

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Pengertian Komunikasi**

Komunikasi merupakan salah satu aktivitas paling mendasar dalam kehidupan manusia. Dalam perspektif ilmu komunikasi, komunikasi dipahami sebagai proses penyampaian pesan dari satu individu kepada individu lainnya, dengan tujuan agar pesan tersebut dipahami secara relatif sama oleh pihak penerima. Pemahaman ini menekankan bahwa komunikasi bukan hanya soal berbicara atau mengirimkan informasi, tetapi juga soal memastikan bahwa makna dari pesan itu dapat diterima dan dimengerti sebagaimana maksud awalnya. Oleh karena itu, komunikasi bukanlah peristiwa satu arah yang sederhana, melainkan proses timbal balik yang menuntut pemahaman bersama antara komunikator dan komunikan (Hariyanto, 2021).

Dalam bukunya (Hariyanto, 2021) menjelaskan bahwa komunikasi adalah kegiatan yang terjadi secara terus-menerus dan tidak pernah berhenti. Komunikasi berlangsung dalam setiap aspek kehidupan manusia, baik secara sadar maupun tidak. Ia terjadi dalam berbagai bentuk dan konteks, mulai dari komunikasi dengan diri sendiri (komunikasi intrapersonal), komunikasi antarpribadi, komunikasi dalam kelompok kecil, komunikasi organisasi, hingga komunikasi massa. Masing-masing bentuk komunikasi tersebut memiliki karakteristik dan dinamika tersendiri, tetapi semuanya berakar pada prinsip yang sama, yaitu adanya pertukaran makna melalui simbol.

Simbol yang digunakan dalam proses komunikasi bisa bermacam-macam bentuknya, mulai dari kata-kata, suara, gambar, ekspresi wajah, gerakan tubuh, hingga berbagai bentuk media visual lainnya. Setiap simbol memiliki makna yang disepakati dan dimengerti oleh pelaku komunikasi dalam suatu konteks tertentu. Oleh karena itu, komunikasi juga erat kaitannya dengan budaya, karena simbol-simbol yang digunakan dalam berkomunikasi sangat bergantung pada nilai, norma, dan pemahaman yang dimiliki bersama oleh masyarakat atau kelompok tertentu.

Dengan demikian, komunikasi dapat dipahami sebagai proses simbolik yang kompleks dan kontekstual. Ia bukan hanya alat untuk menyampaikan pesan,

tetapi juga medium untuk membentuk, mempertahankan, dan mengubah relasi sosial. Komunikasi memungkinkan manusia untuk saling memahami, bekerja sama, memengaruhi satu sama lain, dan berperan dalam kehidupan sosial secara aktif. Maka dari itu, mempelajari komunikasi berarti memahami bagaimana makna dibentuk dan dibagikan di antara manusia sebagai makhluk sosial yang terus berinteraksi.

## 2.2 Teori Komunikasi Massa

Teori Komunikasi Massa merupakan cabang ilmu komunikasi yang berfokus pada bagaimana pesan disampaikan oleh komunikator kepada audiens yang luas melalui berbagai media massa. Media yang digunakan dalam komunikasi massa meliputi media cetak seperti surat kabar dan majalah, media elektronik seperti televisi dan radio, serta media digital yang semakin berkembang seiring dengan kemajuan teknologi. Karakteristik utama komunikasi massa adalah yang sifatnya satu arah, di mana komunikator tidak dapat menerima umpan balik langsung dari audiens, serta jangkauan pesan yang luas dan mencakup masyarakat yang beragam secara sosial, budaya, dan ekonomi (I. P. Hadi et al., 2021).

Dalam komunikasi massa, proses penyampaian pesan tidak terjadi secara spontan, melainkan melalui mekanisme yang telah diatur oleh lembaga media yang bertindak sebagai perantara antara komunikator dan audiens. Proses ini juga melibatkan peran *gatekeeper* yaitu individu atau kelompok yang memiliki wewenang untuk menyaring, mengedit, dan menentukan informasi mana yang layak untuk disampaikan kepada publik. Peran *gatekeeper* ini penting dalam membentuk wacana publik serta menentukan sudut pandang yang akan disampaikan oleh media kepada audiens. Dalam praktiknya, media tidak hanya menyajikan informasi, tetapi juga memiliki kekuatan untuk memengaruhi persepsi masyarakat terhadap suatu isu melalui pemilihan dan pengulangan berita tertentu (Loisa et al., 2019).

Fungsi komunikasi massa dalam masyarakat sangatlah beragam. Media massa tidak hanya berfungsi sebagai penyebar informasi, tetapi juga sebagai alat interpretasi peristiwa, membangun keterhubungan sosial, menyosialisasikan nilai-nilai budaya, serta memberikan hiburan bagi khalayak. Media juga memiliki peran penting dalam membentuk opini publik serta memengaruhi perilaku masyarakat

dalam berbagai aspek kehidupan. Namun, komunikasi massa juga menghadapi berbagai hambatan yang dapat meemengaruhi efektivitas penyampaian pesan. Hambatan tersebut dapat berupa hambatan psikologis, seperti persepsi dan sikap audiens terhadap media, hambatan sosial budaya, yang berkaitan dengan perbedaan norma dan nilai dalam masyarakat, serta hambatan teknis, seperti gangguan sinyal dalam siaran televisi atau kesalahan pencetakan dalam media cetak (I. P. Hadi et al., 2021).

Selain berperan dalam penyebaran informasi, komunikasi massa juga memiliki dampak yang signifikan dalam ranah ekonomi dan politik. Dalam sektor ekonomi, media beroperasi sebagai industri yang menghasilkan informasi sebagai industri yang menghasilkan informasi sebagai produk komersial. Konten media dirancang sedemikian rupa agar menarik perhatian audiens dan mendatangkan keuntungan melalui iklan dan langganan. Di sisi lain, dalam ranah politik, media sering digunakan sebagai alat untuk memengaruhi opini publik dan membangun citra kandidat dalam pemilihan umum. Media juga dapat menjadi sarana bagi pemerintah atau kelompok berkepentingan tertentu untuk mengontrol wacana publik melalui pemberitaan yang telah dikurasi sesuai agenda tertentu (Bahtiar, 2019).

Dengan demikian, komunikasi massa memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan sosial, ekonomi, politik dan masyarakat modern. Tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai alat yang berkontribusi dalam pembentukan opini publik, budaya populer, serta dinamika sosial yang lebih luas. Seiring dengan perkembangan teknologi, teori-teori komunikasi massa terus mengalami adaptasi untuk memahami peran media dalam masyarakat yang semakin kompleks dan terdigitalisasi.

### **2.2.1 Ciri-ciri Komunikasi Massa**

Proses komunikasi massa memiliki kompleksitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan bentuk komunikasi lainnya. Dalam konteks ini, pesan-pesan yang disampaikan melalui media massa sering kali menyulitkan untuk mengidentifikasi siapa yang bertanggung jawab atau siapa yang menjadi pengirim pesan tersebut.

Mengutip jurnal (Kustiawan et al., 2022) salah satu ciri khas dari komunikasi massa adalah kesulitan dalam menentukan pihak yang bertanggung jawab. Selain itu, komunikasi massa juga ditujukan kepada khalayak luas, yang berarti bahwa informasi disampaikan kepada masyarakat umum. Dalam proses ini, komunikator terfokus pada penyampaian pesan, sementara komunikan terlibat dalam aktivitas menerima informasi. Hal ini mengakibatkan komunikasi bersifat satu arah, di mana umpan balik (*feedback*) yang diterima bersifat tertunda atau tidak langsung. Penundaan ini terjadi karena interaksi antara komunikator dan komunikan tidak berlangsung secara tatap muka, sehingga proses pengiriman pesan dapat mengalami keterlambatan.

Informasi yang disampaikan melalui komunikasi massa memiliki potensi untuk menyebar dengan cepat di kalangan masyarakat, berkat kemudahan akses dan penggunaan media komunikasi tersebut. Masyarakat awam dapat dengan cepat menerima informasi yang disajikan oleh media massa. Selain itu, karakteristik lain dari komunikasi massa adalah sifatnya yang serempak. Informasi yang disebarkan dapat diterima secara bersamaan oleh masyarakat luas, karena pengiriman pesan dilakukan dalam satu kali kesempatan dengan tujuan yang umum. Dengan demikian, komunikator tidak perlu mengulangi pengiriman pesan, sehingga informasi dapat tersampaikan dengan cepat dan efisien.

Komunikasi massa cenderung bersifat satu arah. Karena tidak ada interaksi langsung antara komunikator dan komunikan, dialog antara keduanya tidak terjadi. Komunikator fokus pada penyampaian pesan, sementara komunikan terlibat dalam proses penerimaan informasi. Hal ini menegaskan bahwa komunikasi massa memiliki karakteristik umpan balik yang tertunda, di mana proses komunikasi yang tidak tatap muka dapat menyebabkan keterlambatan dalam pengiriman pesan.

### **2.2.2 Unsur-unsur Komunikasi Massa**

Menurut pandangan De Fleur dan Denis, komunikasi massa terdiri atas tujuh elemen utama yang saling terhubung dalam proses penyampaian

pesan (Nazarullah, 2018). Ketujuh elemen ini membentuk struktur dasar dari komunikasi massa secara keseluruhan, antara lain sebagai berikut:

1. Komunikator. Dalam konteks media massa, komunikator merujuk pada pihak yang bertugas menyampaikan informasi kepada publik, misalnya seperti seorang jurnalis.
2. Pesan. Merujuk pada isi atau materi yang disusun oleh media massa berdasarkan cara pandanganya terhadap sebuah isu tertentu.
3. Media. Dalam ranah komunikasi massa, media dipahami sebagai jalur atau sarana fisik yang digunakan untuk menyampaikan pesan, seperti media cetak maupun media elektronik.
4. Komunikan. Merupakan sekelompok individu yang menjadi penerima informasi yang disampaikan melalui media massa.
5. *Gate Keeper*. Berfungsi sebagai penyaring yang menentukan pesan mana yang akan diteruskan kepada audiens dan mana yang tidak disampaikan.
6. Gangguan.
7. Timbal balik.

### 2.2.3 Jenis-jenis Media Massa

Dalam kutipan yang disampaikan oleh (I. P. Hadi et al., 2021), Nurani Soyomukti membagi media massa ke dalam beberapa bentuk, yaitu:

#### a) Media Cetak

Jenis media yang termasuk dalam kategori media cetak meliputi surat kabar dan majalah. Beberapa karakteristik utama dari media cetak adalah sebagai berikut:

1. Mengandalkan simbol visual sebagai unsur utama dalam penyampaian informasi, berupa tulisan, ilustrasi, maupun penggunaan warna untuk memperkuat makna pesan yang disampaikan.

2. Mudah dibawa dan fleksibel, karena bentuk fisiknya memungkinkan untuk dibaca di berbagai tempat dan waktu. Pembaca juga dapat mengakses isi pesan secara berulang sesuai kebutuhan.
3. Menyediakan ruang umpan balik, baik secara verbal seperti melalui kolom surat pembaca atau tanggapan kritik, maupun secara non-verbal yang dapat terlihat dari tingkat penjualan atau jumlah pelanggan.
4. Mengandalkan iklan dan distribusi sebagai sumber pendanaan, baik melalui penjualan eceran di lapangan maupun langganan tetap dari pembaca.
5. Didominasi oleh konten informatif, di mana isi media cetak berfokus pada penyajian fakta, berita, atau pengetahuan kepada masyarakat.
6. Berfungsi sebagai ruang publik alternatif, karena media cetak sering menyediakan rubrik khusus bagi masyarakat untuk menyampaikan gagasan, pendapat, atau terlibat dalam diskusi terhadap isu-isu sosial yang tengah berkembang.
7. Cenderung memiliki tingkat kebebasan yang lebih tinggi terhadap regulasi, terutama dalam sistem pers yang demokratis, di mana kontrol terhadap konten tidak dilakukan secara ketat oleh otoritas pemerintah.
8. Jangkauan pembacanya lebih terkonsentrasi di wilayah urban, karena distribusi dan konsumsi media cetak masih lebih dominan ditemukan di lingkungan perkotaan.

b) Media Audio

Salah satu bentuk utama dari media audio adalah radio. Media ini memiliki sejumlah ciri khas yang membedakannya dari media massa lainnya, di antaranya:

1. Mengandalkan suara sebagai elemen utama dalam penyampaian pesan, di mana informasi disampaikan melalui gelombang audio tanpa visualisasi, sehingga kekuatan pesannya sangat bergantung pada nada, intonasi, dan isi narasi yang disampaikan.
2. Bersifat portable, dalam arti dapat dibawa dan dinikmati di berbagai tempat, meskipun tingkat fleksibilitasnya tidak setinggi media cetak yang bisa diakses kapan saja tanpa batas waktu siaran.
3. Tidak dapat diakses kembali secara langsung, karena isi siaran hanya bisa didengar satu kali saat dipancarkan secara langsung, kecuali rekaman dari siaran tersebut disimpan dan diputar ulang secara khusus.
4. Penyampaian pesannya bersifat simultan, di mana informasi atau siaran yang disampaikan bisa langsung diterima oleh banyak pendengar dalam waktu yang bersamaan, misalnya dalam bentuk laporan langsung atau siaran waktu nyata.
5. Tetap memungkinkan adanya umpan balik, baik secara verbal melalui interaksi langsung seperti panggilan telepon pendengar ke stasiun radio, maupun secara non-verbal seperti perubahan perilaku audiens atau partisipasi mereka terhadap konten siaran.
6. Sumber pendanaannya Sebagian besar dari iklan, bukan dari hasil penjualan seperti media cetak, sehingga keberlangsungan siaran sangat bergantung pada dukungan komersial dari sponsor atau pengiklan.

c) Media Audio Visual

Televisi dan film merupakan contoh utama dari media audio visual. Media jenis ini memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dari media cetak maupun media audio. Beberapa ciri utama dari media audio visual meliputi:

1. Menggabungkan berbagai elemen komunikasi, seperti suara, teks lisan, gambar, warna dan gerakan visual. Penyampaian pesan dalam media ini bersifat multi-indrawi karena melibatkan baik aspek audio maupun visual secara bersamaan.
2. Tidak bersifat portable, artinya perangkat untuk mengakses konten tidak bisa dibawa dengan mudah ke berbagai tempat. Akses terhadap pesan hanya bisa dilakukan di lokasi tertentu yang telah memiliki perangkat pemutar atau layar penayangan.
3. Pesan yang ditampilkan berlangsung singkat dan tidak bisa diakses ulang secara langsung, karena isi tayangan bersifat sementara dan cepat berlalu. Penonton hanya memiliki satu kesempatan untuk menangkap informasi, kecuali tersedia versi rekamannya.
4. Penyebaran pesan dilakukan secara serempak, di mana informasi yang disiarkan dapat langsung diterima oleh banyak individu pada waktu yang sama, seperti dalam siaran langsung atau program televisi terjadwal.
5. Tetap memungkinkan terjadinya umpan balik, baik dalam bentuk tanggapan verbal seperti panggilan pemirsa atau komentar, maupun bentuk non-verbal seperti perubahan sikap dan respons sosial dari audiens terhadap isi tayangan.
6. Sumber pembiayaan industri media audio visual berasal dari beragam saluran, antara lain iklan

komersial, iuran dari pelanggan, serta dukungan atau subsidi yang diberikan oleh pemerintah.

7. Media ini dikategorikan sebagai media yang diatur secara ketat, karena sifatnya yang sangat publik dan berpengaruh terhadap opini masyarakat, sehingga keberadaannya diawasi melalui regulasi formal untuk menjamin akurasi dan kepatuhan terhadap norma.
8. Menyediakan berbagai jenis konten, mulai dari program berita, hiburan, pendidikan, hingga tayangan informatif lainnya. Keragaman isi ini membuat media audio visual berperan penting dalam membentuk opini publik dan budaya populer.

### **2.3 Musik Video Sebagai Komunikasi Massa**

Musik video dalam konteks kontemporer umumnya dimanfaatkan sebagai sarana promosi untuk memperkenalkan album rekaman kepada publik. Sebuah musik video merupakan rangkaian visual yang terdiri atas gambar-gambar yang disusun secara berurutan, baik dengan sentuhan efek visual maupun tidak, yang diselaraskan dengan irama, lirik, instrument, serta penampilan dari penyanyi atau grup musik yang membawakan lagu tersebut. Tujuan utama dari penyajian ini adalah agar lagu dapat diperkenalkan secara lebih luas kepada publik, sehingga mendorong keterikatan untuk membeli produk fisik seperti CD, DVD, atau format rekaman lainnya.

Sejak hadirnya MTV pada awal 1980-an yakni saluran televisi yang secara khusus menghadirkan musik video, fungsi musik video mulai mengalami perluasan. Ia bukan lagi sekedar pelengkap, melainkan berubah menjadi alat utama dalam praktik promosi industri musik. Dalam banyak kasus, daya tarik visual dari musik video bahkan dapat melampaui ketertarikan terhadap lagunya sendiri. Saat ini, audiens tidak hanya menikmati musik sebagai pengalaman auditori semata, tetapi juga mencari kekuatan visual yang memperkuat keterhubungan emosional mereka terhadap sebuah karya.

Sebagai bentuk dari media massa, musik video memainkan peran penting dalam menyampaikan pesan, memberikan edukasi, dan menyediakan hiburan. Karakter audiovisual dari media ini membuatnya efektif dalam membangkitkan emosi melalui gabungan antara suara, kata, dan gambar. Seiring meningkatnya permintaan pasar, banyak rumah produksi bermunculan dengan fokus pada pembuatan musik video tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga kuat secara naratif. Di sisi lain, muncul pula kreator-creator independen yang mampu menghasilkan karya visual pendek yang inovatif meskipun dengan sumber daya yang terbatas (Wibowo, 2024).

Layaknya bahasa lisan yang digunakan untuk mengekspresikan ide, fakta, maupun emosi dalam kehidupan sehari-hari, musik video mengandalkan bahasa visual untuk menyampaikan maknanya. Visual dalam musik video mampu memperlihatkan pesan secara langsung dan memperjelas interpretasi audiens terhadap apa yang ingin disampaikan oleh lagu tersebut. Dalam satu rangkaian naratif visual, musik video menghadirkan pesan yang tidak hanya terdengar, tetapi juga dapat dilihat dan dirasakan secara utuh oleh penontonnya.

#### **2.4 Pengertian Pesan**

Pesan adalah informasi yang ingin disampaikan oleh pengirim kepada penerima dalam suatu proses komunikasi. Dalam teori komunikasi, pesan dianggap sebagai inti dari setiap komunikasi, karena pesanlah yang membawa informasi yang akan dipahami atau diterima oleh audiens. Pesan bisa berbentuk verbal atau non-verbal, yang mencakup kata-kata, gambar, atau tindakan. Pesan bisa sederhana atau kompleks, tergantung pada konteks dan tujuan komunikasi yang diinginkan (Pramuditya & Fretes, 2021).

Menurut model komunikasi yang dikemukakan oleh Shannon dan Weaver (1949), pesan adalah elemen yang dikirimkan melalui saluran komunikasi untuk mencapai penerima (Ghani et al., 2024). Dalam model ini, pesan dimulai dari sumber (pengirim), yang kemudian disampaikan melalui suatu saluran, dan diterima oleh penerima yang akan menginterpretasikan pesan tersebut. Saluran komunikasi dapat berupa berbagai media seperti lisan, tulisan, atau teknologi digital, yang mempengaruhi bagaimana pesan diterima dan dipahami. Oleh karena

itu, penting untuk memilih saluran yang tepat agar pesan dapat disampaikan secara efektif.

Pesan dalam komunikasi dapat berupa berbagai bentuk, mulai dari informasi langsung hingga pesan yang lebih tersirat atau simbolis. Pesan langsung adalah pesan yang jelas dan mudah dimengerti, seperti instruksi atau pemberitahuan (Limbong, 2021). Sementara itu, pesan tersirat atau simbolis lebih sulit untuk dipahami secara langsung dan sering kali digunakan untuk membangun citra atau menggugah emosi audiens tanpa memberikan informasi secara eksplisit.

Pesan dalam komunikasi juga dapat dilihat dari perspektif pragmatik, yaitu bagaimana pesan disampaikan dan diterima dalam konteks sosial. Sebagai contoh, dalam percakapan sehari-hari, pesan tidak hanya terdiri dari kata-kata yang diucapkan, tetapi juga dari konteks, intonasi, dan ekspresi wajah yang digunakan untuk memberikan makna lebih. Pesan ini bisa jadi berbeda ketika diungkapkan dalam situasi formal atau informal, yang mengharuskan penyesuaian terhadap norma sosial dan hubungan antara pengirim dan penerima pesan.

Pesan dalam komunikasi dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal seperti budaya, latar belakang pendidikan, dan pengalaman hidup individu. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman terhadap pesan sangat bergantung pada interpretasi penerima. Sebagai contoh, sebuah kata atau frase mungkin memiliki makna yang berbeda tergantung pada budaya dan bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, komunikasi yang efektif membutuhkan pemahaman tentang latar belakang dan konteks penerima pesan, agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan benar.

Komunikasi simbolik dan non-verbal memainkan peran penting dalam membentuk pesan yang lebih mendalam. Dalam komunikasi visual atau seni, pesan tidak hanya disampaikan melalui kata-kata, tetapi juga melalui simbol, gambar, dan bentuk. Sebagai contoh, dalam seni lukis, pesan yang terkandung dalam sebuah karya seni bisa mengungkapkan kritik sosial atau perasaan emosional yang mendalam tanpa perlu adanya penjelasan verbal. Ini menegaskan bahwa pesan tidak selalu bersifat langsung, tetapi dapat ditransmisikan melalui berbagai medium simbolis (Syahid et al., 2023).

Pesan adalah inti dari proses komunikasi yang membawa informasi dari pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan berbagai cara dalam berbagai bentuk, tergantung pada konteks, tujuan, dan media yang digunakan. Dengan memahami bagaimana pesan disampaikan dan dipahami, kita dapat meningkatkan efektivitas komunikasi dalam berbagai aspek kehidupan, baik dalam komunikasi sehari-hari maupun dalam konteks profesional.

## 2.5 Teori Representasi

Teori representasi yang dikembangkan oleh Stuart Hall merupakan salah satu fondasi utama dalam kajian media dan budaya. Hall memandang representasi bukan sekadar sebagai proses pencerminan realitas, melainkan sebagai cara untuk membangun dan membentuk makna melalui sistem tanda dan bahasa. Artinya, representasi tidak hanya menggambarkan apa yang ada, tetapi juga secara aktif menciptakan makna yang memengaruhi cara masyarakat memahami dunia di sekitarnya. Dalam perspektif Hall, media memiliki peran sentral dalam proses ini karena produk media selalu dihasilkan dalam konteks sosial, budaya, dan politik tertentu, yang menjadikannya tidak pernah netral (Hall, 1997).

Menurut Hall, makna tidak bersifat tetap atau melekat secara langsung pada suatu objek atau peristiwa. Makna tersebut dikonstruksi melalui sistem representasi yang mencakup dua komponen utama, yakni konsep mental dan bahasa. Konsep mental memungkinkan individu untuk memahami dan mengorganisasi pengalaman terhadap dunia, sementara bahasa menjadi alat yang merepresentasikan konsep-konsep tersebut kepada orang lain. Oleh karena itu, makna terbentuk melalui proses negosiasi yang berlangsung dalam interaksi sosial, dan dapat berubah tergantung konteks serta kekuatan yang mendominasi (Hall, 1997). Representasi bekerja melalui dua sistem: pertama, sistem konseptual dalam pikiran manusia; dan kedua, sistem linguistik atau simbolik sebagai media untuk menyampaikan makna tersebut.

Makna yang dihasilkan dalam media bukan merupakan refleksi murni dari realitas, melainkan hasil konstruksi sosial yang dipengaruhi oleh relasi kekuasaan dan ideologi. Dalam konteks ini, media berperan aktif dalam mempertahankan atau menantang pemaknaan yang sudah ada. Representasi dalam media dapat

memperkuat stereotip atau sebaliknya membongkar konstruksi makna dominan melalui penyajian narasi alternatif.

Dalam konteks media digital, teori representasi juga sangat relevan untuk memahami bagaimana isu-isu kontemporer seperti literasi digital, penyebaran hoaks, dan ujaran kebencian dikonstruksi. Representasi terhadap fenomena tersebut akan memengaruhi persepsi publik dan membentuk pemahaman kolektif masyarakat. Representasi tidak hanya menyajikan gambaran realitas, tetapi juga membentuk cara berpikir, merasa, dan bertindak masyarakat terhadap isu-isu yang diangkat.

## 2.6 Semiotika Roland Barthes

Roland Barthes merupakan salah satu pemikir terkemuka dalam kajian budaya dan komunikasi yang dikenal luas melalui kontribusinya dalam pengembangan teori semiotika. Dalam pendekatannya, Barthes menyoroti bagaimana tanda-tanda dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam konteks budaya populer, mengandung makna yang tidak selalu tampak di permukaan. Karya utamanya *Mythologies* (1957) menjadi landasan penting dalam memahami bagaimana simbol-simbol dalam iklan, film, dan produk budaya lainnya bekerja tidak hanya sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai alat ideologis yang memengaruhi cara masyarakat berpikir dan bertindak (Riwu & Pujiati, 2018).

Barthes membedakan dua lapisan utama dalam proses penandaan, yaitu denotasi dan konotasi. Denotasi merujuk pada makna literal atau langsung dari suatu tanda, sedangkan konotasi berkaitan dengan makna tambahan yang muncul melalui asosiasi sosial dan budaya. Misalnya, gambar seekor singa dalam suatu teks bisa memiliki makna denotatif sebagai hewan, namun secara konotatif ia bisa melambangkan keberanian, kekuasaan, atau kepemimpinan. Melalui pembacaan yang kritis terhadap lapisan konotatif inilah Barthes mengungkap bagaimana tanda-tanda sering kali dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan ideologis yang tersembunyi.

Lebih jauh, Barthes memperkenalkan konsep mitos dalam semiotika. Mitos, menurutnya, bukan sekadar cerita tradisional, tetapi cara di mana budaya membentuk dan menyebarkan makna melalui tanda-tanda. Dalam pandangan ini, mitos bekerja untuk menjadikan makna tertentu tampak alami dan tidak

dipertanyakan, padahal makna tersebut sesungguhnya dibentuk secara ideologis. Mitos digunakan oleh media untuk mengukuhkan nilai-nilai dominan dan menopang struktur kekuasaan yang berlaku (Kusuma & Nurhayati, 2019).

Salah satu kerangka teoritis Barthes yang paling dikenal adalah struktur sistem tanda dua tingkat, yaitu tingkat denotatif dan tingkat konotatif, yang kemudian berkembang menjadi sistem mitologis. Pada tahap pertama, Barthes mengadopsi konsep dari Saussure tentang *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda), yang bersama-sama membentuk *sign* (tanda). Namun, Barthes kemudian memperluas model ini dengan menunjukkan bahwa tanda denotatif dapat menjadi penanda baru pada level konotatif. Hubungan ini membentuk struktur yang lebih kompleks dan sarat akan makna simbolik.

Untuk memperjelas bagaimana sistem tanda ini bekerja, berikut disajikan bagan sistem tanda Roland Barthes sebagaimana dirangkum oleh (Sobur, 2003):

1. Signifier (Penanda)	2. Signified (Petanda)
3. Denotative Denotatif)	Sign (Tanda)
4. Conotative Signifier (Penanda Konotatif)	5. Conotative Signified (Petanda Konotatif)
Conotative Sign (Tanda Konotatif)	

Tabel 2.1 Tanda Roland Barthes dikutip dari (Sobur, 2003)

Struktur ini menunjukkan bahwa makna dalam komunikasi tidak pernah benar-benar netral. Setiap tanda membawa makna yang bisa dibaca secara literal dan simbolik, tergantung pada konteks budaya dan sosial yang melingkupinya. Dalam proses inilah mitos bekerja, ia menyamarkan konstruksi budaya sebagai sesuatu yang terlihat alami dan tidak terbantahkan. Dengan demikian, representasi yang munsul dalam media bukan hanya menunjukkan realitas, tetapi juga membentuknya.

Lebih lanjut, Barthes menjelaskan bahwa tand-tanda tidak berdiri sendiri, melainkan membentuk suatu sistem yang saling berkaitan. Dalam *Elements of Semiology* (1964), ia menyebut bahwa tanda memperoleh maknanya melalui hubungannya dengan tanda-tanda lain dalam sistem tersebut (Barthes, 1967). Ini

berarti bahwa interpretasi terhadap sebuah tanda selalu bergantung pada konteks dan relasi sosial-budaya yang membentuk pemahaman kolektif masyarakat terhadap tanda tersebut.

Salah satu aspek penting dari pendekatan Barthes adalah pengakuannya terhadap peran aktif pembaca atau audiens. Barthes menolak pandangan bahwa makna bersifat mutlak dan hanya ditentukan oleh pembuat tanda. Sebaliknya, ia menandakan bahwa pembaca turut andil dalam membentuk makna melalui interpretasi yang dipengaruhi oleh pengalaman, latar sosial, serta nilai-nilai budaya yang dimilikinya (Al Fiatur Rohmaniah, 2021). Oleh karena itu, dalam konteks budaya populer seperti musik video, iklan, atau media sosial, pembacaan terhadap tanda menjadi suatu proses negosiasi yang dinamis dan terbuka.

Dengan kerangka pemikiran tersebut, teori semiotika Roland Barthes memberikan landasan kritis yang kuat dalam memahami bagaimana makna dikonstruksi dan dikomunikasikan melalui tanda. Pendekatannya membuka ruang bagi analisis yang lebih dalam terhadap bagaimana media dan budaya populer membentuk persepsi, memperkuat ideologi, dan mengarahkan cara pandang masyarakat terhadap realitas sosial. Dalam konteks penelitian ini, teori Barthes digunakan sebagai alat untuk menelusuri bagaimana pesan-pesan visual dalam musik video tidak hanya menampilkan estetika, tetapi juga menyiratkan nilai, kekuasaan, dan ideologi yang sedang bekerja di baliknya.

## **2.7 Krisis Kesadaran Digital Dalam Media Sosial**

Perkembangan era digital khususnya pada media sosial, berdampak besar bagi masyarakat. Media sosial menjadi sebuah ruang atau wadah bagi setiap individu dalam menyampaikan sebuah pesan maupun berekspresi dalam menerima sebuah pesan. Namun dengan adanya sebuah kebebasan tersebut membawa sebuah tantangan baru bagi setiap individu maupun masyarakat di media sosial. Dalam hal tersebut disebabkan dengan adanya sebuah ruang atau wadah yang luas sehingga membuat setiap individu menghiraukan atau melewatkan nilai – nilai norma pada lingkungan sosial digital. Dengan adanya sikap tersebut, menimbulkan sikap komunikasi yang cenderung negative atau agresif dalam menanggapi sebuah pesan

yang diterima. Kemudian dampak dari sikap negatif pada individu, menyebabkan terciptanya sebuah ruang konflik pada media sosial.

Terjadinya sebuah ruang konflik di media sosial, disebabkan oleh hilangnya nilai – nilai pada setiap individu dalam menggunakan media sosial. Seperti yang dijelaskan oleh Fahrimal (2018), terjadinya ruang konflik disebabkan bila individu atau pengguna media sosial tidak memahami dan menerapkan sebuah prinsip etika pada media sosial (Fahrimal, 2018). Pada pengertian etika, sederhananya adalah sebagai sebuah aturan yang mengartikan baik dan buruknya sebuah tindakan yang dalam kehidupan sosialnya. Menurut Cappuro (2008), etika merupakan sebuah proses asosiatif diri, atau sebuah proses pencarian tanpa akhir dengan menggunakan aturan moral baik secara eksplisit maupun implisit (Cappuro, 2008). Dari penjelasan tersebut, penyebab dari adanya ruang konflik pada media sosial, disebabkan oleh adanya ketidakpedulian masyarakat di lingkungan media sosial. Pada lingkungan media sosial terdapat sebuah tata cara dan aturan atau nilai – nilai disebut *netiquette*. Pengertian dari *netiquette* merupakan sebuah atauran atau tata cara dalam menggunakan media internet sebagai alat menyampaikan sebuah pesan atau berkomunikasi dalam sistem internet (Tedre, Kamppuri, & Kommers, 2006). Sama dengan kehidupan sosial di dunia nyata, *netiquette* bertujuan untuk menciptakan sebuah lingkungan sosial di media internet yang tentram, damai, dan nyaman melalui sebuah aturan yang berlaku. Aturan yang tercipta pada lingkungan internet beberapa tidak tertulis, namun dapat tumbuh dan sesuai budaya yang berlaku pada lingkungan sosial tersebut.

Namun aturan – aturan tersebut sering diabaikan oleh masyarakat khususnya generasi muda. Hal tersebut disebabkan ruang kebebasan ekspresi yang luas yang tercipta pada lingkungan media sosial, sehingga menimbulkan kondisi atau ruang konflik. Berkaitan dengan ruang kebebasan menurut Ihsan dan Febriyanti, kebebasan sering disalah artikan sebagai justifikasi untuk menyampaikan sebuah pesan negatif dalam media sosial (Ihsani & Febriyanti, 2021). Dari beberapa penjelasan tersebut, terdapat sebuah tantangan besar dari dampak kemajuan sebuah media sosial, yaitu tentang literasi digital. Dengan adanya sebuah fenomena krisis kesadaran digital, dapat mencerminkan bagaimana kualitas interaksi masyarakat dalam menggunakan media sosial. Seperti yang dijelaskan oleh Ulfa *et al.* (2024),

Ketidaktahuan dan ketidakpedulian terhadap nilai atau aturan dapat memicu peningkatan perilaku verbal agresif media sosial (Ulfa, Jayus, Sofiana, & Febriani, 2024). Oleh karena itu dalam menanamkan sebuah pemahaman secara merata terhadap masyarakat digital, diperlukan sebuah literasi digital baik tertulis maupun tak tertulis untuk membantu krisis kesadaran digital.

## **2.8 Kampanye, Literasi dan Masyarakat Digital**

Kementerian Komunikasi dan Informatik Republik Indonesia (Kominfo) merupakan Lembaga negara yang memiliki tanggung jawab dalam pengelolaan sektor komunikasi dan informatika. Dalam menghadapi tantangan informasi yang semakin kompleks, khususnya maraknya penyebaran hoaks dan konten negative di ruang digital, Kominfo menetapkan literasi digital sebagai salah satu program prioritas nasional. Hal ini sebagaimana ditegaskan dalam Siaran Pers No. 181/HM/KOMINFO/08/2018, di mana literasi digital dijadikan strategi utama dalam mempersiapkan sumber daya manusia Indonesia agar mampu bersaing di tengah arus transformasi digital (Gunawan et al., 2023).

Program literasi digital yang dirancang oleh Kominfo berfungsi sebagai sarana edukasi publik dengan pendekatan kolaboratif. Dalam pelaksanaannya, Kominfo Menyusun berbagai kebijakan serta menjalin kemitraan dengan sejumlah pihak, bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengenali dan menangkal konten berbahaya di dunia maya. Hal ini menjadi penting mengingat masyarakat kini dihadapkan pada berbagai bentuk ancaman digital, seperti hoaks, perunduan siber (*cyberbullying*), ujaran kebencian, kejahatan siber, penyebaran radikalisme daring, serta konten bermuatan pornografi. Penguatan literasi digital menjadi kunci dalam membekali masyarakat agar dapat menggunakan ruang digital secara aman, bijak, dan bertanggung jawab.

Program literasi digital yang diusung juga mencakup peningkatan kualitas sumber daya manusia serta pemanfaatan teknologi digital dalam penyaringan dan penanggulangan konten negatif. Tujuan utama dari upaya ini adalah membentuk kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap penggunaan internet yang sehat. Pemerintah berharap, melalui penguatan literasi digital, dapat tercipta generasi yang tidak hanya melek teknologi, tetapi juga memiliki kepekaan etis dan sosial memanfaatkan media digital untuk kehidupan sehari-hari (Gunawan et al., 2023).

Secara konseptual, literasi tidak hanya berkaitan dengan kemampuan membaca dan menulis secara konvensional, tetapi juga mencakup aspek mendengarkan, berbicara, serta kemampuan berpikir kritis dalam mengelola informasi dari berbagai sumber, baik cetak, visual, maupun digital (Rohim & Rahmawati, 2020; Widiyanti, 2019). Literasi digital menjadi bagian dari perkembangan ini, yakni sebagai kemampuan individu dalam mengakses, mengevaluasi, memanfaatkan, memproduksi, dan menyebarkan informasi melalui media digital dengan kecakapan kognitif dan teknis yang memadai (Nasrullah, 2018).

Pandemi Covid-19 menjadi momentum yang menyadarkan semua pihak, termasuk pemerintah, akan pentingnya penguasaan literasi digital dalam berbagai aspek kehidupan. Aktivitas masyarakat, mulai dari pendidikan, pekerjaan, hingga layanan publik, beralih secara massif ke platform digital. Kondisi ini mendorong pemerintah untuk segera mengakselerasi peluncuran program literasi digital sebagai bentuk adaptasi dan mitigasi terhadap risiko penyalahgunaan teknologi di tengah krisis global.

Dalam konteks media sosial, literasi digital menjadi semakin penting. Media sosial memang membuka ruang bagi kebebasan berpendapat dan memperluas akses komunikasi. Namun, di sisi lain, kebebasan ini juga menghadirkan tantangan serius seperti penyebaran informasi palsu, polarisasi sosial, dan konflik yang disebabkan oleh misinformasi. Oleh karena itu, kemampuan untuk menyaring, memahami, dan mengevaluasi informasi menjadi sangat penting dalam menciptakan ekosistem digital yang sehat (Sari et al., 2021).

Di era digital saat ini, literasi digital tidak lagi menjadi pilihan, melainkan kebutuhan dasar bagi setiap individu untuk dapat berpartisipasi secara aktif dan bertanggung jawab dalam masyarakat. Kemampuan untuk menggunakan teknologi digital harus disertai dengan pemahaman yang kritis terhadap informasi yang dikonsumsi. Literasi digital tidak hanya mengajarkan keterampilan teknis, tetapi juga membentuk pola pikir yang reflektif, analitis, dan etis (Maulana, 2015).

Namun demikian, tantangan dalam mewujudkan masyarakat digital yang ideal masih cukup besar. Meskipun akses terhadap teknologi semakin luas, belum semua individu memiliki pemahaman yang memadai mengenai dampak sosial dari penggunaannya. Kurangnya literasi digital dapat menyebabkan penyalahgunaan

media sosial, seperti penyebaran hoaks, pelanggaran privasi, dan tindak perundungan secara daring. Oleh karena itu, penggunaan teknologi digital yang bertanggung jawab memerlukan edukasi yang berkelanjutan (Turnip & Siahaan, 2021).

Masyarakat digital sendiri merupakan kelompok sosial yang kehidupannya tidak terlepas dari penggunaan teknologi digital dalam aktivitas sehari-hari. Mulai dari kegiatan produksi, distribusi, hingga konsumsi informasi dan layanan, semua dilakukan secara elektronik dan tanpa kertas. Keberadaan masyarakat digital merupakan hasil dari proses digitalisasi yang meresap ke hampir seluruh aspek kehidupan (Budiarto et al., 2024). Masyarakat ini merupakan perpaduan antara dunia fisik dan ruang virtual, yang mengubah cara manusia berpikir, berinteraksi, dan menjalani rutinitasnya. Meski demikian, transformasi ini tidak bebas dari hambatan. Ketimpangan akses terhadap teknologi, rendahnya literasi digital, serta pergeseran nilai sosial menjadi tantangan yang harus diatasi secara bersama-sama (Syafika et al., 2025).

Menyikapi hal tersebut, penting bagi setiap individu untuk menyadari bahwa literasi digital merupakan fondasi utama dalam menciptakan ruang digital yang sehat dan produktif. Peningkatan literasi digital harus dilakukan melalui berbagai pendekatan, baik melalui Pendidikan formal, kampanye publik, maupun inisiatif komunitas. Dengan demikian, masyarakat akan lebih siap menghadapi tantangan era digital dan mampu menggunakan teknologi untuk mendorong perubahan sosial yang positif.

## 2.9 Penelitian Terdahulu

No.	Kriteria	Penelitian 1	Penelitian 2	Penelitian 3
1.	Nama Peneliti	Kusuma, P. K. N., & Nurhayati, I. K.	Rohim, C. D., & Rahmawati, S.	Gunawan, M., Dewi, R., & Robiah, M.
2.	Judul	Analisis Semiotika Roland Barthes	Peran Literasi dalam Meningkatkan	Kampanye Literasi Digital dalam

		pada Ritual Otonan di Bali	Minat Baca Siswa di Sekolah Dasar	Menjalankan Peran Humas di Kementerian Kominfo
3.	Sumber	<a href="https://www.researchgate.net/publication/334052423_ANALISIS_SEMIOTIKA_ROLAND_BARTHES_PADA_RITUAL_OTONAN_DI_BALI">https://www.researchgate.net/publication/334052423_ANALISIS_SEMIOTIKA_ROLAND_BARTHES_PADA_RITUAL_OTONAN_DI_BALI</a>	<a href="https://journal.unesa.ac.id/index.php/article/view/10412">https://journal.unesa.ac.id/index.php/article/view/10412</a>	<a href="https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/interaksi/article/view/27955">https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/interaksi/article/view/27955</a>
4.	Hasil	Penelitian ini membedah makna-makna simbolik yang terdapat dalam ritual otonan di Bali dengan pendekatan semiotika Roland Barthes. Simbol-simbol seperti sesajen, busana, dan gestur dianalisis dalam tiga tingkat makna: denotatif, konotatif, dan mitos.	Studi ini menunjukkan bahwa program literasi yang diterapkan secara intensif di sekolah dasar dapat meningkatkan minat baca siswa. Keterlibatan guru dan strategi pembiasaan menjadi kunci keberhasilan.	Penelitian ini menjelaskan bagaimana Kementerian Kominfo melalui fungsi humas menjalankan kampanye literasi digital untuk menekan penyebaran hoaks dan meningkatkan kesadaran digital publik.

5.	<b>Persamaan</b>	Sama-sama menggunakan teori semiotika Roland Barthes untuk menganalisis makna di balik simbol, serta berfokus pada konstruksi makna budaya melalui tanda.	Sama-sama mengangkat pentingnya literasi sebagai fondasi dalam membangun kesadaran berpikir dan bertindak secara kritis, meskipun dalam konteks usia dan media yang berbeda.	Sama-sama membahas kampanye literasi digital yang diinisiasi oleh Kementerian Kominfo, serta berusaha memahami bagaimana pesan literasi disampaikan kepada masyarakat.
6.	<b>Perbedaan</b>	Penelitian Kusuma dan Nurhayati menelaah praktik budaya tradisional, sementara penelitian ini fokus pada visual media populer (musik video) dalam konteks digital dan literasi generasi muda.	Fokus penelitian Rohim dan Rahmawati adalah literasi baca-tulis pada siswa sekolah dasar, sedangkan penelitian ini membahas literasi digital yang direpresentasikan secara simbolik melalui media visual.	Gunawan dkk. fokus pada strategi institusi dan fungsi kehumasan dalam menyampaikan pesan secara langsung, sedangkan penelitian ini menelaah representasi pesan tersebut dalam bentuk simbol visual pada musik video.

*Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu*