

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Komunikasi Visual

Komunikasi visual adalah gabungan dari dua kata, yaitu komunikasi dan visual. Komunikasi mengacu pada pertukaran pesan antara individu lainnya (komunikator) dan individu lainnya (komunikan) melalui berbagai saluran media, menghasilkan respons tertentu. Sementara itu, visual merujuk pada segala sesuatu yang dapat dilihat melalui indra penglihatan (mata). Berdasarkan dua definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi visual adalah suatu proses pertukaran pesan visual antara komunikator dan komunikan, yang kemudian menghasilkan umpan balik tertentu.²⁵

Dalam dunia komunikasi visual, proses pertukaran pesan mengandalkan mekanisme indra visual. Kesannya tidak hanya mencapai otak untuk diinterpretasikan, tetapi juga melibatkan berbagai elemen visual seperti lambang, huruf, warna, foto, dan gambar. Media yang digunakan dalam pertukaran ini memiliki interpretasi makna yang khusus, menjadikan komunikasi visual sebagai bentuk komunikasi yang sangat dinamis dan kompleks.²⁶

²⁵ Zakaria Lantang Sukirno, "Etika Komunikasi Visual Influencer Pariwisata," *Journal of Tourism and Creativity* 4, no. 2 (2020): 127, <https://doi.org/10.19184/jtc.v4i2.15713>.

²⁶ Pundra Rengga Andhita, *Komunikasi Visual*, 1st ed. (Banyumas: Zahira Media Publisher, 2021), <https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=ico5EAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=komunikasi>

Pengertian di atas membuat kesimpulan bahwa komunikasi visual adalah proses di mana orang yang berkomunikasi dan orang yang berkomunikasi berbagi pesan visual satu sama lain. Komunikasi visual melibatkan penggunaan elemen visual seperti lambang, huruf, warna, foto, dan gambar. Elemen-elemen visual memiliki makna khusus, membuat komunikasi visual menjadi bentuk komunikasi yang dinamis dan kompleks.²⁷

B. Semiotika

Semiotika dapat dianggap sebagai ilmu atau proses yang erat kaitannya dengan analisis tanda-tanda. Semiotika berusaha menjelaskan hubungan tanda atau ilmu tentang tanda secara sistematis, menguraikan hakikat, karakteristik, dan bentuk suatu tanda, serta proses signifikansi yang menyertainya.²⁸ Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda merupakan alat yang digunakan manusia dalam upaya mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah dan bersama manusia.²⁹

Dalam istilah *Barthes*, semiotika pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan memaknai hal-hal. Konteks memaknai di sini berarti bahwa memaknai merujuk pada konsep bahwa objek-objek tidak hanya

+visual&ots=325mz3JoEK&sig=7t7cyafcdDttI7_P2nIMqI4d7dA&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false.

²⁷ Priyadharmad and Sultan, "Analisis Semiotika Pesan Kampanye Politik Pada Media Baliho Pilpres Dan Wapilpres Jokowi-Jk 2014 Di Kota Makassar."

²⁸ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, ed. Slamet (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013).

²⁹ Yoyon Mudjiono, "Kajian Semiotika Dalam Film," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, no. 1 (2011): 125–38, <https://doi.org/10.15642/jik.2011.1.1.125-138>.

menyampaikan informasi ketika hendak berkomunikasi, tetapi juga berperan dalam membentuk sistem terstruktur dari tanda.³⁰ Seperti Ferdinand Saussure, Barthes berpendapat bahwa hubungan antara penanda dan pertanda adalah hasil arbiter (hubungan antara penanda dan pertanda ditentukan oleh keputusan manusia), bukan sifat alami. Barthes memperluas sistem penandaan ke tingkat konotatif, memberikan kontribusi tambahan terhadap semiologi Saussure. Ia juga menyoroti adanya "mitos" yang melandasi masyarakat.³¹ Dalam perspektif Barthes, denotasi dipandang sebagai tahap awal dan fundamental dalam proses pemaknaan, di mana maknanya bersifat jelas dan langsung, meskipun sederhana. Denotasi merujuk pada makna dasar yang dapat diidentifikasi secara objektif dan diterima secara sosial oleh masyarakat luas. Ini adalah makna literal dari sebuah tanda, yang merupakan representasi langsung dari realitas tanpa adanya interpretasi subjektif atau tambahan makna yang lebih dalam. Sebagai contoh, ketika kita melihat sebuah gambar bendera, makna denotatifnya adalah gambar dari selembar kain yang memiliki pola tertentu. Makna ini bersifat langsung dan diterima oleh semua orang yang melihatnya, tanpa memerlukan pemahaman lebih lanjut. Dalam analisis semiotika, denotasi dianggap sebagai langkah awal yang penting karena membentuk dasar pemahaman sebelum kita bergerak ke tahap konotasi, di mana tanda mulai

³⁰ Roland Barthes, *The Semiotic Challenge* (New York: Hill and Wang, 1988).

³¹ Izharul Haq, "Seni Film Sebagai Sarana Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an (Analisis Film 5 PM Dengan Teori Semiotika Roland Barthes)," *Tesis*, 2023, 1–196.

diinterpretasikan dengan berbagai lapisan makna tambahan, yang sering kali dipengaruhi oleh konteks budaya, sejarah, dan sosial.³²

Barthes menunjukkan bahwa tahap denotasi ini adalah esensial untuk memahami bagaimana tanda-tanda bekerja dalam komunikasi. Denotasi memberikan landasan yang kokoh untuk analisis lebih lanjut, di mana makna-makna yang lebih kompleks dan kontekstual mulai terbentuk melalui konotasi. Dengan memahami makna denotatif, kita dapat melihat bagaimana tanda-tanda berkembang dan digunakan untuk menyampaikan pesan yang lebih kaya dan dalam.³³ Barthes mengutamakan tiga elemen utama dalam analisisnya, yaitu makna Denotatif, Konotatif, dan Mitos. Dalam teorinya, dia menyebut sistem pemaknaan tingkat pertama Denotatif, dan sistem pemaknaan tingkat kedua Konotatif. Konotatif, atau pemaknaan tingkat kedua, mengungkap makna yang terkandung dalam tanda-tanda, sedangkan denotatif mengungkap makna yang terlihat jelas secara kasat mata. Tidak seperti mitos, yang ada dan berkembang dalam pikiran orang karena pengaruh budaya atau sosial masyarakat terhadap sesuatu. Hal ini berbeda dengan melihat dan memahami hubungan antara tanda yang nyata (denotatif) dan tanda yang tersembunyi (konotasi).³⁴

³² Mudjiono, "Kajian Semiotika Dalam Film."

³³ Ricky Wirianto and Lasmery RM Girsang, "Representasi Rasisme Pada Film '12 Years a Slave' (Analisis Semiotika Roland Barthes)," *Semiotika Jurnal Komunikasi* 10, no. 1 (2016): 180–206.

³⁴ Putu Krisdiana Nara Kusuma and Iis Kurnia Nurhayati, "Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Ritual Otonan Di Bali," *Jurnal Manajemen Komunikasi* 1, no. 2 (2019): 195, <https://doi.org/10.24198/jmk.v1i2.10519>.

Dari paragraf di atas dapat disimpulkan bahwa semiotika adalah ilmu atau proses yang berkaitan erat dengan analisis tanda-tanda, berusaha menjelaskan hubungan tanda secara sistematis. Tanda-tanda digunakan manusia untuk memahami dunia dan membentuk sistem terstruktur dari tanda. Barthes menekankan konsep makna denotatif, konotatif, dan mitos dalam analisisnya. Dia memperluas sistem penandaan ke tingkat konotatif, menyoroti adanya "mitos" dalam masyarakat. Hubungan antara penanda dan pertanda dipandang sebagai hasil arbiter, bukan sifat alami, dan Barthes menggambarkan konsep memaknai sebagai proses penting dalam komunikasi tanda. Dengan demikian, dalam perjalanan semiotika, ditemukan bahwa analisis tanda-tanda, pemahaman hubungan denotatif, konotatif, dan mitos, serta pengaruh budaya dalam membentuk makna, semuanya mengarah pada pemahaman mendalam tentang bagaimana manusia memaknai dan berkomunikasi dalam dunia yang kompleks ini.

C. Propaganda Politik

Propanda menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai penerangan berupa paham, pendapat, dan sebagainya yang benar atau salah yang dikembangkan dengan tujuan meyakinkan orang agar menganut suatu aliran, sikap, atau arah tindakan tertentu.³⁵ Lebih jelasnya propaganda adalah teknik komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi tindakan

³⁵ KBBI, "Propaganda," Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), n.d., <https://kbbi.web.id/propaganda>.

manusia dengan manipulasi representasi untuk mempengaruhi opini dan pandangan masyarakat terhadap suatu individu, kelompok, atau organisasi. Propaganda adalah salah satu jenis komunikasi massa yang sering digunakan oleh individu maupun kelompok untuk menyebarkan suatu doktrin atau keyakinan. Propaganda, menurut Carl I Hovlan, adalah upaya untuk mendefinisikan dengan jelas tujuan penyebaran informasi serta pembentukan pendapat dan keyakinan. Propaganda bersifat terbuka atau tertutup, tergantung pada sumbernya dan tujuannya.³⁶

Propaganda hampir sama maknanya dengan teks persuasi yaitu tujuan berupa ajakan ajakan. Namun, kedua komponen ini memiliki perbedaan dari segi orang yang dituju. Perbedaan tersebut yaitu jika propaganda adalah salah satu jenis komunikasi massa yang sering digunakan oleh individu maupun kelompok untuk menyebarkan suatu doktrin atau keyakinan.³⁷ Namun persuasi adalah aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh individu yang menggunakan komponen komunikasi psikologis dan sosiologis dengan tujuan untuk mengubah sikap dan perilaku pihak yang dipersuasi.³⁸ Dalam dunia politik, propaganda juga berperan penting dalam masa kampanye suatu partai tertentu untuk mengenalkan kandidatnya kepada publik. Propaganda sangat terkait

³⁶ Moeryanto Ginting Munthe, "Propaganda Dan Ilmu Komunikasi," 2012, 39–50.

³⁷ Munthe.

³⁸ Dwi Chandra Pranata, "Komunikasi Persuasif Prof. Dr. Imam Suprayoga," *Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*, 2016, 1–141.

dengan komunikasi politik. Dengan demikian, komunikasi politik dapat didefinisikan sebagai komunikasi yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu dan digunakan untuk menghubungkan pemikiran politik masyarakat saat ini.³⁹

³⁹ Asep Setiawan, *Komunikasi Politik*, 2018.