

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul dan Penulis	Teori	Tujuan	Hasil Penelitian
1	Video Eksperimen Sosial “Slap Her: Children’s Reaction” oleh <i>Fanpage.It</i> di <i>Youtube</i> mengenai Kekerasan Terhadap Perempuan - Jati Dwi Juwitaningrum, Cathas Teguh Prakoso, Kheyene Molekandella Boer. ilkomfisp-unmu	Teori analisis yang digunakan merupakan analisis semiotika <i>Charles Sanders Pierce</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, merefleksi dan menganalisis, mewujudkan pesan tersembunyi untuk memahami realitas yang disajikan dalam video pengalaman sosial. <i>Slap Her: Children’s Reaction</i> oleh <i>Fanpage.it</i> di <i>Youtube</i> mengenai Kekerasan terhadap Perempuan.	Video eksperimen yang diunggah di channel <i>YouTube Fanpage.it</i> menunjukkan pesan yang sama dengan aslinya, yaitu bahwa wanita seharusnya tidak mengalami kekerasan. Pada akhir video, terdapat kutipan dari seorang anak bernama Alessandro yang berusia 6 tahun. Namun sayangnya, dalam video tersebut tidak diberikan informasi tentang siapa Alessandro, dan <i>Fanpage.it</i> hanya mengutipnya dan menyimpulkan bahwa anak-anak perempuan tidak mengalami kekerasan. Kekerasan terhadap perempuan bukanlah sesuatu

				yang terjadi secara tiba-tiba, tetapi terjadi karena adanya faktor-faktor penting dalam kehidupan seseorang, seperti peran keluarga yang hilang dan pengaruh negatif yang berdampak pada perilaku seseorang hingga dewasa..
2	Berpikir Seragam Sejak Dini: Analisis Konten Kualitatif Monokulturalisme Pada Tayangan <i>Web Series Animasi Anak Nussa</i> . Muhammad Alzaki Tristi, Attiqah Gusbet. Universitas Gadjah Mada	Teori Analisis yang dipakai pada penelitiannya merupakan analisis <i>Roland Barthes</i> .	untuk mendeskripsikan makna monokulturalisme yang terkandung secara tersembunyi di dalam konten <i>web series animasi anak Nussa</i> . Demikian pula dengan harapan adanya pemikiran kritis dari audiens orang tua untuk meninjau lebih jauh setiap tayangan anak-anak.	Berdasarkan analisis konten terhadap lima episode <i>web series animasi anak Nussa</i> , tim produksi menunjukkan posisi yang tidak seimbang dalam mencitrakan keberagaman sosial di dunia anak-anak. Hal ini memperkuat argumen bahwa media memainkan peran penting dalam bagaimana individu membangun versi mereka sendiri tentang identitas (<i>Miles, 2000; dalam Hill, 2011</i>). Tim produksi Nussa juga tidak memunculkan dialog serta simbol-simbol yang

				<p>merepresentasikan keragaman budaya yang ada di Indonesia, seolah menciptakan hegemoni keislaman yang sangat kuat di dalam dunia anak-anak yang menonjolnya . Dalam melihat monokultural dengan pandangan multikulturalisme kritis, orang tua pada dasarnya diminta untuk membantu meningkatkan jumlah identitas sosial yang diperlihatkan anak-anak mereka selama periode penting perkembangan mereka (Hurtado & Silva, 2008).</p>
3	<p>Analisis Semiotika Saussure Pada Karya Poster Maharani Berjudul "Save Children" - Maharani, Mukhsin Patriansah, dan Husni Mubarat. Universitas Indo Global Mandiri.</p>	<p>Teori analisis semiotika yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis Ferdinand De Saussure.</p>	<p>Tujuan dari poster "Save Children" tidak hanya untuk memberikan pemahaman kepada para akademisi Desain Komunikasi Visual, tetapi juga kepada masyarakat dalam hal menganalisis sebuah karya desain. Poster</p>	<p>Poster "Save Children" menunjukkan sistem penandaan yang jelas dan pemaknaannya cukup jelas baik dari sisi visual maupun verbal. Pesan yang ditangkap dari poster ini berhubungan dengan kebebasan anak-anak, yang pada usia dini</p>

			<p>tersebut bertujuan untuk memberikan analisis mengenai tanda dan bagaimana tanda tersebut dihadirkan melalui konsep poster, yang sarat dengan makna kebebasan anak-anak.</p>	<p>perlu diperhatikan. Pada tahap eksplorasi ini, anak-anak cenderung penasaran dengan hal-hal baru. Namun, sebagian besar orang tua masih membatasi kebebasan anak dalam bermain. Analisis sistem penandaan berdasarkan teori Saussure pada poster ini melihat sejauh mana entitas sebuah tanda memiliki hubungan pemaknaan antara signifier dan signified yang berkaitan dengan kebebasan anak. Hal ini berkaitan dengan pemaknaan yang sebenarnya dan realitas eksternal yang terkait dengan kebebasan anak.</p>
<p>4</p>	<p>Representasi <i>Cultural Branding</i> Iklan Shopee: Kajian Analisis Semiotika - Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri</p>	<p>Teori analisis semiotika yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis Roland Barthes.</p>	<p>untuk mengetahui bagaimana Shopee memanfaatkan cultural branding dalam strategi pemasaran mereka dan bagaimana desain iklan yang mereka gunakan</p>	<p>Tampilan iklan di media sosial memiliki pengaruh yang kuat untuk memengaruhi khalayak, terlebih lagi sudah menjadi tren gaya hidup baru. Sebagai strategi pemasaran,</p>

	Sumatera Utara, Nursapiah Harahap & Muhammad Faishal - Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara		merefleksikan nilai-nilai tersebut.	Shopee dapat terus menggunakan iklan di media sosial untuk menarik minat pelanggan dan meningkatkan citra mereknya. Selain itu, Shopee juga dapat memanfaatkan testimoni pelanggan sebagai strategi pemasaran, seperti mengadakan ajang perlombaan yang berkaitan dengan pengalaman berbelanja di Shopee, yang meliputi karya video, gambar, atau desain iklan terbaik untuk mendapatkan hadiah
5	Pesan Dakwah Dalam Media Sosial Youtube Nussa Official – Nussa: Cintai Mereka (Analisis Semiotika Roland Barthes) - Zihni Ainul Haq - JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN	Teori analisis semiotika yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis Roland Barthes.	Untuk memahami isi pesan dakwah yang disampaikan dalam video "Nussa: Cintai Mereka" di kanal YouTube resmi Nussa. Untuk mendapatkan pemahaman mengenai pesan dakwah yang terkandung dalam video "Nussa: Cintai Mereka" yang	Ada berbagai macam pesan dakwah yang terdapat pada Nussa: Cintai Mereka. Salah satunya adalah tentang pentingnya Ke-Esaan Allah SWT dalam menciptakan makhluk-Nya. Selain itu, juga terdapat pesan tentang adab yang baik terhadap semua makhluk,

	DAKWAH IAIN PONOROGO		disajikan melalui saluran YouTube Nussa Official	termasuk hewan, serta pentingnya kasih sayang tanpa menyakiti satu sama lain, yang merupakan ajaran syari'ah.
--	----------------------	--	--	---

Perbedaan dan persamaan dengan penelitian terdahulu:

1. Pada penelitian terdahulu yang berjudul Video Eksperimen Sosial “Slap Her: Children’s Reaction” oleh *Fanpage.It* di *Youtube* mengenai Kekerasan Terhadap Perempuan terdapat persamaan dalam membahas analisis semiotika *Pierce* pada video, namun dalam penelitian saya menggunakan kolaborasi dua teknik analisis semiotika yaitu *Pierce* dan *Roland Barthes*. Perbedaan lainnya terletak di objek penelitian.
2. Pada penelitian terdahulu yang berjudul Berpikir Seragam Sejak Dini: Analisis Konten Kualitatif Monokulturalisme Pada Tayangan Web Series Animasi Anak Nussa. - Muhammad Alzaki Tristi, Attiqah Gusbet. Universitas Gadjah Mada terdapat persamaan menggunakan teknik semiotika *Roland Barthes*, namun dalam penelitian saya menggunakan kolaborasi dua teknik analisis semiotika yaitu *Pierce* dan *Roland Barthes*. Perbedaan lainnya terletak pada objek penelitian dan mediana.
3. Pada penelitian terdahulu yang berjudul Analisis Semiotika *Saussure* Pada Karya Poster Maharani yang Berjudul “*Save Children*” terdapat perbedaan yaitu penelitian saya menggunakan kolaborasi dari dua teknik analisis semiotika dan objek penelitian serta mediana.

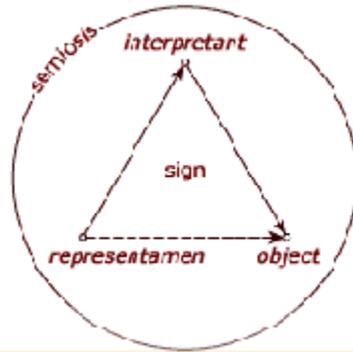
4. Pada penelitian terdahulu dengan judul Representasi *Cultural Branding* Iklan Shopee: Kajian Analisis Semiotika terdapat persamaan dalam penggunaan teknik analisis semiotika *Roland Barthes*, namun dalam penelitian saya menggunakan kolaborasi dua teknik analisis semiotika yaitu *Pierce* dan *Roland Barthes*. Perbedaan yang lainnya terletak pada objek penelitiannya.
5. Pada penelitian terdahulu yang berjudul Pesan Dakwah Dalam Media Sosial Youtube Nussa Official – Nussa: Cintai Mereka (Analisis Semiotika Roland Barthes) terdapat persamaan dalam penggunaan teknik analisis semiotika *Roland Barthes*, namun dalam penelitian saya menggunakan kolaborasi dua teknik analisis semiotika yaitu *Pierce* dan *Roland Barthes*. Perbedaan yang lainnya terletak pada objek penelitiannya.

2.2 Tinjauan Pustaka

2.2.1 Landasan Teori

Teori *Representamen*, *Object*, dan *Interpretant*

Pada jurnal "Nilai Sosial Budaya Dalam Film Tilik (Kajian Semiotika Charles Sanders Peirce)" karya Dwi Ratih Puspitasari, dijelaskan bahwa *Charles Sanders Peirce* tidak hanya memperhatikan makna yang didapat dari tanda, namun juga pentingnya peran penafsir (*interpretant*) dalam proses ini. Seorang penafsir harus cukup peka untuk menginterpretasikan tanda-tanda yang ada. *Pierce* membagi tanda menjadi tiga bagian, yaitu *representamen*, *object*, dan *interpretant* yang membentuk segitiga triadik.



Gambar II.2.1 Teori Semiotika Charles Sanders Peirce

1. *Representamen*

Dalam konsep *representamen* atau tanda, terdapat tiga jenis tanda yang dibagi berdasarkan bentuk fisik atau sesuatu yang dapat ditangkap oleh panca indra dan berkaitan dengan sesuatu, yaitu *qualisign*, *sinsign*, dan *legisign*. *Qualisign* merupakan tanda berdasarkan pada sifat atau kualitas yang dimilikinya, seperti warna kuning yang dapat dipakai untuk menunjukkan keceriaan. *Sinsign* merupakan tanda yang berdasarkan pada bentuk atau penampakan dalam kenyataan, seperti suara teriakan yang dapat berarti terkejut, senang, atau sakit. Sedangkan *legisign* adalah tanda berdasarkan peraturan yang diterima umum, konvensi, atau kode, seperti rambu lalu lintas. (Rifai, 2014: 18)

2. *Object*

Object dalam semiotika Peirce dapat dikategorikan menjadi tiga yaitu *Icon*, Indeks, dan Simbol.

A. Menurut Danesi (2004: 38-39), *icon* atau ikon merupakan simbol yang menyerupai atau memiliki ciri-ciri yang sama dengan objek atau benda

yang direpresentasikan. Simbol ini didesain untuk menggambarkan sumber acuan dengan menggunakan simulasi atau persamaan. Contohnya adalah kategori tempat sampah kering dan basah.

B. Indeks adalah simbol yang bergantung pada makna sebenarnya suatu objek atau benda. Terdapat tiga jenis indeks yang dapat dibedakan, yakni indeks ruang yang menunjukkan tempat atau objek suatu benda, mahluk, atau peristiwa dalam hubungannya dengan pengguna tanda, seperti anak panah yang menunjukkan keberadaan sesuatu di sini atau di sana. Indeks temporal menghubungkan benda-benda dari segi waktu, seperti grafik yang menunjukkan perubahan sebelum dan sesudah. Sedangkan indeks persona memiliki hubungan dengan pihak-pihak yang terlibat pada sebuah keadaan dan dapat dilihat dari penggunaan kata ganti orang seperti "saya", "kami", atau "beliau".

C. Menurut Budiman (2004: 32), *symbol* atau simbol adalah tanda yang ditetapkan oleh suatu peraturan yang diterima umum atau kesepakatan bersama. Simbol termasuk dalam tipe tanda yang bersifat arbitrer dan konvensional.

3. *Interpretant*

Interpretant merupakan makna/arti, Pierce menggunakan istilah "*Representamen*", "*Object*", dan "*Interpretant*" dalam teori semiotikanya. *Pierce* mengatakan bahwa dari semua triadik yang ada, hanya *interpretant* yang sulit untuk dipahami. *Interpretant* sendiri merupakan hasil penilaian kita

dari suatu tanda yang ada. Tanda tersebut berdasarkan dari *rheme*, *dicisign* (*Dicent Sign*), dan *Argument*.

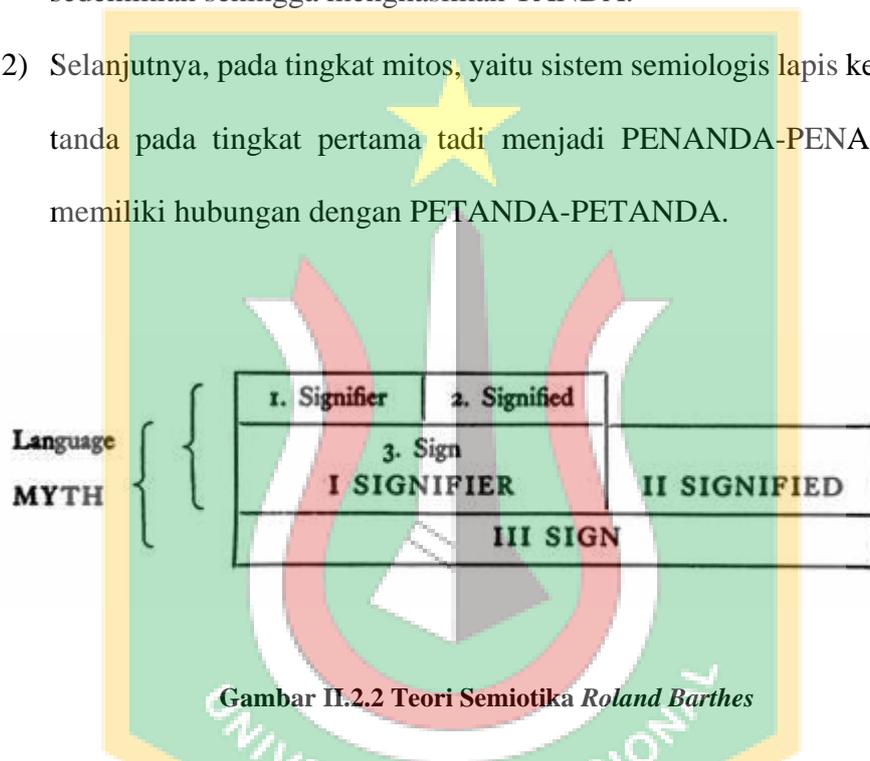
Lebih jauh ia mengatakan *Representamen* adalah tanda yang menunjukkan hubungan alami antara penanda dan petanda. Tanda adalah bagian yang tidak terpisahkan dari objek referensinya dan pemahaman subjek atas tanda (*Representamen*). Sedangkan apa yang ditunjuk atau diacunya disebut *Object*. Maka tanda yang didefinisikan bagi seseorang sebagai ‘sesuatu yang berdiri untuk sesuatu yang lain’ berarti menjadikan tanda sebagai entitas otonom yang disebut penafsir atau *Interpretant*.

Teori Denotasi, Konotasi, dan Tataran Signifikasi

Pendekatan semiotik *Roland Barthes* (1983: 109-131; lihat Noth, 1990: 310-313; *Hawkes*, 1997: 39-41) secara khusus ditujukan pada suatu jenis ujaran (*speech*) yang disebutnya sebagai mitos. Menurut *Barthes* (1983: 109), bahasa membutuhkan kondisi tertentu untuk dapat menjadi mitos, yaitu yang secara semiotis dicirikan oleh hadirnya sebuah tingkat signifikasi yang disebut sebagai sistem semiologis tingkat kedua (*the second order semiological system*), penanda-penanda berhubungan dengan yang ditandakan sedemikian rupa sehingga menghasilkan tanda. Lalu, tanda-tanda pada tingkat pertama ini pada gilirannya hanya akan menjadi penanda-penanda yang terkait dengan petanda-petanda pada tingkat kedua. Pada tataran signifikasi lapis kedua inilah mitos bercokol (*Barthes*, 1983: 114-115). Aspek material mitos, yaitu penanda-penanda pada *the second semiological system* itu, dapat disebut sebagai retorika atau tanda tambahan, yang

tersusun dari tanda-tanda pada sistem pertama; sedangkan penanda itu sendiri dapat disebut sebagai fragmen ideologi (Barthes, 1981: 91).¹

- 1) Pada tingkat bahasa (*language*), yakni sistem semiologis lapis pertama, PENANDA-PENANDA berhubungan dengan PETANDA-PETANDA sedemikian sehingga menghasilkan TANDA.
- 2) Selanjutnya, pada tingkat mitos, yaitu sistem semiologis lapis kedua, tanda-tanda pada tingkat pertama tadi menjadi PENANDA-PENANDA yang memiliki hubungan dengan PETANDA-PETANDA.

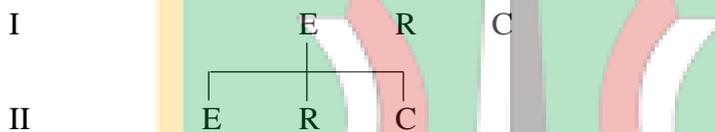


Di dalam penjelasan *Barthes* (1981: 89-94) pada buku lain, proses signifikasi yang kompleks ini dijelaskan dengan cara perangkat konseptual yang lebih familiar, yaitu denotasi dan konotasi. Pertama, *Barthes* membedakan lapisan ekspresi (*Expression = E*) dari lapis isi (*Content = C*), yang ia pinjam dari *Hjelmslev*, sebagai pengganti konsep-konsep seperti penanda dan petanda yang dipinjamnya dari *Saussure*. Kedua lapis ini, ekspresi dan isi, saling berelasi (*relation = R*) sehingga

¹ Kris Budiman, *Semiotika Visual Konsep, Isu, dan Problem Ikonisitas* (Yogyakarta: Jalasutra, 2016), hlm. 38.

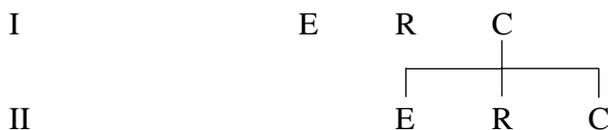
menghasilkan signifikasi-disingkat ERC. Sistem ERC di tingkat pertama ini pada gilirannya hanya menjadi sebuah unsur saja dari sistem tingkat kedua. Sebagai akibatnya, disini pun kita berurusan kembali dengan dua buah sistem signifikasi yang rumit, terpisah, dan tak-serempak. Derivasi yang kemudian dihasilkan tergantung pada titik penyusupan dari sistem pertama ke dalam sistem kedua sehingga menghasilkan dua perangkat yang satu sama lain berbeda.²

- 1) Sistem pertama (ERC) menjadi tingkat ekspresi (atau penanda) dari sistem kedua: (ERC)RC atau



Dalam kasus ini *Hjemslev* menyebut sebagai semiotik konotatif: sistem pertama adalah lapisan denotasi, sedangkan sistem kedua (sebagai perluasannya) adalah lapis konotasi. Dengan kata lain, sebuah sistem konotasi merupakan sistem yang tingkat ekspresinya sendiri membentuk sebuah sistem signifikasi.

- 2) Sistem pertama (ERC) menjadi tingkat isi (atau petanda) dari sistem kedua: ER(ERC) atau



² Kris Budiman, *Semiotika Visual Konsep, Isu, dan Problem Ikonisitas* (Yogyakarta: Jalasutra, 2016), hlm. 39-40.

Hal ini pasti terjadi pada setiap meta bahasa (*meta language*), yaitu sebuah sistem dimana tingkat isinya sendiri terdiri dari sebuah sistem signifikasi atau, singkatnya, sebagai bahasa tentang bahasa, sebuah semiotik tentang semiotik (bdk. *Barthes*, 1983: 115).

2.2.2 Landasan Konsep

Komunikasi

Dalam jurnal Analisis Semiotika pada Video Eksperimen Sosial “*Slap Her: Children’s Reaction*” oleh *Fanpage.It* di *Youtube* mengenai Kekerasan Terhadap Perempuan yang ditulis oleh Jati Dwi Juwitaningrum, Cathas Teguh Prakoso, dan Kheyene Molekandella Boer. Kata "komunikasi" konon berasal dari bahasa Latin "communicatio" yang berarti pertukaran pikiran atau pesan. Dalam proses komunikasi, terdapat unsur-unsur yang harus sama pentingnya agar terjadi pertukaran gagasan dan pengertian antara pengirim pesan (komunikator) dan penerima pesan (komunikan). Dalam komunikasi manusia, pesan disampaikan dengan bahasa, baik secara verbal maupun non verbal. Bahasa terdiri dari simbol-simbol, yang harus ditafsirkan dengan benar untuk mencapai komunikasi yang efektif. Manusia memiliki kemampuan untuk mengontrol simbol-simbol tersebut, yaitu dengan menerima, menyimpan, memproses, dan mengedarkannya. Kemampuan ini yang membedakan manusia dengan makhluk hidup lainnya (Samovar, 1981: 135, dalam Vera, 2014:6).

Ada dua jenis pesan yang bisa disampaikan oleh Komunikator 1, yakni pesan verbal dan nonverbal. Pesan tersebut bisa disengaja atau tidak disengaja. Pesan

verbal merupakan jenis komunikasi lisan yang menggunakan satu kata atau lebih. Selain itu, terdapat juga beberapa jenis pesan lainnya yang bisa disampaikan sebagai berikut:³

- 1) Pesan Verbal yang disengaja, yaitu upaya yang dilakukan secara sadar untuk berkomunikasi secara lisan dengan orang lain.
- 2) Pesan Verbal yang tidak disengaja, yakni sesuatu yang dikatakan tanpa maksud untuk dikatakan.
- 3) Pesan Non Verbal adalah pesan yang disampaikan tanpa menggunakan kata-kata atau bukan kata-kata, misalnya gerakan tangan, sikap tubuh, cara busana, ekspresi wajah, dan sebagainya.
- 4) Pesan Non Verbal yang Disengaja adalah pesan nonverbal yang dimaksudkan untuk disampaikan.
- 5) Pesan Non Verbal yang Tidak Disengaja yaitu segala aspek perilaku nonverbal yang dikomunikasikan tanpa pengawasan.

Komunikasi Digital

Dalam bahasa, komunikasi digital adalah penyampaian pesan yang dilakukan melalui sarana elektronik. Secara praktis, komunikasi digital adalah proses komunikasi yang didominasi oleh komunikasi tertulis, mulai dari SMS, email, Whatsapp, Facebook, dan lainnya.⁴

³ Dadi Purnama Eksan, *Seni Komunikasi Kapan Saja & Dimana Saja* (Yogyakarta: C-Klik Media, 2019), hlm. 4.

⁴ <https://senikomunikasi.com/pengertian-komunikasi-digital-contoh-dan-peluang-karier/>

Forsdale menjelaskan bahwa ide komunikasi digital merupakan suatu proses mengembangkan, memelihara, dan mengubah sesuatu dengan tujuan untuk memastikan bahwa sinyal yang telah dikirimkan sesuai dengan norma.⁵

Media Baru (*New Media*)

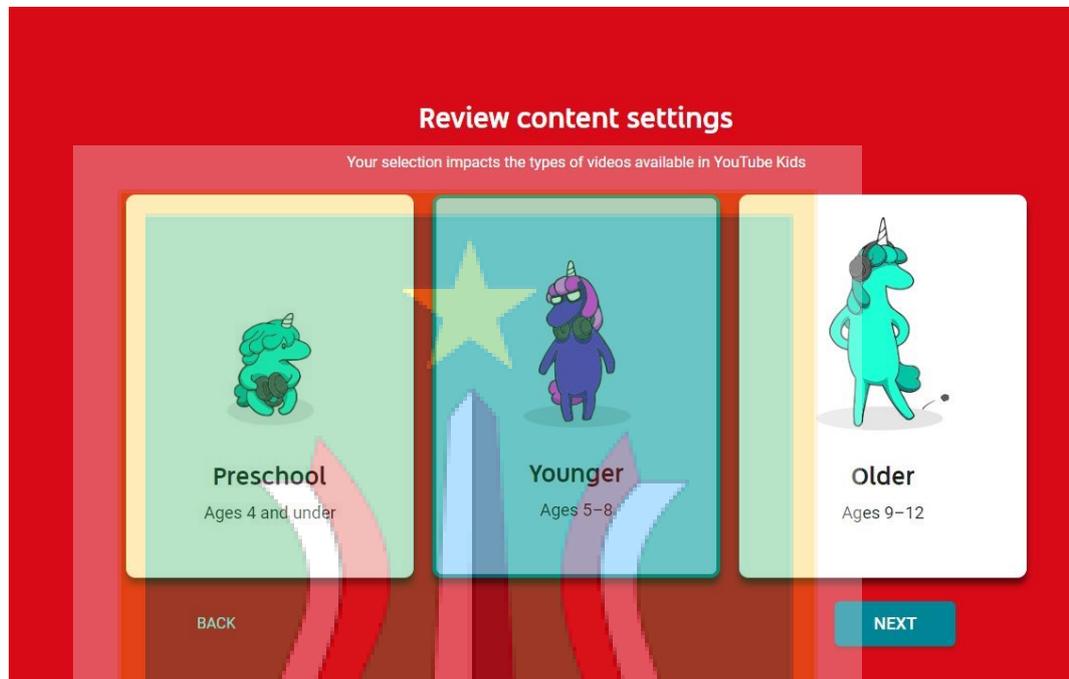
Dari sudut pandang ilmu komunikasi, media baru merupakan persoalan yang sangat kompleks, dengan media baru memiliki banyak arti. Media ini dapat diartikan bahwa kita menikmati konten atau pesan tertulis, audio atau audiovisual. Misalnya kata media dapat disamakan dengan media cetak, radio atau televisi. Dan memiliki hubungan yang erat dengan komunikasi massa, dimana media memiliki kemampuan untuk menyampaikan suatu pesan kepada khalayak, seperti pendengar, pembaca dan pemirsa. Agar media baru memiliki makna yang bernuansa digital, berkembangnya media analog, terhubung dan interaktif. Saat ini contoh media baru seperti website dan media sosial.

Youtube

Dalam jurnal Situs *Youtube* Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi: Sebuah Survei Terhadap Mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro Angkatan 2013-2015 karya Juniar Nur Afifur Rohman, ia mengatakan menurut (*Miller, 2009:3*) *Youtube* adalah komunitas berbagi video yang artinya

⁵ <https://www.rancakmedia.com/teknologi/30522/komunikasi-digital-menurut-para-ahli/>

bahwa pengguna youtube dapat mengunggah dan menonton semua jenis video secara online menggunakan browser apa pun.⁶



Gambar II.2.3 Kategori Umur Pada Youtube Kids

Berbeda dengan *Youtube* biasa, *Youtube Kids* ini merupakan *platform* yang disediakan untuk anak di bawah usia 12 tahun. Konten video yang diunggah di platform ini sudah disaring sedemikian rupa agar ramah konsumsi untuk anak-anak generasi Alpha.

Warna

Warna dapat menjadi alat komunikasi maupun simbol dalam kehidupan manusia, warna juga dapat dikatakan secara objektif sebagai sifat cahaya yang

⁶ Michael Miller, *Sams Teach Yourself YouTube in 10 Minutes* (United State of Amerika: SAMS, 2009), hlm.3.

dipancarkan. Sedangkan secara psikologi sebagai bagian dari pengalaman indra manusia dalam melihat.

Warna menurut Mita Purbasari merupakan suatu alat yang dipakai manusia dalam kepentingan komunikasi seperti menyampaikan pesan, ide, atau gagasan tanpa menggunakan tulisan atau bahasa. Oleh sebab itu warna sangat berpengaruh dalam psikologi komunikasi karena warna dapat memberikan arti.

Beberapa fungsi warna diantaranya adalah:

1. Fungsi Identitas

Warna dapat memudahkan manusia untuk mengenal suatu identitas kelompok masyarakat maupun organisasi perusahaan dan negara.

2. Fungsi Isyarat atau Media Komunikasi

Warna dapat memberitahu kepada manusia terkait tanda maupun kondisi dan juga sebagai perlambangan dari suatu tradisi.

3. Fungsi Psikologis

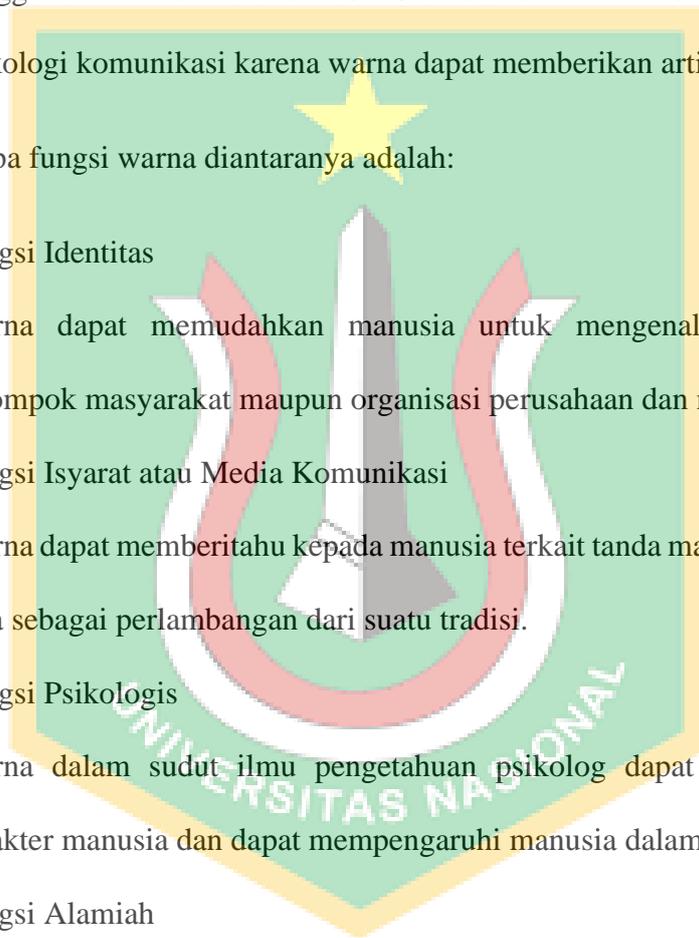
Warna dalam sudut ilmu pengetahuan psikolog dapat mengungkapkan karakter manusia dan dapat mempengaruhi manusia dalam hal perasaannya.

4. Fungsi Alamiah

Warna bisa digunakan sebagai penggambaran sifat objek secara nyata dan warna mampu memvisualisasikan sifat objek secara nyata.

5. Fungsi Pembentuk Keindahan

Kehadiran warna dalam kehidupan manusia dapat memudahkan manusia untuk mengenali objek sekitar.



Berikut merupakan makna dari warna-warna yang ada atau bisa kita sebut dengan psikologi warna:



Gambar II.2.4 Psikologi Warna

1. Merah

Warna merah dalam psikologi warna memiliki beberapa makna yakni bersemangat, penuh semangat dalam suatu bidang, dan merangsang yang dapat diartikan sebagai pemberi semangat kepada yang lainnya.

2. Oren

Warna oren dalam psikologi warna memiliki beberapa makna yakni penuh energic dalam pribadinya, antusias, dan menyenangkan.

3. Kuning

Warna kuning dalam psikologi warna memiliki beberapa makna yakni ramah dalam berteman, ceria, dan hangat dalam hubungan pertemanan.

4. Hijau

Warna hijau dalam psikologi warna memiliki beberapa makna yakni natural atau alami, sehat dan damai.

5. Biru

Warna biru dalam psikologi warna memiliki beberapa makna yakni dapat dipercaya, bertanggungjawab, dan keamanan.

6. Pink

Warna pink dalam psikologi warna memiliki beberapa makna yakni cinta atau sumber cinta, tenang, dan melambangkan feminim.

7. Ungu

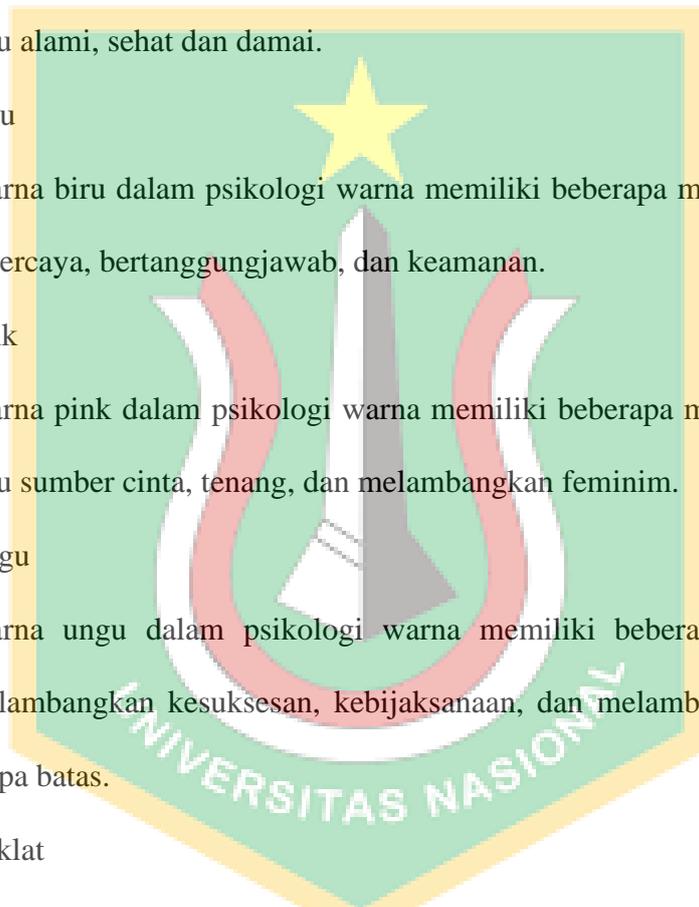
Warna ungu dalam psikologi warna memiliki beberapa makna yakni melambangkan kesuksesan, kebijaksanaan, dan melambangkan kesetiaan tanpa batas.

8. Coklat

Warna coklat dalam psikologi warna memiliki beberapa makna yakni melambangkan kesederhanaan dan dapat diandalkan.

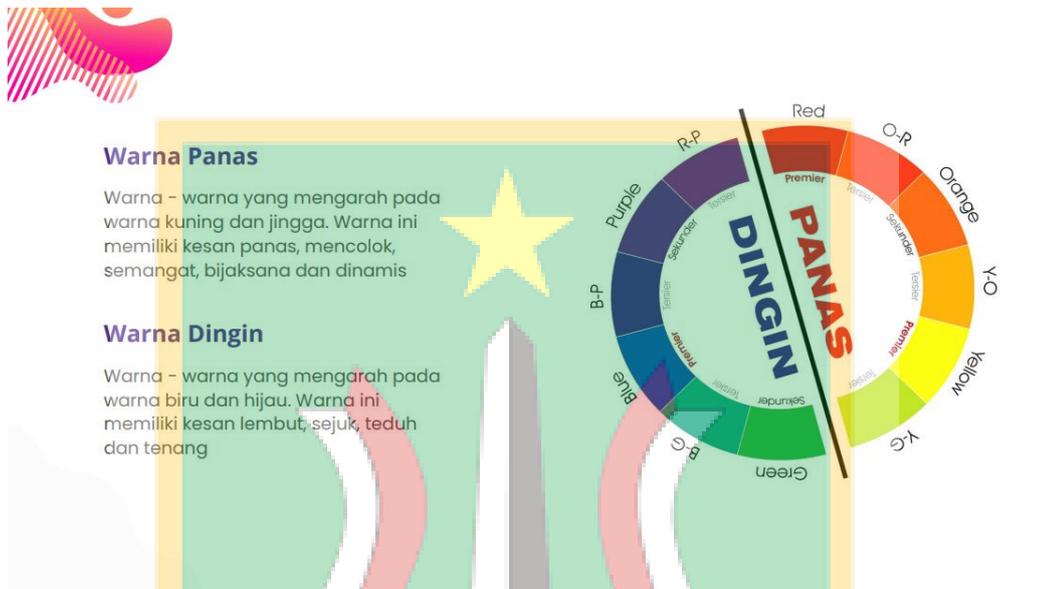
9. Hitam

Warna hitam dalam psikologi warna memiliki beberapa makna yakni melambangkan eksklusif atau kemewahan dan bergengsi.



10. Putih

Warna putih dalam psikologi warna memiliki beberapa makna yakni melambangkan kesucian atau kemurnian, ketidakbersalahan, dan praktis.



Gambar II.2.5 Kategori Warna

Selain dengan psikologi warna atau makna dari suatu warna, warna juga memiliki dua kategori, yaitu warna dingin dan warna panas. Warna panas merupakan warna yang memiliki kesan panas, mencolok, semangat, bijaksana, dan dinamis. Sedangkan warna dingin merupakan warna yang memiliki kesan lembut, sejuk, teduh, dan tenang.

LGBTQ+

Dalam artikel pengertian LGBTQ+ yang ditulis oleh Nur Hidayah Perwitasari mengatakan Dilansir dari laman The Human Rights Campaign, LGBTQ adalah singkatan dari lesbian, gay, biseksual, transgender, dan queer. Sedangkan tanda "+" pada LGBTQ+ adalah untuk mengenali orientasi seksual dan identitas gender tanpa batas.⁷

LGBTQ+ adalah singkatan dari *Lesbian, Gay, Biseksual, Transgender, Queer* dan lainnya. Pada umumnya kebanyakan orang menggunakan istilah LGBTQ+ yang mencakup komunitas lain dalam LGBTTTQQIAA. Mari kita lihat apa arti dari masing-masing inisial tersebut!⁸

1) *Lesbian*

Biasanya digunakan untuk wanita yang memiliki ketertarikan dan mengalami hal-hal berbau percintaan dengan wanita lain atau homoseksual Wanita.

2) *Gay*

Sebutan untuk orang yang homoseksual dan sering digunakan untuk pria yang homoseksual, akan tetapi lesbian juga bisa disebut sebagai gay.

⁷ <https://tirto.id/apa-itu-lgbtq-singkatan-arti-macam-macam-penjelasan-grZq>

⁸ <https://www.reproduksi.org/id/memahami-lgbtq>

3) *Bisexual*

ketika seseorang mengalami kebiasaan ketertarikan dalam hal percintaan atau seksual terhadap pria atau wanita (dua-duanya).

4) *Transgender*

Istilah umum untuk seseorang yang identitas gender yang tidak sesuai dengan jenis kelamin mereka sejak lahir. Istilah ini mencakup orang-orang yang genderqueer (orang yang tidak memiliki identitas gender/nonbiner), transpuan (transperempuan; transgender yang awalnya diidentifikasi sebagai laki-laki), trans men (kebalikan dari transpuan), dan bigender

5) *Queer*

Mendeskripsikan identitas seksual dan gender selain heteroseksual dan cisgender. Terkadang istilah ini digunakan untuk menyatakan bahwa seksualitas dan gender dapat menjadi hal yang membingungkan dan berubah seiring waktu yang mana mungkin tidak sesuai dengan identitas seperti laki-laki atau perempuan, gay atau normal

6) *Queering*

Istilah yang digunakan saat seseorang masih dalam proses eksplorasi yang mungkin tidak yakin atau memiliki kekhawatiran dalam menggunakan label sosial untuk diri mereka sendiri karena berbagai alasan.

LGBTQ identik dengan warna pelangi, hal ini memiliki filosofi sendiri. Menurut *Gilbert Baker* yang merupakan sosok pembuat bendera pelangi LGBTQ, pelangi memiliki warna yang beragam jadi menunjukkan bahwa komunitas LGBTQ ini memiliki ragam yang sangat banyak, walaupun mereka berbeda-beda tetapi ia tetap bersama. Warna pelangi juga identik dengan warna yang indah, sehingga komunitas LGBTQ ingin menunjukkan bahwa eksistensi mereka merupakan fenomena sosial yang indah.⁹

Berikut merupakan arti warna pelangi dari komunitas LGBTQ yang telah dibawa oleh *Gilbert Baker* ke *Paramount Flag Company* :¹⁰

1. Merah yang berarti kehidupan.
2. Orange yang bermakna *healing* atau penyembuhan.
3. Kuning yang melambangkan sinar matahari.
4. Hijau yang bermakna alam.
5. Biru yang berarti keharmonisan.
6. Ungu yang menandakan semangat.

2.3 Kerangka Berpikir

Penelitian ini dilakukan karena adanya urgensi terkait banyaknya film atau tontonan anak yang tidak layak dikonsumsi seperti representasi lesbian dalam Tayangan Kartun di *Channel Gecko's Garage*. Lesbian yang tidak sesuai dengan

⁹ <https://www.youtube.com/shorts/OxksT46EMwA>

¹⁰ <https://ameera.republika.co.id/berita/rv72m7414/asalusul-bendera-pelangi-jadi-simbol-lgbt-part1>

norma di Indonesia menjadi salah satu faktor bagi peneliti untuk melakukan penelitian. Selain itu, tayangan berbahaya seperti representasi lesbian dapat membuat anak generasi alpha dalam *golden age*-nya meniru perilaku tersebut di kemudian hari dan memaklumi fenomena tersebut di sekitarnya.

Berdasarkan latar belakang dan landasan teori di atas, maka dapat disimpulkan kerangka berpikir untuk mempermudah jalannya penelitian sebagai berikut:



Gambar II.2.6 Bagan Kerangka Berpikir

