

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berguna untuk membantu peneliti dalam menentukan langkah-langkah sistematis dari teori-teori analisis semiotika. Penelitian sebelumnya dijadikan tolak ukur dalam penggunaan analisis semiotika dengan baik pada objek yang diteliti. Peneliti mencoba memaparkan hasil penelitian terdahulu guna jadi bahan perbandingan atas penelitian sebelumnya yang memiliki keterkaitan relevan dan referensi awal untuk menghindari bias terhadap penelitian saat ini.

2.1.1. Analisis Semiotika Representasi Kegigihan Dalam Film Animasi *Hunter X Hunter*

Penelitian ini dilakukan oleh Muhammad, mahasiswa jurusan komunikasi dan penyiaran Islam fakultas ilmu dakwah dan ilmu komunikasi, universitas Islam negeri Syarif Hidayatullah Jakarta (2017). *Hunter x Hunter* adalah salah satu film animasi yang ide ceritanya berasal dari komik/manga. *Hunter x Hunter* adalah salah satu dari sekian banyak film animasi yang berasal dari Jepang yang jalan ceritanya diangkat dari komik/manga.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis semiotika model Roland Barthes

yang menganalisis secara dua tahap, yaitu dengan tahap denotasi dan konotasi. Sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce.

Adapun hasil dari penelitian ini yaitu di temukan bahwa serial animasi *Hunter x Hunter* mempunyai banyak pesan moral, khususnya kegigihan yang ditunjukkan melalui tokoh-tokoh utama secara individu ataupun gabungan, melalui visual maupun verbal. Seperti gigih dalam menghadapi ujian, gigih untuk memperbaiki diri kearah yang lebih baik, juga gigih dalam menuntut ilmu. Ini adalah contoh yang baik dan sangat berguna bagi pembuat konten, terutama untuk membantu para pendakwah.

Perbedaan yang terdapat pada penelitian ini yaitu terdapat pada analisis yang di gunakan pada penelitian terdahulu menggunakan analisis semiotika Roland Barthes sedangkan pada penelitian ini menggunakan semiotika Charles Sanders Peirce. Perbedaannya juga terlihat pada film yang di teliti, pada penelitian terdahulu meneliti film sinema komik sedangkan penelitian yang sekarang meneliti film drama sedangkan Persamaan yang terdapat pada penelitian sekarang dan penelitian terdahulu yaitu sama-sama menggunakan tipe penelitian kualitatif dan objek utamanya sama-sama meneliti tentang representasi kegigihan yang terdapat pada film.

2.1.2. REPRESENTASI KEGIGIHAN DALAM IKLAN GOJEK VERSI OTOG INSPIRATIF SEKAL (ANALISIS SEMIOTIKA FERDINANDDE SAUSSURE)

Penelitian ini dilakukan oleh Desy Nur Fatimah, universitas, mahasiswi jurusan ilmu Komunikasi Fakultas ekonomi dan sosial universitas AMIKOM Yogyakarta (2023). Skripsi ini di angkat dari salah satu iklan gojek di media.

Di dalam iklan ini menceritakan gambaran tentang kegigihan yang ada dalam iklan gojek yang di tayangkan di media dan penelitiannya menggunakan analisis semiotika.

Data yang terdapat dalam penelitian ini adalah kualitatif yang bersifat deskriptif ditafsirkan dengan sumber referensi ilmiah. Penelitian ini akan dibedah menggunakan analisis semiotika Ferdinand De Saussure memiliki model diadik signifier (penanda) dan signified (petanda). Kemudian peneliti dapat merepresentasikan kegigihan dari iklan Gojek versi ini, dengan teori representasi Stuart Hall dengan pendekatan konstruktif semiotika. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktif. Dari hasil analisis yang dilakukan dalam iklan tersebut adalah menemukan representasi kegigihan. Makna – makna yang terdapat dalam iklan tersebut dapat kita lihat di scene akhir dari iklan Gojek tersebut. Menemukan tiga representasi kegigihan yaitu representasi kegigihan dalam menuntut ilmu, representasi kegigihan dalam mempertahankan ekonomi keluarga, dan representasi kegigihan dalam menghadapi musibah.

Adapun hasil analisis yang dilakukan dalam iklan tersebut adalah menemukan representasi kegigihan. Makna – makna yang terdapat dalam iklan tersebut dapat kita lihat di scene akhir dari iklan Gojek tersebut. Didalam iklan tersebut kita dapat menemukan tiga representasi kegigihan yaitu representasi kegigihan dalam menuntut ilmu, representasi kegigihan dalam mempertahankan ekonomi keluarga, dan representasi kegigihan dalam menghadapi musibah.

Perbedaan yang terdapat pada penelitian ini yaitu terletak pada jenis objek yang di teliti. Pada penelitian terdahulu objek penelitiannya mengangkat tentang iklan sedangkan pada penelitian yang sekarang mengangkat tentang film sedangkan Persamaan yang terdapat pada penelitian terdahulu dan sekarang yaitu terletak pada focus penelitiannya, yang mana sama-sama mengangkat tentang kegigihan dan juga sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.

2.1.3. REPRESENTASI KEGIGIHAN DALAM FILM JOSEE, THE TIGER AND THE FISH: ANALISIS SEMIOTIKA ROLANDBARTHES.

Skripsi yang di tulis oleh Muhammad Sandi Maulana, mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta (2022), dengan judul "Representasi Kegigihan pada Film Josee, The Tiger, and The Fish : Analisis Semiotika Roland Barthes". Fokus dalam penelitian tersebut yaitu untuk mengetahui makna denotasi, konotasi, dan mitos serta representasi kegigihan dalam film Josee the Tiger and the Fish. Metode penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini merupakan metode pendekatan kualitatif. Dengan menggunakan teori semiotika dari Roland Barthes.

Hasil dari penelitian yaitu menemukan bahwa film Josee The tiger and the Fish mengandung pesan moral, terutama pesan-pesan yang menunjukkan kegigihan baik personal maupun kelompok, melalui visual ataupun verbal di waktu jalan ceritanya. Tokoh utama dalam penelitian menceritakan suatu proses perubahan menjadi yang lebih baik lagi, kisah perjuangan untuk berubah menuju yang lebih baik lagi dalam menggapai impiannya. Josee yang sudah kesulitan menghadapi dunia luar dalam ketakutannya dia mencoba mengatasinya.

Tsuneo pun sama mengejar mimpinya agar bisa keluar negeri dan menyelesaikan studinya di sana adalah untuk menjadi penyelam, dan menyelami laut Meksiko, mereka berdua menjadi lebih bersemangat dan tidak pantang menyerah.

Adapun perbedaan yang terdapat pada penelitian ini yaitu terletak pada teori yang di gunakan, dimana pada penelitian terdahulu menggunakan teori semiotika Roland Barthes sedangkan pada penelitian yang sekarang menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce sedangkan Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif dan juga memiliki focus penelitian yang sama-sama membahas mengenai representasi kegigihan di dalam suatu film.

Tabel 2.1
Matrisk Penelitian Terdahulu

No	Judul& Peneliti	Teori& Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	Judul: Analisis Semiotika Representasi Kegigihan Dalam Film Animasi <i>Hunter X Hunter</i> . Peneliti: Muhammad universitas Islam negeri Syarif Hidayatullah Jakarta (2017)	Metode yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis 13 semiotics model Roland Barthes yang menganalisis secara dua tahap,	Adapun hasil dari penelitian ini yaitu di temukan bahwa serial animasi <i>HunterxHunter</i> mempunyai banyak pesan moral, khususnya kegigihan yang di tunjukkan melalui tokoh-tokoh utama secara individu ataupun gabungan, melalui visual maupun verbal. Seperti gigih dalam menghadapi ujian, gigih untuk memperbaiki	Perbedaan yang terdapat pada penelitian ini Yaitu terdapat pada analisis yang di gunakan pada penelitian terdahulu menggunakan analisis semiotika Roland Barthes sedangkan pada penelitian ini menggunakan semiotika Charles Sanders	Persamaan yang terdapat pada penelitian sekarang dan penelitian terdahulu yaitu sama-sama menggunakan tipe penelitian kualitatif dan objek utamanya sama-sama meneliti tentang representasi kegigihan yang terdapat pada film.

		yaitu dengan tahap denotasi dan konotasi.	memperbaiki diri kearah yang lebih baik, juga gigih dalam menuntut ilmu. ini adalah Contoh yang baik dan sangat berguna bagi pembuat konten, terutama untuk membantu para pendakwah.	Peirce. Perbedaanny ajuga terlihat pada film yang di teliti, pada penelitian terdahulu meneliti film sinema komik sedangkan penelitian yang sekarang meneliti film drama.	
2	Judul: Representasi Kegigihan Dalam Iklan Gojek Versi Otot Inspiratif Sekala (Analisis Semiotika Ferdinan de Saussure. Peneliti: Desy Nur Fatimah, universitas AMIKOM Yogyakarta (2023)	Metode yang di gunakan pada penelitian ini yaitu metode kualitatif deskriptif, dengan analisis semiotics Ferdiannd e Saussure. teori yang digunakan yaitu teori representas I Stuart hall dengan pendekatan konstruktif semiotics	Adapun hasil analisis yang di lakukan dalam iklan tersebut adalah menemukan representasi kegigihan. Makna–makna yang terdapat dalam iklan tersebut dapat kita lihat di scene akhir dari iklan Gojek tersebut. Di dalam iklan tersebut kita dapat menemukan tiga representasi kegigihan yaitu representasi kegigihan dalam menuntut ilmu, representasi kegigihan dalam mempertahankan ekonomi keluarga, dan representasi kegigihan dalam menghadapi musibah.	Perbedaan yang terdapat pada penelitian ini yaitu terletak pada jenis objek yang di teliti. Pada penelitian terdahulu objek penelitiannya mengangkat tentang iklan sedangkan pada penelitian yang sekarang mengangkat tentang film.	Persamaan yang terdapat pada penelitian terdahulu dan sekarang yaitu terletak pada focus penelitiannya, yang mana sama-sama mengangkat tentang kegigihan

3	<p>Judul: Representasi Kegigihan pada Film Josee, The Tiger, and The Fish: Analisis Semiotika Roland Barthes.</p> <p>Peneliti: Muhammad Sandi Maulana, universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2022</p>	<p>Teori yang di gunakan pada penelitian ini yaitu teori semiotika dari Roland Barthes. Metode penelitian yang di pergunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif. pendekatan kualitatif menggunakan metode pengumpulan data serta metode analisis yang bersifat nonkuantitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis teks dengan melihat simbol-simbol dengan pendekatan semiotika</p>	<p>Hasil dari penelitian yaitu menemukan bahwa film Josee The Tiger and the Fish mengandung pesan moral, terutama pesan-pesan yang menunjukkan kegigihan baik personal maupun kelompok, melalui visual ataupun verbal diwaktu jalan ceritanya. Tokoh utama dalam penelitian menceritakan suatu proses perubahan menjadi yang lebih baik lagi, kisah perjuangan untuk berubah ke hal yang lebih baik lagi dalam menggapai impiannya. Josee yang sudah kesulitan menghadapi dunia luar Dalam Ketakutannya dia mencoba mengatasinya. Tsuneo pun sama mengejar mimpinya agar bisa keluar Negeri dan menyelesaikan studinya di sana adalah untuk menjadi penyelam, dan menyelami laut Meksiko, mereka berdua menjadi lebih bersemangat dan tidak pantang menyerah.</p>	<p>Adapun perbedaan yang terdapat pada penelitian ini yaitu terletak pada teori yang di gunakan, dimana pada penelitian terdahulu menggunakan teori semiotika Roland Barthes sedangkan pada penelitian yang sekarang menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce.</p>	<p>Persamaan nya yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif dan juga memiliki fokus penelitian yang sama-sama membahas mengenai representasi kegigihan di dalam suatu film.</p>
---	--	---	---	--	--

2.2. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang dilakukan melalui media massa modern, yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditunjukkan kepada umum, dan film yang dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop (Effendy, 2007:79).

Dalam buku Wardani, et al, (2022) Romli menjelaskan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang mempergunakan media massa, baik media audio visual atau media cetak. Komunikasi massa selalu melibatkan lembaga dan komunikatornya dan bergerak dalam organisasi yang kompleks. Apabila pesan itu disampaikan melalui media televisi maka prosesnya komunikator melakukan suatu penyampaian pesan melalui teknologi audio visual secara verbal maupun nonverbal dan nyata. Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa secara tidak langsung dan satu arah pada sejumlah besar orang. Informasi dapat tersebar dalam waktu yang bersamaan dengan adanya teknologi massa.

Dijelaskan bahwa ciri – ciri komunikasi massa diantaranya adalah pertama, komunikator dalam komunikasi massa melembaga artinya bukan 1 orang tetapi kumpulan orang. Kedua, komunikan dalam komunikasi massa bersifat heterogen atau beragam artinya penonton televisi beragam pendidikan umur, jenis kelamin, status sosial ekonomi, memiliki jabatan yang beragam, memiliki agama dan kepercayaan yang beragam pula kemudian pesannya bersifat umum.

Pesan-pesan komunikasi massa tidak ditunjukkan kepada 1 orang atau kelompok masyarakat tertentu selanjutnya komunikasi berlangsung satu arah dan dalam komunikasi massa menimbulkan keserempakan dalam proses penyebaran pesan-pesan titik sampel dari arti halayak bisa menikmati media massa tersebut hampir bersamaan titik dan yang terakhir komunikasi massa mengandalkan peralatan teknik serta komunikasi. Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper* atau sering disebut penampilan informasi atau palang pintu *gatekeeper* ini berfungsi sebagai orang yang ikut menambah atau mengurangi, menyederhanakan, mengemas agar semua informasi yang disebarkan lebih mudah dipahami.

2.3. Media Massa

Istilah media massa memberikan gambaran mengenai alat komunikasi yang bekerja dalam berbagai skala, mulai dari skala terbatas hingga dapat mencapai dan melibatkan siapa saja dimasyarakat, dengan skala yang luas. Istilah media massa mengacu kepada sejumlah media yang telah ada sejak puluhan tahun yang lalu dan tetap dipergunakan hingga saat ini, seperti surat kabar, majalah, film, radio, televisi, internet, dan lain-lain. (Morisan , Wardani ,A.corry& Hamid, 2017).

Menurut Denis (Quaile, 2012) Media massa memiliki sifat atau karakteristik yang mampu menjangkau massa dalam jumlah besar dan luas (*Universal of reach*), bersifat publik dan mampu memberikan popularitas kepada siapa saja yang muncul di media massa. Dari perspektif budaya, media massa telah menjadi acuan utama untuk menentukan definisi – definisi terhadap suatu perkara, dan media massa memberikan gambaran atau realitas sosial. Media massa juga menjadi perhatian

utama masyarakat untuk mendapatkan hiburan dan menyediakan lingkungan media bersama bagi semua orang.

Dalam buku Rusnali (2020) Romli mengemukakan bahwa media massa di yakini memiliki kekuatan yang dahsyat untuk mempengaruhi sikap dan perilaku manusia. Bahkan media massa mampu untuk mengarahkan masyarakat seperti apa yang akan di bentuk di masa yang akan datang. Media mampu membimbing dan mempengaruhi kehidupan manusia di masa kini dan masa akan datang.

2.4. Film

Dengan semakin majunya perkembangan teknologi menjadikan media massa menjadi hal yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia modern, baik itu berupa media cetak dan elektronik. Salah satu media massa yang sedang sangat populer saat ini adalah film karena dunia film selalu mengundang keingintahuan masyarakat. Menurut Mc.Q (1994), film adalah gambar yang bergerak. Gambar bergerak (film) adalah bentuk dominan dari komunikasi massa visual di belahan dunia ini. Film berperan sebagai sarana baru yang digunakan untuk menyebar hiburan yang sudah menjadi kebiasaan terhadulu, serta menyajikan cerita, peristiwa, musik, drama, lawak, dan sajian teknis lainnya kepada masyarakat umum.

Film dapat berfungsi sebagai media komunikasi massa sebab disaksikan oleh khalayak yang sifatnya heterogen. Pesan yang terkandung dalam film disampaikan secara luas kepada masyarakat yang menyaksikan film tersebut. Kemampuan film dalam menyampaikan pesan terletak dari jalan cerita yang dikandungnya. (Prasetya, 2019:370). Elvinaro membagi film menjadi beberapa

Jenis, salah satu jenis film yang terdapat di penelitian ini adalah film cerita, jenis film yang mengandung suatu cerita lazim di pertrunjukan dalam gedung-gedung bioskop, dengan topik berupa cerita fiktif.

Menurut Sobur di dalam buku Wahjuwibowo, (2018) mengatakan bahwa film merupakan bidang kajian yang amat relevan bagi analisis semiotika. Seperti dikemukakan oleh Van Zoes, film dibangun dengan tanda semata-mata. Tanda-tanda itu termasuk berbagai sistem tanda yang bekerja sama dengan baik untuk mencapai efek yang diharapkan. Yang paling penting dalam film adalah gambar dan suara, kata yang di ucapkan (ditambah dengan suara-suara lain yang serentak mengiringi gambar-gambar) dan musik film. Sistem semiotika yang lebih penting lagi dalam film adalah digunakannya tanda-tanda ikonis, yakni tanda-tanda yang menggambarkan sesuatu.

2.5. Kegigihan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti kata kegigihan adalah keteguhan memegang pendapat (atau mempertahankan pendirian dan sebagainya). Arti lainnya dari kegigihan adalah keuletan (dalam berusaha).

Teori mengenai kegigihan (*grit*) dikenalkan oleh Angela Duckworth yaitu:

kegigihan (*grit*) adalah salah satu variable psikologis yang berdasar pada kekuatan karakter individu yang tertarik dalam proses indikator untuk mencapai keberhasilan dalam jangka panjang, ditambah dengan motivasi yang kuat untuk mencapai tujuan. Konsep umum *grit* dalam bidang psikologi terkait dengan ketekunan, tahan banting, ketahanan, ambisi, bekerja keras, kebutuhan untuk berprestasi dan kesadaran dari individu.

Lebih lanjut, (Duckworth, 2007), mengatakan bahwa kegigihan (*grit*) merupakan karakter yang ditunjukkan melalui perilaku untuk mempertahankan ketekunan dan semangat dalam mencapai tujuan jangka panjang yang diharapkan.

Menurut Hochanadel & Finamore (2015) kegigihan (*grit*) adalah salah satu ciri khas untuk membantu seseorang mengubah persepsi bahwa penentu keberhasilan atau kesuksesan bukan hanya dari kecerdasan. Kegigihan (*grit*) adalah bagaimana seseorang dapat mencapai tujuan jangka panjang dengan mengatasi hambatan dan tantangan. Kegigihan (*grit*) juga merupakan salah satu cara untuk menentukan dimana seseorang dapat menempatkan upaya mereka untuk bertahan dalam menghadapi tantangan hidup (Hadiwono & Jonathan, 2020).

Duckworth, (2007) menyebutkan Kegigihan (*Grit*) dalam psikologi adalah, sifat non-kognitif positif berdasarkan semangat individu untuk tujuan jangka panjang, ditambah dengan motivasi yang kuat untuk mencapai tujuan masing-masing. Adapun menurut Hadiwono & Jonathan (2020) *grit merupakan ketahanan dalam berusaha mengatasi hambatan atau tantangan untuk mencapai hasil yang diinginkan dan berfungsi sebagai kekuatan pendorong dalam pencapaian. Konsep umumnya terkait dalam bidang psikologi termasuk ketekunan, tahan banting, ketahanan, ambisi, kebutuhan untuk berprestasi dan kesadaran.*

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa kegigihan (*grit*) yaitu ketahanan dan semangat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Individu yang memiliki kegigihan akan berusaha untuk mengejar tujuannya yang telah ditentukan dengan tetap berusaha dan konsisten terhadap pilihannya.

Menurut Hochanadel & Finamore kegigihan (*grit*) adalah salah satu ciri khas untuk membantu seseorang mengubah persepsi bahwa penentu keberhasilan atau kesuksesan bukan hanya dari kecerdasan, Kegigihan (*grit*) adalah bagaimana seseorang dapat mencapai tujuan jangka panjang dengan mengatasi hambatan dan tantangan (Hadiwono & Jonathan, 2020).

Menurut Duckworth (2007), *grit* adalah kecenderungan untuk mempertahankan ketekunan (*perseverance*) dan semangat atau keinginan yang besar (*passion*) dalam mengejar tujuan jangka panjang.

Macam–Macam Konsep Kegigihan

Adapun konsep kegigihan menurut Muhammad (2017) yaitu sebagai berikut:

a. Gih Dalam Menuntut Ilmu

Sering kali kita merasa ilmu yang kita miliki sudah cukup malah menjadikan hambatan ketika ada masalah yang tak diduga yang jauh lebih besar dari apa yang pernah kita pelajari dan alami. Untuk itu kita tetap harus belajar, karena belajar tidak akan pernah selesai.

b. Gih Untuk Memperbaiki Diri keArah Kebaikan

Banyak dari kita yang terjebak dalam dunia yang gelap, pergaulan yang buruk, lingkungan yang tidak baik, yang sebenarnya hal tersebut tidak baik jika kita terus jalani tanpa memikirkan masa depan kita, yang seharusnya bisa lebih baik lagi.

c. Gih dalam Menghadapi Ujian

Setiap orang pasti mengalami ujian. Baik ujian lahir dalam keadaan tidak sempurna, ujian terlibat dilingkungan yang tidak menyenangkan, maupun

ujian yang memang kita sengaja ataupun sudah terjadwal seperti ujian tengah semester dan ujian akhir semester dalam kegiatan pendidikan formal maupun nonformal.

2.6. Semiotik

Para pakar mempunyai pengertian masing-masing dalam menjelaskan semiotika. Jhon Fiske (2016) berpandangan bahwa semiotika adalah studi tentang tanda dan cara tanda itu bekerja. Sementara menurut Fringer dalam Sobur yang terdapat pada buku Vera (2022) menyebutkan semiotika merupakan tentang tanda-tanda. Ilmu ini menganggap bahwa fenomena sosial masyarakat dan kebudayaan itu merupakan tanda- tanda. Semiotik itu mempelajari sistem - sistem, aturan - aturan, konvensi - konvensi, yang memungkinkan tanda-tanda itu memiliki arti .

2.7. Semiotika Charles Sanders Peirce

Charles Sanders Peirce lahir di *Camridge, Massachussets*, tahun 1890. Charles Sanders Peirce lahir dari sebuah keluarga intelektual. Charles menjalani pendidikan di Harvard University dan memberikan kuliah mengenai logika dan filsafat di Universitas John Hopskin dan Harvard. Dalam buku Sobur (2001) yang berjudul “Analisis Teks Media mengenai Suatu Pengantar Analisis Wacana, Analisis Semiotika, dan Analisis Framing” menyebutkan bahwa semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda- tanda adalah perangkat yang dipakai dalam upaya berusaha mencari jalan didunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika, atau dalam istilah Barthes, semiologi, pada

dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (humanity) memaknai hal-hal (things) memaknai (to signify) dalam hal ini tidak dicampur adukkan dengan mengkomunikasikan (to communicate). Bagi Charles Sanders Peirce prinsip mendasar sifat tanda adalah sifat representatif dan interpretatif. Sifat representatif tanda berarti tanda merupakan sesuatu yang lain, sedangkan sifat interpretatif adalah tanda tersebut memberikan peluang bagi interpretan bergantung pada pemakai dan penerimanya. Semiotika memiliki tiga wilayah kajian:

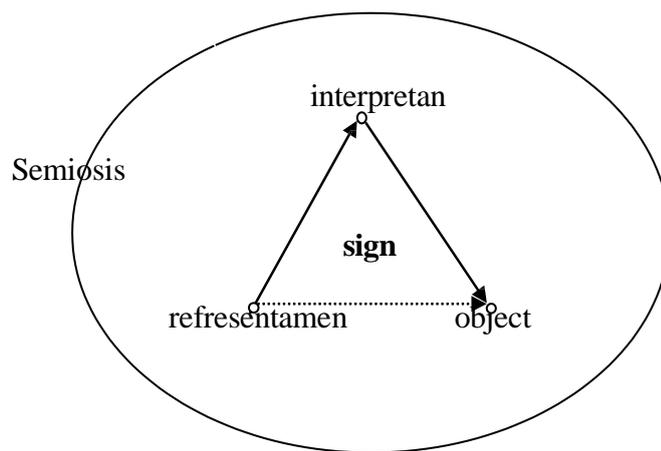
- a. Tanda itu sendiri. Studi tentang berbagai tanda yang berbeda, cara-cara tanda yang berbeda itu dalam menyampaikan makna dan cara tanda terkait dengan manusia yang menggunakannya.
- b. Sistem atau kode studi yang mencakup cara berbagai kode yang dikembangkan guna memenuhi kebutuhan masyarakat atau budaya.
- c. Kebudayaan tempat kode dan tanda bekerja bergantung pada penggunaan kode- dan tanda (John Fiske, 2012:66-67).

Teori semiotika Charles Sanders Peirce sering kali disebut “*Grand Theory*” karena gagasannya bersifat menyeluruh, deskripsi struktural dari semua penandaan, Peirce ingin mengidentifikasi partikel dasar dari tanda dan menggabungkan kembali komponen dalam struktural tunggal Charles Sanders Peirce dikenal dengan model *triadic* dan konsep *trikotominya* yang terdiri atas berikut ini:

1. *Representamen* adalah bentuk yang diterima oleh tanda atau berfungsi sebagai tanda.
2. *Object* merupakan sesuatu yang meruju kepada tanda. Sesuatu yang diwakili oleh representamen yang berkaitan dengan acuan.

3. *Interpretan* adalah tanda yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda.

Untuk memperjelas model triadic Charles Sanders Peirce dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2.1. Model Semiosis Charles Sanders Peirce
(Sumber: John Fiske,2007)

Dalam mengkaji objek, melihat segala sesuatu dari tiga konsep trikotomi, yaitu sebagai berikut:

1. *Sign (Representamen)* merupakan bentuk fisik atau segala sesuatu yang dapat diserap panca indra dan mengacu pada sesuatu. Menurut Anon dan Kaelan dalam buku (Vera,2022) *trikotomi* pertama dibagi menjadi tiga :
 - a. *Qualisign* adalah tanda yang menjadi tanda berdasarkan sifatnya. Misalnya sifat warna merah adalah qualisign, karena dapat dipakai tanda untuk menunjukkan cinta, bahaya, atau larangan.
 - b. *Sign-sign* adalah tanda-tanda yang menjadi tanda berdasarkan bentuk atau rupanya di dalam kenyataan. Semua ucapan yang bersifat individual bisa merupakan sign-sign suatu jeritan,dapat berarti heran, senang atau kesakitan.

c. *Legisign* adalah tanda yang menjadi tanda berdasarkan suatu peraturan yang berlaku umum, suatu konvensi, suatu kode. Semua tanda-tanda bahasa adalah legisign, sebab bahasa adalah kode, setiap legisign mengandung di dalamnya suatu sinsign, suatu second yang menghubungkan dengan third, yakni suatu peraturan yang berlaku umum.

2. *Objek*, tanda diklasifikasikan menjadi *icon*, (ikon), *index* (indeks), dan *symbol* (simbol). Menurut Danesi dalam buku (Vera, 2022) *trikotomi* kedua yaitu:

- a. Ikon adalah tanda yang menyerupai benda yang diwakilinya atau suatu tanda yang menggunakan kesamaan atau cirri – cirri yang sama dengan apa yang dimaksudkannya. Misalnya, kesamaan sebuah peta dengan wilayah geografis yang digambarkannya, foto, dan lain-lain.
- b. Indeks adalah tanda yang sifat tandanya tergantung pada keberadaannya suatu denotasi, sehingga dalam terminologi peirce merupakan suatu secondness. Indeks, dengan demikian adalah suatu tanda yang mempunyai kaitan atau kedekatan dengan apa yang diwakilinya.
- c. Simbol adalah suatu tanda, dimana hubungan tanda dan denotasinya ditentukan oleh suatu peraturan yang berlaku umum atau ditentukan oleh suatu kesepakatan Bersama.

3. *Interpretan*, tanda di bagi menjadi *rheme*, *dicisign*, dan *argument*.

- a. *Rheme*, bilamana lambang tersebut interpretannya adalah sebuah first dan makna tanda tersebut masih dapat dikembangkan.
- b. *Dicisign (dicentsign)*, bilamana antara lambang itu dan interpretannya terdapat hubungan yang benar ada.

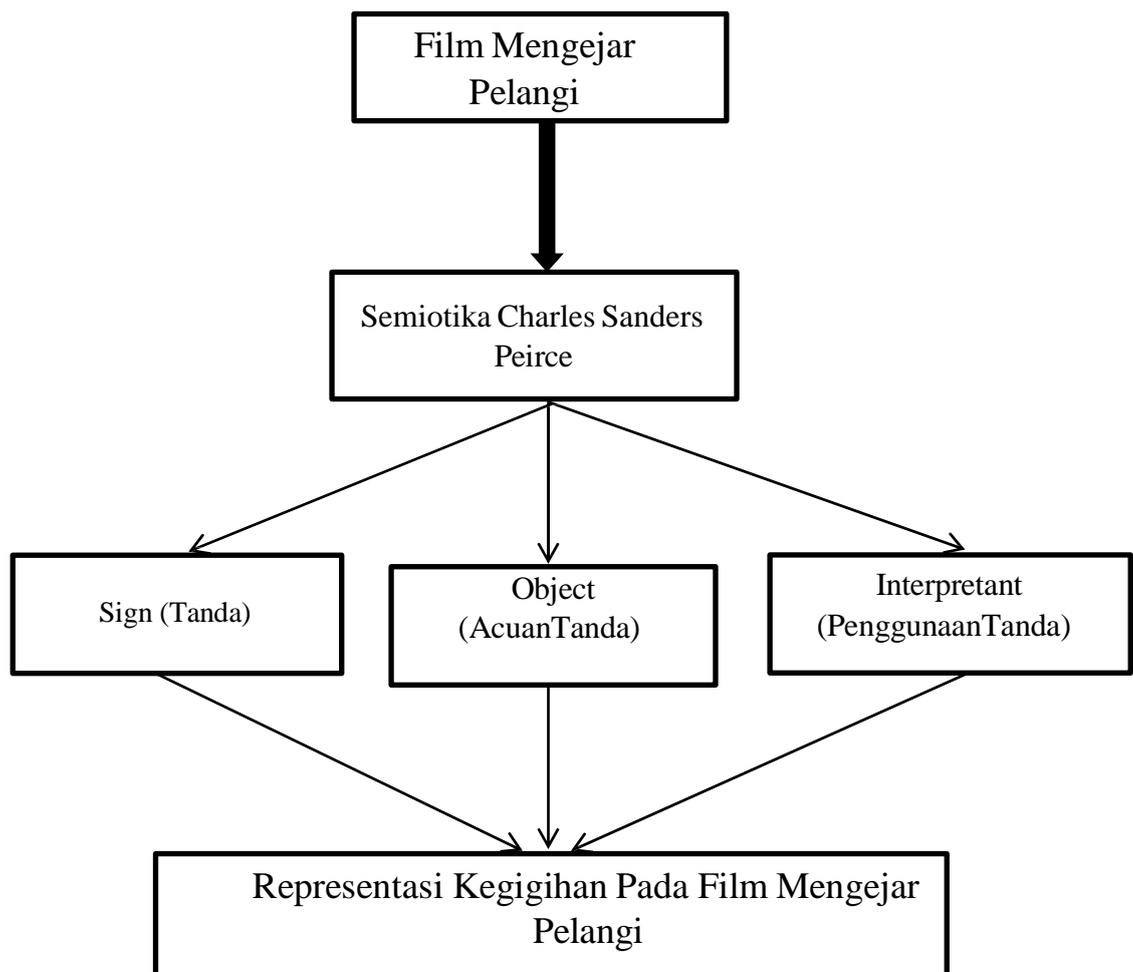
- c. *Argument*, bilamana suatu tanda dan interpretannya mempunyai sifat yang berlaku umum (merupakan *thirdness*).

2.8. Kerangka Pemikiran

Film merupakan salah satu bentuk media massa audio visual yang sudah dikenal oleh masyarakat. Khalayak menonton film tentunya untuk mendapatkan hiburan se usai bekerja, beraktivitas atau hanya sekedar untuk mengisi waktu luang. Akan tetapi dalam film dapat terkandung fungsi informatif maupun edukatif, bahkan persuasive. (Ardiyanto, 2007: 145), kekuatan film dalam mempengaruhi khalayak terdapat dalam aspek audio visual yang terdapat di dalamnya, juga kemampuan sutradara dalam menggarap film tersebut sehingga tercipta sebuah cerita yang menarik dan membentuk khalayak terpengaruh. Film dapat berfungsi sebagai media komunikasi massa sebab disaksikan oleh khalayak.

Belakangan yang menjadi sorotan masyarakat terutama pencinta film di Indonesiasetelah keluarnya promosi dalam pembuatan film Mengejar Pelangi. Dimana dalam film Mengejar Pelangi alurnya menceritakan tentang kisah kehidupan anak bangsa yang ada di Sumba NTT, didalam film Mengejar Pelangi banyak tayangan yang menayangkan tentang kegigihan para anak-anak yang masih sekolah SMP dalam menimba ilmu pendidikan, dan ada sosok seorang ibu guru yang tak pernah menyerah untuk mendukung semangat para anak-anak itu dan membantu untuk merubah pola pikir masyarakat setempat tentang pentingnya pendidikan, serta selalu melakukan hal-hal yang bersifat positif agar dapat menciptakan suatu perubahan di desa tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode penelitian analisis semiotika Charles Sanders Peirce dengan tiga tatanan pemaknaan untuk mengetahui tanda dan penanda dalam menyampaikan makna yang dapat memperlihatkan tentang kegigihan pada film Mengejar Pelangi. Tatanan penandaan tahap pertama yakni tanda representamen, kemudian yang kedua akan dianalisis tanda melalui objeknya, setelah melakukan analisis tatanan penandaan kedua, maka akan di analisis dengan yang terakhir yaitu tanda interpretant. Berdasarkan uraian tersebut, Adapun kerangka pikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Bagan 2.1. Kerangka Pemikiran