

BAB II

LANDASAN TEORI

Penyusunan kajian teori merupakan dasar yang harus dilakukan oleh seorang penulis yang akan meneliti suatu masalah. Hal ini karena kajian teoritis akan menjadi penentu penulis untuk mengambil langkah selanjutnya dalam tahap pengerjaan. Penyusunan kajian teori merupakan dasar yang harus dilakukan oleh seorang penulis yang akan meneliti suatu masalah. Hal ini karena kajian teoritis akan menjadi penentu penulis untuk mengambil langkah selanjutnya dalam tahap pengerjaan. Menurut seorang ahli, bernama Cooper menerangkan bahwa kajian teori memiliki fungsi diantaranya¹ :

1. Teori membatasi hal-hal apa saja yang akan dibahas atau dipelajari
2. Teori membantu penelitian untuk mendekati dan menemukan makna yang sesungguhnya dalam sebuah penelitian
3. Teori merangkum objek yang dibahas dalam penelitian.

A. Media Sosial (Social Media)

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah media *online* yang mendukung interaksi sosial. Media sosial merupakan sarana informasi dan komunikasi berbasis web dialog interaktif. Di Indonesia beberapa situs media sosial yang populer

¹ Surahman Ence, "Kajian Teori Dalam Penelitian," *Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan* 3 (2020), 51.

di antaranya ialah WhatsApp, Instagram, Facebook, YouTube, Twitter, Wikipedia, dan saat ini yang sedang trend di kalangan masyarakat yakni aplikasi TikTok. Selain itu, salah satu pakar yakni Antony Mayfield memberikan definisi media sosial adalah media dimana penggunanya dapat dengan mudah ikut berpartisipasi didalamnya, entah dalam hal berbagi informasi maupun menciptakan pesan. Singkatnya, media sosial ialah seperangkat alat komunikasi sebuah media digital berbasis *online* yang mendukung para penggunanya untuk berinteraksi tanpa ada batasan ruang dan waktu.

Berkembangnya media sosial tak lepas dari banyaknya konten yang dibuat oleh para penggunanya. Konten oleh para pengguna merupakan salah satu karakteristik penting dalam media sosial. Konten pengguna atau disebut dengan *User Generated Content (UGC)* sudah membuktikan bahwa konten pada media sosial sepenuhnya berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. Konten oleh pengguna ini menunjukkan jelas bahwa media sosial tidak hanya memproduksi konten yang disebut dengan "*Their Own Individualized Place*", namun juga mengkonsumsi konten oleh pengguna lain. Media sosial memiliki kesempatan secara merata untuk memungkinkan khalayak untuk mengarsipkan, memberikan keterangan, menyesuaikan, serta menyirkulasi ulang konten media.²

² Nasrullah Rulli, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Teknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 31

Media sosial tak hanya membawa kita lebih tinggi melompat, tetapi juga secara substansif memberikan budaya baru dalam berinteraksi. Lahir dan berkembangnya media sosial memberi dampak nyata pada kehidupan sosial masyarakat, baik mengenai tatanan pola pikir, pola merasa, maupun pola bertindak manusia, serta menysar pada perubahan beberapa aspek kehidupan manusia, seperti aspek budaya, etika, dan norma-norma tertentu.³

2. Jenis Media Sosial

Terdapat 6 jenis media sosial menurut Nasrullah, yaitu⁴ :

a) Media Jejaring Sosial

Social Networking atau media jejaring sosial merupakan medium yang paling populer. Media ini berguna bagi penggunanya untuk melakukan hubungan sosial. Karakteristik dari media ini ialah para penggunanya dapat membentuk jaringan pertemanan satu sama lain, hal ini memungkinkan akan munculnya siklus pertemanan baru di dunia nyata (*real life*).

a) Jurnal *Online*

Jurnal *online* atau yang sering disebut Blog ini adalah sebuah jenis media sosial yang membantu para penggunanya untuk membagikan aktivitas kesehariannya, saling

³ Tongkotow Liedfray, "Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara," *Jurnal Ilmiah Society* (2022), 2

⁴ Nasrullah, *Teori Dan Riset Media Siber* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2015), 25

memberikan komentar terhadap pengguna lain, dan menyebarkan informasi mengenai sesuatu hal. Umumnya, jurnal online ini memuat tulisan mengenai keseharian pribadi sang pengguna dan dilengkapi dengan fitur komentar, yang akan memungkinkan pengguna lain mengutarakan pendapat atau opini mereka mengenai apa yang mereka baca.

Jenis jurnal *online* atau blog terbagi lagi kedalam dua kategori, yakni *personal homepage* yang mana sang pemilik menggunakan nama domain seperti .com atau .net dan kategori kedua adalah menggunakan fasilitas yang disediakan dalam jurnal *online*, seperti wordpress atau blogspot.

b) Jurnal *Online* Sederhana

Jenis media sosial ini juga disebut dengan *micro-blog* yang mana merupakan jenis media sosial yang menyediakan fitur atau fasilitas bagi para pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktifitas maupun opininya. Saat ini, contoh dari *micro-blog* yang paling populer yang umum digunakan ialah aplikasi Twitter.

c) Media Berbagi

Media berbagi atau *media sharing* merupakan salah satu jenis media sosial yang menyediakan fasilitas agar pengguna dapat membagikan berbagai file, seperti audio, video, gambar, dan lain sebagainya. Contoh dari media

berbagi ini adalah YouTube, Flickr, TikTok, dan lain sebagainya.

d) Penanda Sosial

Penanda sosial atau *social bookmarking* jenis ini merupakan media sosial yang berfungsi untuk menyimpan, mengelola, mengorganisir sebuah informasi atau pesan secara online. Contoh dari jenis media ini yang populer di Indonesia adalah LintasMe.

e) Media Konten

Jenis media sosial ini merupakan hasil kolaborasi dari para pengguna. Media konten atau wiki ini menyajikan berbagai pengertian, sejarah, hingga berbagai macam rujukan buku yang dapat dicari dalam satu kata. Kerja sama dari pengguna merupakan kunci konten yang terdapat dalam media sosial ini.

3. Fungsi Media Sosial

Sosial media memiliki fungsi sebagai berikut⁵ :

- a) Media sosial adalah sebuah sarana yang dibuat guna memperluas interaksi sosial manusia dengan memanfaatkan teknologi internet

⁵ FR Doni, "Perilaku Penggunaan Media Sosial Pada Kalangan Remaja," *Indonesian Jurnal Of Software Engineering* 3 (2017), 26.

- b) Media sosial berfungsi sebagai jembatan informasi dari satu pengguna ke banyak audiens dan menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak pengguna
- c) Media sosial mendukung sebuah informasi serta pengetahuan yang dapat membantu manusia untuk tak hanya sekedar penerima pesan atau informasi, melainkan menjadi pembuat pesan atau informasi yang kemudian akan dipublikasikan kepada khalayak luas.

B. Fashion

Definisi dari *fashion* yang paling sederhana ialah, segala sesuatu yang menempel pada tubuh mulai dari busana maupun aksesoris dengan maksud melindungi tubuh maupun memperindah penampilan sang pemakai. Menurut Toxell dan Stone, *fashion* didefinisikan sebagai gaya yang diterima dan digunakan oleh sebuah kelompok maupun individu dalam waktu-waktu tertentu. *Fashion* merupakan sebuah gaya yang digemari yang mencerminkan kepribadian atau karakter seseorang dan dalam rentang waktu.⁶

Fashion menempati posisi penting dalam kehidupan manusia. Hal itu dikarenakan *fashion* dipandang sebagai bentuk ekspresi diri yang menjadikan pemakai mencoba berbagai peran dalam kehidupannya.

⁶ Diah Sofiah, "Hubungan Antara Gaya Hidup Brand Minded Dengan Intensi Membeli Produk Fashion Tiruan Bermerek Eksklusif Pada Remaja Putri," Psikologi Untag, 2019, <https://psikologi.untag-sby.ac.id/web/beritadetail/artikel-3-81.html>. Diakses pada 22 Oktober 2022, 20.33 WIB

Fashion merupakan salah satu faktor penting yang membuat hidup sang pemakai menjadi lebih menyenangkan.⁷

Di sisi lain, Lypovettsky mendefinisikan bahwa *fashion* ialah kekuatan dari individu yang mengizinkan seseorang untuk mengekspresikan dirinya dalam berbusana⁸.

Misalnya, seorang *rapper* serta anggota *Boy Group* Bigbang asal Korea Selatan yang juga *House Ambassador brand fashion* mewah asal Paris, Coco Chanel, yakni Kwon Ji-Young atau lebih terkenal dengan nama G-Dragon, saat ini menjadi *trendsetter fashion* dunia, berawal dari kemunculannya dalam *Gradiotion Photo* yang diproduksi oleh Chanel bersama beberapa selebriti Hollywood seperti Julianne Moore, Lyli Collins, Rita Ora hingga Kristen Stewart pada tahun 2015.

G-Dragon hadir mengusung *style fashion* yang nyentrik namun dapat diterima oleh khalayak hingga ia dijadikan salah satu kiblat *fashion* yang paling digemari saat ini. Misalnya yang paling kontroversial ialah ketika ia memakai busana rok yang dipadukan dengan rambut warna pink kontras dalam pemotretan Harper's Bazaar.

Dengan hadirnya *style fashion* G-Dragon tersebut, ia mengajak orang lain untuk bereksperimen serta agar tidak takut untuk mengeksplor diri dalam hal *fashion*. G-Dragon berhasil mematahkan batasan *fashion* dalam kategori *gender*, hal itu ia lakukan karena ia tidak setuju mengenai stereotip *fashion* apa yang harus digunakan oleh seseorang.

⁷ Baruan Tyaswara, "Pemaknaan Terhadap Fashion Style Remaja Di Bandung," *Jurnal Komunikasi* VIII (2017), 294.

⁸ Lipovetsky, *Teori Sosiologi Modern* (Jakarta: Kencana Media Group, 2010), 561

1. Fungsi *Fashion*

Fashion merupakan faktor penting dalam manusia menjalani pengalaman hidup sosial, maka dari itu, *fashion* memiliki beberapa fungsi. Pertama, *fashion* sebagai sarana kesopanan (*Modesty Function*). Kedua, *fashion* sebagai seni (*Fashion as Art*), dan yang ketiga adalah *fashion* sebagai komunikasi.

Fashion sebagai komunikasi dapat menunjukkan siapa pemakainya, seperti yang diungkapkan oleh seorang ahli bernama Eco, “*I speak through my clothes*” (aku berbicara melalui pakaianku)⁹. *Fashion* dianggap mampu menyampaikan pesan non-verbal yang dapat mengungkapkan ekspresi, citra maupun kepribadian seseorang.

a) Ekspresi

Ekspresi merupakan proses pengungkapan sebuah maksud, ide, maupun tujuan. Ekspresi ini dapat dituangkan melalui sarana wajah dari seseorang yang dapat kita lihat secara langsung. Ekspresi memiliki beragam variasi isyarat maupun makna tersirat mengenai suatu pesan. Oleh karena itu, ekspresi dapat dikatakan sebagai sarana komunikasi verbal antar sesama manusia.¹⁰

b) Citra

Citra merupakan sebuah bayangan, gambaran, maupun suatu pemikiran mengenai suatu hal yang tercipta dari perilaku yang terus menerus, sehingga bagi sang pemerhati akan

⁹ Ibrahim, *Budaya Populer Sebagai Komunikasi* (Yogyakarta: Jalasutra, 2006), iv.

¹⁰ Rafi Aufa Mawardi, “Pengertian Ekspresi Dan 7 Jenis Yang Diakui Universal,” detik.com, 2022, <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6133459/pengertian-ekspresi-dan-7-jenisnya-yang-diakui-universal>. Diakses pada 27 Juli 2022, 10.34 WIB

memberikan persepsi yang dipengaruhi bagaimana orang memandang pola pikir, gambaran menurut orang secara pribadi maupun khalayak. Citra juga diartikan sebagai kesan dan gagasan individu yang muncul dari hasil pengetahuan serta pengalamannya. Citra juga dianggap memiliki 2 sifat, yakni bersifat alami dan sifat sengaja dimanipulasi atau sengaja dibangun untuk mendapatkan perhatian publik.¹¹ Dalam kasusnya, citra yang paling banyak digunakan ialah citra yang dibangun masyarakat, citra media, dan citra konsep atau teori.

c) Kepribadian

Kepribadian atau *personality* merupakan istilah yang berasal dari Bahasa Latin “persona” yang bermakna “topeng”. Disisi lain, bagi bangsa Roma, “persona” berarti bagaimana seseorang tampak pada orang lain. Berangkat dari konotasi kata “persona” tersebut, terbentuklah sebuah pengertian bahwa kepribadian ialah kesan yang diberikan individu kepada orang lain yang diperoleh. Kepribadian bukan sesuatu atribut dan spesifik, melainkan apa yang dipikirkan, dirasakan dan siapa seseorang itu sesungguhnya, serta dapat dilihat melalui kualitas perilaku total seseorang.¹²

¹¹ Anisa Sri Restanti, “Tantangan Dan Strategi Untuk Mengembangkan Citra Positif Perpustakaan,” *Record And Library Journal* 1 (2015). 98.

¹² Elizabeth B.Hurlock, *Perkembangan Anak* (Jakarta: Erlangga, 1999), 236.

C. Aplikasi TikTok

Di era saat ini, aplikasi TikTok merupakan salah satu aplikasi yang paling populer tidak hanya di Indonesia, bahkan di seluruh negara. TikTok membantu penggunanya membuat video dengan durasi pendek (5 detik, 15 detik, 30 detik, hingga 60 detik) yang disertai berbagai fitur-fitur menarik, seperti musik yang beragam, serta efek-efek canggih yang membuat para penggunanya dapat dengan senang memainkannya. TikTok pertama kali diluncurkan oleh perusahaan asal Tiongkok. Hanya dalam kurun waktu 1 tahun, TikTok memiliki 100 juta pengguna dan 1 miliar tayangan video setiap harinya. Aplikasi ini bahkan menempati peringkat kedua setelah WhatsApp yang memiliki 1,5 miliar pengunduh.¹³

Pengguna TikTok juga semakin meningkat disebabkan banyaknya fitur-fitur didalamnya yang praktis dan unik. Diantaranya ialah filter untuk mencerahkan dan mengganti agar lebih menarik, adapula fitur untuk mentransisi atau mengezoom video, fitur lain yakni menambahkan suara asli ketika ingin berbicara maupun suara musik lainnya.¹⁴

Pada tahun 2018 TikTok menerima penghargaan sebagai aplikasi paling menghibur dan aplikasi terbaik dari Google Play dan pada tahun 2020 Tik Tok berada di urutan ke dua “Aplikasi Gratis Populer” di Google Play Store dengan 100 juta lebih penginstal.¹⁵ Jika dihitung hingga bulan Juli

¹³ Adawiyah Dwi Putri Robiatul, “Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik Tok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Di Kabupaten Sampang,” *Jurnal Komunikasi* 14 (2020), 136.

¹⁴ Luluk Makrifatul Madhani, “Dampak Penggunaan Media Sosial Tik Tok Terhadap Perilaku Islami Mahasiswa Di Yogyakarta,” *At-Thullab Jurnal* 3 (2021), 605.

¹⁵ Islamiyah Hanifah, “Pengaruh Intensitas Menggunakan Tik Tok Terhadap Perilaku Body Shamming Anak,” *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 11 (2020), 207.

2021, pengguna TikTok di Indonesia mencapai angka 92,2 juta pengguna. Kemudian pada awal pandemi Covid-19 pada bulan april 2021, pengguna aktif TikTok mencapai 37 juta pengguna.

Banyaknya masyarakat Indonesia mengunduh aplikasi TikTok dikarenakan beberapa alasan, diantaranya ialah¹⁶ :

1. Video pendek yang erat kaitannya dengan realitas dan situasi umum

Dalam aplikasi TikTok, video dan lagu berdurasi pendek yang dibuat oleh kreator (sebutan untuk pembuat konten di TikTok) memiliki kaitan dengan kehidupan bermasyarakat, kemudian dibungkus dengan hiburan sains, kemudian *fashion* sebagai konten utama agar lebih menarik audiens.

2. Video pendek yang sederhana

Para pengguna TikTok dapat membuat video berdurasi pendek, yakni 15 detik hingga 1 menit. Dengan hal tersebut, akan memudahkan para pengguna untuk membuat konten yang praktis dan menarik. Tentunya juga dilengkapi musik yang disesuaikan dengan durasi video yang akan membuat pengguna lebih mudah dalam membuat konten.

3. Kebebasan para pengguna

Aplikasi TikTok memberikan kebebasan bagi para penggunanya dalam membuat konten. Dalam kacamata komunikasi, TikTok membantu masyarakat untuk mengekspresikan diri dan merekam kehidupan yang baik yang merupakan makna dari video tersebut. Para

¹⁶ Prima Togi, "Pemanfaatan Media Sosial Ti Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Pencegahan Corona Covid-19," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 5 (2020), 75-76.

pengguna juga dapat dengan bebas menonton video apa yang mereka ingin lihat. Fitur komentar juga membuat para pengguna bisa dengan bebas berkomunikasi dengan pengguna lain.

4. Konten TikTok membahas hal yang sedang *trend*

Pengguna TikTok yang kebanyakan kaum milenial memang sangatlah gemar mengikuti trend atau sesuatu yang sedang viral. Mulai dari *fashion*, kuliner, *travelling*, hingga beberapa fenomena lain. Hal itu menyebabkan banyak pengguna yang mencari motivasi melalui aplikasi TikTok.

5. Berpotensi menjadi selebriti

Di Indonesia banyak orang-orang yang menggunakan aplikasi TikTok kemudian banyak yang menyukainya dan mengikutinya, maka hal tersebut memungkinkan pengguna tersebut viral dan menjadi Selebgram (sebutan untuk artis-artis dalam media sosial). Tentunya hal tersebut akan mendatangkan keuntungan utamanya dalam hal finansial.

6. Sarana pemasaran yang menarik

TikTok mampu memasarkan suatu barang maupun jasa yang ditawarkan. Dengan banyaknya jumlah pengguna, menjadikan para pelaku bisnis berlomba-lomba memasarkan produknya agar terjual. Dengan menggunakan aplikasi TikTok juga akan menghemat waktu dan biaya, selain itu informasi juga akan menyebar secara luas dan cepat serta dapat menjangkau siapapun yang menggunakan aplikasi TikTok.

D. Pengertian Analisis Semiotika

Semiotika merupakan sebuah ilmu atau metode untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda merupakan alat atau perangkat yang digunakan dalam upaya mencari jalan di dunia ini. Semiotika berusaha untuk mempelajari bagaimana manusia memaknani suatu hal menggunakan ide.¹⁷

Kata “semiotika” berasal dari bahasa Yunani, yakni “*Semeion*” yang bermakna “tanda” atau “penafsir tanda”, semiotika berangkat dari studi klasik dan skolastik mengenai seni logika dan etika¹⁸ Semiotika juga diartikan sebagai konsep pengajaran sebagai metode memaknai tanda yang terdapat dalam objek tertentu. Tanda yang terkandung juga menunjukkan sesuatu hal tersembunyi dan masih bersifat bayangan.¹⁹

Sederhananya, semiotika merupakan kajian keilmuan yang menitik beratkan untuk meencoba memahami tanda yang ada dalam kehidupan manusia. Dalam kehidupan manusia, segala sesuatu yang terjadi dapat dilihat sebagai tanda yang memiliki makna.

1. Analisis Semiotika Menurut Charles Sanders Peirce

Charles Sanders Peirce merupakan salah satu tokoh dalam dunia semiotik yang juga seorang ahli filsuf asal Amerika (1839-1914) yang mengutarakan mengenai kehidupan manusia, di mana memiliki ciri percampuran tanda dan cara penggunaannya dalam berbagai aktivitas

¹⁷ Ryan Diputra, “Analisis Semiotika Dan Pesan Moral Pada Film Imperfect 2019 Karya Ernest Prakasa,” *Jurnal Purnama Berazam* 2 (2021), .115.

¹⁸ Rinaldo Herwendo, “Analisis Semiotika Representasi Perilaku Masyarakat Jawa Dalam Film Kala,” *Jurnal Wacana* VIII (2014), 234.

¹⁹ Roland Barthes, *Elemen-Elemen Seiology : Sistem Tanda Bahasa, Hermeutika Dan Strukturalis* (Jogjakarta: IRCiSoD, 2012), 51

yang sifatnya representatif.²⁰ Peirce berpendapat bahwa tanda merupakan sesuatu yang bagi seseorang berfungsi sebagai wakil sesuatu yang lain mengenai hal atau kapasitas tertentu. Hal ini berarti sebuah tanda dapat merepresentasikan sesuatu yang mewakilinya.

Menurut Peirce, tanda merupakan sesuatu yang dijadikan sebagai wakil dari sesuatu yang lain dalam batas tertentu. Tanda selalu mengarahkan seseorang kepada sesuai yang lain, yang oleh Peirce disebut dengan *object*. Dalam hal ini mengarahkan berarti mewakili atau menggantikan. Tanda baru dapat berfungsi jika diinterpretasikan dalam benak penerima tanda melalui *interpretant*. Oleh karena itu, *interpretant* merupakan sebuah pemahaman yang muncul dalam benak penerima tanda. Tanda baru dapat berfungsi apabila dapat ditangkap dan dipahami berkat *ground* (sesuatu yang digunakan agar tanda bisa berfungsi), yang pengetahuan tentang sistem tanda dalam masyarakat.

21

Suatu tanda diciptakan dengan menggunakan acuan tertentu, namun untuk memahami pertalian tersebut diperlukan sebuah *interpretan*. Tanda dihubungkan dengan acuan, sehingga dari tanda yang orisinal tersebut berkembang menjadi suatu tanda baru yang disebut dengan *inpretant*. Dengan demikian, *interpretant* ialah stau tanda baru hasil dari interpretasi antara tanda dan acuan. *Interpretant* menjadi sebuah tanda

²⁰ Danesi and Marcel, *Pesan, Tanda, Dan Makna : Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika Dan Teori Komunikasi* (Yogyakarta: Jalasutra, 2010), 13-14

²¹ Sumbo Tinarbuko, *Semiotika Komunikasi Visual* (Yogyakarta: Jalasutra, 2009), 13-14

baru yang dapat memiliki *interpretant* lain, sehingga akan terjadi proses perputaran yang tidak berhenti²².

Peirce mengatakan bahwa secara umum tanda adalah sesuatu yang mewakili seseorang. Menurut Peirce, “*sign is something which to somebody for something in some respect or capacity*”. Sesuatu yang digunakan supaya tanda bisa berfungsi disebut *ground*. Kemudian untuk konsekuensinya ialah tanda (*sign*) selalu termasuk dalam hubungan *triadic*, yakni *ground*, *object*, dan *interpretant*.²³

Charles Sanders Peirce mengutarakan bentuk merupakan kata-kata. Sesuatu dapat dikatakan tanda apabila memenuhi 2 syarat, yakni²⁴:

- 1) Dapat dipersepsi, baik melalui panca indera maupun dengan perasaan/pikiran
- 2) Memiliki fungsi sebagai tanda maksudnya ialah dapat mewakili sesuatu yang lain.

Charles Sanders Peirce dikenal dengan model *triadic* serta konsep trikotomi yang terdiri dari²⁵ :

a) *Object*

Object merupakan fungsi yang menunjukkan pada sesuatu yang merujuk pada tanda. Dalam hal ini biasanya dapat berupa

²² Tommy Christomy, *Semiotika Budaya* (Depok: Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Budaya Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Universitas Indonesia, 2004), 164

²³ Kintan Safira Maydi, “Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Karya Video Klip ‘Baby Shark’ Dalam Mempromosikan Citra Pejabat Daerah Bima Arya Sugiarto Di Kota Bogor,” *Jurnal E-Proceeding of Management* 5 (2018), 1239

²⁴ Tengku Muhammad, “Representasi Karakter Tokoh Dalam Cerpen Rusa-Rusa Masuk Kaca Karya Mosthamir Thalib : Pendekatan Semiotik Charles Sanders Peirce,” *Jurnal Ilmu Budaya* 15 (2019), 106

²⁵ Nawiroh Vera, *Semiotika Dalam Riset Komunikasi* (Bogor: Ghalia Indoneisa, 2015), 21.

pemikiran yang ada dalam pikiran manusia, serta dapat juga berupa sesuatu yang nyata oleh pandangan.

b) *Sign*

Yaitu bentuk yang diterima atau yang berfungsi sebagai tanda.

Representamen dalam hal ini biasa disebut dengan *sign*.

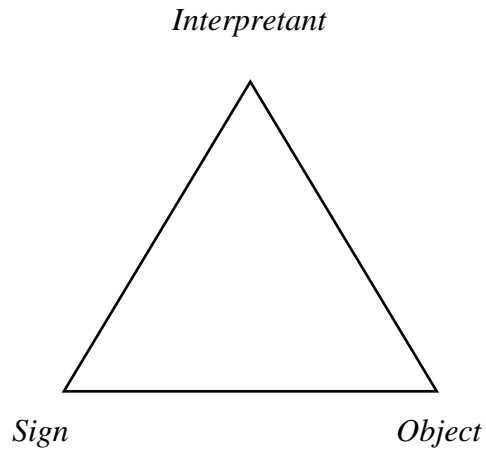
c) *Interpretant*

Adalah makna yang tersirat dari pertemuan antara *object* dan *representamen*.

Model *triadic* milik Peirce sering juga disebut dengan “*triangle meaning semiotics*” atau teori segitiga makna. Sederhananya ialah “tanda merupakan sesuatu hal atau kapasitas yang dikaitkan dengan seseorang. Tanda dapat menciptakan sesuatu dalam benak orang lain yang merujuk pada simbol yang nantinya bisa berkembang. Tanda yang tercipta tersebut disebut *interpretant* dari tanda sebelumnya. Tanda tersebut menunjukkan sesuatu yang dinamakan dengan *object*”

Peirce menjelaskan bahwa model *triadic* disebut juga sebagai “*Triangle Semiotics*” atau disebut juga segitiga makna. Model tersebut menjelaskan bahwa tanda adalah sesuatu yang dikaitkan pada manusia. Tanda yang ada tersebut kemudian disebut dengan *interpretant* ²⁶.

²⁶ John Fiske, *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif* (Yogyakarta: Jalasutra, 2010), hlm.63.



Gambar 1.1 Triangle Semiotics

Charles Sanders Peirce

- 1) *Sign* (tanda)
- 2) *Object* (sesuatu yang dirujuk)
- 3) *Interpretant* (hasil pertemuan sign dengan object)

Model *triadic* milik Peirce merupakan model semiosis yang mewakili tiga tahap, yakni *representamen* (sesuatu), *object* (sesuatu dalam kognisi manusia), dan *interpretant* (proses penafsiran). Peirce mengungkapkan bahwa dalam sistem semiotika bersifat semiosis yang pada dasarnya tidak terbatas. Dalam hal ini berarti memungkinkan *interpretant* dapat berubah menjadi representamen yang kemudian akan berproses mengikuti semiosis yang tak terbatas. Proses semiosis merupakan proses pemaknaan serta penafsiran sebuah tanda dengan melalui 3 tahapan. Tahap pertama yakni penyerapan aspek representamen (yang dilihat melalui panca indera), tahap kedua yakni mengaitkan secara spontan representamen dengan pengalaman kognisi

manusia yang memaknai objek, dan tahap ketiga yakni menafsirkan objek sesuai dengan keinginan, pada tahap terakhir ini disebut dengan interpretant.

Model segitiga *triadic* milik Peirce menunjukkan masing-masing titik yang dihubungkan oleh garis dua arah dalam segitiga makna, hal ini berarti setiap titik atau setiap istilah hanya dapat dipahami jika mereka saling menghubungkan satu sama lain.²⁷

²⁷ Fatimah, *Semiotika Dalam Kajian Iklan Layanan Masyarakat (ILM)*, ed. Syahril, 1st ed. (Gowa: TallasaMedia, 2020).