

BAB II

LANDASAN KONSEPTUAL

Landasan konseptual merupakan sebuah gagasan atau prinsip serta kepercayaan yang dianggap benar. Dalam landasan konseptual ini peneliti menggunakan beberapa teori untuk membantu penulis dalam menganalisis penelitian tentang pesan moral pada channel youtube Adikaputra CS menggunakan pendekatan Analisis Semiotika.

1.1. Hasil Penelitian Terdahulu

Peneliti terdahulu yang pertama penelitian tentang Analisis Semiotika Makna Pesan Moral Pada Film Filosofi Kopi yang diteliti oleh Nindy Arnila Marizal. Program studi ilmu komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan 2017.

Dalam penelitian ini membahas tentang analisis semiotika pada pesan moral yang ada dalam Film Filosofi kopi. Analisis Semiotika yang digunakan dalam penelitian ini adalah Semiotika Menurut Ferdinand de Saussure. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, studi kepustakaan dan wawancara mendalam. Teknik analisis data pada penelitian ini dilakukan beberapa tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan dari kesimpulan (Diakses pada tanggal 31 maret 2022 pada pukul 23.34 WITA, [http:// repository.unpas.ac.id/scholar.google.com](http://repository.unpas.ac.id/scholar.google.com)).

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu pada film “Filosofi Kopi” ini memiliki jumlah sebanyak sembilan belas scene yang mengandung makna pesan moral. Pesan moral yang terkandung di dalam film ini meliputi pesan negatif dan positif seperti kemandirian seseorang, ke egoisan, pekerja keras, ketergantungan

dengan orang lain, penyesalan, putus asa, motivasi dan juga kegigihan. Dimana dari hasil penelitian tersebut semoga pesan yang tersurat dalam film ini dapat bermanfaat bagi si peneliti maupun orang-orang yang sudah ikut serta dalam penelitian ini.

Penelitian terdahulu yang kedua adalah Pesan Moral pada Video Youtube Mother Earth Karya Alffy Rev (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce) yang diteliti oleh Alfareza Ayu. Skripsi. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.

Dalam penelitian ini membahas tentang analisis semiotika pada pesan moral yang ada dalam Video Youtube Mother Earth Karya Alffy Rev. Analisis Semiotika yang digunakan dalam penelitian ini adalah Semiotika Menurut Ferdinand de Saussure.

Pada penelitian ini, Masalah yang diteliti pada penelitian ini meliputi 1) interpretasi tanda-tanda pesan moral yang ada dalam video youtube Mother Earth berdasarkan Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce, dan 2) pesan moral yang terdapat dalam video youtube Mother Earth dan kesesuaiannya dengan ajaran Islam. Peneliti melakukan analisis tanda representamen, objek, dan interpretan pada gambar atau lirik yang berkaitan dengan pesan moral didalamnya (Diakses pada tanggal 19 April 2022 pada pukul 19.10 WITA, <http://etheses.iainponorogo.ac.id/scholar.google.com>).

Adapun hasil dari penelitian yakni 1) berdasarkan analisis semiotika Charles Sanders Peirce terdapat tanda pesan moral yang apabila diinterpretasikan mengenai kesadaran akan kekayaan alam, kerusakan alam

akibat wabah, kepedulian manusia, dan juga rasa sabar dan ikhlas menghadapi keadaan. 2) adapun pesan moral dalam video dan kesesuaiannya dengan ajaran Islam berupa menjaga dan melestarikan alam sesuai dengan apa yang telah dianjurkan Allah Swt sebagai bentuk rasa syukur kepada-Nya. Senantiasa untuk bersabar dan ikhlas dalam menghadapi situasi yang sulit di tengah adanya wabah virus corona.

Penelitian terdahulu yang ketiga adalah “Representasi Pesan Moral Dalam Film Tilik di Youtube Karya Wahyu Agung Prasetyo (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce) yang diteliti oleh Yasmine Muntazah. Dalam penelitian ini membahas tentang analisis semiotika pada pesan moral yang ada dalam Film Tilik di Youtube Karya Wahyu Agung Prasetyo. Analisis Semiotika yang digunakan dalam penelitian ini adalah Semiotika Menurut Ferdinand de Saussure (Diakses pada tanggal 20 April 2022 pada pukul 19.37 WITA, <http://repository.syekhnurjati.ac.id/scholar.google.com>).

Dalam penelitian ini masalah yang diteliti oleh si penulis adalah Bagaimana penggambaran scene yang terkait dengan pesan moral melalui penerapan sinematografi di film Tilik, Bagaimana representasi pesan moral dalam film Tilik menurut semiotika Charles Sanders Pierce?. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggambaran scene yang terkait dengan pesan moral dalam penerapan sinematografi di film Tilik dan mengetahui pesan moral pada film Tilik dengan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Pierce. Pada penelitian ini metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan semiotika dan sinematografi. Sumber data primer dan sekunder,

dalam penelitian ini meliputi teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi dan dokumentasi.

Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah analisis semiotika dengan menggunakan pendekatan Charles Sanders Peirce. Analisis data dilakukan dengan mengklasifikasi teori segitiga makna yang terdiri dari tiga elemen yaitu tanda (sign), objek (object), dan interpretant.

Berdasarkan ketiga penelitian terdahulu di atas, terlihat bahwa penelitian-penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan penelitian yang mau dilakukan penulis yaitu lebih menekankan pesan moral pada konten (video) serta film,. Namun yang membedakan dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah pada metode analisis nya. Pada peneliian terdahulu metode yang digunakan itu metode semiotika Saussure, dan metode analisis semiotika Charles Sanders Pierce, sedangkan penulis menggunakan analisis pemaknaan sendiri.

1.2. Komunikasi

Adapun yang dibahas dalam komunikasi massa antara lain pengertian komunikasi massa dan komponen komunikasi massa sebagai berikut :

1.2.1. Pengertian Komunikasi

Secara Etimologis istilah kata komunikasi berasal dari kata bahasa Latin *Communicare*, artinya memberitahukan, menyampaikan. *Comunicatio*, artinya hal memberitahukan ; pemberitahuan ; hal memberi bagian dalam ; pertukaran. *Communio*, artinya hal bersama ; hal mempunyai bersama ; persekutuan ; gabungan persatuan ; kehidupan bersama ; ikut ambil bagian. Maka komunikasi berarti hal memberitahukan, menyanpaikan sesuatu (pesan) kepada yang lain agar semua anggota persekutuan (*communio*) sekurang-kurangnya memiliki

pengetahuan dan pemahaman yang sama tentang (isi) pesan tertentu (Hendrikus Saku Bouk, 2017 : 7)

Menurut Everret M. Rogers (1995) komunikasi ialah proses yang didalamnya terdapat suatu gagasan yang dikirim dari sumber kepada penerima dengan tujuan untuk mengubah perilakunya.

Menurut Raymond S. Ross komunikasi adalah proses transaksional yang meliputi pemisahan dan pemilahan bersama lambang secara kognitif, begitu rupa sehingga membantu orang lain untuk mengeluarkan dari pengalamannya sendiri arti atau respon yang sama dengan yang di maksud oleh sumber.

1.2.2. Komponen Komunikasi

Komunikasi massa merupakan komunikasi satu arah, yang artinya komunikasi terjadi antara komunikator mengirim pesan melalui media atau saluran kepada komunikan. Walaupun komunikasi massa bersifat satu arah, namun dalam pengelolahannya memerlukan komponen lain untuk menentukan lancarnya proses komunikasi. Komponen dalam komunikasi massa ternyata tidak sesederhana komponen komunikasi yang lainnya. Proses komunikasi massa lebih kompleks, karena setiap komponennya mempunyai karakteristik tertentu adalah sebagai berikut (Ardianto, 2004: 36 - 42).

a. Komunikator

Dalam komunikasi massa komunikator bukan merupakan langsung pemberian informasi dari seseorang, tetapi dibuat melalui usaha-usaha yang terorganisasikan melalui program-program yang di tentukan bersama dari beberapa partisipan, diproduksi secara massal, dan didistribusikan kepada massa.

b. Pesan

Pesan komunikasi massa bersifat umum, maka pesan harus diketahui oleh setiap orang. Penataan pesan tergantung pada sifat media yang berbeda antara satu dengan yang lainnya.

c. Media

Media dalam hal ini adalah media massa yang memiliki ciri khas, serta mempunyai kemampuan untuk menyebarkan pesan yang disampaikan komunikator kepada khalayak.

d. Khalayak

Khalayak yang dituju oleh komunikasi massa adalah sejumlah besar orang. Dengan bantuan dari media pesan apapun akan sampai kepada khalayak sebagaimana mestinya.

e. Efek

Efek komunikasi adalah perubahan yang terjadi pada diri penerima pesan komunikasi.

2.3. Youtube

Youtube adalah sebuah aplikasi media online yang sangat populer pada saat ini karena sekarang banyak orang yang bisa mengakses video atau menonton film dengan mudah.

Youtube adalah situs web yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan, menonton, dan membagikan video secara publik. Youtube menjadi tempat atau sarana terbaik untuk berbagi video dari seluruh dunia, mulai dari video pendek, tutorial, vlog, film pendek, trailer film, musik, edukasi, animasi,

hiburan, berita, TV, serta beragam info menarik lainnya. Pertumbuhan pengguna smartphone dan internet yang semakin tinggi membuat video Youtube juga makin variatif (<https://dianisa.com/pengertian-youtube/>).

2.3.1. Definisi Youtube

Diluncurkan pada bulan Mei 2005, *Youtube* telah memudahkan miliaran orang untuk menemukan, menonton, dan membagikan beragam video. YouTube menyediakan forum bagi orang-orang untuk saling berhubungan, memberikan informasi, dan menginspirasi orang lain di seluruh dunia, serta bertindak sebagai platform distribusi bagi pembuat konten asli dan pengiklan, baik yang besar maupun kecil. YouTube merupakan salah satu perusahaan milik Google. YouTube diciptakan oleh 3 orang mantan karyawan PayPal (website online komersial), Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim pada Februari 2005. Sejak awal diluncurkan, YouTube langsung mendapat sambutan baik di masyarakat. Youtube adalah video online dan yang utama dari kegunaan situs ini ialah sebagai media untuk mencari, melihat dan berbagi video yang asli ke dan dari segala penjuru dunia melalui suatu web (Rulli, 2017:17).

Kehadiran *YouTube* membawa pengaruh luar biasa kepada masyarakat, khususnya masyarakat yang memiliki gairah di bidang pembuatan video, mulai dari film pendek, dokumenter, hingga video blog, tetapi tidak memiliki „lahan “untuk mempublikasikan karyanya”. YouTube mudah dipergunakan, tidak memerlukan biaya tinggi, dan dapat diakses dimanapun, tentunya dengan gadget yang kompatibel. Hal itu membuat pembuat video amatir dapat dengan bebas mengunggah konten-konten video mereka untuk dipublikasikan. Jika video

mereka mendapat sambutan baik, jumlah viewers akan bertambah. Viewers banyak akan mengundang pengiklan untuk memasang iklan dalam video-video mereka selanjutnya. Senada dengan televisi, konten program televisi yang disukai masyarakat, dalam hal ini ratingnya tinggi, akan menarik pengiklan secara otomatis, (<https://media.neliti.com/media/publications/93363-ID-pengaruh-konten-vlog-dalam-youtube-terha.pdf>).

2.3.2. Konten Youtube

Konten adalah sebuah kata yang berasal dari bahasa Inggris “*content*” yang berarti isi. Konten pada media artinya adalah sebuah isi yang digunakan sebagai media berkomunikasi antar pengguna media. Konten dibuat dan diperuntukkan bagi pengguna media sosial. Ketika Anda melihat televisi dan melihat presenter menyampaikan berita, disitulah Anda sedang melihat sebuah konten disampaikan. Pada akun media sosial resmi dari sebuah perusahaan sering ditampilkan deskripsi produk terbaru yang baru saja mereka launching, ini bisa disebut konten (<https://romelte.com/pengertian-konten-dan-jenis-jenisnya/>).

Konten dalam youtube adalah video yang dibagikan oleh seorang atau sekelompok orang yang sebut konten kreator pada media online tersebut untuk dapat menarik para penonton dan ketika konten tersebut di tonton oleh banyak orang maka viewers akan naik dan hasilnya konten kreator tersebut akan mendapatkan penghasilan dari youtube.

Dalam youtube juga ada sangat banyak jenis konten yang dapat di buat oleh seorang konten kreator sesuai keinginan konten tersebut atau sesuai dengan kegemaran atau ketertarikan dari khalayak pengguna aplikasi youtube atau yang sering disebut viewers atau subscriber.

2.3.3. Youtube Sebagai Komunikasi Massa

Youtube adalah salah satu aplikasi penunjang untuk mendapatkan informasi yang dapat dipercaya sesuai dengan keinginan penonton atau khalayak. Youtube juga merupakan media sosial yang didalamnya terdapat gambar bergerak atau video dan youtube juga sering digunakan sebagai tempat hiburan karena di dalam youtube ada banyak jenis konten video yang menghibur.

Youtube merupakan situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa, gambar bergerak dan bisa diandalkan. Situs ini memang disediakan bagi mereka yang ingin melakukan pencarian informasi video dan menontonnya langsung. Kita juga bisa berpartisipasi mengunggah (meng-upload) video ke server Youtube dan membaginya ke seluruh dunia (<https://eprints.umm.ac.id/>).

Dengan format berkas (file) FLV (Flash Video) yang efisien dan ada di mana-mana sebagai standar pengodean film yang di-upload oleh para user, membuat Youtube mudah diakses oleh masyarakat secara instan di internet. Sebagai tambahan, dengan teknologi yang memungkinkan, Youtube menginspirasi masyarakat untuk menonton video melalui web dengan fitur jaringan sosial Web2,0; seperti komentar, grup, halaman beranda untuk anggota, langganan, dan ide-ide lainnya yang berbasis komunitas yang dipopulerkan media sosial (<https://www.maxmanroe.com/ukuran-video-upload-youtube.html>).

Dengan adanya situs Youtube, maka aktor-aktor yang dianggap berperan dalam komunikasi global seperti perusahaan-perusahaan penyiaran baik itu dalam surat kabar, radio, ataupun televisi seakan berkurang peranannya. Semua orang dapat menyiarkan kabar di Youtube. Bahkan, ada beberapa berita yang hanya

disiarkan lewat Youtube dikarenakan bebasnya orang untuk meng-upload video mereka sendiri. Karena tujuan utama Youtube adalah sebagai tempat bagi setiap orang (tidak peduli tingkat keahliannya) untuk mengupload dan membagikan pengalaman perekaman mereka kepada orang lain (<https://kumparan.com/merinov-1uszpqe1RjY>).

2.4. Pesan Moral

Menurut Lillie, kata moral berasal dari kata *mores* (bahasa latin) yang berarti tat cara dalam kehidupan atau adat istiadat (Budingsih, 2004:24).

Moral dapat berupa kesetiaan, kepatuhan terhadap nilai dan norma yang mengikat kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Moral dapat berupa kesetiaan, kepatuhan terhadap nilai dan norma, moral pun dapat dibedakan seperti moral ketuhanan atau agama, moral, filsafat, moral etika, moral hukum, moral ilmu, dan sebagainya. Nilai, norma dan moral secara bersama mengatur kehidupan masyarakat dalam berbagai aspeknya.

Pengertian moral juga dijumpai (Umiarso 2010; 92) dalam *The Advanced Learner's Dictionary of Current English*. Di buku ini dikemukakan beberapa pengertian moral sebagai berikut ;

1. Prinsip-prinsip yang berkenaan dengan benar dan salah, baik dan buruk;
2. Kemampuan untuk memahami perbedaan antara benar dan salah;
3. Ajaran atau gambaran tingkah laku yang baik.

Berdasarkan kutipan di atas, dapat dipahami bahwa “moral adalah istilah yang

digunakan untuk memberikan batasan terhadap aktivitas manusia dengan nilai (ketentuan) baik atau buruk, benar atau salah. Jika dalam kehidupan sehari-hari dikatakan bahwa orang tersebut bermoral, maka yang dimaksudkan adalah bahwa orang tersebut tingkah lakunya baik (Umiarso 2010; 93).

Achmad Charris Zubair dalam bukunya berjudul Kuliah Etika mengatakan bahwa kesadaran moral merupakan faktor penting untuk memungkinkan tindakan manusia selalu bermoral, berperilaku susila, dan perbuatannya selalu sesuai dengan norma yang berlaku. Kesadaran moral erat hubungannya dengan hati nurani yang dalam bahasa asing disebut *conscience*, *conscientia*, *gewissen*, *gewetan*, dan dalam bahasa Arab disebut dengan *qalb fu'ad*. Kesadaran moral mencakup tiga hal, yakni perasaan wajib atau keharusan untuk melakukan tindakan yang bermoral, kesadaran moral juga dapat berwujud rasional dan obyektif, dan kesadaran moral juga dapat muncul dalam bentuk kebebasan (Umiarso 2010;94)

Moral atau Moralitas berarti suatu orientasi aktivitas yang impersonal. Tindakan demi kepentingan diri sendiri tidak pernah dianggap bersifat moral. Tetapi jika perilaku yang bersifat moral tidak diorientasikan kepada diri sendiri, obyek manakah yang pantas menjadi fokusnya? “Karena orang lain tidak dapat menuntut secara sah kepuasan yang jika ditujukan kepada diri kita sendiri akan bersifat amoral, maka obyek perilaku moral haruslah sesuatu yang berada di luar diri seseorang atau di luar seseorang sejumlah orang dari sejumlah orang lain (Emile 1990; 11).

Kategori berdasarkan pesan moral (Burhan 1998;323) terbagi menjadi tiga macam, yaitu ;

- a. Kategori hubungan manusia dengan Tuhan
- b. Kategori hubungan manusia dengan diri sendiri

- c. Kategori hubungan manusia dengan manusia lain dalam lingkungan sosial termasuk dengan alam.

2.4.1. Pesan Edukasi

Edukasi atau pendidikan merupakan proses dari kegiatan belajar mengajar yang bertujuan untuk mendidik, memberikan ilmu dan mengembangkan potensi diri pada manusia menjadi lebih baik. Hakikat edukasi sendiri bertujuan untuk mendewasakan komunikannya oleh karena itu seorang pendidik harus memiliki sikap kedewasaan, karena tidak mungkin dapat mendewasakan komunikannya jika pendidiknya belum memiliki sikap kedewasaan. Arti lain dari edukasi adalah usaha manusia untuk menumbuhkan dan mengembangkan potensi pada diri seseorang yang sesuai dengan nilai-nilai yang ada didalam kehidupan bermasyarakat dan kebudayaan (Hassbullah, 2008:2).

2.4.2. Pesan Supporting

Menurut Johnson dan Jhonson (1991:472), “Dukungan Sosial merupakan keberadaan orang lain yang dapat diandalkan untuk memberi bantuan, semangat, penerimaan dan perhatian sehingga bisa meningkatkan kesejahteraan hidup bagi individu yang bersangkutan”.

Pesan mendukung atau supporting adalah kegiatan yang dilakukan seseorang menjadi yakin dengan apa yang mereka kerjakan atau hasil mereka hasilkan. Seperti dorongan atau masukan ketika seseorang sedang terpuruk maka disitu pesan supporting diberikan supaya seseorang yang mendengarkan pesan tersebut dapat bangun dari keterpurukan.

2.4.3. Pesan Mencerahkan

Arti kata mencerahkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah men.ce.rah.kan [v] membuat jadi cerah (menyebabkan) cerah (tidak suram, jernih, dsb) (<https://kbbi.kemdikbud.go.id>).

Mengajak atau menjadikan seseorang menuju jalan perubahan agar tidak menyimpang sehingga dirinya bisa menciptakan jalan yang akan menuntun setiap orang menuju kebahagiaan yang setiap orang inginkan.

2.4.4. Pesan Cinta

Ibnu Qayyim (2011:23) mengungkapkan bahwa terdapat beberapa kelompok yang mengartikan cinta. Cinta seperti singa atau pedang diungkapkan oleh sekelompok orang yang mengagungkan cinta; cinta seperti bencana diungkapkan oleh sekelompok orang yang mencurahkan perhatian terhadap cinta; dan cinta seperti arak yang memabukkan diungkapkan oleh sekelompok orang yang sangat menyukai cinta. Ketiga pengertian tersebut menyatu dalam pengertian cinta.