikiran dan perasaan seseorang dengan menggunakan lambang, bahasa/lambang-lambang lainnya disampaikan kepada orang lain”. (Effendy, 1989:224)

Onong Uchjana juga mengatakan dalam bukunya Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek) (2007: 18), pesan dapat diartikan pernyataan yang dihidirkan dalam bentuk lambang/lambang/symbol-simbol yang mempunyai arti. Hal tersebut dapat terbentuk melalui beberapa, unsur diantaranya : a. Verbal simbol diucapkan/tertulis. b. Non verbal simbol disampaikan tertulis dan diucapkan juga

dalam bentuk gerak-gerak garis dan isyarat/ gambar lukisan dan warna. Jadi, pesan merupakan suatu hal yang dijadikan sebagai isyarat dalam kegiatan berkomunikasi, karena dengan suatu pesan hubungan komunikasi seseorang dengan lainnya akan berjalan dengan baik untuk mencapai tujuan yang diinginkan.