

## **BAB II**

### **TINJAUAN TEORI**

#### **A. Tinjauan Pustaka**

Berdasarkan hasil penelusuran terhadap analisis iklan sebagai Media Penyampaian Informasi dalam mengatasi penyebaran covid-19 ada beberapa penelitian yang membahas masalah analisis iklan sebagai Media Penyampaian Informasi. adapun paparannya sebagai berikut :

*Pertama*, Penelitian yang dilakukan oleh Sopianah pada tahun 2009, yang berjudul *Analisis Semiotika terhadap iklan susu bendera edisi bulan Ramadhan 1430 H di Televisi*. Penelitian ini membahas tentang penelitian model Roland Barthes yang lebih memfokuskan penelitiannya pada iklan di media cetak seperti majalah. Pada skripsi Sopianah ini membahas tentang makna denotasi, konotasi dan mitos yang terdapat dalam iklan serta pesan yang terkandung dalam iklan susu bendera edisi Ramadhan 1430 H di televisi. Hasil dari penelitian ini membahas tentang makna denotasi, konotasi dan mitos yang terdapat dalam iklan serta pesan yang terkandung dalam iklan susu bendera edisi Ramadhan 1430 H di televisi. Adapun perbedaan dalam penelitian ini yaitu penulis lebih memfokuskan penelitian pada iklan layanan masyarakat tentang Covid-19

sedangkan penelitian yang dilakukan saudari Sopianah lebih fokus pada iklan “ susu bendera “. <sup>1</sup>

*Kedua*, Penelitian yang dilakukan oleh Permatasari pada tahun 2008 Tentang *Analisis Semiotika terhadap Citra Perempuan di Rubrik “ Liputan Malam “ Majalah Populer Edisi Januari-Maret 2008* , Penelitian ini membahas tentang artikel tentang citra perempuan di majalah edisi januari-maret 2008. Hasil dari penelitian ini adalah membahas tentang makna denotasi dengan menganalisis artikel edisi januari-maret serta mitos dengan menganalisis majalah edisi januari-maret majalah populer. Adapun perbedaan dalam penelitian ini yaitu penulis lebih memfokuskan penelitian pada iklan layanan masyarakat tentang covid-19 sedangkan penelitian yang dilakukan saudari Permatasari lebih fokus pada iklan media cetak seperti majalah. <sup>2</sup>

*Ketiga*, Penelitian yang dilakukan oleh Firdaus pada tahun 2011 mengenai *Analisis Semiotika terhadap iklan Citra Sakura Fair UV dan makna kecantikan dalam iklan*. Penelitian ini membahas tentang pertanda kecantikan yang ada dalam iklan citra sakura fair uv, dan hasil dari penelitian ini adalah membahas tentang makna denotasi dan konotasi dalam iklan citra sakura fair uv.

---

<sup>1</sup> Siti sopianah, *Analisis Semiotika terhadap iklan susu bendera edisi bulan Ramadhan 1430 H di Televisi* , ( Surabaya : Perpustakaan UIN Sunan Ampel, 2009 ), h. 17

<sup>2</sup> Pipit Permatasari , *Analisis Semiotika terhadap Citra Perempuan di Rubrik “ Liputan Malam “ Majalah Populer Edisi Januari-Maret 2008*, ( Yogyakarta : Perpustakaan UIN Syarif Hidayatullah, 2017 ), h. 20

Adapun perbedaan dalam penelitian ini yaitu penulis lebih memfokuskan penelitian pada iklan layanan masyarakat tentang covid-19 sedangkan penelitian yang dilakukan saudara Firdaus lebih fokus pada iklan “ citra sakura fair uv “. <sup>3</sup>

## **B. Kerangka Teori**

### **1. Analisis Semiotik**

#### **a. Pengertian Analisis**

Kata analisis diadaptasi dari bahasa Inggris “*analysis*” yang secara etimologis berasal dari bahasa Yunani kuno *Analusis*. Kata *Analusis* terdiri dari dua suku kata, yaitu *ana* yang artinya kembali, dan *luein* yang artinya melepas atau mengurai. Bila digabungkan maka kata tersebut memiliki arti menguraikan kembali. Menurut asal katanya tersebut, analisis adalah proses memecah topik atau substansi yang kompleks menjadi bagian-bagian yang lebih kecil untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik. Jadi secara umum, pengertian analisis adalah aktivitas yang terdiri dari serangkaian kegiatan seperti mengurai, membedakan, dan memilah sesuatu untuk dikelompokkan kembali

---

<sup>3</sup> Moch. Chalid Firdaus, *Analisis Semiotika terhadap iklan Citra Sakura Fair UV dan makna kecantikan dalam iklan* ( Yogyakarta : Perpustakaan UIN Syarif Hidayatullah, 2018 ), h. 16

Menurut kriteria tertentu dan kemudian dicari kaitannya lalu ditafsirkan maknanya. Pendapat lain menyebutkan analisis adalah usaha dalam mengamati sesuatu secara detail dengan cara menguraikan komponen-komponen pembentuknya atau menyusun komponen tersebut untuk dikaji lebih lanjut.<sup>4</sup>

Selain pengertian secara umum analisis juga memiliki beberapa pengertian lain menurut sejumlah ahli Enam di antaranya adalah sebagai berikut:

**1) Komaruddin**

Komaruddin mendefinisikan analisis sebagai suatu tindakan berfikir dalam mengklarifikasikan satu keseluruhan yang koheren menjadi komponen-komponen yang lebih kecil, dengan maksud untuk mengenal hubungan setiap komponen, tanda-tanda komponen, serta fungsi dari masing-masing komponen.

**2) Wiradi**

Menurut Wiradi, arti analisis adalah suatu tindakan atau kegiatan memisahkan, memilah, dan mengklarifikasikan sesuatu, yang kemudian dikelompokkan menurut parameter tertentu. Setelah itu, masing-masing komponen tersebut dicari maknanya, ditafsirkan, dan dicari kaitannya.

**3) Dwi Prastowo Darminto**

Dwi Prastowo Darminto mengartikan istilah analisis sebagai suatu aksi memerinci suatu subjek/objek tertentu menjadi beberapa bagian.

---

<sup>4</sup> Hartono Jogiyanto, *Analisis dan Desain Sistem Informasi*, ( Yogyakarta : Pustaka Antara, 2019 ), h. 43

Setiap bagian tersebut diamati, lalu dicari hubungannya dengan bagian lain yang terhubung, dengan tujuan mendapatkan definisi yang tepat dan agar mudah dipahami secara keseluruhan.

#### **4) Syahrul**

Syahrul menuturkan istilah analisis sebagai suatu kesibukan melihat dan mengevaluasi keadaan dari ayat-ayat atau pos-pos dalam bidang akuntansi untuk selanjutnya dicari kemungkinan perbedaan yang muncul.

#### **5) Rifka Julianty**

Rifka Julianty berpendapat bahwa deskripsi analisis adalah aktivitas pemerincian suatu pokok menjadi beberapa bagian dan dikaji setiap bagiannya. Selanjutnya dicari hubungan antar bagian tersebut dan membuat penafsiran yang tepat agar pokok yang dimaksud dapat didefinisikan dan dipahami secara benar.

#### **6) Mohammad Afdi Nizar**

Menurut Mohammad Afdi Nizar, analisis adalah evaluasi atau pemeriksaan dari ayat-ayat yang berhubungan dengan akuntansi untuk mengungkap dan memahami hubungan sebab-akibat, sehingga memberikan dasar untuk pemecahan masalah.<sup>5</sup>

#### **b. Pengertian Semiotik**

Semiotik atau ilmu ketandaan adalah studi tentang makna keputusan.

---

<sup>5</sup> *Ibid, h. 67*

**a) Teori Semiotik menurut Roland Barthes**

Semiotik adalah teori tentang pemberian tanda. Secara etimologis *semiotik* berasal dari kata *simeon* yang berarti tanda. Secara terminologis, *semiotik* dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa seluruh kebudayaan sebagai tanda. Semiotika merupakan suatu kajian ilmu tentang mengkaji tanda. Dalam kajian semiotika menganggap bahwa fenomena sosial pada masyarakat dan kebudayaan itu merupakan tanda-tanda, semiotik itu mempelajari system-sistem, aturan-aturan dan konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda-tanda tersebut mempunyai arti. Semiotika atau ilmu ketandaan juga disebut studi semiotik dan dalam tradisi Saussuren disebut semiologi adalah studi tentang makna keputusan. Ini termasuk studi tentang tanda-tanda dan proses tanda ( *semiosis* ), indikasi, penunjukan, kemiripan, analogi, metafora, simbolisme, makna dan komunikasi. Semiotika berkaitan erat dengan bidang linguistik, semiotika juga mempelajari system-sistem tanda non linguistik. Semiotika sering dibagi menjadi tiga cabang yaitu Semantik artinya hubungan antara tanda dan hal-hal yang mereka lihat, Sintaksis artinya hubungan antara tanda-tanda Dalam struktur formal.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Indiwani Seto, *Semiotika Komunikasi*, ( Jakarta : Mitra Wacana Media, 2013 ), h. 27

## b) Sejarah Teori tanda Roland Barthes

Roland Barthes adalah filsuf, kritikus sastra dan semolog Perancis yang paling eksplisit mempraktikkan semiologi Ferdinand de Saussure bahkan mengembangkan semiologi itu menjadi metode untuk menganalisis kebudayaan.<sup>7</sup> Beliau lahir di Cherbourg, Perancis pada 12 November 1915 dan meninggal pada 26 Maret 1980 di Paris, Perancis. Roland Barthes adalah penerus pemikiran Saussure. Selain Pierce dan Saussure masih terdapat beberapa nama tokoh lain yang telah memberikan kontribusi bagi perkembangan analisis semiotika, salah satu diantaranya adalah Roland Barthes. Pemikiran Barthes tentang semiotika dipengaruhi oleh Saussure. Kalau Saussure mengintrodusir istilah signifier dan signified berkenaan dengan lambang-lambang atau teks dalam suatu paket pesan maka Barthes menggunakan istilah denotasi dan konotasi untuk menunjuk tingkatan-tingkatan makna.<sup>8</sup>

Berdasarkan semiotika yang dikembangkan Saussure, Barthes mengembangkan dua sistem penanda bertingkat yang disebutnya sistem denotasi dan sistem konotasi.

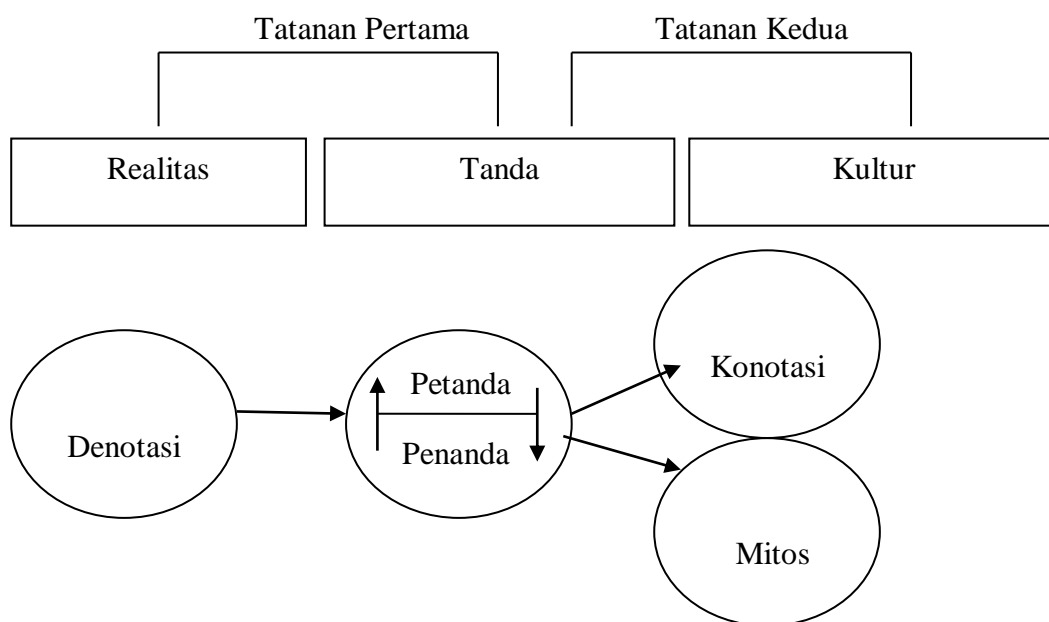
---

<sup>7</sup> Arthur Asa Berger, *Tanda-tanda dalam kebudayaan Kontemporer*, ( Yogyakarta : Tiara wacana, 2000 ), h. 55

<sup>8</sup> *Ibid*, h. 60

Sistem denotasi adalah sistem pertanda tingkat pertama, yang terdiri dari rantai penanda dan petanda, yakni hubungan materialitas. Pada sistem konotasi atau sistem penanda tingkat kedua rantai penanda atau petanda pada sistem denotasi menjadi penanda, dan *seterusnya* berkaitan dengan petanda yang lain pada rantai pertandaan yang lebih tinggi. Makna denotasi adalah makna tingkat pertama yang bersifat objektif (*first order*) yang dapat diberikan terhadap lambang-lambang, yakni dengan mengaitkan secara langsung antara lambang dengan realitas atau gejala yang ditunjuk. Kemudian makna konotasi adalah makna-makna yang dapat diberikan pada lambang lambang dengan mengacu pada nilai-nilai budaya yang karenanya berada pada tingkat kedua (*second order*).<sup>9</sup>

Gambar.1 Peta Analisis Semiotik Roland Barthes



<sup>9</sup> Indiawan Seto Wahyu Wibowo, *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis bagi penelitian skripsi komunikasi*, ( Jakarta : Mitra Wacana Media, 2013 ), h. 20



Melalui gambar ini Barthes menjelaskan Signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara signifier dan signified di dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal. Barthes menyebutnya sebagai denotasi, yaitu makna paling nyata dari tanda. Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaannya. Denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek sedangkan konotasi adalah bagaimana menggambarannya.

Pada signifikasi tahap kedua yang berhubungan dengan isi, tanda bekerja melalui mitos. Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Mitos dalam pemahaman Barthes adalah pengkodean makna dan nilai-nilai sosial sebagai sesuatu yang dianggap alamiah. Mitos adalah yang berhubungan dengan kepercayaan primitif yang timbul dari usaha manusia yang tidak ilmiah dan tidak berdasarkan pada pengalaman yang nyata untuk menjelaskan dunia atau alam sekitarnya.

Roland Barthes meneruskan pemikirannya dengan menekankan interaksi antara teks dengan pengalaman personal dan kultural penggunanya, interaksi antara teks dengan konvensi yang dialami dan diharapkan oleh penggunanya. Gagasan Barthes ini dikenal dengan “two order of signification”, mencakup denotasi (makna sebenarnya sesuai kamus) dan konotasi (makna ganda yang lahir dari pengalaman budaya dan personal).

Makna denotasi bersifat langsung, yaitu makna khusus yang terdapat dalam suatu tanda, dan pada intinya dapat disebut juga sebagai gambaran sebuah petanda.<sup>10</sup> Dalam pengertian umum, makna denotasi adalah makna yang sebenarnya. Denotasi biasanya mengacu pada penggunaan bahasa dengan arti yang sesuai dengan makna apa yang terucap. Dasar dari semiotika adalah konsep tentang tanda, tak hanya bahasa dan sistem komunikasi yang tersusun oleh tanda-tanda, melainkan dunia itu sendiri, sejauh terkait dengan pikiran manusia, seluruhnya terdiri atas tanda-tanda karena jika tidak begitu manusia tidak akan bisa menjalin hubungannya dengan realitas. Semiotika sebagai suatu model dari ilmu pengetahuan sosial yang memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki unit dasar yang disebut dengan “tanda”. Dengan demikian semiotika mempelajari hakikat tentang keberadaan suatu tanda. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain.<sup>11</sup>

Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes menunjukkan signifikasi terhadap kedua. Hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaan.

---

<sup>10</sup> Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, ( Yogyakarta : Rekatama Media, 2014 ), h. 87

<sup>11</sup> Tommy Christomy, *Semiotika Budaya*, ( Depok : Pustaka Belajar, 2004 ), h. 94

Konotasi mempunyai makna yang subjektif atau paling tidak intersubjektif. Dengan kata lain, denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek, sedangkan makna konotasi adalah bagaimana cara menggambarkannya. Konotasi bekerja dalam tingkat subjektif sehingga kehadirannya tidak disadari. Pembaca mudah sekali membaca makna konotatif sebagai makna denotatif. Karena itu, salah satu tujuan analisis semiotika adalah untuk menyediakan metode analisis dan kerangka berpikir dan mengatasi terjadinya salah baca atau salah dalam mengartikan makna suatu tanda.<sup>12</sup> Teori semiotika Roland Barthes. Roland Barthes adalah penerus pemikiran Saussure. Hal tersebut dapat dibuktikan dari teori semiotika Barthes hampir secara harfiah diturunkan dari teori bahasa menurut de Saussure. Menurut Barthes, semiologi adalah mempelajari tentang bagaimana manusia memaknai sesuatu yang ada di sekitarnya. Jadi objek adalah tanda yang membawa pesan tersirat. Jika dalam pandangan Saussure menekankan penandaan hanya dalam tataran denotasi dan konotasi. Namun dalam pemikiran Barthes, penandaan itu disempurnakan dari semiologi Saussure dengan system penandaan konotatif dan mitos.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Benny Hoed, *Semiotika dan dinamika Sosial Budaya*, ( Jakarta : Mitra Wacana Media, 2011 ), h. 45

<sup>13</sup> Kris Budiman, *Semiotika Visual*, ( Yogyakarta : Jalasutra, 2011 ), h. 17

Tanda konotatif merupakan tanda yang penandanya mempunyai keterbukaan makna atau makna yang implisit, tidak langsung dan tidak pasti artinya terbuka kemungkinan terhadap penafsiran-penafsiran baru. Dalam semiologi Barthes, denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat kedua. Denotasi dapat dikatakan merupakan makna objektif yang tetap, sedangkan konotasi merupakan makna subjektif dan bervariasi. Dalam kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi yang disebut sebagai mitos dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. Di dalam mitos juga terdapat pola tiga dimensi penanda, pertanda dan tanda. Namun sebagai suatu sistem yang unik mitos dibangun oleh suatu rantai pemaknaan yang telah ada sebelumnya atau dengan kata lain, mitos adalah suatu sistem pemaknaan tataran kedua. Di dalam mitos pula, sebuah pertanda dapat memiliki beberapa penanda. Dalam pandangan Barthes dengan konsep mitos dalam arti umum. Barthes mengemukakan mitos adalah Bahasa, maka mitos adalah sebuah sistem komunikasi dan mitos adalah sebuah pesan. Dalam uraiannya, ia mengemukakan bahwa mitos dalam pengertian khusus ini merupakan perkembangan dari konotasi.

Konotasi yang sudah terbentuk lama dimasyarakat itulah mitos. Barthes juga mengatakan bahwa mitos merupakan sistem semiologis, yakni sistem tanda-tanda yang dimakna manusia. Mitos barthes dengan sendirinya berbeda dengan mitos yang kita anggap tahayul, tidak masuk akal, ahistoris dan lain-lainnya.<sup>14</sup> Perluasan Makna pemaknaan terjadi dalam dua tahap. Tanda (penanda dan petanda) pada tahap pertama dan menyatu sehingga dapat membentuk penanda pada tahap kedua, kemudian pada tahap berikutnya penanda dan petanda yang telah menyatu ini dapat membentuk petanda baru yang merupakan perluasan makna. Contoh, penanda (imaji bunyi), mawar mempunyai hubungan RI (relasi) dengan petanda (konsep) “bunga yang berkelopak susun dan harum”. Setelah penanda dan petanda ini menyatu, timbul pemaknaan tahap kedua yang berupa perluasan makna. Petanda pada tahap kedua disebutnya konotasi, sedangkan makna tahap pertama disebut denotasi.<sup>15</sup> Barthes tidak hanya mengemukakan 4 perluasan makna, melainkan juga menampilkan adanya perluasan bentuk yang disebutnya metabahasa. Sebagaimana telah diuraikan di atas bahwa terjadi proses yang sama tetapi ada perbedaannya, yaitu bahwa setelah penanda dan petanda ini menyatu, yang muncul adalah tahap kedua yang berupa perluasan bentuk.

---

<sup>14</sup> Zaitunah Subhan, *Dodrat perempuan taqdir atau mitos*, ( Yogyakarta : Pustaka Pesantren, 2004 ), h. 1

<sup>15</sup> *Ibid*, h. 54

Penanda pada tahap kedua ini menjadi “ros”. Penanda ini disebutnya metabahasa. Sebenarnya istilah denotasi dan konotasi telah lama dikenal. Jasa Barthes adalah memperlihatkan proses terjadinya kedua istilah tersebut sehingga menjadi jelas darimana datangnya perluasan makna itu. Dengan demikian, semiologi Barthes tersusun atas tingkatan-tingkatan sistem bahasa dalam dua tingkatan bahasa. Bahasa pada tingkat pertama adalah bahasa sebagai objek dan bahasa tingkat kedua yang disebutnya metabahasa. Bahasa ini merupakan suatu sistem tanda yang berisi penanda dan petanda. Sistem tanda kedua terbangun dengan menjadikan penanda dan petanda tingkat pertama sebagai petanda baru yang kemudian memiliki penanda baru sendiri dalam suatu sistem tanda baru pada taraf yang lebih tinggi.

Sementara itu, konotasi meliputi bahasa-bahasa yang utamanya bersifat sosial dalam hal pesan literal memberi dukungan bagi makna kedua dari sebuah tatanan artifisial atau ideologis secara umum. Dalam kajian tekstual khususnya karya sastra, Barthes menggunakan analisis naratif struktural (structural analisis of narrative) yang dikembangkannya.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Kris Budiman, *Pengantar Semiotika*, ( Yogyakarta : Tiara Wacana, 2011 ), h. 65

Menurut Barthes, analisis naratif struktural secara metodologis berasal dari perkembangan awal atas apa yang disebut linguistik struktural sebagaimana pada perkembangan akhirnya dikenal sebagai semiologi teks atau semiotika. Jadi, secara sederhana analisis naratif struktural dapat disebut juga sebagai semiologi teks karena memfokuskan diri pada naskah. Intinya sama, yakni mencoba memahami makna suatu karya dengan menyusun kembali makna-makna yang tersebar dengan suatu cara tertentu. Untuk memberikan ruang atensi yang lebih lapang bagi diseminasi makna dan pluralitas teks, ia mencoba memilah-milah penanda-penanda pada wacana naratif ke dalam serangkaian fragmen ringkas dan beruntun yang disebutnya sebagai leksia-leksia (*lexias*), yaitu satuan-satuan pembacaan (*unit of reading*) dengan panjang pendek bervariasi. Sepotong bagian teks yang apabila diisolasi akan berdampak atau memiliki fungsi yang khas bila dibandingkan dengan teks lain di sekitarnya, adalah sebuah leksia. bahkan sebuah paragraf, bergantung pada kemudahannya (*convenience*) saja.<sup>17</sup> Dimensinya bergantung pada kepekatan (*density*) dari konotasi-konotasinya yang bervariasi sesuai dengan momen-momen teks.

---

<sup>17</sup> Amir yasraf, *Semiotika dan hipersemiotika*, ( Yogyakarta : Pustaka Setia, 2006 ), h. 45

Di samping itu, Roland Barthes Roland (1985) berpendapat bahwa di dalam teks setidak-tidaknya beroperasi lima kode pokok (cing codes) yang di dalamnya terdapat penanda tekstual yang dapat dikelompokkan. Kode sebagai suatu sistem makna luar yang lengkap sebagai acuan dari setiap tanda, menurut Barthes terdiri atas lima jenis kode, yaitu kode hermeneutik (kode teka-teki), kode semik (makna konotatif), kode simbolik, kode proaretik (logika tindakan), kode gnomik (kode kultural). Yang dimaksud kode hermeneutik atau kode teka-teki berkisar pada harapan pembaca untuk mendapatkan kebenaran bagi pertanyaan yang muncul dalam teks. Kode tekateki merupakan unsur terstruktur yang utama dalam narasi tradisional. Di dalam narasi ada suatu kesinambungan antara pemunculan suatu peristiwa teka-teki dan penyelesaian di dalam cerita.<sup>18</sup> Sedangkan yang dimaksud kode semik adalah kode yang memanfaatkan isyarat, petunjuk, atau kilasan makna yang ditimbulkan oleh penanda-penanda tertentu. Kode ketiga adalah kode simbolik merupakan kode pengelompokan atau konfigurasi yang gampang dikenali karena kemunculannya yang berulang-ulang secara teratur melalui berbagai macam cara dan saran tekstual, misalnya berupa serangkaian anitesis hidup dan mati, di luar dan di dalam, dingin atau panas.

---

<sup>18</sup> Dadan rusmana, *Filsafat Semiotika paradigma*, ( Bandung : Pustaka Setia, 2014 ), h. 34



Kode selanjutnya yaitu kode proaretik atau kode tindakan dianggapnya sebagai perlengkapan utama teks yang dibaca orang. Mengimplikasi suatu logika perilaku manusia tindakan-tindakan yang membuahkan dampak-dampak, dan tiap-tiap dampak memiliki nama generik tersendiri, semacam judul bagi sekuen yang bersangkutan. Yang terakhir adalah kode genomik atau kode kultural banyak jumlahnya. Kode ini merupakan acuan teks ke benda-benda yang sudah diketahui dan dikodifikasi oleh budaya.<sup>19</sup> Dengan begitu, semiotika pada prinsipnya adalah sebuah disiplin yang mempelajari apapun yang bisa digunakan untuk menyatakan sesuatu kebohongan, sebaliknya, tidak bisa digunakan untuk mengatakan kebenaran. Beberapa tokoh teori semiotika adalah sebagai berikut.

- a. Charles Sanders Peirce Peirce adalah salah seorang filsuf Amerika yang paling orisinil dan multidimensional. Peirce terkenal karena teori tandanya. Di dalam lingkup semiotika, Peirce, seringkali mengulang-ulang bahwa secara umum tanda adalah yang mewakili sesuatu bagi seseorang. Semiotika berangkat dari tiga elemen utama, yang disebut Peirce teori segitiga makna atau triangle meaning. Sign Interpretant Object Gambar 1 Hubungan Tanda, Objek dan Interpretan (Triangle of Meaning) Sign atau tanda merupakan sesuatu yang berbentuk

---

<sup>19</sup> *Ibid, h. 42*

fisik yang dapat ditangkap oleh panca indera manusia dan merupakan sesuatu yang merujuk dan mempresentasikan hal lain diluar tanda itu sendiri. Sedangkan Pengguna Tanda atau Interpretant adalah konsep pemikiran dari orang yang menggunakan tanda dan menurunkannya ke suatu makna tertentu atau makna yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda. Sesuatu yang dikupas teori segitiga, maka adalah persoalan bagaimana makna muncul dari sebuah tanda ketika tanda itu digunakan orang pada waktu berkomunikasi. Misalnya, ketika kita melihat seorang laki-laki yang memiliki bibir hitam dan tebal, biasanya kita mengartikan dia adalah seorang perokok. Padahal sebenarnya sebelum menginterpretasikan sebuah makna, hal tersebut belum tentu kebenarannya.<sup>20</sup>

- b. Ferdinand de Saussure Teori Semiotik ini dikemukakan oleh Ferdinand De Saussure. Dalam teori ini semiotik dibagi menjadi dua bagian (Dikotomi) yaitu penanda (Signifier) dan pertanda (Signified). Penanda dilihat sebagai bentuk wujud fisik dapat dikenal melalui wujud karya arsitektur, sedang pertanda dilihat sebagai makna yang terungkap melalui konsep, fungsi dan atau nilai-nilai yang terkandung didalam karya arsitektur.

Eksistensi semiotika Saussure adalah relasi antara penanda dan petanda berdasarkan konvensi, biasa disebut dengan Signifikasi.

---

<sup>20</sup> Kaelan, *Filsafat bahasa Semiotika*, ( Yogyakarta : Paradigma, 2009 ), h. 56

Semiotika Signifikasi adalah sistem tanda yang mempelajari relasi elemen tanda dalam sebuah sistem berdasarkan aturan atau konvensi tertentu. Kesepakatan sosial diperlukan untuk dapat memaknai tanda tersebut. Menurut Saussure, tanda terbuat dari bunyi-bunyi dan gambar (Sounds and Images), disebut juga Signifier dan konsep-konsep dari bunyi-bunyian dan gambar (The Concepts the sounds and Images), disebut Signified berasal dari kesepakatan.

- c. Ferdinand de Saussure Berkomunikasi dalam Interpretan seseorang menggunakan tanda untuk mengirim makna tentang objek dan orang lain akan menginterpretasikan tanda tersebut. Syaratnya komunikator dan komunikan harus mempunyai bahasa atau pengetahuan yang sama terhadap system tanda tersebut agar komunikasi lancar. Bahasa dan pengetahuan yang sama, akan membuat seseorang dalam berkomunikasi akan semakin lancar dan mengerti satu sama lain, dikarenakan pemahaman dan struktur bahasa yang telah tersusun dan mempunyai arti yang sama.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> Ahmad Marzuki, *Kontribusi Semiotika dalam memahami Bahasa*, ( Yogyakarta : jalasutra, 2007 ), h. 39

- d. Roland Barthes Semiotika sebagai suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika atau dalam istilah Barthes, semiologi pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan memaknai hal-hal. Memaknai dalam hal ini tidak dapat dicampur adukkan dengan mengkomunikasikan. Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda.<sup>22</sup>

## 2. Iklan

### a. Pengertian Iklan

Iklan adalah suatu pesan yang dikirim untuk memberikan informasi kepada *Audience* baik menggunakan media cetak maupun media elektronik.<sup>23</sup>

### b. Jenis-jenis Iklan

#### 1) Jenis-Jenis Iklan Berdasarkan Isinya

##### a) Iklan penawaran (Niaga)

Iklan yang biasa di jumpai adalah iklan penawaran atau iklan niaga. Iklan penawaran merupakan jenis-jenis iklan yang berisi tentang tawaran akan barang atau jasa Kepada masyarakat luas.

---

<sup>22</sup> *Ibid*, h. 48

<sup>23</sup> Deny Triadi, *Memahami teori dan praktek iklan*, (Jakarta : Elex Media, 2010), h. 3

Contohnya: iklan makanan, minuman, pakaian, barang elektronik dan lainnya.

**b) Iklan pelayanan masyarakat**

Iklan ini biasanya berasal dari instansi atau lembaga. Berisi tentang suatu informasi sosialisasi atau pencerahan kepada masyarakat akan suatu isu atau topik tertentu. Contohnya: Iklan pemilu, iklan untuk hidup sehat, iklan keluarga berencana, dan lain sebagainya.

**c) Iklan pengumuman atau pemberitahuan**

Iklan ini bertujuan untuk menarik masyarakat tertentu saja. Isinya tentang pemberitahuan sesuatu seperti event, iklan berita duka dan lain-lain.

**d) Iklan permintaan**

Iklan permintaan sering dianggap sebagai iklan lowongan kerja. Hal tersebut karena iklan ini berisi tentang pihak yang mengiklankan untuk menawarkan dan mengajak masyarakat yang ingin bekerja dengan pihak pengiklan.

## 2) **Jenis-Jenis Iklan Berdasarkan Media**

### a) **Iklan media cetak**

Iklan cetak adalah iklan yang dibuat dengan cara dicetak. Biasanya iklan cetak yang kerap ditemui di koran, selebaran, majalah, koran, baliho, poster, stiker dan lain sebagainya. Dalam iklan cetak terdapat ketentuan dalam membuatnya berdasarkan dimana iklan tersebut akan dipasang.

### b) **Iklan elektronik**

Iklan ini menggunakan media elektronik dalam penyampaian dan tampilan iklannya. Iklan elektronik banyak sekali di temui, antara lain iklan televisi, radio, iklan dalam film, dan iklan dalam media sosial.

## 3) **Jenis-Jenis Iklan Berdasarkan Tujuan**

### a) **Iklan komersial (bisnis)**

Iklan komersial ini dipasang dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi karena iklan utamanya adalah untuk meningkatkan penjualan.

### b) **Iklan non-komersial**

Iklan non-komersial tidak menitik beratkan pada keuntungan materiil atau ekonomi. Iklan non-komersial justru bertujuan untuk mendapatkan keuntungan sosial. Yaitu agar masyarakat mendapatkan tambahan wawasan, kesadaran diri dan merubah perilaku dan sikap masyarakat terhadap masalah yang ditampilkan pada iklan tersebut.

### c. Ciri-ciri Iklan

Terdapat beberapa ciri-ciri dari iklan, diantaranya yaitu :

1. Isi yang jelas. Isi iklan disarankan singkat, jujur, menarik perhatian, objektif dan tidak menyinggung salah satu pihak.
2. Informatif, artinya bersifat memberi informasi. Iklan harus bersifat menerangkan tentang produk atau jasa yang ditawarkan.
3. Bahasa yang digunakan mudah dimengerti. Iklan harus menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan dimengerti sebab memang iklan sendiri tujuannya agar orang ingin dan mau mencoba serta menggunakan produk atau jasa yang diiklankan.
4. Iklan dikemas agar menarik perhatian dan minat para pembacanya. Sehingga seseorang ingin mencoba apa yang ditawarkan dalam iklan tersebut.
5. Bersifat mengajak. Iklan yang harus memiliki sifat mengajak yang bertujuan agar dapat menarik simpatik banyak orang untuk mencoba dan memakai apa yang diiklankan.

### d. Tujuan Iklan

#### 1) Informing (memberi informasi)

Periklanan bisa memberitahukan pasar tentang suatu produk baru serta perubahan harga, menyusulkan kegunaan

suatu produk baru menjelaskan cara kerja, dan membangun citra perusahaan.

**2) Persuading (membujuk)**

Periklanan bisa membentuk preferensi merek, mengubah persepsi konsumen tentang atribut produk, membujuk konsumen untuk mencoba produk atau jasa yang diiklankan dan mengajak konsumen untuk membelinya sekarang.

**3) Reminding (mengingat)**

Iklan melindungi agar merek perusahaan tetap segar dalam ingatan para konsumen serta meningkatkan minat konsumen terhadap merek yang sudah ada.

**4) Adding value (penambahan nilai)**

Iklan memberi nilai tambah yang berupa inovasi, penyempurnaan kualitas atau mengubah persepsi konsumen. Periklanan yang efektif dapat merubah persepsi dari konsumen.

**5) Assisting (mendampingi)**

Fungsi periklanan adalah sebagai pendamping yang memfasilitasi upaya-upaya lain dari perusahaan dalam proses komunikasi pemasaran. Sehingga perusahaan dapat lebih cepat mencapai target yang diinginkan.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> *Ibid*, h. 8



### 3. Media Penyampaian Informasi

#### a. Pengertian Media

Media berasal dari bahasa latin *medium*, yang memiliki arti perantara atau pengantar. Media juga diartikan sebagai sesuatu yang menjadi perantara atau penengah komunikasi, serta saluran komunikasi antara pengirim dan penerima pesan berlangsung. Selain itu, media juga dapat diartikan sebagai saluran yang mampu mengantarkan pesan dari komunikator kepada komunikan. Dari perspektif teknologi informasi dan komunikasi, media komunikasi dapat diartikan sebagai teknologi yang mampu mengirim ataupun menerima pesan dan informasi yang hendak disampaikan oleh pengirim kepada penerima informasi. Sebuah teknologi dapat dikatakan menjadi media komunikasi apabila teknologi tersebut mampu menyampaikan pesan komunikasi dan mempermudah proses komunikasi.<sup>25</sup>

#### b. Fungsi Media

Fungsi media adalah sebagai berikut :

1. Fungsi media adalah untuk sumber informasi dan pengetahuan.
2. Fungsi media adalah mengatasi keterbatasan ruang, waktu, dan kemampuan indra manusia.

---

<sup>25</sup> Ronald Anderson, *pengembangan media pembelajaran*, ( Jakarta : Raja Grafindo Persada, 1994 ), h. 45

3. Fungsi media adalah sarana untuk mengekspresikan pendapat, ide, dan gagasan dengan lebih gamblang.
4. Fungsi media adalah untuk hiburan, relaksasi, dan pengalihan perhatian dari ketegangan sosial yang dialami seseorang.
5. Fungsi media adalah sarana pendidikan yang memudahkan segala metode pembelajaran.
6. Fungsi media adalah pengawasan dan kontrol sosial tertentu.
7. Fungsi media adalah mencari perhatian khalayak.
8. Fungsi media adalah memengaruhi khalayak.
9. Fungsi media adalah menunjukkan eksistensi.
10. Fungsi media adalah tempat menyampaikan pesan tertentu.

### **c. Jenis-jenis Media**

#### **1. Media Visual**

Media visual adalah media yang mengandalkan indra penglihatan. Biasanya memanfaatkan alat proyeksi atau proyektor sebagai perantara. Pesan yang akan disampaikan dituangkan ke dalam bentuk visual. Jenis media visual dibedakan menjadi dua yaitu media visual diam dan media visual gerak. Keduanya bisa dikombinasikan atau digunakan salah satunya. Selain itu, fungsi media visual juga berguna untuk menarik perhatian, memperjelas materi yang disajikan, menggambarkan fakta yang mungkin dapat dengan mudah dicerna dan diingat dalam bentuk visual.

## 2. Media Audio

Media audio dapat digunakan untuk menyalurkan pesan audio dari sumber pesan ke penerima pesan. Media audio berkaitan erat dengan indra pendengaran. Dilihat dari sifat pesan yang diterima, media audio dapat menyampaikan pesan verbal (bahasa lisan atau kata-kata) maupun non verbal (bunyi-bunyian dan vokalisasi). Contoh media audio antara lain radio, tape recorder, telepon, laboratorium bahasa, dan lain-lain.

## 3. Media Audio Visual

Media audio visual dapat menampilkan suara dan gambar. Jenis media ini lebih menarik dibanding visual saja atau audio saja. Kombinasi untuk merangsang indra pendengaran dan penglihatan. Adapun media audio visual dibedakan menjadi dua jenis, yaitu media audio visual diam dan gerak. Salah satu contoh dari media audio visual diam ialah TV diam, buku bersuara, dan halaman bersuara. Sementara untuk contoh media audio visual gerak ialah film TV, gambar bersuara, dan lain sebagainya.<sup>26</sup>

## 4. Virus Covid-19

### a. Pengertian Virus Covid-19

Penyakit corona virus 2019 atau *Corona Virus Disease-19* (COVID-19) adalah infeksi saluran pernapasan yang disebabkan

---

<sup>26</sup> Azhar Susanto, *Konsep Sistem Informasi*, ( Bandung : Lingga Jaya, 2017 ), h. 110

oleh jenis virus corona. Nama lain dari penyakit ini adalah Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus-2 (SARS-COV2). Kasus COVID-19 pertama kali dilaporkan di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, Tiongkok, pada Desember 2019. Dalam beberapa bulan saja, penyebaran penyakit ini telah menyebar ke berbagai negara, baik di Asia, Amerika, Eropa, dan Timur Tengah serta Afrika. Pada tanggal 11 Maret 2020, Organisasi Kesehatan Dunia atau *World Health Organization* (WHO) mendeklarasikan penyebaran COVID-19 dikategorikan sebagai pandemi. Virus Corona adalah bagian dari keluarga virus yang menyebabkan penyakit pada hewan ataupun juga pada manusia. Di Indonesia, masih melawan Virus Corona hingga saat ini, dari keluarga virus yang menyebabkan penyakit pada hewan ataupun juga begitupun juga di negara-negara lain. Jumlah kasus Virus Corona terus bertambah dengan beberapa melaporkan kesembuhan, tapi tidak sedikit yang meninggal. Usaha penanganan dan pencegahan terus dilakukan demi melawan COVID-19 dengan gejala mirip Flu. kasusnya dimulai dengan pneumonia atau radang paru-paru misterius pada Desember 2019. Kasus infeksi pneumonia misterius ini memang banyak ditemukan di pasar hewan tersebut. Virus Corona atau COVID-19 diduga dibawa kelelawar dan hewan lain yang dimakan manusia hingga terjadi penularan. Coronavirus sebetulnya tidak

asing dalam dunia kesehatan hewan, tapi hanya beberapa jenis yang mampu menginfeksi manusia hingga menjadi penyakit radang paru. Kasus ini diduga berkaitan dengan pasar hewan Huanan di Wuhan yang menjual berbagai jenis daging binatang, termasuk yang tidak biasa dikonsumsi seperti ular, kelelawar, dan berbagai jenis tikus. Dengan latar belakang tersebut, Virus Corona bukan kali ini saja memuat warga dunia panik. Memiliki gejala yang sama-sama mirip Flu, Virus Corona berkembang cepat hingga mengakibatkan infeksi yang lebih parah dan gagal organ.<sup>27</sup>

#### **b. Penyebab Infeksi Corona Virus**

Infeksi coronavirus disebabkan oleh **virus corona** itu sendiri. Kebanyakan virus corona menyebar seperti virus lain pada umumnya, seperti Percikan air liur pengidap batuk dan bersin, Menyentuh tangan atau wajah orang yang terinfeksi, Menyentuh mata, hidung, atau mulut setelah memegang barang yang terkena percikan air liur pengidap virus corona. Khusus untuk *COVID-19*, masa inkubasi belum diketahui secara pasti. Namun, rata-rata gejala yang timbul setelah 2-14 hari setelah virus pertama masuk ke dalam tubuh. Di samping itu, metode transmisi *COVID-19* juga belum diketahui dengan pasti.

---

<sup>27</sup> Telambauna, *Urgensi pembentukan aturan terkait pencegahan Covid-19 di Indonesia*, ( Jakarta : Qalamuna, 2020 ), h. 59

Awalnya, virus corona jenis covid-19 diduga bersumber dari hewan. Virus corona covid-19 merupakan virus yang beredar pada beberapa hewan, termasuk unta, kucing, dan kelelawar. Sebenarnya virus ini jarang sekali berevolusi dan menginfeksi manusia dan menyebar ke individu lainnya. Namun, kasus di Tiongkok kini menjadi bukti nyata kalau virus ini bisa menyebar dari hewan ke manusia. Bahkan, kini penularannya bisa dari manusia ke manusia.<sup>28</sup>

**c. Gejala Corona Virus Covid-19**

Virus corona bisa menimbulkan beragam gejala pada pengidapnya. Gejala yang muncul ini bergantung pada jenis virus corona yang menyerang, dan seberapa serius infeksi yang terjadi. Berikut beberapa gejala virus corona yang terbilang ringan seperti hidung beringsus, sakit kepala, batuk, sakit tenggorokan, demam, merasa tidak enak badan. Hal yang perlu ditegaskan, beberapa virus corona dapat menyebabkan gejala yang parah. Infeksinya dapat berubah menjadi bronkitis dan pneumonia yang disebabkan oleh COVID-19, yang mengakibatkan gejala seperti, demam yang mungkin cukup tinggi bila pasien mengidap pneumonia, batuk dengan lender, sesak napas, nyeri dada atau sesak saat bernapas dan batuk. Infeksi bisa semakin parah bila menyerang kelompok individu tertentu. Contohnya, orang

---

<sup>28</sup> *Ibid*, h.60

dengan penyakit jantung atau paru-paru, orang dengan sistem kekebalan yang lemah, bayi, dan lansia.<sup>29</sup>

**d. Dampak Virus Corona Covid-19**

Direktur AIIMS, Dr Randeep Guleria, mengatakan bahwa ada banyak hal yang dipelajari selama pandemi Covid-19 yang telah berlangsung selama delapan bulan. Pada awalnya, serangan Virus Corona dianggap sebagai virus pneumonia. Namun, laporan menunjukkan bahwa tak hanya paru-paru yang terganggu. Dr Guleria menjelaskan, Virus Corona masuk melalui reseptor ACE2. Virus Corona tak hanya banyak ditemukan di paru-paru, tapi juga ditemukan di organ-organ lain dalam tubuh. Meski penyakit paru-paru adalah yang utama, tapi tak menutup kemungkinan ada penyakit lain yang muncul akibat Virus Corona. Para pakar menggarisbawahi pasien Virus Corona tanpa gejala atau dengan gejala ringan. Mereka bisa mengalami penyakit paru-paru dan penyakit lain, seperti stroke dan serangan jantung.<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup> *Ibid*, h.64

<sup>30</sup> *Ibid*, h. 65

