

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Semiotik

Secara singkat kita dapat menyatakan bahwa analisis semiotik (*semiotical analysis*) merupakan cara atau metode untuk menganalisis dan memberikan makna-makna terhadap lambang-lambang yang terdapat suatu paket lambang-lambang pesan atau teks. Teks yang dimaksud dalam hubungan ini adalah segala bentuk serta sistem lambang (signs) baik yang terdapat pada media massa (seperti berbagai paket tayangan televisi, karikatur media cetak, film, sandiwara radio, dan berbagai bentuk iklan) maupun yang terdapat di luar media massa (seperti karya lukis, patung, candi, monumen, fashion show, dan menu masakan pada suatu food festival). Urusan analisis semiotik—adalah melacak makna-makna yang diangkut dengan teks berupa lambang-lambang (signs). Dengan kata lain, pemaknaan terhadap lambang-lambang dalam tekslah yang menjadi pusat perhatian analisis semiotik. Kendati sebagai suatu metode ilmiah, analisis semiotik dapat dikatakan relatif baru, namun ia memiliki akar sejarah yang panjang. Kata semiotik (semiotics) berasal dari bahasa Yunani semeion yang lazim diartikan sebagai a sign by which something is known (suatu tanda di mana sesuatu dapat diketahui). John Locke (1690) mengembangkan pemahaman demikian untuk menguraikan tentang bagaimana manusia memahami sesuatu melalui lambang-lambang, seperti muncul dalam karyanya yang berjudul *Essay*

Concerning Human Understanding. Pemikiran Locke sampai sekarang masih dinilai sebagai sebagian dari doktrin filsafat mengenai lambang-lambang (Malone, 1996: 1150). Dalam konteks akademik modern, istilah semiotik digunakan oleh Margaret Mead pada tanggal 19 Mei 1962 di Universitas Indiana AS ketika diselenggarakan Seminar tentang Paralinguistik dan Kinesis. Mead, dalam hal ini, menggunakan istilah semiotik untuk menunjuk *patterned communication in all modalities* (komunikasi yang terpolakan dalam segala bentuk modalitas) (Malone, 1996: 1150).

1. Charles Sanders Pierce (1839-1914)

Charles Sanders Pierce ialah seorang ahli matematika dari AS yang sangat tertarik pada persoalan lambang-lambang. Ia melakukan kajian mengenai semiotika dari perspektif logika dan filsafat dalam upaya melakukan sistematisasi terhadap pengetahuan. Dalam hal ini, Pierce menggunakan istilah *representamen* yang tak lain adalah lambang (*sign*) dengan pengertian sebagai *something which stands to somebody for something in some respect or capacity* (sesuatu yang mewakili sesuatu bagi seseorang dalam suatu hal atau kapasitas) (Matterlart dan Matterlart, 1998: 23). Dari pemaknaan ini dapat dilihat bahwa bagi Pierce, lambang mencakup keberadaan yang luas, termasuk pahatan, gambar, tulisan, ucapan lisan, isyarat bahasa tubuh, musik, dan lukisan. Cara berpikir Pierce pada dasarnya dipengaruhi aliran filsafat pragmatisme yang cenderung bersifat empirisisme radikal.

Segala sesuatu menurut Pierce adalah lambang, bahkan alam raya ini pula sebenarnya adalah suatu lambang yang bukan main dahsyat sifatnya (great representamen). Karena jalan pikiran demikian maka banyak kalangan yang menilai bahwa pandangan Pierce tentang lambang kadangkala bersifat kabur (vague), sulit dibedakan mana yang benar-benar lambang dan mana yang bukan lambang. Hal ini membawa konsekuensi kaburnya batas-batas semiotika sebagai suatu disiplin. Pierce membedakan lambang menjadi tiga kategori pokok: ikon (icon), indeks (index), dan simbol (symbol). Di sini, yang dimaksud dengan ikon adalah a sign which is determined by its *dynamic object by virtue of its own internal nature* (suatu lambang yang ditentukan [cara pemaknaannya] oleh objek yang dinamis karena sifat-sifat internal yang ada). Hal-hal, seperti kemiripan, kesesuaian, tiruan, dan kesan-kesan atau citra menjadi kata kunci untuk memberikan makna-makna terhadap lambang-lambang yang bersifat ikonik. Ikon—karena itu, dapat dilihat karena memang mirip (resemblance).

Patung Prajnaparamita yang melambangkan (atau memberikan citra atau kesan tentang) kecantikan dan kesempurnaan pribadi Ken Dedes sebagai seorang permaisuri Sri Rajasa (Ken Arok), dan juga lukisan foto Dr. Ir. Sukarno oleh Ratna Sari Dewi (6 Juni 1962) yang dapat memberikan kesan kecerdasan, keceriaan, kegigihan, kesederhaan, serta jiwa kepemimpinan seorang Sukarno—semuanya adalah teks atau lambang-lambang ikonik yang membawa makna-makna tertentu. Istilah indeks menunjuk pada lambang yang cara pemaknaannya lebih ditentukan oleh objek dinamis dengan cara being in a real relation to it (keterkaitan yang nyata dengannya). Proses pemaknaan lambang-lambang bersifat indeks tidak dapat bersifat langsung, tetapi dengan cara memikirkan serta mengkaitkaitkannya. Beberapa hal dapat dicontohkan dalam hal ini, misalnya, ada isyarat asap yang dengan itu orang

lalu memaknainya sebagai api atau mungkin kebakaran, isyarat maraknya aksi-aksi protes yang dengan itu orang lalu menafsirkan bahwa ketidakpuasan terhadap pemerintah cenderung meluas, dan isyarat terlalu seringnya orang-orang yang dapat dicurigai terlibat dalam kasus-kasus korupsi yang lalu dapat dimaknai sebagai kurang seriusnya pemerintah dalam memberantas korupsi. Simbol, dalam konteks smiotika, biasanya dipahami sebagai a sign which is determined by its dynamic object only in the sense that it will be so interpreted (suatu lambang yang ditentukan oleh objek dinamisnya dalam arti ia harus benar-benar diinterpretasi).

Dalam hal ini, interpretasi dalam upaya pemaknaan terhadap lambang-lambang simbolik melibatkan unsur dari proses belajar dan tumbuh atau berkembangnya pengalaman serta kesepakatan-kesepakatan dalam masyarakat. Misalnya, kita harus belajar berbicara, berlatih mengucapkan kata-kata (terutama ketika kita masih sangat kanak-kanak) untuk dapat mengungkapkan perasaan serta keinginan-keinginan. Bendera disepakati sebagai lambang bersifat simbolik dari suatu bangsa yang karenanya segenap warga bangsa melakukan penghormatan terhadapnya. Kemarahan suatu bangsa terhadap bangsa lain sering diekspresikan dengan pembakaran bendera bangsa lain; dan tindakan ini bersifat simbolik yang dapat dimaknai justru sangat dalam oleh bangsa yang benderanya dibakar tadi, yang kemudian juga dapat memancing kemarahan balik.

2.2 Media Massa

A. Pengertian Media Massa

Istilah media massa mengacu pada sejumlah media yang telah ada sejak puluhan tahun yang lalu, seperti surat kabar, majalah, film, radio, televisi, internet dan lain-lain. Dengan demikian media massa merupakan sarana penyampaian

komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara luas pula (Tamburaka, 2013: 13).

Menurut Denis McQuail (2000), media massa memiliki sifat atau karakteristik yang mampu menjangkau massa dalam jumlah besar dan luas (*universality of reach*), bersifat publik dan mampu memberikan popularitas kepada siapa saja yang muncul di media massa (Morissan, 2013: 1)

Media massa saat ini telah merasuk pada kehidupan modern. Menurut John Vivian dalam bukunya yang berjudul “*The Media Of Mass Communication, 8TH Edition*” yang telah diterjemahkan Tri Wibowo B.S menyebutkan bahwa media massa dianggap sebagai sumber berita dan hiburan. Media massa juga membawa pesan persuasi (2008: 4)

B. Fungsi Media Massa

Menurut Sholihati (2007: 35), secara teoritis ideologis media massa di Indonesia memiliki 5 fungsi utama:

1. Fungsi informasi

Fungsi informasi merupakan fungsi utama komunikasi secara umum dan merupakan unsur yang sudah terpenuhi secara mutlak oleh media massa. Informasi dibutuhkan oleh khalayak, karena mereka membutuhkan informasi mengenai peristiwa yang terjadi, gagasan atau pikiran orang lain, apa yang dilakukan oleh orang lain dan sebagainya.

2. Mendidik

Media massa dapat menjadi sebagai sarana pendidikan massa. Dalam upaya memenuhi kebutuhan masyarakat dibidang pembelajaran, media massa menyajikan beberapa peristiwa tentang proses – proses sosial, politik, dan

budaya yang secara kognitif memberikan wawasan yang lebih luas kepada masyarakat.

3. Fungsi Hiburan

Fungsi hiburan yang dalam tataran ideal merupakan salah satu tuntutan yang harus dipenuhi oleh media massa, sudah dijalankan secara optimal. Dengan melihat perilaku media massa nampaknya menjadikan fungsi hiburan ini sebagai target yang paling penting yang harus dipenuhi.

4. Fungsi Persuasi

Fungsi persuasi media massa, adalah peran yang dijalankan oleh suatu media massa untuk mempengaruhi dan merubah pola hidup masyarakat melalui pesan – pesan yang disampaikan. Hal ini menyebabkan fungsi persuasi pada media massa memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat.

5. Fungsi Kontrol Sosial

Pola kehidupan sosial masyarakat sekarang secara umum sedang mengalami sebuah pergeseran nilai yang cukup signifikan. Perubahan pada dataran pola pikir, sikap dan persepsi terhadap lingkungan, serta pola perilaku memiliki kecenderungan pada semakin menguatnya paradigma pragmatisme yang serba instan. Dengan demikian pesan – pesan budaya yang menawarkan ide – ide dalam mengatasi masalah secara cepat dan praktis mendapat porsi yang besar dalam pola komunikasi masyarakat.

C. Macam - macam Media Massa

Nurudin dalam bukunya yang berjudul “Komunikasi Massa” menyebutkan terdapat 5 macam media massa, diantaranya:

1. Media Elektronik

Media massa jenis ini dapat dikelompokkan kedalam dua bagian, yaitu radio dan televisi.

2. Media Cetak

Media jenis ini juga terbagi dalam beberapa bagian, yaitu surat kabar, majalah, dan tabloid.

3. Buku

Buku merupakan media massa pertama yang dalam banyak hal menjadi media personal. Buku memberikan informasi sekaligus menghibur.

4. Film

Film yang dimaksudkan dalam hal ini adalah film-film yang tayang di bioskop, bukan film-film negatif yang dihasilkan oleh kamera

5. Internet

Menurut Nurudin, belum ada bentuk media dari definisi komunikasi massa yang memasukkan internet dalam media massa. Hal ini dikarenakan, definisi- definisi dibuat merupakan produk definisi yang dibuat beberapa tahun yang lalu.

Akan tetapi disini perlu dijelaskan bahwa internet sendiri merupakan suatu *network* (jaringan) yang menghubungkan setiap komputer yang ada di dunia dan membentuk suatu komunitas maya yang dikenal sebagai *global village* (desa global). Kehadiran internet bagi pengguna merupakan sebuah media baru yang menawarkan keberagaman dan kebebasan akan akses informasi bagi pengguna tanpa harus terikat pembatasan dan sensor. Banyak dan beragamnya informasi di internet menjadi sumber daya informasi baru yang menarik khalayak media massa untuk berpindah dari media massa lama (*old media*) ke media baru (*new media*) (Tamburaka, 2013: 75-77).

2.3 Media Sosial

2.3.1 Definisi Media Sosial

Kehadiran media dengan segala kelebihanannya telah menjadi bagian hidup manusia. Perkembangan zaman menghasilkan beragam media, salah satunya media sosial. Media sosial merupakan media di internet yang memungkinkan pengguna untuk mewakilkan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial merupakan media digital tempat realitas sosial terjadi dan ruang-waktu para penggunanya berinteraksi. Nilai-nilai yang ada di masyarakat maupun komunitas juga muncul bisa dalam bentuk yang sama atau berbeda di internet. Pada dasarnya, beberapa ahli yang meneliti internet melihat bahwa media sosial di internet adalah gambaran apa yang terjadi di dunia nyata, seperti plagiarisme (Nasrullah, 2016).

Selain pernyataan diatas, berikut ini adalah definisi dari media sosial yang berasal dari berbagai literatur penelitian (Fuchs, 2014dalam Nasrullah, 2016):

1. Menurut Mandibergh (2012), media sosial adalah media yangmewadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (user generated content).
2. Menurut Shirky (2008), media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untukberbagai (to share), bekerja sama (to co-operate) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanyaberada diluar kerangka institusional maupun organisai.
3. Boyd (2009), menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitasuntuk berkumpul, berbagi,

berkomunikasi dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada user generated content (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa.

4. Menurut Van Dijk (2013), media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.
5. Meike dan Young (2012), mengartikan media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (to be shared one to one) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Sedangkan menurut peneliti, media sosial merupakan sebuah media online dimana setiap penggunanya bisa bebas untuk saling berbagi atau berpartisipasi baik itu informasi maupun hiburan yang mampu mendukung adanya interaksi sosial.

2.3.2 Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki beberapa karakter yang tidak dimiliki oleh beberapa jenis media lainnya. Ada batasan maupun ciri khusus yang hanya dimiliki oleh media sosial. Berikut beberapa karakteristik media sosial yaitu (Nasrullah, 2016):

1. Jaringan

Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk dalam jaringan atau internet. Karakter media sosial adalah membentuk jaringan diantara penggunanya sehingga kehadiran media sosial memberikan media

bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi.

2. Informasi

Informasi menjadi hal yang penting dari media sosial karena dalam media sosial terdapat aktifitas memproduksi konten hingga interaksi yang berdasarkan informasi.

3. Arsip

Bagi pengguna media sosial arsip merupakan sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun.

4. Interaksi

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Fungsinya tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan maupun memperbanyak pengikut di internet. Bentuk sederhana yang terjadi di media sosial dapat berupa memberi komentar dan lain sebagainya.

5. Simulasi Sosial

Media sosial memiliki karakter sebagai media berlangsungnya masyarakat di dunia virtual (maya). Ibarat sebuah Negara, media sosial juga memiliki aturan dan etika bagi para penggunanya. Interaksi yang terjadi di media sosial mampu menggambarkan realitas yang terjadi akan tetapi interaksi yang terjadi adalah simulasi yang terkadang berbeda sama sekali.

6. Penyebaran

Penyebaran adalah karakter lain dari media sosial, tidak hanya menghasilkan dan mengonsumsi konten tetapi juga aktif menyebarkan sekaligus mengembangkan konten oleh penggunanya.

2.3.3 Fungsi Media Sosial

Media sosial adalah salah satu contoh dari sebuah media berbasis online dengan memiliki banyak pengguna yang tersebar hingga ke seluruh penjuru dunia. Media sosial umumnya dimanfaatkan untuk saling berbagi dan berpartisipasi. Tak jarang, media sosial juga digunakan sebagai sarana untuk melakukan interaksi sosial. Hal ini dikarenakan kemudahan dalam mengakses media sosial yang dapat dilakukan kapan pun dan dimana pun. Selain pernyataan diatas, berikut adalah beberapa fungsi media sosial lainnya (Tenia, 2017) :

1. Mencari berita, informasi dan pengetahuan Media sosial berisi jutaan berita, informasi dan juga pengetahuan hingga kabar terkini yang malah penyebaran hal-hal tersebut lebih cepat sampai kepada khalayak melalui media sosial dari pada media lainnya seperti televisi.
2. Mendapatkan hiburan Kondisi seseorang atau perasaan seseorang tidak selamanya dalam keadaan yang baik, yang ceria, yang tanpa tanpa ada masalah, setiap orang tentu merasakan sedih, stress, hingga kejenuhan terhadap suatu hal. Salah satu hal yang bisa dilakukan untuk mengurangi segala perasaan yang bersifat negatif tersebut adalah dengan mencari hiburan dengan bermain media sosial.
3. Komunikasi online Mudahnya mengakses media sosial dimanfaatkan oleh para penggunanya untuk bisa melakukan komunikasi secara online, seperti chatting, membagikan status, memberitahukan kabar hingga menyebarkan undangan. Bahkan bagi pengguna yang sudah terbiasa, komunikasi secara online dinilai lebih efektif dan efisien.
4. Menggerakkan masyarakat Adanya permasalahan-permasalahan kompleks seperti dalam hal politik, pemerintahan hingga suku, agama, ras dan budaya

(SARA), mampu mengundang banyak tanggapan dari khalayak. Salah satu upaya untuk menanggapi berbagai masalah tersebut adalah dengan memberikan kritikan, saran, celaan hingga pembelaan melalui media sosial.

5. Sarana berbagi Media sosial sering dijadikan sebagai sarana untuk berbagi informasi yang bermanfaat bagi banyak orang, dari satu orang ke banyak orang lainnya. Dengan membagikan informasi tersebut, maka diharapkan banyak pihak yang mengetahui tentang informasi tersebut, baik dalam skala nasional hingga internasional.

2.4 Kritik Sosial

Kritik sosial terdiri dari dua suku kata, yakni kritik dan sosial. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kritik artinya kecaman atau tanggapan, kadang-kadang disertai uraian dan pertimbangan baik buruk terhadap suatu hasil karya, pendapat, dan sebagainya. (kbbi.web.id/kritik) Kemudian kata sosial dalam KBBI memiliki arti sesuatu yang berkenaan dengan masyarakat. (kbbi.web.id/sosial) maka kritik sosial dapat diartikan sebagai segala bentuk tanggapan yang dapat berupa kecaman, sindiran atau peringatan yang ditujukan kepada publik mengenai suatu kondisi sosial yang tengah terjadi di masyarakat, Kritik Sosial adalah sebuah inovasi yang berarti kritik sosial menjadi sebuah sarana komunikasi gagasan baru di samping menilai gagasan lama untuk suatu perubahan sosial. Kritik sosial sebagai salah satu bentuk komunikasi di dalam masyarakat yang berfungsi sebagai kontrol terhadap jalannya sebuah sistem sosial atau proses bermasyarakat (Hantisa Oksinata, 2010: 33). Menurut pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa kritik sosial merupakan bentuk perlawanan atau tidak sependapat seseorang ataupun kelompok tertentu terhadap kenyataan yang telah terjadi dalam sebuah kelompok masyarakat.

2.4.1 Kritik Sosial menurut *Karl marx*

Menurut Kristeva (2011: 68), teori marxisme digagas oleh Karl Marx dengan tujuan mengkritik tindakan eksploitatif kelas borjuis terhadap kelas proletariat dalam sebuah kapitalisme. Marx berpendapat bahwa pemenuhan materi merupakan sebuah basis paling mendasar dariseluruh struktur kapitalisme. Oleh karena itu, marxisme merupakan sebuah filsafat materialisme, perkembangan ajaran Marx yang kemudian diterbitkan oleh Frederick Engels dalam Das Kapital sebagaiMarxisme, dianggap para pemikir kritis mereduksi hubungan antara faktor ekonomi (basis) dengan faktor kesadaran manusia (suprastruktur) menjadi hubungan sejarah. Pemikiran tersebut akhirnya jatuh pada determinisme ekonomi yang menjadi aspek ekonomi sebagai satu-satunya aspek yang menentukan kehidupan manusia (Rizer ; 2000; 276).

Melalui analisisnya pada system kapitalisme Marx menilai kesejahteraan manusia ditentukan oleh hubungan kerja yang sangat dipengaruhi oleh kekuatan produksi dan cara produksi pada systemsocial di mana manusia tersebut berada. Kekuasaan terhadap alat produksi dan hubungan produksi yang ada dalam masyarakat kemudian Marx sebagai basis. Selanjutnya basis akan mempengaruhi suprastruktur yang merupakan faktor kesadaran manusia yang terwujud dalam politik, hukum, filsafat, agama, dan lain- lain (Marx, 1964:51 – 53). Berdasarkan asumsinya tentang basis dan suprapstruktur kemudian Marx meyakini system kapitalisme akan hancur oleh dirinya sendiri. Penindasan yang terjadi dalam system produksi akan melahirkan kesadaran kelas pekerja terhadap penindasan yang keras terhadap majikannya. Melalui perjuangan keras revolusi yang menghancurkan struktur masyarakat kelas dan menghapus hubungan subjek dengan objek yang ada.

Sementara itu keyakinan marxise terhadap hancurnya kapitalisme dengan sendirinya menjerumuskan keyakinannya pada cara berfikir positivistik dalam melihat sejarah manusia. Sejarah manusia seolah-olah terjadi dalam suatu mekanisme kualitas yang menghasilkan keniscayaan hubungan antara basis (ekonomi) dan menghasilkan superstruktur (politik) serta kesadaran.

2.5 Pengertian Politik dan Konsep Politik

Menurut Miriam Budiardjo politik adalah bermacam-macam kegiatan dalam suatu sistem politik atau negara yang menyangkut proses menentukan tujuan-tujuan sistem itu dan melaksanakan tujuan-tujuan itu. Pengambilan keputusan mengenai apakah yang menjadi tujuan dan sistem politik itu menyangkut seleksi antara beberapa alternatif dan penyusunan skala prioritas dari tujuan-tujuan yang telah dipilih.

Menurut Prof. Miriam Budiardjo (2010: 17-22), bahwa konsep-konsep pokok dalam politik diantaranya adalah:

- 1) Definisi Ilmu Politik dengan Negara sebagai inti politik Para sarjana yang menekankan negara sebagai inti dari politik (politics), memusatkan perhatiannya pada lembaga-lembaga kenegaraan serta bentuk formalnya. Definisi-definisi ilmu politik kategori ini belakangan juga dinilai masih bersifat tradisional dan agak sempit ruang lingkungannya. Pendekatan ini dinamakan Pendekatan Institusional (institutional approach).
- 2) Definisi Ilmu Politik dengan Kekuasaan sebagai inti Politik Kekuasaan adalah kemampuan seseorang atau suatu kelompok untuk mempengaruhi perilaku seseorang atau kelompok lain, sesuai dengan keinginan para pelaku.

Sarjana yang melihat kekuasaan sebagai inti dari politik beranggapan bahwa politik adalah semua kegiatan yang menyangkut masalah memperebutkan dan mempertahankan kekuasaan. Biasanya dianggap bahwa perjuangan kekuasaan (power struggle) ini

mempunyai tujuan yang menyangkut kepentingan seluruh masyarakat.

Pendekatan ini, yang banyak terpengaruh oleh sosiologi, lebih luas ruang lingkupnya dan juga mencakup gejala-gejala sosial seperti serikat buruh, organisasi keagamaan, organisasi kemahasiswaan, dan kaum militer.

- 3) Defenisi Ilmu Politik dengan Pengambilan Keputusan sebagai intipolitik Keputusan (decision) adalah hasil dari membuat pilihan diantara beberapa alternatif, sedangkan istilah Pengambilan Keputusan (decision making) menunjuk pada proses yang terjadi sampai keputusan itu tercapai. Pengambilan keputusan sebagai konsep pokok dari politik menyangkut keputusan-keputusan yang diambil secara kolektif mengikat seluruh masyarakat. Keputusan-keputusan itu dapat menyangkut tujuan masyarakat, dapat pula menyangkut kebijakan- kebijakan untuk mencapai tujuan itu. Setiap proses membentuk kebijakan umum atau kebijakan pemerintah adalah hasil dari suatu proses mengambil keputusan, yaitu memilih beberapa alternatif yang akhirnya ditetapkan sebagai kebijakan pemerintah. Misalnya, jika Indonesia memutuskan untuk memberi prioritas kepada pengembangan pertanian (seperti dalam Pelita-I zaman Orde Baru), maka hal ini merupakan suatu keputusan yang diambil sesudah mempelajari beberapa alternatif lain misalnya memprioritaskan pendidikan atau memprioritaskan industri.
- 4) Defenisi Ilmu Politik dengan Kebijakan Umum sebagai inti politik Kebijakan (policy) adalah suatu kumpulan keputusan yang diambil oleh seorang pelaku atau kelompok politik, dalam usaha memilih tujuan dan cara untuk mencapai tujuan itu. Pada prinsipnya, pihak yang membuat kebijakan- kebijakan itu mempunyai kekuasaan untuk melaksanakannya. Para sarjana menekankan aspek kebijakan umum (public policy, beleid), menganggap bahwa setiap masyarakat mempunyai beberapa tujuan bersama. Cita-cita bersama ini ingin dicapai melalui usaha bersama, dan untuk itu perlu ditentukan rencana-rencana yang mengikat, yang dituang dalam kebijakan (policies) oleh

pihak yang berwenang, dalam hal ini pemerintah.

- 5) Defenisi Ilmu Politik dengan Pembagian/Alokasi sebagai inti politik Pembagian (distribution) dan alokasi (allocation) ialah pembagian dan penjabatan nilai-nilai (values) dalam masyarakat. Sarjana yang menekankan pembagian dan alokasi beranggapan bahwa politik tidak lain dan tidak bukan adalah membagikan dan mengalokasikan nilai-nilai secara mengikat. Yang ditekankan oleh mereka adalah bahwa pembagian ini sering tidak merata dan karena itu menyebabkan konflik. Masalah tidak meratanya pembagian nilai-nilai perlu diteliti dalam hubungannya dengan kekuasaan dan kebijakan pemerintah. Dalam ilmu sosial, suatu nilai (value) adalah sesuatu yang dianggap baik dan benar, sesuatu yang diinginkan, sesuatu yang mempunyai harga dan oleh karenanya dianggap baik dan benar, sesuatu yang ingin dimiliki oleh manusia. Nilai ini dapat bersifat abstrak seperti penilaian (judgement) atau suatu asas seperti misalnya kejujuran, kebebasan berpendapat dan kebebasan mimbar. Nilai juga bisa bersifat konkret (material) seperti rumah, kekayaan, dan sebagainya.

2.5.1 Media dalam Analisis Teori Kritis

Marx yang melatar belakangi pemikiran kritis menyatakan bahwa media adalah tempat di mana pertarungan ideologi terjadi. Sementara Habermas sebagai salah satu pemikir dari aliran ini menegaskan bahwa media merupakan sebuah realitas di mana ideologi dominan dalam hal ini kapitalisme disebarkan kepada khalayak dan membentuk apa yang disebutnya sebagai kesadaran palsu (false consciousness). Kesadaran ini merupakan kesadaran yang terbentuk atas dasar kepentingan kelompok dominan sehingga kepentingan mereka tetap terjaga.

Marcuse, pemikir kritis, juga mengungkapkan kondisi tersebut dalam

bahasannya tentang manusia satu dimensi. Baginya manusia satu dimensi adalah manusia yang dalam kehidupannya mengalami kekaburan akan dua kontradiksi yang seharusnya selalu dipahami. Kontradiksi yang utama adalah adanya kelompok-kelompok dominan yang selalu berupaya menguasai atau menyubordinatkan kelompok lainnya. Di dalam kehidupan manusia satu dimensi, perbedaan yang ada dikaburkan begitu rupa sehingga manusia sebagai seorang individu tidak menyadari keberadaan dirinya dalam dua kontradiksi tersebut. Tak adanya kesadaran individu menjadikan mereka mudah dikuasai (tanpa perlawanan) karena hilangnya kesadaran mereka sebagai kelompok tertindas (Marcuse, 1964)

2.5.2 Media Komunitas sebagai Media Alternatif

Komunitas merujuk pada istilah *community* yang berarti semua orang yang hidup di suatu tempat, atau sekelompok orang dengan kepentingan atau ketertarikan yang sama. Definisi tersebut menghasilkan tiga rumusan komunitas. Pertama, komunitas yang terbentuk berdasarkan batasan wilayah geografis, kedua rumusan bahwa komunitas terbentuk berdasarkan kesamaan identitas, dan ketiga komunitas yang terbentuk karena kesamaan minat, kepedulian, dan kepentingan (Sudibyo, 2004: 234-235). Berdasarkan pengertian dan definisi di atas maka ditetapkan bentuk lembaga penyiaran komunitas (media komunitas) yang didirikan oleh dan untuk komunitas tertentu.

Sementara alasan umum tentang mengapa media komunitas dapat digolongkan sebagai media alternatif terungkap dalam pernyataan berikut :
“Community media may also sometimes be classed as alternative in that they frequently represent groups who feel that their viewpoints and concerns are

not sufficiently represented within existing local and national media (Sullivan at al, 1994: 10).

Secara lebih detail dengan merujuk pada beberapa karakteristik media alternatif maka pertanyaan apakah media komunitas dapat disebut sebagai media alternatif atau bukan dapat dilihat dari beberapa aspek. Pertama dari aspek organisasi. Media komunitas merupakan institusi media yang relatif kecil atau terbatas pada komunitas tertentu yang pada umumnya memiliki hubungan langsung dan intensif. Sebagai sebuah institusi media komunitas bukanlah institusi bisnis akan tetapi dimiliki oleh organisasi kolektif atau komunitas yang bersangkutan. Kedua dilihat dari aspek isi.

Selain itu sistem pengelolaan media komunitas jelas jauh dari sistem kapitalisme dan tidak bersifat komersial atau tidak menggantungkan kelangsungan hidupnya kepada iklan. Para pengelola media komunitas adalah para aktivis, tidak bersifat profesional, dan merupakan anggota komunitas di mana media itu berada. Sebagai aktivis dan tidak menjadikannya sebagai pekerjaan maka pada umumnya para pengelola lebih bersikap kritis atau bila diperlukan mengambil sikap sebagai oposisi terhadap kelompok dominan. Media komunitas juga tidak berorientasi kepada keuntungan sehingga lebih melihat partisipasi khalayak secara aktif dibanding besarnya jumlah . khalayak yang berimplikasi kepada naiknya rating. Media Alternatif di Tengah Media Arus Utama

Kata “alternatif selalu terasa provokatif, apalagi dalam masyarakat yang hidup dalam politik yang dominan, ekonomi yang dominan, bahkan media yang dominan. Media alternatif dalam penelitian ini merujuk pada pengalaman komunikasi yang muncul sebagai sebuah kebutuhan komunitas

untuk memenuhi atau memperjuangkan kepentingannya yang termarginalkan.

Selain itu media alternatif juga dapat dilihat sebagai media yang radikal atau biasanya juga merupakan media bawah tanah (underground media) yang produk-produknya merupakan produk yang berlawanan (oposisi) dengan produk-produk media arus utama (Sullivan at al, 1994: 10). Media alternatif pada dasarnya merupakan perwujudan resistensi khalayak terhadap media arus utama. Oleh karena itu untuk menilai keberhasilan dan kegagalan media alternatif bukan pada ukuran jumlah atau persentase khalayaknya dan pendapatannya akan tetapi pada kemampuannya untuk membuka dialog dalam ruang publik yang ada di level komunitas atau melalui jaringan sosial yang ada (Downing, 2004: 48).

2.6 Meme

Dawkins mengartikan bahwa meme adalah nada, gagasan, ungkapan-ungkapan, busana pakaian, cara membuat pot atau lengkungan bangunan. Sama seperti gen yang merambat di kolam gen dengan melompat dari sperma tubuh ke tubuh atau telur, maka meme menyebar ke kolam meme dengan melompat dari otak ke otak melalui proses yang dalam pengertian luas, dapat disebut tiruan (Dawkins, 1999:192). dengan ini meme dapat membantu masyarakat mengekspresikan dirinya apalagi di Era 4.0 ini percepatan teknologi sedang besar – besarnya dalam pengaruh manusia pada saat ini sehingga tidak heran meme sangat cepat menyebar dan diterima oleh masyarakat

Meme merupakan satu medium komunikasi yang diciptakan oleh para netizen untuk mengungkapkan berbagai macam pesan-pesan tertentu yang ditujukan baik bagi

pihak-pihak tertentu, institusi, orang biasa atau bahkan untuk masyarakat luas. Pesan-pesan ini lahir dari kreasi-kreasi tanpa batas dengan mengusung kebebasan yang dimiliki oleh para kreator meme (netizen). Isi pesan pun beraneka ragam, bisa kritik, satire (humor), kalimat bijak dan lain sebagainya, tergantung dari apa yang dipikirkan kreator untuk disampaikan (Christiany Juditha 2015).

Masyarakat Indonesia sangat gemar menggunakan internet bahkan menurut survei yang di keluarkan oleh Internetworldstats pada tahun 2021 Indonesia menempati peringkat 4 pengguna internet terbanyak di Dunia, maka dari itu Indonesia tidak bisa lepas dari penggunaan internet sehari – hari, meme merupakan salah satu media yang dapat membantu menyebarkan pesan berupa opini maupun Kritikan yang bersifat menghibur dan tidak kaku, sehingga pesan yang dapat disampaikan dapat terbaca oleh semua kalangan tanpa terkecuali seperti buzzer si aktor politik yang dapat memanipulasi opini public demi kepentingan inidividu/ kelompok,

Konsep meme telah diperdebatkan jauh sebelum era digital, namun internet telah mengubah penyebaran meme menjadi praktik yang sangat terlihat dan istilah meme menjadi tak terpisahkan dari vernakular atau “ bahasa rakyat” para netizen (Shiftman, 2013). Meme internet, seperti pengertian meme yang telah dijelaskan sebelumnya dapat diartikan sebagai segala hal yang tersebar dalam masyarakat siber sehingga menjadi budaya bagi khalayaknya di dunia maya. Kemunculan sebuah meme biasanya diambil dari kejadian menarik, ucapan yang lucu, khas, bahkan kesalahan pengejaan. Penyebarannya pun melalui berbagai macam media, seperti social network, blog, milis, bahkan news platform. Fitur unik internet mengubah difusi meme menjadi rutinitas yang sangat jelas terlihat dan ada di mana- mana (Shiftman, 2013:363).

Shifman menjelaskan meme sudah ada sejak dulu,karena meme merupakan bagian dari budaya dan ikut berkembang melalui teknologi, dan menjadi fenomena baru

di Indonesia dalam berdemokrasi

Kemunculan meme di Indonesia ini adalah fenomena sosial yang dilatarbelakangi oleh pola ungkap yang meluap sebagai indikasi dari proses demokrasi. Selain itu, keberadaan jejaring sosial yang sangat terbuka pun turut menjadi lahan yang sangat subur bagi proses pengembangbiakan meme. Dalam proses komunikasinya, tidak jarang meme juga dijadikan sebagai media perang wacana atau perang opini oleh pihak yang berkepentingan. Kebanyakan dari meme-meme yang bertebaran di sosial media kita memuat foto dan tulisan yang lucu dan tidak sedikit juga bernada satir. Agus Bebung (Alimecca, 2014). Isu politik yang sedang hangat belakangan ini terkait dengan kebijakan baru KOMINFO yaitu PSE menimbulkan masyarakat berkeluh kesah karena pemblokiran sejumlah Platform seperti PayPal dan Epic games sehingga mereka menyampaikan isi pikiran melalui meme di Internet beberapa dapat terhibur dengan meme tersebut karena dianggap sangat sesuai dengan keadaan saat ini

2.6.1 Meme sebagai opini media

Seperti yang sudah dibahas di atas meme merupakan bagian dari budaya dan dapat berkembang dengan teknologi, walaupun pada awalnya meme hanya digunakan untuk sekedar hiburan semata dan bertransformasi menjadi pembentukan opini menyuarakan keluhan kesah yang terjadi pada saat ini sehingga masyarakat dapat berdemokrasi melalui meme

Meme Internet telah menjadi bagian penting dari kehidupan sosial karena membantu dalam pembentukan opini. Di antara berbagai peran, yang utama adalah membantu dalam menyampaikan informasi. Sebagian besar waktu untuk digital native itu bertindak seperti sumber utama informasi juga ketika mereka beralih untuk membaca lebih banyak berita berdasarkan meme yang dibuat di atasnya. (Liisi Lainesk, 2016)

Sebuah meme bisa menjadi representasi opini publik. Seperti McLuhan (seperti dikutip dalam Arifin, 2010) pernah berkata, "medium adalah pesan", komputer dan internet sebagai media untuk menyampaikan pesan (teks dan gambar) telah membentuk cara manusia berkomunikasi dan berbagi pengalaman. Dan Nasrullah (2014) juga menyarankan bahwa interaksi virtual menawarkan definisi diri dan penemuan diri. Setiap individu memiliki kesempatan tak terbatas untuk menciptakan dirinya di dunia cyber yang akan mewakilinya untuk memainkan perannya di internet.

1. Representasi Kritik dalam Bentuk Meme

Aksi masyarakat dunia maya atau netizen memang dapat dikatakan berbeda dengan aksi masyarakat dunia nyata, termasuk dalam kehidupan berpolitik. Salah satunya adalah aksi masyarakat digital dalam menyampaikan kritik serta gagasannya dalam bentuk gambar meme sebagai bentuk demokrasi bagi para netizen, terutama di jejaring sosial "Twiter".

Fenomena rekonstruksi kritik dalam meme ini sangatlah menarik untuk dilihat lebih jauh akan makna yang dikandungnya dan bagaimana representasinya digunakan untuk menyampaikan ide-ide kritis masyarakat siber. Gambar meme seringkali hanya dianggap sebagai bentuk hiburan semata, namun tanpa disadari memiliki konten-konten sensitif berbau kritik yang cenderung lebih menyenangkan untuk disimak daripada berita-berita politik dalam media konvensional. Maka, dalam studi ini dianalisis 3 meme Kominfo yang tersebar di jejaring sosial "Twiter" dan masuk disalah satu trending topic pertanggal 30 juli 2022 terdapat berbagai macam tanda pada meme dalam usahanya menyampaikan kritik yang direkonstruksi sedemikian rupa untuk dapat dipahami khalayaknya. Berbagai tanda yang digunakan untuk

merepresentasikan kritik inilah yang akan dianalisis melalui pendekatan semiotika.

Analisis pada kasus representasi kritik dalam meme politik dikaji melalui pendekatan teori semiotika yang dikemukakan oleh Charles Sanders Peirce. Proses pemaknaan akan dilakukan dengan proses semiosis dengan model triadik yang dilakukan dalam tiga tahap yaitu firstness, secondness dan thirdness. Peirce mengatakan tanda merupakan contoh dari Kepertamaan, objeknya adalah Kekeduaan, dan penafsirnya-unsur pengantara-adalah contoh dari Keketigaan. Keketigaan membangkitkan semiotika yang tak terbatas, selama penafsir yang membaca tanda sebagai tanda bagi yang lain bisa ditangkap oleh penafsir lainnya

Peirce mengidentifikasi tiga jenis tanda; ikon, indeks, dan simbol dari fungsi representatif mereka. Ikon mendapatkan sifat tanda dengan adanya relasi persamaan diantara tanda dan denotasinya, maka ikon adalah firstness.

Indeks yang bergantung pada keberadaan denotasinya dan berfungsi sebagai penanda atau mengisyaratkan petandanya dalam terminologi Peirce merupakan secondness, dan simbol yang hubungan antara tanda dan denotasinya ditentukan oleh peraturan yang berlaku umum atau ditentukan oleh suatu kesepakatan bersama (konvensi) adalah thirdness.

Konsep yang ditawarkan Peirce ini dapat mengungkap makna yang bersifat manifest (nyata) dimana makna tanda muncul apa adanya tanpa dipengaruhi oleh ranah-ranah lain. Arti yang tampak (manifest) dari suatu tanda akan dipertimbangkan sebagai salah satu dari arti yang bersifat umum dan dengan hasil seperti yang diinginkan oleh pembuat tanda tersebut. Pemaknaan akhirnya mampu mengungkap makna yang bersifat latent atau

tersembunyi yang interpretasinya tidak ditentukan yang dianalisis melalui proses intertekstual. Arti tersembunyi dari suatu tanda terpendam dalam tanda tersebut dalam ketidaksadaran pembuat tanda sendiri, ataupun terhadap pihak yang menyaksikan tanda tersebut. Dalam tahap ini, dibutuhkan interpretatif yang lebih dalam dikarenakan interpretasi tanda yang tidak terbatas. Pada proses ini pemaknaan dapat terkait dalam konteks sosial, budaya, dan berbagai nilai- nilai yang ada di masyarakat. Makna dalam semiotika bersifat arbitrer sehingga penafsiran banyak dipengaruhi oleh frame of reference peneliti sebagai instrumen. Makna yang ditarik dari penafsiran akan dikaitkandengan kritik yang disampaikan melalui meme mengenai berbagai peristiwa politik.

Tanda-tanda memiliki kemampuan untuk memberitahukan kebenaran melalui kerumitannya. Dalam melakukan analisis ini, peneliti menggunakan 2 elemen tanda yang ada, yaitu tanda verbal dan tanda visual untuk menarik makna atau penafsiran dari tanda ikon, indeks dan simbol dalam meme politik yang tersebar dan dibagikan pengguna pada meme Kominfo di jejaring sosial “Kominfo”. Seringkali meme merupakan bentuk parodi dari peristiwa yang ada, karena itu penafsir harus memahami objek serta peristiwa yang diparodikan agar dapat menikmati humor yang ditawarkan serta memahami pesan yang tersembunyi di dalamnya.