

PENELITIAN KOMUNIKASI PENDEKATAN KUALITATIF BERBASIS TEKS: APLIKASI MODEL SAUSSURE DAN MODEL PIERCE

Oleh Hasyim Ali Imran*

Abstract

Based on the lack of knowledge about research with a qualitative approach, so as enlightenment efforts, especially for the students, this article focuses on the discussion of the practice of text analysis based on Saussure and Pierce Model. From the discussion, it is known that in practice both models each has stages that must be followed in order to ease in the research process. In order to further facilitate the process of understanding in practice, it is necessary for students to practice once or twice against a different text, especially for Pierce models that are more complex than the model of Saussure.

Keywords: text analysis, Saussure Model, Pierce Model

Abstrak

Berdasarkan keminiman pengetahuan tentang penelitian dengan pendekatan kualitatif, maka sebagai upaya pencerahan khususnya bagi para mahasiswa, artikel ini fokus pada pembahasan tentang praktik analisis teks yang berbasiskan pada Model Saussure dan Model Pierce. Dari hasil pembahasan diketahui bahwa dalam praktiknya kedua model masing-masing memiliki tahapannya yang harus diikuti guna pemudahannya dalam proses penelitian. Guna memudahkan proses pemahaman lebih jauh dalam praktik, bagi mahasiswa kiranya perlu melakukan praktik sekali atau dua kali terhadap teks yang berbeda, terutama untuk model Pierce yang memang lebih kompleks daripada model Saussure.

Kata Kunci: analisis teks, model Saussure, model Pierce

1. Pendahuluan

Penelitian komunikasi pada hakekatnya dapat dilaksanakan melalui dua pendekatan, pendekatan kuantitatif dan pendekatan kualitatif. Pendekatan pertama berbasis pada paradigma penelitian positivistik dan pendekatan kedua berbasis pada paradigma, sebutlah paradigma non positivistik.

Paradigma non positivistik ini memiliki banyak jenis. Ada yang disebut dengan paradigma konstruktivis, paradigma interpretif, paradigma partisipatoris dan paradigma kritis.

Salah satu paradigma yang disebut paradigma konstruktivis tadi misalnya, maka inipun masih dapat dibedakan lagi menurut basis sumber datanya. Berdasarkan ini maka tipenya menjadi dua, ada yang sumbernya berbasis “field” dan ada yang berbasis “teks”. Jika berbasis “field”, maka penelitiannya antara lain dapat dilakukan dengan metode etnografi atau etnomethodologi. Sementara jika sumbernya itu berbasis “teks”, maka proses penelitiannya antara lain dapat dilakukan melalui metode semiotika

atau semiotika sosial. Melalui metode semiotika, diantaranya dengan menggunakan metode Model Saussure dan Model Pierce. Dengan demikian, penelitian dengan pendekatan kualitatif itu memperlihatkan banyak dimensinya. Tidak seperti banyak dipahami secara umum namun salah, di mana terkesan bahwa penelitian kualitatif itu hanya studi kasus.

Artikel ini sendiri berupaya membahas lebih jauh terkait penelitian komunikasi dengan pendekatan kualitatif yang berbasis pada “teks”. Untuk kepentingan ini maka pembahasannya akan lebih difokuskan pada metode semiotika Model Saussure dan Model Pierce. Fokus bahasannya diorientasikan pada bentuk praktik dari kedua model. Dengan fokus tersebut, artikel ini bertujuan agar mahasiswa dapat terbantu dalam memahami dan menerapkan kedua model untuk kepentingan ilmiah.

2. Pembahasan

Sesuai dengan fokus masalah sebelumnya, maka pada bagian ini akan dilakukan bahasan

lebih jauh tentang bagaimana praktik dari kedua model tadi, yaitu Model Saussure dan Model Pierce. Bahasan dari kedua model dimaksud akan berisi tentang langkah-langkah dalam menerapkan

kedua model ketika menganalisis suatu teks. Lebih jauh, bagian ini dipaparkan sebagai berikut:

2.1. Semiotika Saussure

Model Analisis Semiotika Saussure dapat digambarkan ke dalam bentuk model berikut:

Tabel 1: Model Analisis Semiotika Saussure

Penanda (Pn)/Signifier (Sr)	Petanda (Pt)/Signified (Sd)

Untuk keperluan praktik model dimaksud, maka di sini diambil contoh untuk bahan Analisis berupa foto iklan Cbeebies dalam *Harian Seputar Indonesia* 20 Mei 2011.



Gambar 1: Foto Iklan Cbeebies dalam *Harian Seputar Indonesia* 20 Mei 2011

BAGIAN I

Berdasarkan contoh bahan Analisis Foto iklan Cbeebies dalam *Harian Seputar Indonesia* 20 Mei 2011 di atas, sesuai fenomena yang ada, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian, sebagai berikut:

- 1) Bagaimana makna simbol-simbol pada iklan acara *I Can Cook* dalam siaran TV Anak Cbeebies?
- 2) Bagaimana simbolisasi ideologi patriarki dalam pemaknaan simbol-simbol tersebut?

Dari kedua masalah tersebut dijadikan judul, maka judul penelitian ini dapat dirumuskan, misalnya menjadi sebagai berikut:

Simbol-simbol Ideologi Patriarki dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika Terhadap Iklan Acara *I Can Cook* TV Cbeebies).

BAGIAN II

Contoh praktik penerapan Analisis Semiotika Saussure pada contoh kasus iklan acara *I Can Cook* dalam siaran TV Anak Cbeebies. Analisis teks Saussure ini dibagi menjadi dua bagian, pertama berdasarkan Analisis Teks Visual/Gambar dan kedua berdasarkan Analisis Teks Verbal.

A. Analisis Teks Visual/Gambar Iklan Cbeebies

Penanda (Pn)/Signifier (Sr)	Petanda (Pt)/Signified (Sd)
1. Sosok dua anak perempuan sedang memasak	1. Ada relasi bahwa kaum perempuan terdidik untuk berada pada ruang privat
2. Wajah anak kaukasoid/eropa	2. Kemodernan menempatkan posisi perempuan diidealkan pada wilayah privat
3. Dominasi warna merah pada pakaian dan putih pada pakaian anak	3. Petanda bahwa merah itu berani, putih itu bersih, suci, baik (bagian dari karakter perempuan). Merah lebih dominan daripada putih (celemek). Ini berarti warna merah yang berarti simbol pria (berani, agresif, galak). Maknanya, karakter maskulin lebih dominan dari pada karakter feminin.
4. Peralatan memasak yang mengitari dua anak	4. Petanda bahwa secara klasik ruang perempuan adalah di dapur.

Tabel 2: Penanda dan Petanda dalam Analisa Teks Visual/Gambar Iklan Cbeebies

Dari analisis semiotika Saussure terhadap teks visual di atas ditemukan relasi makna di mana perempuan dalam aktivitasnya selalu berada pada ruang privat¹. Di mana eksistensi perempuan masih dianggap sebagai pelengkap dari dunianya kaum lelaki/pria dan selalu identik dengan definisi perempuan dalam kerangka ideologi patriarki.²

¹ Ruang privat adalah ruang yg bersifat urusan-urusan domestik kewanitaan (urusan kecantikan, masak-memasak, kebersihan, dan lain sebagainya yg tidak bersifat politis). Politik yaitu urusan-urusan dunianya lelaki, seperti urusan yg sifatnya publik, misalnya urusan keamanan, militer, kepemimpinan, dan lain sebagainya.

² Pandangan ideologi patriarki: Inti pemikirannya adalah bahwa dunia ini adalah realitas lelaki dan bukan perempuan. Perempuan cenderung dimarginalkan.

B. Analisis Teks Verbal Iklan Cbeebies

Penanda (Pn)/ Signifier (Sr)	Petanda (Pt)/ Signified (Sd)
1. Kety menjelaskan langkah-langkah membuat masakan hari itu dengan". Kati direpresentasikan sebagai objek produser acara "Cbeebies".	1. Perempuan sebagai objek, bukan pemeran utama oleh pengiklan Cbeebies.
2. Setiap hari Katy Ashworth mengundang 5 anak untuk memasak bersamanya di dapur <i>I Can Cook</i> .	2. Perempuan sebagai objek yang identik dengan keakraban di ruang privat.
3. Katy mengiringi dengan lantunan suaranya yang merdu dan petikan gitar akustik.	3. Perempuan identik dengan kaum lemah.
4. Dominan memasak	4. Hal yang identik dengan kaum perempuan
5. Katy Asworth ditempatkan sebagai kata ganti orang ke dua tunggal.	5. Perempuan didominasi oleh kaum pria

Tabel 3: Penanda dan Petanda dalam Analisa Teks Verbal Iklan Cbeebies

BAGIAN III

Analisis :

Pengkategorisasian Petanda. Jika tidak sederhana, diperlukan bangunan tema mayor. Untuk kasus ini, maka tema mayornya berupa : "Perempuan sebagai Objek dominasi dari ideologi patriarki". Berdasarkan tema mayor tersebut, maka jika mengacu pada contoh hasil analisis teks model Saussure sebelumnya (visual dan verbal), tema-tema minor yang dapat ditemukan dalam tema mayor sebelumnya, kategorisasinya berupa: 1) Realitas perempuan adalah privat (gunakan teori yang relevan dengan ini); 2) Dominasi patriarki dalam realitas perempuan; dan 3) Marginalisasi eksistensi perempuan .

BAGIAN IV

Kesimpulan :

Isinya adalah menjawab pertanyaan penelitian : Pertanyaan penelitian ini adalah :

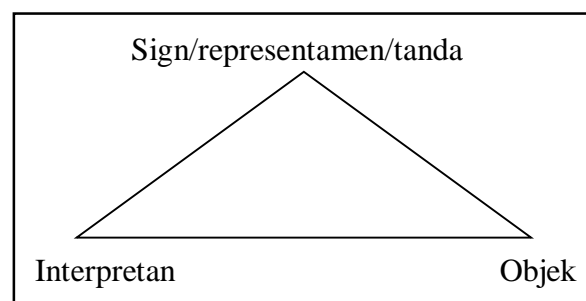
- 1) Bagaimana makna simbol-simbol pada iklan acara *I Can Cook* dalam siaran TV Anak Cbeebies ?
- 2) Bagaimana simbolisasi ideologi **patriarki** dalam pemaknaan simbol-simbol tersebut?
 - a. Menyangkut tema-tema minor. Makna-makna simbol menunjukkan pada beberapa tema minor:
 - Realitas perempuan adalah ruang privat yang identik dengan dapur
 - Perempuan dalam realitasnya didominasi oleh kaum pria
 - Perempuan cenderung termarginalisasikan dalam ruang-ruang kehidupan.
 - b. Simbolisasi ideologi Patriarki dalam pemaknaan simbol-simbol tersebut terlihat/

terbentuk dalam relasi perempuan sebagai obyek dominasi dari ideologi patriarki.

2. 2. Model Pierce

a. Pengantar

Model analisis semiotika Pierce mengacu pada model segi tiga makna dari Pierce. Gambar segi tiga makna Pierce sebagaimana tampak di bawah ini :



Gambar 2: Segi Tiga Makna Pierce

Guna memahami segi tiga makna tersebut, di sini diambil satu contoh, misalnya:

Kursi

-Sign = k/u/r/s/i

-Objek = deskripsi benda kursi

-Interpretan = meaning/makna

Aplikasi contoh dalam kalimat, misalnya dalam judul berita surat kabar:

"Caleg Rebutan Kursi".

Analisis : (menggunakan analisis Pierce)

Cari kata atau sesuatu yang tendensius pada contoh kalimat tadi ! Untuk kasus tersebut, maka yang tendensius adalah **'kursi'** !, karena itu maka dengan contoh ini:

-**Sign** = k/u/r/s/i

-**Objek** = relasi-relasi sign dalam kehidupan. Misalnya relasi kursi sebagai tempat duduk, dll. Atau relasi secara visual/realitas.

-**Interpretan** = meaning/makna, maka ada tiga (3) alat bantu dalam menemukan makna, yaitu : ikon; indeks; dan simbol.

Ikon: kesamaan objek dengan sign: ikon printer di komputer atau ikon center di komputer.

Indeks: sesuatu yang berfungsi atau sesuatu yang bersifat fungsional. Misalnya gambar pria atau wanita di suatu toilet. Atau rambu lalu lintas.

Simbol: hubungan antara sign dan objek nggak jelas/abstrak. Contoh, bahasa. Bahasa adalah konvensional sifatnya, misalnya kata jam, atau warna biru, atau kata pacul. Ketiga unsur ini akan menentukan interpretan. Dalam kaitan contoh kalimat, maka **kursi** sebagai sesuatu yang tendensius dalam kalimat judul berita, sebagai *sign*, memiliki relasi-relasi dalam kehidupan. Ini misalnya dalam relasinya dengan kehidupan manusia dalam bermasyarakat. Dalam hubungan ini maka oleh sebagian orang **kursi** bisa bermakna “**kekuasaan**”.

Dengan penjelasan lain, maka dengan menggunakan segi tiga makna Pierce dalam menganalisis sebuah teks, maka langkah-langkah upaya menemukan maknanya adalah sebagai berikut: *Pertama* yang dilakukan adalah menemukan dan mengklasifikasikan objek analisis menurut kategori-kategori berikut : 1. Ikon; 2. Indeks; 3. Simbol³. *Kedua*, menganalisis makna setiap objek tanda pada setiap kategori tanda. *Ketiga*, melakukan analisis deskriptif terhadap makna tanda-tanda sesuai kategorinya/ tipenya.

b. Contoh Praktik Analisis Segi Tiga Makna Pierce

Contoh praktik Analisis Segi Tiga Makna Peirce berdasarkan contoh teks di bawah ini :



Gambar 3: Gambar Teks Iklan Spaghetti La Fonte di Majalah Femina 11-17 September 2003

Langkah Pertama: menemukan dan mengklasifikasikan obyek analisis (unit analisis) menurut kategori-kategori berikut: 1. Ikon; 2. Indeks; dan 3. Simbol pada obyek analisis (iklan spaghetti) sebelumnya. Hasil analisisnya disajikan dalam tabel berikut :

³ Ikon (Tanda berhubungan dengan objek karena adanya keserupaan, contoh peta, potret) ; 2. Indeks (adanya kedekatan eksistensi antara tanda dengan objek atau adanya hubungan sebab akibat, contohnya sebuah tiang penunjuk jalan, ada asap maka ada api); 3. Simbol (hubungan ini bersifat konvensional dalam artian adanya persetujuan tertentu di antara para pemakai tanda, contohnya adalah bahasa, bendera). (Aart van Zoest dan Panuti Sudjiman. 1996. *Serba-Serbi Semiotika*. Jakarta: Gramedia, hal.9)

Tabel 4
Identifikasi Tanda Pada Teks Iklan Spaghetti Lafonte

Jenis Tanda	Penjelasan	Unit Analisis
Ikon	(tanda berhubungan dengan objek karena adanya keserupaan, contoh peta, potret)	-Gambar ayah -Gambar Ibu dan Anak -Gambar latar belakang -Gambar kemasan -Gambar Oven Microwave -Gambar hasil masakan
Indeks	(Adanya kedekatan eksistensi antara tanda dengan objek atau adanya hubungan sebab akibat, contohnya sebuah tiang penunjuk jalan, ada asap maka ada api)	-Warna identitas kemasan produk -Arah telunjuk anak laki-laki -Tangan terbuka Ibu -Pandangan ayah -Pandangan anak dan Ibu ke arah ayah -Oven microwave -Pakaian juru masak dan warnanya -Gambar masakan -Gambar ayah -Latar belakang -Makanan yang hanya ada di tangan ayah dan anak perempuan -Senyum seluruh anggota keluarga (senyum simpul)
Simbol	(hubungan ini bersifat konvensional dalam artian adanya persetujuan tertentu antara para pemakai tanda, contohnya adalah bahasa, bendera)	-Logo, teks slogan, teks headline, teks body copy, seal

Langkah kedua, menganalisis makna setiap objek tanda pada setiap kategori tanda.

- **Kategori Tanda Ikon**, hasil analisis disajikan dalam tabel 5 berikut :

Tabel 5
Makna Tanda-Tanda Tipe Ikon

Tanda	Objek	Interpretant
1. Gambar ayah	Sama dengan tanda	Pemimpin keluarga
2. Gambar ibu dan anak	Sama dengan tanda	Bagian dari sebuah keluarga
3. Gambar latar belakang	Sama dengan tanda	<i>Setting</i> ruang privat tempat keluarga berkumpul
4. Gambar kemasan	Sama dengan tanda	Fisik produk dengan tampilan rasionalnya Untuk segala keperluan konsumen
5. Gambar oven microwave	Sama dengan tanda	Eksistensi sebuah suasana yang berkaitan dengan ruang makan
6. Gambar hasil masakan	-	Eksistensi produk dalam aplikasi nyata, berkaitan dengan suatu penggambaran rasa dan aroma tertentu.

- **Kategori Tanda Indeks:** hasil analisis disajikan dalam tabel 6 berikut :

Tabel 6
Makna Tanda-Tanda Tipe Indeks

Tanda	Objek	Interpretant
1 Warna identitas kemasan Produk (putih, biru, kuning)	Mengacu pada keberadaan produk (warna kemasan produk), putih berarti bersih; murni; biru berarti dingin dan transparan, segar; kuning berarti dekat dengan dengan keberadaan emas ⁴	Putih menunjukkan produk ini bersih, murni, biru menunjukkan bahwa produk merupakan makanan instant yang segar dalam artian terbuat dari bahan-bahan segar. Kuning menunjukkan bahwa makanan ini berharga/berkualitas.
2 Arah telunjuk anak laki-laki	Fungsi menunjuka pada suatu arah atau eksistensi	Memperkuat pengakuan eksistensi ayah sebagai pemimpin keluarga. Atau lebih tepatnya pengakuan umum atas kekuasaan ayah dalam domain keluarga.
3 Tangan terbuka Ibu	Penerimaan dan keterbukaan	Pengakuan ibu terhadap keadaan, di mana ayah ada dalam posisi sebagai pemberi dan ia menerima apa yang diperankan olehnya sebagai ibu dan wanita.
4 Pandangan ayah	Suatu arah pandang dengan bidang yang lebih luas mengarah kepada pengawasan dan wilayah yang luas.	Bidang pandang atau wilayah kekuasaan laki-laki lebih luas dari pada perempuan. Dalam keluarga maka laki-laki sebagai pemimpin dan seluruh anggota keluarga ada dalam pengawasan dan kekuasaannya.
5 Pandangan anak dan Ibu ke arah ayah	Menunjukkan pengakuan keberadaan dan pengharapan	Ketergantungan keluarga terhadap ayah
6 <i>Oven microwave</i>	Kecanggihan	Menunjukkan bahwa produk ini modern, canggih, cepat dan praktis.
7 Pakaian juru masak dan warnanya	Pakaian juru masak menunjukkan orang tersebut berprofesi sebagai juru masak. Warna putih menunjukkan kemurnian dan kebersihan.	Produk makanan yang bersih. Melekatnya pakaian juru masak pada tubuh ayah menunjukkan bahwa pada dasarnya produk ini mudah dimasak dan bahkan oleh kaum lelaki sekalipun.
8 Gambar masakan	Kebutuhan	-Kebutuhan keluarga -Kesejahteraan -Nafkah -Suatu komoditas yang

⁴ Merah merupakan kelompok warna-warna hangat dalam pembuatan warna interior. Selain itu warna ini menunjukkan adanya tampilan maskulin karena biasa diartikan dengan 'berani' dan 'jantan'. Lihat artikel berjudul warna hangat dan warna dingin Dalam rubrik Griya, Republika Minggu 14 Desember 2004. Lihat juga William Aren, *Contemporary Advertising*, 1999, USA, Mc Graw Hill, p. 350.

		menyebabkan ketergantungan keluarga terhadap ayah.
9 Gambar ayah	Figur maskulin	Produk Lafonde merupakan produk yang maskulin, yang identik dengan cepat, instant dan mengacu pada kepraktisan penyajian.
10 Latar belakang/ background visual (berwarna merah)	Merah menunjukkan kehangatan	Kehangatan dari kebersamaan sebuah keluarga, dan produk bisa menciptakan kehangatan hubungan, dalam hal ini keluarga maskulin.
11 Makanan yang hanya ada di tangan ayah dan anak perempuan	Oposisi biner	Ayah sebagai lambang laki-laki, dalam hal ini orang yang berkuasa dalam suatu keluarga berposisi biner dengan anak perempuan. Perempuan identik dengan lemah dan dikuasai. Lalu di sini dikaitkan perempuan berupa anak perempuan yang nota bene personal lemah dalam visual keluarga ini. Ini menunjukkan suatu kecenderungan bahwa laki-laki sebagai figur kuat dan wanita difigurkan lemah. Sebuah representasi ke-patriarki-an.
12. Senyum seluruh anggota keluarga (senyum simpul)	Menyambut atau salam	Penyambutan dengan damai terhadap produk. Atau, ajakan kepada konsumen untuk mengkonsumsi produk. Ibu dan anak senyum simpulnya menyiratkan sambutan mereka kepada eksistensi ayah.

- Kategori Tanda Simbol :

Tabel 7
Makna Tanda-Tanda Tipe Simbol

Tanda	Objek	Interpretant
1-Logo	Produk Spaghetti Lafonte	Spaghetti Lafonte adalah panganan segar dan sehat juga berharga bagi konsumen
-Slogan “ <i>the finest quality of pasta</i> ”	Arti tiap-tiap kata pada kamus, dalam acuan nyata.	-Menunjukkan superioritas produk -Slogan dalam bahasa Inggris menunjukkan adanya keinginan untuk menyebut produk ini bersifat Barat atau kaukasoid/eropenis, di mana Barat identik dengan kemajuan dan kemodernan.

2-Headline “Spaghetti Lafonte.....aldente”	Aldente dalam kamus bahasa Italia mengacu pada arti sampai ke gigi. Atau, gigi sendiri dalam terminologi industri spaghetti, kata ini berarti kualitas spaghetti diolah dengan sempurna, sehingga mendapatkan tekstur yang baik dan lembut, sehingga kenikmatannya sampai ke gigi. ⁵	
3-teks <i>body copy</i> “spaghetti lafonte.....aldente”. Artinya kekenyalan. Spaghetti-nya passaat digigit tidak keras tidak lembek . Lagi pula spaghetti lafonte sehat , karena diolah dari gandum durum pilihan ,ekstra serat dan rendah lemak. Murni hanya dengan tambahan airtanpa pewarna dan tanpa pengawet serta aman bagi lambung. Dipadu dengan saus apapun sesuai selera, spaghetti lafonte pasti lezatnya...”	Arti tiap-tiap kata pada kamus, dalam acuan nyata.	Kesehatan bisa diperoleh melalui kelezatan. Yaitu dengan menciptakan keseimbangan. “ekstra serat dan rendah lemak” merupakan ungkapan kalau produk lafonte ini tidak menjadi pemicu rusaknya kecantikan akibat kelebihan lemak. “Saus apapun sesuai selera...” menunjukkan spaghetti lafonte dapat dinikmati oleh semua orang.
4-Seal Label halal MUI	Kata halal mengacu pada suatu perbuatan yang boleh dilakukan, amal baik atayu hal-hal baik yang bisa dilakukan menurut sunnah dan hadist dalam ajaran agama Islam.	Produk Lafonte ini bisa dikonsumsi oleh warga muslim.

⁵ Al Ghazali, Halal dan Haram, 1989, Jakarta, Pustaka Amani, hal. 11.

Langkah Ketiga, melakukan analisis deskriptif terhadap makna tanda-tanda sesuai kategorinya/tipenya. Sebagai contoh, hasilnya sebagai berikut :

- Makna Tanda-Tanda Tipe Ikon

Dari identifikasi dan klasifikasi pada tabel 4 sebelumnya, ditemukan beberapa tanda tipe ikon. Tanda-tanda bersama maknanya dijelaskan melalui tabel 5.

Tanda ikon gambar 3 terdapat tanda berupa visual gambar ayah. Berdasarkan hubungan tanda dan objek pada tanda tipe ikon maka tanda dan objek dirujuk itu sama, yaitu sama-sama gambar ayah. Di sini *interpretant*-nya mengacu pada ayah sebagai pemimpin keluarga. Ini merupakan manifestasi suatu sifat khas maskulinitas dalam masyarakat patriarki, di mana ayah kerap menjadi pusat dari kekuatan keluarga yang pada realitas di masyarakat ayah adalah “center” kekuatan nafkah keluarga yang memberikan kontribusi utama terhadap kelangsungan hidup keluarga. Nickie Charles⁶ mengungkapkan bahwa terdapat ketergantungan keuangan, antara seluruh anggota keluarga dan peran ayah secara umum dalam masyarakat.

Pendapat Charles tersebut memperkuat tafsiran bahwa eksistensi ayah sendiri mengarah pada perlambangan dominasi kekuasaan laki-laki dalam masyarakat. Masyarakat secara umum bergantung pada bentuk-bentuk figur ayah yang berjenis kelamin laki-laki. Laki-laki secara fisik memang berkaitan dengan urusan-urusan nafkah keluarga dan aktivitasnya sebagian besar berada pada ruang di luar wilayah ruang keluarga, sehingga secara alami digantungi oleh anggota keluarga lain.

Tanda ikon nomor 2 terdapat visualisasi ibu dan dua anaknya. Tepatnya seorang ibu, satu anak perempuan dan satu anak laki-laki. Keberadaan figur-figur ini sebagai tanda memperkuat gambaran keluarga sebagai sebuah elemen visual. Ibu dan

anak merupakan anggota keluarga yang interpretasinya mencakup fungsi-fungsi produk sendiri yang diposisikan sebagai produk yang bisa dikonsumsi oleh keluarga. Selain itu, keberadaan ibu memperkuat eksistensi sang ayah sebagai penafkah keluarga.

Keberadaannya menunjukkan ketergantungan ibu dan anak kepada ayah, selain itu memberikan suatu isyarat tentang cakupan kekuasaan ayah dalam keluarga sendiri.

Jika gambar ayah, dua anak dan ibu ini dihubungkan akan terlihat suatu gambaran keluarga. Keluarga dengan ibu dua anak merupakan suatu representasi keluarga sejahtera yang dicanangkan pada program keluarga berencana (KB) di Indonesia. Karena itu, *interpretant* yang terbentuk yaitu adanya suatu pendekatan bahwa konsumen produk ini adalah masyarakat sejahtera yang mempunyai taraf ekonomi menengah ke atas.

Tanda ikon nomor 3 gambar latar belakang dari elemen visual iklan spaghetti Lafonte. Digambarkan latar belakang berwarna, dan seterusnya.

- Makna Tanda-Tanda Tipe Indeks

Tanda ikon nomor 3 gambar latar belakang dari elemen visual iklan spaghetti Lafonte. Digambarkan latar belakang berwarna, dan seterusnya.

Dari identifikasi dan klasifikasi pada tabel 4 ditemukan beberapa tanda tipe indeks pada iklan spaghetti Lafonte. Tanda-tanda bersama maknanya digambarkan di dalam tabel 6 sebelumnya.

Pada tanda indeks nomor 1 ada tanda-tanda berupa warna-warna identitas produk, yaitu warna-warna yang juga ada pada kemasan produk. Secara indeksial, warna ini mengacu pada keberadaan produk atau kemasan produk itu, dan juga sifat umum atau arti umum penggunaan warna ini.

Interpretant yang terbentuk adalah sebagai berikut : putih menunjukkan bahwa produk ini bersih, sehat, dan tidak tercemar kuman serta aman dikonsumsi. Biru

⁶ Nickie Charles, *Gender Divisions and Social Change*, 1993, Boston, Barnes & Noble Books, p. 67.

muda menunjukkan bahwa produk ini terbuat dari bahan-bahan yang segar. Kuning menunjukkan bahwa produk tersebut cukup berharga karena warna kuning ini identik dengan emas dan kemewahan.

Tanda indeks nomor 2, telunjuk anak laki-laki mengarah ke arah sang ayah. Secara indeksial tanda ini mengacu kepada suatu objek yang konseptual yang berfungsi untuk menunjuk suatu keberadaan. *Interpretant* yang terbentuk adalah pengakuan eksistensi ayah sebagai pemimpin keluarga dan adanya suatu pengangkatan dan pengakuan dari si anak atas eksistensi sang ayah.

- **Makna Tanda-Tanda Tipe Simbol**

Dari identifikasi dan klasifikasi pada tabel 4 sebelumnya ditemukan beberapa tanda yang bertipe simbol. Tanda-tanda bersama maknanya telah disajikan dalam tabel 7.

3. Kesimpulan

Seperti sudah disinggung sebelumnya pada bagian awal tulisan ini, bahwa berdasarkan keminiman pengetahuan tentang penelitian dengan pendekatan kualitatif, maka sebagai upaya pencerahan khususnya bagi para mahasiswa, maka artikel ini fokus pada pembahasan tentang praktik analisis teks yang berbasiskan pada Model Saussure dan Model Pierce. Dari hasil pembahasan diketahui bahwa dalam praktiknya kedua model masing-masing memiliki tahapnya yang harus diikuti guna pemudahannya dalam proses penelitian. Guna memudahkan proses pemahaman lebih jauh dalam praktik, bagi mahasiswa kiranya perlu melakukan praktik sekali atau dua kali terhadap teks yang berbeda, terutama untuk model Pierce yang memang lebih kompleks daripada model Saussure.

Ucapan Terima Kasih: Penulis mengucapkan terimakasih kepada pimpinan STISIP WIDURI Jakarta yang telah banyak membantu dalam proses penerbitan artikel ini.

REFERENSI

Al Ghazali. 1989. *Halal dan Haram*. Jakarta: Pustaka Amani.

Aart van Zoest dan Panuti Sudjiman. 1996. *Serba-Serbi Semiotika*. Jakarta: Gramedia.

Charles, Nickie. 1993. *Gender Divisions and Social Change*. Boston: Barnes & Noble Books.

Republika Minggu, 14 Desember 2004. “Warna Hangat dan Warna Dingin Dalam rubrik Griya”.

William Aren. 1999. *Contemporary Advertising*. USA: Mc Graw Hill.

* **Hasyim Ali Imran**, Peneliti Madya Bidang Studi Komunikasi dan Media pada BPPKI Badan Penelitian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.