

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Asertif Robert E. Alberti dan Michael L. Emmons

Dalam bukunya yang berjudul *Your Perfect Right: Assertiveness and Equality in Your Life*, Robert E. Alberti dan Michael L. Emmons memandang asertif sebagai suatu bentuk ekspresi diri yang bertindak secara langsung, tegas, positif, dan memiliki hubungan yang setara dengan orang lain. Asertif memungkinkan kita untuk bertindak demi kepentingan terbaik kita sendiri, membela diri kita sendiri tanpa merasa cemas, menggunakan hak pribadi tanpa meniadakan hak orang lain, serta mengungkapkan kebutuhan dan perasaan kita (kasih sayang, persahabatan, cinta, kekecewaan, kemarahan, kejengkelan, penyesalan, kesedihan) dengan nyaman dan jujur.¹⁶

Teori ini berpandangan bahwa kita tetap bisa menyampaikan kepada orang lain mengenai apa yang kita inginkan, rasakan, pikirkan, termasuk mempertahankan hak kita dengan tetap menghargai hak dan perasaan orang lain.

Berikut beberapa aspek dalam asertif menurut Robert E. Alberti dan Michael L. Emmons:¹⁷

1) Bertindak sesuai dengan keinginannya sendiri

Seorang asertif mampu untuk membuat keputusan, mengambil inisiatif, percaya pada kemampuan diri sendiri, dapat menentukan suatu tujuan

¹⁶ Robert Alberti and Michael Emmons, *Your Perfect Right Assertiveness and Equality in Your Life and Relationship* (Canada: Impact Publishers, 2017), 60.

¹⁷ Alberti and Emmons, *Your Perfect Right Assertiveness and Equality in Your Life and Relationship*.

dan berusaha mencapainya, mampu meminta pertolongan pada orang lain, serta mampu berpartisipasi dalam pergaulan.

2) Mampu mengekspresikan perasaan dengan jujur dan nyaman

Seorang asertif mampu untuk mengungkapkan rasa tidak setuju, rasa marah, menunjukkan afeksi dan persahabatan dengan orang lain serta mengakui perasaan takut atau cemas, mengekspresikan persetujuan, menunjukkan dukungan dan bersikap spontan.

3) Mampu mempertahankan diri

Seorang asertif mampu untuk berkata tidak, mampu menanggapi kritik, celaan, dan kemarahan dari orang lain, serta mampu mempertahankan pendapat dan mengungkapkan persetujuan atau penolakan akan pendapat orang lain.

4) Mampu menyatakan pendapat

Seorang asertif mampu untuk menyatakan pendapat atau gagasan, mengadakan suatu perubahan, dan menanggapi pelanggaran terhadap dirinya dan orang lain.

5) Tidak mengabaikan hak-hak orang lain

Seorang asertif mampu untuk menyatakan kritik secara adil tanpa mengancam, memanipulasi, mengintimidasi, mengendalikan, dan melukai orang lain.

6) Menggunakan hak pribadi

Berkaitan dengan hak pribadi sebagai warga negara, konsumen, anggota organisasi atau sekolah atau kelompok kerja, dan sebagai peserta dalam acara publik untuk mengungkapkan pendapat, bekerja untuk

perubahan, dan untuk menanggapi pelanggaran hak seseorang. Baik itu haknya sendiri atau hak orang lain.

7) Memiliki hubungan yang setara dengan orang lain

Menempatkan kedua belah pihak pada pijakan yang sama dan memungkinkan setiap orang memperoleh keuntungan dan tidak ada yang dirugikan.

B. Semiotika Charles Sanders Peirce

Dalam penelitian mengenai komunikasi asertif pada drama Korea *Hospital Playlist Season 2*, peneliti merujuk pada teori semiotika segitiga makna Charles Sanders Peirce dikarenakan teori semiotika Charles Sanders Peirce cenderung digunakan dalam mengkaji karya sastra.¹⁸ Dalam hal ini karya sastra yang peneliti teliti adalah drama Korea *Hospital Playlist Season 2*.

Dalam bukunya yang berjudul *Analisis Teks Media*, Alex Sobur mengatakan semiotika atau semiologi merupakan terminologi yang merujuk pada ilmu yang sama. Sebutan semiotika lebih sering dipakai oleh ilmuwan Amerika, sedangkan semiologi lebih banyak digunakan di Eropa. Semiotika berasal dari bahasa Yunani *semeion* yang memiliki makna ‘tanda’ atau ‘*sign*’ dalam bahasa Inggris, yaitu ilmu yang mempelajari sistem tanda seperti bahasa, kode, sinyal, lambang dan sebagainya.¹⁹ Tujuan semiotika adalah untuk mengkritisi nilai-nilai yang berada dibalik seluruh praktik penanda. Hal ini membuat semiotika menjadi

¹⁸ Sovia Wulandari and Erik D Siregar, “Kajian Semiotika Charles Relasi Trikotomi (Ikon, Indeks Dan Simbol) Dalam Cerpen Anak Mercusuar Karya Mashdar Zainal,” *Jurnal Ilmu Humaniora* 04, no. 1 (2020): 29–41.

¹⁹ Alex Sobur, *Analisis Teks Media* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), 95.

penting dalam kajian atas bidang-bidang praktis seperti teknologi dan gejala sosio-ekonomi.²⁰

Charles Sanders Peirce merupakan pelopor aliran semiotika Amerika yang berfokus pada logika dan makna yang berkaitan dengan bidang filosofi.²¹ Menurut Peirce semiotika adalah studi tentang bagaimana bentuk-bentuk simbolik diinterpretasikan.²² Sedangkan tanda menurut Peirce adalah sesuatu yang digunakan agar tanda dapat berfungsi, yang oleh Peirce disebut sebagai *ground*. Konsekuensinya, tanda (*sign* atau *representamen*) selalu terdapat dalam hubungan triadik, yaitu *ground*, *object*, dan *interpretant*.²³

Peirce mengembangkan teori segitiga makna (*triangle meaning*) yang terdiri atas *sign* (tanda), *object* (objek), dan *interpretan* (interpretan). Menurut Peirce, tanda merupakan sesuatu yang berbentuk fisik yakni yang mampu ditangkap oleh panca indra manusia dan merujuk pada hal lain di luar tanda itu sendiri. Sedangkan objek merupakan konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda atau hal yang dirujuk tanda. Sementara interpretan merupakan konsep pemikiran dari orang yang menggunakan tanda dan menurunkannya ke suatu makna tertentu atau makna yang ada dalam benak seseorang mengenai objek yang dirujuk oleh tanda.²⁴

²⁰ Ruzqiyah Ulfa, "Analisis Semiotika Peirce Pakaian Jenis Gamis Sebagai Representasi Budaya Arab," *Jurnal Komunikasi* 10, no. 02 (2016): 403.

²¹ Ulfa, "Analisis Semiotika Peirce Pakaian Jenis Gamis Sebagai Representasi Budaya Arab."

²² Michael Jibrael Rorong, "Representasi Nilai Kemanusiaan Web Series Kisah Carlo," *Jurnal Semiotika* 13, no. 1 (2019): 109.

²³ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), 41.

²⁴ Bambang Mudjiyanto and Emilisyah Nur, "Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi Semiotics In Research Method of Communication," *Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika, Dan Media Massa* 16, no. 1 (2013): 73–82.

Hal yang dikupas teori segitiga makna adalah tentang bagaimana makna muncul dari sebuah tanda ketika tanda itu digunakan oleh seseorang saat berkomunikasi.²⁵ Analisis ini bersifat subjektif dikarenakan peneliti berdiri seolah-olah memahami pemikiran subjeknya. Meski begitu, peneliti harus menyertakan konteks sosio-budaya, teori-teori, konsep-konsep, dan data-data untuk menjelaskan analisis dan interpretasinya.²⁶ Hal ini berarti, teori segitiga makna digunakan untuk menganalisis bagaimana makna pada suatu tanda dan meski bersifat subjektif namun dalam proses menganalisis dan menginterpretasi tidak dilakukan secara semena-mena karena peneliti akan menyertakan konteks sosio-budaya data, konsep, dan teori.

Teori Pierce sering disebut sebagai *grand theory* dalam semiotika, hal ini disebabkan karena gagasan Pierce bersifat menyeluruh, deskripsi struktural dari semua sistem penandaan. Pierce ingin mengidentifikasi partikel dasar dari tanda dan menggabungkan kembali semua komponen dalam struktur tunggal.²⁷

C. Komunikasi Massa

Burhan Bungin dalam bukunya yang berjudul Sosiologi Komunikasi mengatakan bahwa komunikasi massa merupakan suatu proses komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi. Ia juga menyatakan komunikasi massa merupakan proses memproduksi dan mendistribusikan pesan oleh media massa kepada khalayak luas dan proses bagaimana khalayak luas mencari, menggunakan, dan

²⁵ Sobur, *Analisis Teks Media*, 114.

²⁶ Mudjiyanto and Nur, "Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi Semiotics In Research Method of Communication."

²⁷ Indiwana Seto Wahyu Wibowo, *Semiotika Komunikasi* (Bandung: Mitra Wacana Media, 2013), 15.

mengonsumsi pesan tersebut.²⁸ Shirley Biagi mengartikan komunikasi massa sebagai komunikasi yang berasal dari sekelompok maupun seseorang kepada khalayak melalui alat pengirim.²⁹ Menurut Bitter komunikasi massa juga memiliki pengertian berupa pesan yang dikomunikasikan melalui media massa kepada khalayak luas.³⁰

Hal ini menunjukkan penyampaian pesan komunikasi yang disampaikan kepada khalayak luas wajib menggunakan media massa, komunikasi massa tidak sama seperti penyampaian pesan kepada khalayak di suatu lapangan atau tempat terbuka. Tan dan Wright juga menyatakan bahwa komunikasi massa merupakan komunikasi yang memanfaatkan media sebagai penghubung antara komunikator dengan komunikan secara bersamaan dengan jumlah yang besar, memiliki tempat tinggal yang berbeda, beraneka ragam, serta bisa memberikan dampak tertentu.³¹

Dapat disimpulkan, bahwa komunikasi massa merupakan suatu hal yang diproduksi dan didistribusikan oleh suatu media massa kepada khalayak luas dimana khalayak luas dapat mencari, menggunakan, dan mengonsumsi informasi/pesan tersebut sehingga memiliki dampak atau efek tertentu.

Komunikasi massa berkaitan erat dengan media massa. Media massa sendiri merupakan media komunikasi dan informasi yang melaksanakan distribusi informasi dalam jumlah yang sangat banyak dan bersamaan serta khalayak dapat mengakses informasi tersebut secara bersamaan pula. Informasi yang didistribusikan berupa peristiwa, berita, maupun produk budaya yang

²⁸ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, I (Jakarta: Kencana, 2006), 262.

²⁹ Shirley Biagi, *Media/Impact Pengantar Media Massa*, 9th ed. (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), 9.

³⁰ Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa* (Jakarta: PT Grasindo, 2016), 1.

³¹ Satria Fathur Rahman, "Pesan Moral Dalam Film 99 Nama Cinta (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)," *Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*, 2021, 1.

menggambarkan dan mempengaruhi masyarakat.³² Selain mendistribusikan informasi berupa peristiwa, berita, maupun produk budaya, juga menyebarkan informasi kepada khalayak berupa fakta maupun opini.³³ Media massa juga merupakan alat yang digunakan untuk menyebarkan informasi pada khalayak luas baik melalui media cetak maupun media elektronik.³⁴ Selain media massa, komunikasi massa tidak terlepas dari adanya massa itu sendiri. Massa merupakan khalayak dari beragam tingkat pendidikan, usia, status sosial, keyakinan, dan dapat dijangkau oleh media massa.³⁵

Komunikasi massa memiliki beberapa unsur-unsur di dalamnya, yaitu komunikator, media massa, pesan, *gatekeeper*, khalayak/publik, dan umpan balik.³⁶

- a) Komunikator: pihak yang berperan menyebarkan informasi kepada khalayak luas dengan menggunakan media massa dan mencari keuntungan dari menyebarkan informasi tersebut.
- b) Media massa: media komunikasi dan informasi yang melaksanakan distribusi informasi dalam jumlah yang sangat banyak dan bersamaan serta khalayak dapat mengakses informasi tersebut secara bersamaan pula.
- c) Informasi massa: informasi yang secara massal ditujukan kepada masyarakat atau khalayak luas.

³² Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, 262.

³³ Rahman, "Pesan Moral Dalam Film 99 Nama Cinta (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)," 1.

³⁴ Defita Wulansari, *Media Massa Dan Komunikasi*, ed. Mahmud Sy (Semarang: Mutiara Aksara, 2021), 2.

³⁵ Ade Purna Puspita, "Transmisi Nilai Sosial Dalam Serial Drama Korea 'Reply 1988' (Studi Semiotika Tayangan Serial Drama Korea Dalam Penyebaran Nilai Sosial Keharmonisan Keluarga)," *Universitas Sumatera Utara*, 2021, 16.

³⁶ Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, 71.

- d) *Gatekeeper*: sebelum informasi disebarkan kepada khalayak luas, informasi tersebut sudah lebih dulu diseleksi. Pihak yang memiliki wewenang untuk membatasi informasi maupun memperluas informasi tersebut adalah wartawan, editor, *desk* surat kabar dan sebagainya.
- e) Khalayak: merupakan publik baik itu pendengar, pemirsa, maupun pembaca yang menerima informasi dari media massa yang disebarkan secara massal.
- f) Umpan balik: berupa tanggapan yang diberikan komunikan kepada komunikator dan tanggapan yang berasal dari pesan kepada komunikator ³⁷

Komunikasi massa merupakan aktivitas sosial yang memiliki fungsi dalam masyarakat. Menurut Burhan Bungin terdapat 5 fungsi komunikasi massa, yaitu pengawasan, *social learning*, penyampaian informasi, transformasi budaya, dan hiburan.³⁸

- a) Fungsi pengawasan: media massa merupakan perantara yang bisa dimanfaatkan sebagai pengawasan akan aktivitas khalayak atau masyarakat dalam bentuk kontrol sosial, peringatan dan kegiatan yang persuasif. Pengawasan dan kontrol sosial dilakukan dengan tujuan sebagai upaya pencegahan agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diharapkan. Sedangkan kegiatan persuasif dilakukan dengan tujuan sebagai upaya memberi penghargaan dan hukuman sesuai dengan yang dilakukan oleh masyarakat.
- b) Fungsi *social learning*: selain memberikan pengawasan kepada masyarakat, media massa juga memberikan manfaat berupa mengarahkan dan memberikan pendidikan sosial kepada masyarakat.³⁹ Sehingga dapat meningkatkan

³⁷ Romli, *Komunikasi Massa*, 12.

³⁸ Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, 79.

³⁹ Bungin, 80.

pengetahuan dan memberi contoh yang bijak agar perilaku masyarakat berubah menjadi lebih baik.⁴⁰

- c) Fungsi penyampaian informasi: mendistribusikan informasi mengenai suatu peristiwa atau kejadian dalam kehidupan sehari-hari kepada khalayak luas secara massal dan dalam waktu yang singkat dan cepat.⁴¹ Dengan memperoleh informasi maka wawasan masyarakat akan bertambah tanpa terjun langsung pada kegiatan atau peristiwa yang diinformasikan melalui media tersebut.⁴²
- d) Fungsi transformasi budaya: komunikasi massa sebagai proses untuk mentransformasikan budaya yang dilaksanakan secara bersama-sama oleh seluruh komponen komunikasi massa.
- e) Fungsi hiburan: komunikasi massa juga digunakan sebagai sarana hiburan maupun mengisi waktu luang. Seperti menonton acara televisi, bermain *game* melalui internet hingga membaca humor di surat kabar.⁴³

⁴⁰ Wulansari, *Media Massa Dan Komunikasi*, 14.

⁴¹ Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, 80.

⁴² Wulansari, *Media Massa Dan Komunikasi*, 13.

⁴³ Wulansari, 15.