

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Terdahulu

Sub bab ini membahas kajian penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Kajian penelitian terdahulu yang dikaji pada penelitian ini adalah kajian yang berhubungan dengan analisis kekayaan media. Adapun kajian penelitian terdahulu meliputi penelitian (Murlitta, 2024), (Wulansari, 2018) dan (Evanti, 2019). Penjelasan lebih mendalam sebagai berikut.

Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	
1	Judul	Penerapan Kekayaan Media Tentang Pemberitaan Unggahan Terkait Raperda APBD Tahun 2020 – 2023 Oleh Humas Pada Instagram DPRD Kota Surakarta
	Tahun	2024
	Nama Peneliti	Olivia Murlita
	Sumber	Universitas Sahid Surakarta
	Lokasi Penelitian	DPRD Surakarta
	Hasil	Unggahan pemberitaan terkait raperda APBD pada Instagram DPRD Kota Surakarta sudah menerapkan empat unsur kekayaan media, yaitu kesegeraan, keragaman isyarat, variasi bahasa, dan sumber personal

	Perbedaan	Lokasi penelitian Olivia Murlita berada di DPRD Kota Surakarta dengan menggunakan data berupa unggahan pemberitaan pada Instagram DPRD Surakarta sedangkan penelitian ini berfokus pada unggahan Flayer dakwah pada akun Instagram MTATV. Selain itu kajian penelitian Olivia Murlita berfokus pada analisis pemberitaan Raperda DPRD kota Surakarta tahun 2020-2023 dengan kajian kekayaan media. Adapun penelitian ini mengkaji unggahan Flayer dakwah pada Instagram MTATV dengan kajian semiotika dan kekayaan media.
	Persamaan	Persamaan pada penelitian ini terletak pada teori yang digunakan yaitu teori kekayaan media oleh Daft dan Langel
2	Judul	Representasi Sikap Sabar Dalam Film Athirah (Analisis Semiotika Sikap Sabar pada Tokoh Athirah
	Tahun	2018
	Nama Peneliti	Anita Wulansari
	Sumber	Universitas Sahid Surakarta
	Lokasi Penelitian	DPRD Surakarta
	Hasil	Hasil temuan penelitian menunjukkan ada enam kategori sikap sabar yakni pertama sabar dalam ibadah dan ketaatan kepada Allah WT, Kedua sabar dalam memperoleh kebutuhan, Ketiga sabar terhadap harta, Ke empat sabar dalam menjauhi larangan Allah SWT, Kelima sabar dalam hubungan dan pergaulan terhadap manusia, Ke enam sabar meneima ketetapan Allah SWT.
	Perbedaan	Pada penelitian ini berfokus pada Representasi sikap sabar pada tokoh Athirah sedangkan penelitian ini

		berfokus pada analisis pesan dalam unggahan Flayer dakwah pada akun Instagram MTATV dengan kajian semiotika dan kekayaan media.
	Persamaan	Persamaan pada penelitian ini terletak pada teori yang digunakan yaitu teori semiotika Roland Barthes.
3	Judul	Pemanfaatan Kekayaan Media Sosial Oleh Mojok.co
	Tahun	2019
	Nama Peneliti	Vici Evanti
	Sumber	<a href="https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/50163/">https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/50163/</a>
	Lokasi Penelitian	Instagram Pemerintah Kota Semarang
	Hasil	Penggunaan fitur yang sesuai dengan kriteria kekayaan oleh Daft dan Langel 1984 ini digunakan dengan baik oleh akun twitter @mojokdotco penggunaan kekayaan tersebut berhasil menambah jumlah user dalam periode (4 Februari - 3 Maret 2019) yaitu naiknya followers sejumlah 3680 user, impression 18.300.000, jumlah user yang melakukan tindakan klik pada link artikel sebanyak 240.600 dan engagement atau interaksi antara akun dan user yang naik sejumlah 9% peneliti menyimpulkan bahwa pemanfaatan kekayaan yang dimanfaatkan oleh akun twitter @mojokdotco mampu menambah jumlah user dalam periode (4 Februari – 3 Marert 2019).
	Perbedaan	Objek peneliti yang digunakan Vici Evanti yaitu pada akun sosial media twitter @mojokdotco dengan berfokus pada pemanfaatan kekayaan medias sosial. Sedangkan penelitian ini berfokus pada analisis pesan dalam unggahan Flayer dakwah pada akun Instagram MTATV dengan kajian semiotika dan kekayaan media.

	Persamaan	Persamaan pada penelitian ini terletak pada teori yang digunakan yaitu teori kekayaan media oleh Daft dan Langel 1984.
--	-----------	--



## 2.2 Definisi Komunikasi

Sub bab ini membahas definisi komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli. Definisi komunikasi tersebut meliputi definisi komunikasi menurut (Rohim, 2009), (Devito, 1989), (Wood, 2009), dan (West, 2012). Penjelasan lebih mendalam sebagai berikut.

Pada dasarnya, komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian pesan atau informasi dari pihak pengirim untuk di sampaikan ke pihak penerima agar pesan tersebut dapat dipahami. Namun, Rohim (2009) mempunyai pendapat yang berbeda dengan menyatakan bahwa komunikasi pada dasarnya penyampaian pesan yang sengaja dari sumber terhadap penerima dengan tujuannya mempengaruhi tingkah laku penerima. Definisi Rohim lebih berfokus pada bagaimana pesan dapat mengubah tingkah laku penerima. Sejalan dengan pendapat Rohim, DeVito (1989) menyatakan bahwa komunikasi adalah pengiriman pesan yang dimaksudkan untuk mencapai dan mempengaruhi antara pihak-pihak yang terlibat. Oleh karena itu, definisi komunikasi menurut Rohim dan DeVito berfokus pada perubahan sikap komunikasi akibat dari penyampaian pesan oleh komunikator.

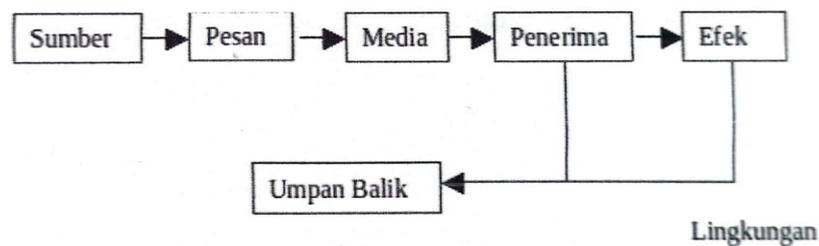
Selanjutnya, Wood (2009) dan West & Turner (2012) mendefinisikan komunikasi dengan berfokus pada adanya kode dan saluran komunikasi dalam petukaran pesan. Wood (2009) menyatakan bahwa komunikasi adalah pertukaran pesan dan pemahaman antara pengirim dan penerima melalui berbagai kode dan saluran komunikasi. Adapun West & Turner (2012) juga mengatakan bahwa komunikasi adalah interaksi sosial yang melibatkan pengirim, penerima dan pemahaman pesan melalui berbagai saluran komunikasi. Berdasarkan definisi Wood (2009) dan West & Turner (2012) maka komunikasi adalah interaksi sosial yang melibatkan pertukaran pesan dengan menggunakan berbagai kode dan saluran komunikasi.

Dengan demikian, komunikasi adalah kegiatan penyampaian pesan antara komunikator dengan komunikan yang melibatkan adanya kode dan saluran komunikasi dan bertujuan mengubah sikap komunikan.

### 2.3 Proses Komunikasi

Sub bab ini membahas proses komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli. Proses komunikasi tersebut meliputi proses komunikasi menurut Effendy dalam Rosmawati (2010) dan (Cangara, 2006). Penjelasan lebih mendalam sebagai berikut.

Effendy dalam Rosmawati (2010:20) menyatakan bahwa proses komunikasi adalah berlangsungnya penyampaian ide, informasi, opini, kepercayaan, perasaan dan sebagainya oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang, misalnya bahasa, gambar, warna dan sebagainya yang merupakan isyarat. Unsur-unsur yang ada dalam proses komunikasi terdiri dari berbagai unsur yang meliputi sumber, pesan, media, penerima, efek dan umpan balik. Adapun Hafied Cangara (2006) menjabarkan unsur dalam proses komunikasi sebagai berikut.



Gambar II. 1 Proses Komunikasi Cangara (2006)

#### a. Sumber

Semua peristiwa mengenai komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar individu, sumber dapat terdiri dari satu orang akan tetapi juga bisa dalam bentuk banyak atau kelompok. Sumber sering disebut *source*, *sender*, atau *encoder*.

#### b. Pesan

Sesuatu yang disampaikan pengirim (komunikator) kepada penerima (komunikan), pesan tersebut dapat disampaikan melalui tatap muka atau melalui media komunikasi. Dalam bahasa Inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata *message*, *content* atau *information*.

c. Media

Alat yang digunakan untuk memindahkan atau mengirimkan pesan dari sumber kepada penerima. Media komunikasi terbagi atas media massa dan media nirmassa. Media massa menggunakan saluran yang berfungsi sebagai alat penyampai pesan secara massal, sedangkan media nirmassa merupakan komunikasi tatap muka.

d. Penerima

Pihak yang menjadi target pesan yang dikirim oleh sumber penerima dapat terdiri satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara. Penerima pesan biasanya disebut dengan berbagai macam istilah seperti khalayak, sasaran, komunikan atau dalam bahasa Inggris biasa disebut dengan audience, atau receiver.

e. Efek

Perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima pesan (komunikan) baik sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh dapat diartikan sebagai perubahan atau penguatan keyakinan pada sebuah pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat dan penerimaan pesan.

f. Umpan Balik

Salah satu bentuk dari pengaruh yang berasal dari penerima pesan (komunikan). Akan tetapi sebenarnya umpan balik juga dapat berasal dari unsur-unsur lain seperti pesan, dan media, meski pesan belum sampai pada penerima.

g. Lingkungan

Faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya sebuah proses komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam, diantaranya adalah lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya lingkungan psikologis, dan dimensi waktu (Cangara, 2006).

## 2.4 Humas

Sub bab ini membahas definisi humas yang dikemukakan oleh para ahli. Definisi komunikasi tersebut meliputi definisi humas menurut (Cutlip, 2006), (Trisnawati, 2017), serta (Moore, 2005). Penjelasan lebih mendalam dapat dilihat sebagai berikut.

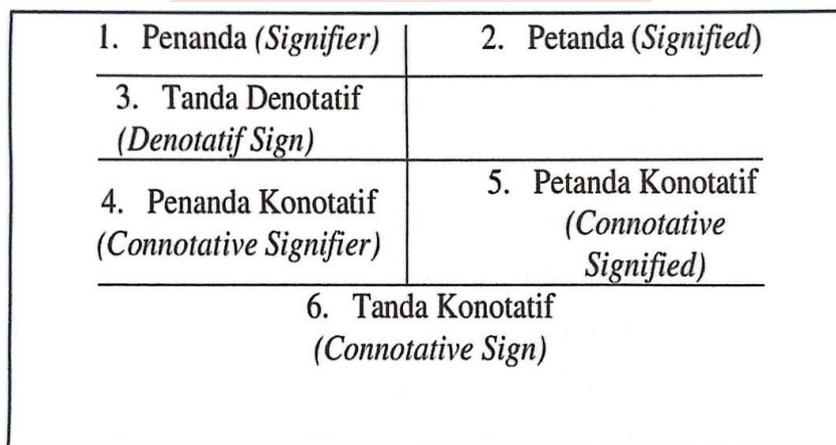
Cutlip, Center dan Broom (2006) menyatakan bahwa humas adalah suatu fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. Hal ini berarti bahwa definisi Cutlip, Center dan Broom menekankan pada humas sebagai fungsi manajemen yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi dimana fungsi manajemen tersebut digunakan untuk membangun dan mempertahankan hubungan baik dengan publiknya. Pendapat di atas sejalan dengan pendapat Trisnawati dan Syarah (2017) yang mengatakan bahwa humas adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.

Adapun definisi humas menurut Moore (2005), yaitu fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan-kebijaksanaan dalam prosedur-prosedur seorang individu atau sebuah organisasi berdasarkan kepentingan publik, dan menjalankan suatu program untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan publik. Definisi di atas memfokuskan pada humas sebagai fungsi manajemen untuk mengevaluasi sikap publik dan mengidentifikasi kebijaksanaan institusi. Evaluasi dan identifikasi ini didasarkan pada kepentingan public dan bertujuan untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan publik.

Berdasarkan definisi-definisi komunikasi di atas maka dapat disimpulkan bahwa humas adalah fungsi manajemen yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi melalui aktifitas mengevaluasi sikap publik dan mengidentifikasi kebijakan institusi berdasarkan kepentingan masyarakat untuk membangun dan mempertahankan hubungan baik serta mendapatkan pengertian dan penerimaan publik.

## 2.5 Semiotika

Sub bab ini menjelaskan semiotika dari Roland Barthes. Semiotika merupakan salah satu disiplin ilmu yang membahas tanda-tanda dalam konteks komunikasi. Ilmu ini merinci cara tanda-tanda digunakan dalam komunikasi manusia dan bagaimana tanda-tanda tersebut membawa makna. Semiotika memandang tanda-tanda sebagai entitas yang terdiri dari tiga komponen utama tanda (*sign*), objek (*object*), dan interpretan. Studi semiotika melibatkan analisis tanda-tanda dan bagaimana makna-makna dibangun dalam proses komunikasi. Adapun konsep kajian semiotikan Roland Barthes dapat dilihat pada bagan berikut.



Gambar II. 2 Bagan Semiotika Barthes

Roland Barthes dalam (Natali, 2021) membahas bagaimana tanda-tanda dan simbol digunakan dalam budaya populer dan media. Dia juga mengembangkan pemahaman tentang mitos dan cara kita membaca dunia sehari-hari melalui tanda-tanda. Roland Barthes merumuskan model analisis tanda signifikasi dua tahap atau *two order of signification* dan dibagi dalam denotasi dan konotasi. Signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara petanda dan penanda dalam bentuk nyata. Barthes menyebutnya sebagai denotasi, yaitu makna asli atau makna umum yang mutlak dipahami oleh kebanyakan orang. Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Hal ini menggambarkan hubungan yang terjadi ketika tanda tercampur dengan perasaan atau emosi. Konotasi sering disamakan dengan denotasi dan bekerja dalam tingkat subjektif karena kehadirannya tidak disadari sehingga analisis semiotika digunakan untuk

memperbaiki kesalahpahaman yang sering terjadi. Pada signifikasi tahap ketiga yaitu mitos, merupakan pesan yang didalamnya terdapat pandangan masyarakat. Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas yang berhubungan dengan kebiasaan masyarakat, atau budaya di masyarakat.

## 2.6 Kekayaan Media

Sub bab ini membahas kekayaan media yang dikemukakan oleh para ahli. kekayaan media tersebut menurut Daft dan Lengel (1984). Penjelasan lebih mendalam sebagai berikut.

(Daft, 1984) menyatakan bahwa media memiliki kemampuan yang berbeda untuk mempermudah pemahaman dan media dapat dipandang sebagai "kaya" atau "miskin" berdasarkan pada kemampuannya untuk mengatasi ambiguitas dan mempermudah makna bersama "kaya" dalam arti media yang memiliki kekuatan membawa pesan informasi dan juga terdapat feedback dari informasi tersebut Sedangkan "miskin" berarti media kurang memiliki kemampuan untuk membawa informasi yang kemudahan menyebabkan kebingungan sehingga diperlukan kemampuan tambahan untuk menggunakan media ini Daft dan Lengel menyatakan 4 kriteria untuk menilai "kekayaan" sebuah media, yaitu :

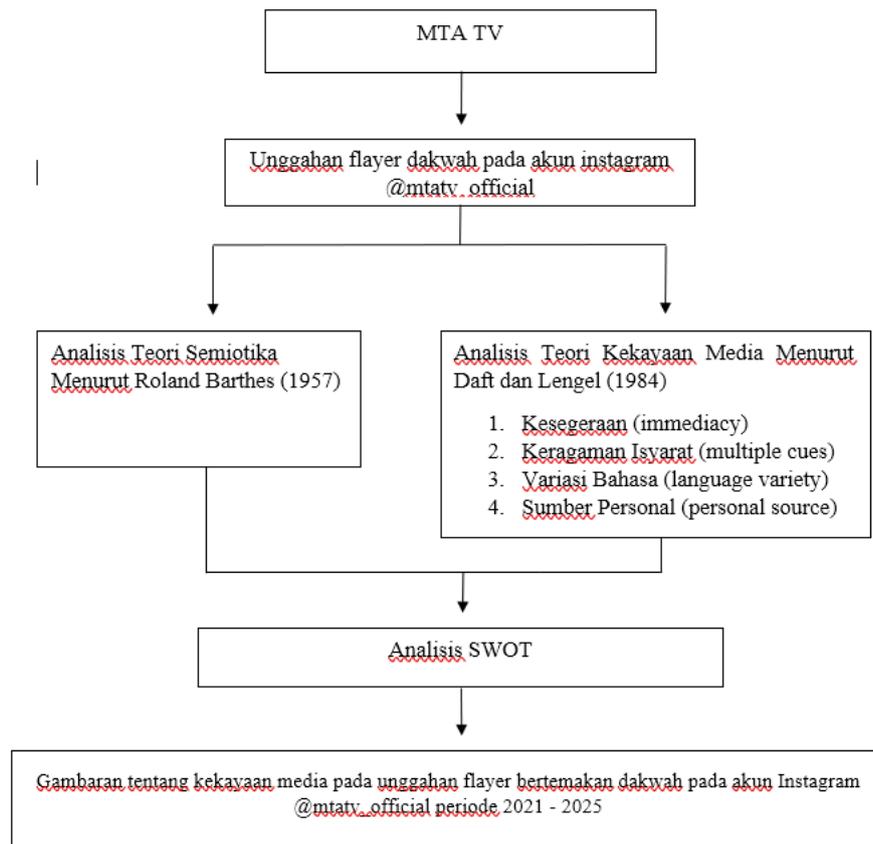
- a. Kesegeraan (immediacy) Kemampuan media dalam menyediakan informasi secara berkala dan memungkinkan umpan balik secara cepat.
- b. Keragaman Isyarat (multiple cues) Kemampuan media untuk mengkomunikasikan pesan melalui pendekatan yang berbeda melalui verbal dan non verbal
- c. Variasi Bahasa (language variety) Kemampuan dalam menggunakan kata dan bahasa yang berbeda untuk meningkatkan pemahaman dalam berkomunikasi satu sama lain.
- d. Sumber Personal (personal source) Kemampuan untuk menunjukkan perasaan dan emosi Sumber personal ini penting dalam penyampaian pesan kepada pengguna akhir.

## 2.7 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan sebuah proses analisis pada perencanaan untuk menyusun strategi sebelum melakukan kegiatan. Menurut Kotler & Amstrong dalam Ramadhani (2020) analisis SWOT adalah penilaian menyeluruh terhadap kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threats*) suatu perusahaan. Sedangkan menurut Galavan dalam Rina, Zharfan, dkk (2022) mengatakan bahwa analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*) yaitu analisis untuk mendapatkan strategi yang berguna atau efektif yang diterapkan sesuai pasar dan keadaan publik saat itu, peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) dipakai untuk mengetahui lingkungan luar atau eksternal kemudian kekuatan (*Threat*) dipakai untuk mengetahui lingkungan luar atau eksternal kemudian kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) yang didapatkan melalui analisis dalam perusahaan atau internal. Artinya, analisis SWOT yang meliputi *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunity* (peluang) dan personal source (sumber personal) merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk menentukan strategi yang efektif yang dapat diterapkan sesuai keadaan public saat itu. Pada penelitian ini menggunakan analisis SWOT yang digunakan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam penerapan kekayaan media pada unggahan Flayer dakwah di akun instagram @mtatv\_official.

## 2.8 Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran menurut Sugiyono dalam Budiman (2022), merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Artinya, kerangka pemikiran adalah hasil pemikiran menggunakan teori yang ada untuk menemukan jawaban dari masalah yang telah dirumuskan. Berdasarkan hal ini kerangka pemikiran pada penelitian ini adalah sebagai berikut.



Gambar II. 3 Kerangka Berpikir

Penelitian ini berusaha mengkaji media sosial Instagram @mtatv\_official dengan berfokus pada unggahan-unggahan Flayer yang bertemakan dakwah. Pengkajian unggahan-unggahan Flayer tersebut didasarkan pada teori semiotika untuk melihat pemaknaan pada unggahan Flayer. Kajian semiotika menggunakan analisis Roland Barthes dengan 3 level pemaknaan yaitu konotasi, denotasi, dan mitos. Selanjutnya penelitian ini juga berusaha mengkaji kekayaan media menggunakan konsep kekayaan Daft dan Lengel dengan 4 unsur kekayaan media yaitu kesegeraan, keragaman isyarat, variasi bahasa, dan sumber personal. Analisis SWOT dilakukan untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan unggahan Flayer bertema dakwah dari sudut pandang kekayaan media dan pemaknaan dari unggahan Flayer tersebut. Dengan demikian, penelitian ini akan menghasilkan Gambaran tentang kekayaan media pada unggahan Flayer bertemakan dakwah pada Instagram MTATV