

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Konsep Pesan Moral

##### 1. Pesan

##### a. Pengertian Pesan

Pesan adalah gagasan, perasaan atau pemikiran yang akan di-*encode* oleh pengirim atau di-*decode* oleh penerima. Apa bila pesan ini berupa tanda, harus dapat membedakan tanda yang alami.<sup>8</sup> Selain itu menurut Harold Lasswell, pesan adalah sesuatu yang dapat dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan berupa seperangkat simbol verbal (melalui penggunaan kata-kata, baik tertulis maupun lisan) atau nonverbal (tanpa menggunakan kata-kata) yang mewakili perasaan, nilai, gagasan ataupun maksud dari sumber tadi.<sup>9</sup> Dalam hal ini pesan bisa juga merupakan stimulus dari sebuah bentuk komunikasi, yang di mana pesan tersebut harus disajikan sebaik mungkin agar dapat diterima oleh komunikan. Pesan dapat berupa gagasan, pendapat, simbol, dan sebagainya dan dikemas untuk diteruskan kepada komunikan. Pengemasan sebuah pesan juga harus diperhatikan agar dapat dengan mudah diterima oleh target dari dibentuknya pesan, entah dari segi bahasa, kondisi sekitar, media, dan sebagainya. Pengemasan yang baik dalam sebuah pesan pastinya akan mendapatkan efek

---

<sup>8</sup> Suryanto., *pengantar ilmu Komunikasi* (Bandung: Pustaka Setia, 2017), hal 175

<sup>9</sup> Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012) hal. 70

yang baik pula, sehingga tujuan dari diadakannya pesan tersebut akan terwujud sesuai ekspektasi pembuat pesan.

Penyajian sebuah pesan yang kurang diperhitungkan dalam proses penyampaiannya, sering kali menimbulkan kegagalan pemahaman isi atau maksud dari diadakannya pesan. Dalam hal ini akan terjadi yang namanya kegagalan dalam berkomunikasi. Sebuah pesan yang sudah diperhitungkan dengan matang dan berusaha dikemas dengan baik oleh komunikator untuk disajikan kepada komunikan masih saja berujung dengan kegagalan pemahaman oleh penerima pesan. Pemahaman yang melenceng dari komunikan mengenai pesan yang disampaikan oleh komunikator membuat pesan yang awalnya disajikan harus direvisi kembali atau difikirkan ulang oleh pengirim pesan, hal ini bertujuan agar bagaimanapun juga maksud dari isi pesan komunikator harus bisa diterima sesuai dengan tujuan awal disajikannya pesan.

b. Bentuk-bentuk pesan

Pesan memiliki beberapa bentuk dengan berbagai macam tujuan dan cara penyampaiannya, bentuk-bentuk pesan ini hadir sebagai keragaman dalam penyampaian pesan kepada komunikan. Menurut A.W. Widjaja dan M. Arisyk Wahab terdapat tiga bentuk pesan, yaitu sebagai berikut.

- 1) Informatif, yaitu guna menyajikan keterangan fakta dan juga data lalu komunikan mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri. Dalam situasi tertentu sebuah pesan informatif lebih berhasil dibanding pesan persuasif.

- 2) Persuasif, yaitu semacam bujukan, rayuaan, artinya membangkitkan pengertian dan juga kesadaran manusia bahwa yang disampaikan akan merubah sikap penerima pesan dan bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator. perubahan dari komunikasi sifatnya bukan terpaksa melainkan menerimanya dengan keterbukaan.
- 3) Koersif, yaitu penyampaian pesan yang memiliki sifat memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi didalamnya. Bentuk yang terkenal dari penyampaian caraini adalah agitasi dengan penekanan yang memberikan efek tekanan batin dan ketakutan pada publik. Koersif berbentuk perintah, instruksi untuk menyampaikan suatu target.<sup>10</sup>

## 2. Moral

Secara bahasa, moral berasal dari kata *mores* (Latin) yang berarti adat kebiasaan. Secara istilah, ia bermakna sebagai batasan terhadap aktivitas manusia dengan memberi nilai baik atau buruk, benar atau salah. Sedangkan dalam Bahasa Indonesia, moral memiliki makna susila.<sup>11</sup> Moral merupakan ide-ide umum tentang tindakan seorang manusia berkaitan dengan mana perbuatan yang layak, wajar dan baik sesuai dengan adat kebiasaan dan kultur yang berlaku. Moral memiliki konsepsi yang mengacu pada baik buruknya suatu perbuatan manusia berdasarkan adat-istiadat yang berlaku.

Jadi, moral sendiri beracu pada aspek norma-norma yang berlaku kepada masyarakat. Akan tetapi, tidak sedikit masyarakat yang beranggapan bahwa moral

---

<sup>10</sup> Suryanto, M.Si, *pengantar ilmu Komunikasi* (Bandung: Pustaka Setia, 2017), hal 182

<sup>11</sup> Sofi Norlailia. "Analisis Semiotika Pesan Moral Islam dalam film Kurang Garam". Surabaya: jurusan Komunikasi Program Studi Komunikasi, Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya, 2018

sama halnya dengan Akhlak.<sup>12</sup> Akhlak atau moral, ajaran mengenai baik buruk suatu perbuatan dan kelakuan (akhlak). Akhlak sendiri merupakan suatu kondisi yang dimana sifat yang dimiliki oleh manusia telah hadir didalam jiwa dan menjadi sebuah bentuk kepribadian dan sehingga muncullah berbagai macam perbuatan yang dimana perbuatan tersebut dilakukan secara spontan dan tanpa pemikiran yang berat. Moral berhubungan dengan disiplin dan kemajuan kualitas perasaan, emosi, dan kecenderungan manusia. Nilai-nilai moral dapat diartikan sebagai berfikir, berkata dan bertindak baik. Semua tindakan baik ini merupakan suatu cabang dari iman, dikatakan bahwa iman itu telanjang perhiasan dari iman itu adalah bentuk rasa malu, dan hasil dari iman adalah taqwa.<sup>13</sup>

### 3. Pesan Moral

Dari kesimpulan di atas mengenai pesan moral yaitu sebuah amanat yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan tentang ajaran baik buruk perbuatan dan juga kelakuan manusia, dengan penyampaian pesan tersebut diharapkan memberi efek kepada komunikan berupa peningkatan kualitas dalam berperilaku kepada sekitar sesuai dengan norma-norma yang disepakati atau yang berlaku. Komunikator menyajikan pesan moral dengan kemasan yang berbeda-beda, dengan media yang berbeda-beda pula.

Pesan moral disampaikan secara tersurat dan juga tersirat sehingga respon atau efek yang diterima oleh komunikan tidak menutup kemungkinan berbeda-

---

<sup>12</sup> Tim Reviewer MKD 2014 UIN Sunan Ampel Surabaya, *Akhlak Tasawuf*, (Surabaya: Uin Sunan Ampel Press), hal 45-46

<sup>13</sup> Sofi Norlailia. Analisis Semiotika Pesan Moral Islam Dalam film Kurang Garam. Skripsi Tidak diterbitkan. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Jurusan Kounikasi Program Studi Ilmu Komunikasi , 2018, hal. 34.

beda oleh setiap individunya, sehingga dalam penyampaian pesan moral, komunikator dituntut untuk lebih baik dan seefektif mungkin dalam menyampaikan kepada komunikan, agar efek yang ditimbulkan tidak meleset jauh dari yang diharapkan. Pesan moral sering kita temukan di dalam sebuah cerita, entah itu berbentuk naratif maupun dialog. Di sisi lain pesan moral juga sering kita temui di dalam sebuah film dari berbagai genrei sehingga memberikan pelajaran kepada penonton untuk berperilaku lebih baik.

## **B. Pengertian Tahta, Perjuangan, dan Cinta**

### 1. Tahta

Tahta adalah kursi atau tempat yang di jadikan seorang pemimpin atau raja untuk tempat singgasana secara resmi. Tahta memiliki makna kiasan yaitu sebuah kedudukan atau kekuasaan yang dimiliki penguasa atau raja. Seorang disebut bertahta ketika seseorang diangkat menjadi penguasa.<sup>14</sup> Lebih dalam lagi tahta adalah sebuah tempat kedudukan yang diakui oleh masyarakat. Tahta yang dulu merupakan tempat bersinggahnya Raja ataupun pemimpin, kini tahta memiliki makna lebih dalam di kalangan masyarakat sebagai kiasan tentang kekuasaan dan juga kedudukan yang lebih tinggi dari yang lainnya. Kekuasaan kerap diperbincangkan dalam wacana politik atau sosiologi politik. Dalam konteks ini, kekuasaan sering dipahami sebagai kualitas, kapasitas, atau modal untuk mencapai tujuan tertentu dari pemiliknya.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> pengertian Tahta ,*Definisi Menurut Para Ahli* (online) (<http://www.definisimenurutparaahli.com/pengertian-tahta/> diakses 28 desember 2019)

<sup>15</sup> Abdil Mughis Muudhofir, "Teori Kekuasaan Michel Foucault: Tantangan bagi Sosiologi Politik", *Jurnal Sosiologi*, No 8, (Juni 2008), 75.

Tidak jarang orang tergiur dengan tahta sehingga ingin mendudukinya entah itu demi kepentingan individu maupun kelompok. Tidak menutup kemungkinan jika banyak orang yang berebut tahta sehingga menghalalkan berbagai cara dan menimbulkan berbagai banyak konflik antar sesama.

## 2. Perjuangan

Perjuangan merupakan suatu usaha untuk meraih sesuatu yang diharapkan demi kemuliaan dan kebaikan.<sup>16</sup> Lebih meluas lagi, perjuangan merupakan suatu kegiatan yang di dalamnya terdapat suatu usaha untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Perjuangan bisa dikatakan tercapai jika hasil akhir dari perjuangan tersebut sesuai dengan harapan atau tujuan awal sebuah perjuangan. Dalam melakukan sebuah perjuangan juga memerlukan suatu pengorbanan agar dapat tercapai tujuannya, pengorbanan itu juga berupa tenaga, harta, pikiran dan lain sebagainya.

Contoh sebuah perjuangan yang seringkali kita dengar yaitu perjuangan yang dilakukan oleh para pahlawan Indonesia untuk memperjuangkan kemerdekaan Bangsa sehingga banyak yang dikorbankan untuk mencapai tujuan tersebut. Perlawanan juga dilakukan oleh umat Islam di Indonesia sejak awal masuknya penjajah masuk ke dalam bumi Nusantara ini, dan perlawanan pun banyak terjadi dalam bentuk fisik yang sering memukul mundur dan membuat gentar para penjajah.<sup>17</sup> Pengorbanan yang dilakukan oleh para pejuang bukan hanya sekedar

---

<sup>16</sup> Nur Fatin .“seputar pengertian perjuangan”,*Seputar Pengertian* ( online) 2014 (<http://seputarpengertian.blogspot.com/2014/08/seputar-pengertian-perjuangan.html>, diakses 28 desember 2019)

<sup>17</sup> Saidul Amin, “Perjuangan Umat Islam Untuk Indonesia Abad 20”, *Jurnal Al-Aqidah*, Vol. 10, (Juni 2008), 101.

tenaga dan juga fikiran melainkan menjadikan nyawa sebagai taruhannya. Hal tersebut menggambarkan kesungguhan dalam sebuah perjuangan untuk mencapai sebuah tujuan yang diharapkan dari sang pejuang.

### 3. Cinta

Banyak yang mengatakan bahwa sulit untuk menjelaskan apa itu Cinta, ada yang mengatakan bahwa cinta itu berhubungan dengan emosi bukan dengan intelektual. Banyak pendapat para ahli mengenai apa itu Cinta. Menurut Rabi'ah Al-'Adawiyah Cinta adalah ungkapan kerinduan dan gambaran perasaan yang mendalam. Siapa yang merasa kannya, niscaya akan mengenalinya. Namun, siapa yang mencoba untuk menyifatnya, pasti akan gagal. Menurut Jalaludin Rumi Cinta Adalah sumber segala sesuatu. Dunia dan kehidupan muncul karena kekuatan yang bernama cinta. Cinta adalah inti dari segala bentuk kehidupan dunia. Menurut Ibnu Qayyim al-jauziah Cinta adalah kesenangan jika itu ditunjukkan kepada makhluk, dan pembinasan jika itu ditujukan pada pencipta.<sup>18</sup>

Berdasarkan beberapa pendapat para tokoh di atas, cinta merupakan perasaan yang lebih mendalam terhadap obyek. Sehingga saat sedang merasakan cinta terkadang segala cara ditempuh untuk menuju atau mendapatkan obyek yang dicintai. Cinta tidak harus timbal-balik dan perbedaaan antara yang mencintai dan mencintai, tetapi bertahan seperti apa adanya.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Pemgertian Ahli, *Pengertian Cinta Menurut Para Ahli* (online) 2014 (<https://pengertianahli.id/2014/09/pengertian-cinta-menurut-para-ahli.html>, diakses 28 desember 2018)

<sup>19</sup> Arga; *Surat-Surat Cinta Khalil Gibran* (Surabaya: Penerbit Grammatical Publishing), hal. 103.

### C. Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan proses dimana pesan tersebut dicari, digunakan, dan dikonsumsi oleh *audience*<sup>20</sup>. Komunikasi ini memiliki beberapa ciri-ciri di dalamnya, komunikator dalam hal komunikasi massa melembaga, selanjutnya yaitu komunikasi dalam komunikasi massa bersifat heterogen, pesannya yang bersifat umum, komunikasi berlangsung satu arah, komunikasi dua arah. Di era saat ini komunikasi massa tidak luput dengan yang namanya media. Media sangat erat korelasinya dengan komunikasi massa, dimana media sendiri memiliki ciri-ciri yang hampir sama dengan komunikasi massa.

Media massa berfungsi sebagai lembaga yang dipercaya sebagai bentuk pengatur informasi dari dunia luar, secara perlahan mampu mensosialisasikan nilai-nilai di dalam masyarakat.<sup>21</sup> Komunikasi massa memiliki beberapa proses di dalam aplikasinya, di antaranya melakukan distribusi dan penerimaan sebuah informasi dalam skala yang besar, model yang dilakukan cenderung komunikasi satu arah, selanjutnya komunikasi ini berlangsung non pribadi atau anonim, komunikasi ini berlangsung tergantung dengan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

### D. Film

#### 1. Pengertian film

Film adalah bagian dari media massa. Film juga memiliki fungsi sebagai media penyampaian pesan. Secara kolektif Film sering disebut sebagai Sinema,

---

<sup>20</sup> Daryanto, *Teori Komunikasi* (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2016), hal. 115.

<sup>21</sup> Manap Solihat, "Komunikasi Massa dan sosialisasi", *Mediator*, Vol. 9, No 1, (Juni 2008), 106.



Sinema merupakan berasal dari kata kinema atau gerak.<sup>22</sup> Film sendiri sebagai sebuah seni audio visual untuk menyampaikan pesan tentunya membutuhkan banyak pertimbangan dalam proses produksinya dari aspek peralatan produksi, Aktor atau pemain film, hingga alur cerita seperti apa yang akan disajikan didalam film, menjadi hal yang penting mempertimbangkan sematang mungkin konsep sebelum proses take film dimulai, hal tersebut bertujuan agar apa yang disajikan di dalam film oleh konseptor dapat diterima atau layak dikonsumsi oleh penonton.

Menurut Effendy, film diartikan sebagai hasil budaya dan alat ekspresi kesenian. Film sebagai komunikasi massa merupakan gabungan dari berbagai teknologi seperti fotografi dan rekaman suara, kesenian baik seni rupa dan seni teater sastra dan arsitektur serta seni musik.<sup>23</sup> Film sebagai media komunikasi kepada masyarakat dalam proses pembuatan atau produksinya memerlukan tim untuk menyelesaikan sebuah film agar hasil yang didapat sesuai ekspektasi, tim dari peroses pembuatan fim memiliki tugasnya sendiri-sendiri dari penulis naskah, pemilihan aktor, hingga tim produksi. Baiknya kordinasi antar divisi menjadi sesuatu yang sangat penting dalam pembuatan fillm. Film sebagai sekumpulan gambar-gambar bergerak yang dibalut dengan unsur seni dalam penyajiannya dan mampu memberikan pengaruh dari segi emosional kepada penontonnya.

---

<sup>22</sup> Anton Mabruki KN, *Penulisan Naskah TV*, (Depok: Mind 8 Publishing House, 2013) hlm. 3.

<sup>23</sup> Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya CV, 1986) hal 239

## 2. Jenis Film

- a. Film Horor, adalah film yang berkaitan dengan mistik, yang selalu menyajikan hal-hal diluar akal manusia, film ini disajikan untuk memberikan nuansa yang berbeda dengan film-film lainnya.<sup>24</sup> Film ini sengaja dikemas dengan suasana tegang yang bertujuan untuk memberi efek takut kepada penontonnya, dan kadang memberikan efek terkejut, gertakan, nada tinggi di dalamnya. Film horor umumnya mempunyai suasana *setting* gelap dengan dukungan ilustrasi music yang mencekam. Suasana film horror biasanya ditujukan untuk kalangan remaja dan dewasa.<sup>25</sup>
- b. Film Romantis, Film yang berkisah tentang masalah percintaan seseorang. alur cerita dalam film jenis ini biasanya dibuat sedramatis mungkin. Contohnya adalah *Romeo and Juliet* (1968).
- c. Film Drama Keluarga, film ini memiliki kisah yang cukup ringan dalam pengemasannya, begitu juga ide ceritanya yang di mana mudah untuk diselesaikan. Film jenis ini disajikan untuk semua umur.
- d. Film Kolosal, kata kolosal berarti luar biasa besar. Film jenis ini biasanya membutuhkan banyak sekali dana dalam proses produksinya itu dikarenakan sebuah film Kolosal membutuhkan banyak sekali pemeran di dalamnya, mulai dari pemeran utama sampai figuran. Biasanya, film kolosal sendiri sering kali bertema peperangan yang di mana membutuhkan banyak pemain yang terkadang berperan sebagai prajurit. Contohnya adalah *Gladiator* (2000) dan *The Last Samurai* (2003).

---

<sup>24</sup> Onung Uchjana Effendi, Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi,....h. 215

<sup>25</sup> Himawan Pratista, *Memahami Film*, (Yogyakarta: Homerian Pustaka, 2008), h. 16-17

- e. Film Misteri, Film misteri adalah film yang mengandung unsur teka-teki. Dikarenakan alur yang tidak mudah ditebak, film jenis ini cukup banyak sekali peminatnya. Para penonton pun dipastikan antusias untuk mengikuti alur cerita karena jawaban teka-teki akan dihadirkan di akhir film.
- f. Film *Action/Laga*, film ini mengandung unsur aksi-aksi yang menegangkan didalamnya. Biasanya ada banyak adegan pertarungan, saling kejar-kejaran, atau aksi menggunakan senjata.<sup>26</sup>

### **E. Film Sebagai Media Dakwah**

Dakwah adalah kegiatan penyampaian pesan yang berisi nilai, norma, hukum agama (Islam) kepada obyek (individu, kelompok, masyarakat) agar mereka menjalankan ajaran agama dengan penuh kesadaran sehingga terwujud sistem sosial yang harmonis dan damai dan pada akhirnya mendatangkan kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat.<sup>27</sup> Penyampaian pesan dakwah kini mengalami banyak revolusi terutama dari segi media, media dakwah kini mengalami banyak perkembangan di era yang serba digital ini, hal tersebut seringkali dimanfaatkan oleh para pendakwah untuk menyampaikan pesan-pesan dakwahnya kepada masyarakat. Banyak media digital yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah kepada masyarakat, salah satunya adalah menggunakan film sebagai media dakwah.

Film adalah alat komunikasi massa yang mengoperkan lambang-lambang komunikasinya dalam bentuk bayangan hidup di atas bayangan putih, hal ini

---

<sup>26</sup> Intitechno, pengertian film, <https://adhitoge.wordpress.com/2013/09/01/pengertian-film/>, 1 september 2013, diakses tanggal 21 november 2019.

<sup>27</sup> Ropingi el Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah: Studi Komprehensif Dakwah dari Teori ke Praktik* (Malang: Madani, 2016), hal. 10.

dilakukan atas bantuan proyektor, sedangkan filmnya sendiri adalah rentetan foto di atas seloid.<sup>28</sup> Dalam hal ini Film dapat menjadi solusi media dakwah ketika masyarakat mengalami suatu stagnansi dalam penerimaan informasi keislaman. Dengan memanfaatkan film sebagai media dakwah, kekreatifan pendakwaah dalam memasukkan unsur dakwah di dalam sebuah film menjadi hal yang harus diperhitungkan, mengingat film sendiri membutuhkan seni dalam penyajiannya, hal tersebut guna menumbuhkan ketertarikan penonton terhadap film.<sup>29</sup>

## F. Semiotika

Semiotika adalah bentuk metode analisis untuk mengkaji sebuah tanda. Semiotika 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 sebuah informasi, dalam hal mana objek-objek tidak hanya membawa informasi, dan dalam hal mana objek-objek akan membawa informasi. Tetapi juga mengkonstitusi sistem struktur dan tanda<sup>30</sup>, artinya sebuah objek atau tanda dapat ditampilkan dengan maksud memberikan sebuah pesan atau hanya sekedar untuk hiasan saja tanpa ada makna tertentu. Semiotika adalah suatu disiplin yang menyelidiki semua bentuk komunikasi yang terjadi dengan sarana *signs* ‘tanda-

---

<sup>28</sup> Yoyon Mdjiono, *Komunikasi Penyiaran Islam*, (Surabaya, Fak. Dakwah, IAIN Surabaya) hal. 76

<sup>29</sup> Rizky Sopiyan, Kompasiana beyond bogging, film sebagai media dakwah <https://www.kompasiana.com/rizkysopiyan/5500cb99a333118d73511bd0/>, film-sebagai-media-dakwah diakses tanggal 21 november 2019.

<sup>30</sup> Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, PT REMAJA ROSDAKARYA 2013, hal 15

tanda' (Segers, 2000:4).<sup>31</sup> Dengan kata lain semiotika mempelajari hakikat tentang keberadaan suatu tanda.

Sebuah teks berupa surat, puisi, naskah pidato, iklan, cerpen, poster, dan semua hal yang mungkin menjadi tanda dapat dilihat dalam aktivitas penanda yakni, suatu proses signifikasi menggunakan sebuah tanda yang menghubungkan objek dan interpretasi. Pada dasarnya semiosis dapat dipandang sebagai suatu proses tanda yang dapat diberikan dalam istilah semiotika sebagai suatu hubungan antara lima istilah:

S (s, i, e, r, e)

Gambar 2.1  
Singkatan 5 Istilah dalam Semiotika

S adalah untuk *semiotic relation*, (hubungan semiotik); s untuk *sign* (tanda); i untuk *interpreter* (penafsir); e untuk *effect* atau pengaruh (misalnya, suatu disposisi dalam i akan bereaksi dengan cara tertentu terhadap r pada kondisi-kondisi tertentu c karena s); r untuk *reference* (rujukan); dan c untuk *context* (konteks) atau *conditions* (kondisi).<sup>32</sup>

Semiotika Roland Barthes

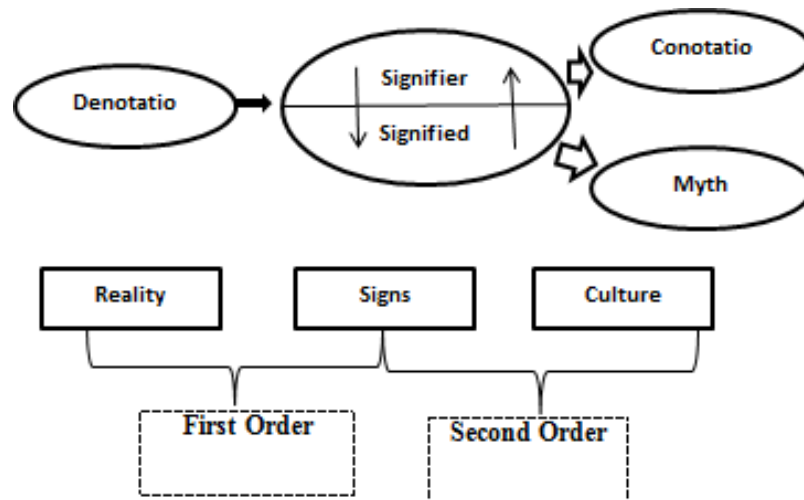
Roland Barthes dalam proses menganalisis data dan juga tanda-tanda, dia memiliki model sistematis sendiri. Fokus perhatian Barthes lebih tertuju kepada sebuah gagasan tentang signifikasi dua tahap (*two order of signification*). *Two order of signification* (signifikasi dua tahap atau dua tatanan pertandaan) Barthes terdiri dari *first order of signification* yaitu denotasi, dan *second order of*

---

<sup>31</sup> Ibid., Hal. 16.

<sup>32</sup> Ibid., Hal. 17.

*signification* yaitu konotasi. Tatanan yang pertama mencakup petanda yang berbentuk tanda. Tanda yang disebut makna denotasi.



Gambar 2.2  
Skema Semiotika Roland Barthes

Dalam gambar di atas Barthes seperti dikutip Fiske menjelaskan : signifikasi tahap yang pertama yaitu hubungan antara *signifier* dan *signified* di dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal. Barthes menganggap hal tersebut sebagai Denotasi, merupakan sebuah makna paling nyata dari tanda. Barthes menggunakan kata konotasi untuk menjelaskan signifikasi terhadap kedua. Hal tersebut menggambarkan yang terjadi ketika sebuah gambar bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaannya. Konotasi mempunyai nilai subyektif atau paling tidak intersubyektif. Pemilihan kata-kata kadang merupakan pilihan terhadap konotasi, misalnya kata “penyuapan” dengan “memberi uang pelicin”. Dengan kata lain, denotasi adalah apa yang digambarkan

tanda terhadap sebuah objek; sedangkan konotasi adalah bagaimana menggambarannya (Fiske, 1990:88).<sup>33</sup>

Jadi, dalam konsep Barthes sendiri, tanda konotatif tidak hanya memiliki makna yang lebih namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi kehadirannya. Sesungguhnya, inilah sumbangan Barthes yang sangat berarti bagi penyempurnaan semiology Saussure, yang berhenti pada penandaan dalam tataran denotatif. Tanda-tanda panah di atas pada signified menuju kepada mitos yang muncul pada tataran konsep mental suatu tanda dan dikatakan sebagai ideologi dominan pada waktu tertentu. Denotasi dan konotasi memiliki potensi untuk menjadi ideologi yang bisa dikategorikan sebagai *third order of signification* (bukan istilah dari Barthes), Barthes menyebut konsep ini sebagai *myth* (mitos).

### **G. Kualitatif**

Metode ini merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat Postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah instrumen kunci.<sup>34</sup> Kualitatif sendiri bertujuan untuk menjelaskan sebuah fenomena melalui melalui pengumpulan data. Kualitatif tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampel, bahkan populasi atau sampel sendiri sangat terbatas. Jika data yang sudah terkumpul sudah sangat mendalam atau sudah menjelaskan sebuah fenomena yang diteliti, maka peneliti tidak perlu mencari sampel lainnya. Di sini yang menjadi sebuah prioritas adalah persoalan kualitas dan bukan kuantitas data.

---

<sup>33</sup> Nurul Latifah, *Analisis Semiotika Pesan Dakwah Dalam Film bulan Terbelah Dilangit Amerika*, Skripsi diajukan kepada Fakultas ilmu Dakwah Dan ilmu Komunikasi Islam, 2016

<sup>34</sup> Sugiyono, *metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hal 9.