

ANALISIS PESAN

MESSAGE ANALYSIS

Andrik Purwasito

(andrikpurwasito@gmail.com)

(Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, UNS)

Abstrak

Dalam kehidupan kontemporer sekarang ini, informasi bertebaran tidak terhitung kuantitasnya, baik yang tersebar melalui media elektronik, cetak maupun melalui internet. Informasi tersebut tidak semuanya memberikan harapan kehidupan yang lebih baik, tetapi justru banjir informasi palsu/bohong (hoax). Setiap hari kita melihat wacana berkembang semakin liar dan sulit dipercaya. Sumber-sumber berita tidak terbilang jumlahnya. Dalam menghadapi informasi dengan makna yang tidak sah, fakta yang diputarbalikkan, kebohongan dikemas dengan kebaikan, maka publik juga sering menjadi korban informasi. Komunikator, Partisipan, baik Agensi maupun Struktur, menjadi multi-sources. Sulit menentukan sumber yang kredibel. Untuk menjadi publik yang kritis, penulis tawarkan sebuah analisis pesan, yang memungkinkan pembaca dapat mempraktekkan baik dalam penelitian skripsi, tesis dan disertasi maupun untuk sekedar dapat terhindar dari kepalsuan dan kebohongan informasi.

Kata Kunci: Kemasan Pesan, Rekayasa Pesan, Pemaknaan Pesan

Abstract

In today's contemporary life, information scattered innumerable quantity, either spread through electronic media, printable media and via the internet. Such information is not all give hope of a better life, but rather a flood of false information/lies (a hoax). Every day we look at the discourse is growing increasingly wild and hard to believe. News sources are now numberless. In the face of information with the meaning that is not valid, distorted facts, lie packed with goodness, then the public is also often victims of the information. Communicators, Participants, both Agency and Structure, becoming a multi-sources. Difficult to determine the source is credible. To become a critical public, the authors offer an analysis of the message, which allows readers to practice in both research thesis and dissertation as well as to simply be able to avoid the falsehoods and lies of information.

Keywords: Message Packaging, Message Engineering, Message Meaning

Pendahuluan

Dunia berisi informasi yang sulit dipercaya. Sumber informasi tidak membutuhkan legalitas. Semua orang mampu menjadi sumber informasi. Akibatnya, informasi telah menjadi alat untuk berbagai kepentingan, baik ekonomi, politik, sosial, budaya maupun untuk teror, kerusakan moral, kejahatan dan lain-lain. Lebih dari 30 tahun, penulis bekerja di departemen Ilmu Komunikasi, FISIP UNS, sehingga memperoleh profesor dalam bidang Komunikasi Lintas-budaya. Dalam kurun waktu tersebut, penulis berjuang untuk merumuskan sebuah analisis yang lebih efektif dan efisien untuk mengerti

dan memahami pesan-pesan komunikasi secara lurus.

Tahun 2000 penulis membuat kajian pesan (*message studies*), yang telah kami perkenalkan di beberapa tempat dan seminar, kami rumuskan dalam sebuah buku berjudul "*Message Studies, Pesan Penggerak Kebudayaan*" (2001). Buku tersebut, membahas persoalan komunikasi kontemporer, yang mana kekuatan ekonomi kapitalis telah mampu membangun mainstream budaya yang bersifat hegemonik. Banyak informasi yang sifatnya imperialistik justru didewadewakan sebagai informasi yang baru dan

berguna. Untuk reaksi kondisi itulah buku tersebut hadir di tengah-tengah pembaca.

Dalam kurun waktu yang tidak terlalu lama (2003), penulis menerbitkan buku Komunikasi Multikultural, (edisi Pustaka Pelajar Yogya, 2015), secara jelas menunjukkan globalisasi dan informasi global telah memecahkan misteri antar budaya. Kini gap antar budaya mulai menipis, tetapi justru ketimpangan, ketidaksederajatan, ketidakadilan, kesewenang-wenangan kekuasaan, hegemoni struktur (institusi, lembaga dan norma-nilai) dan agensi (individu dan kelompok) terhadap kehidupan sosial, ekonomi, politik dan budaya yang semakin berat.

Negara-negara adi kuasa, secara militer dan ekonomi, telah melakukan kegiatan persaingan di mana-mana, sehingga kegiatan itu telah menimbulkan konflik, peperangan dan kejahatan kemanusiaan yang mengerikan. Banjirnya migrant dan manusia perahu, adalah bentuk keprihatinan yang mendalam, seiring kerusakan kerukunan antar umat beragama, antar bangsa dan negara semakin tidak terkendali.

Satu hal yang sangat mengkhawatirkan adalah pertahanan dan keamanan individu (*human security*) terancam oleh ketidakjelasan masa depan dan hubungan internasional. Kini warga sangat bergantung pada wacana yang berkembang. Pada hal wacana tersebut adalah *mainstream* yang diciptakan untuk meminggirkan survival mereka. Seluruh kekuatan besar, baik dilakukan oleh agensi maupun struktur, perang wacana telah menjadi kebijakan yang mendunia.

Media massa adalah sarana pembangun wacana yang berkembang secara masif guna mengembangkan hegemoni berbasis ideologi kapitalis, basis religius, dan bahkan nihilisme. Kini internet menjadi sarana media baru, menjangkau secara global, memasuki wilayah privat yang bebas dan *real-time*.

Globalisasi dan internet telah melahirkan nasionalisme dan resistensi (Naisbitt dan Aburdence, 1990), sebuah gerakan anti-wacana (*counter discourse*) oleh masyarakat yang merasa tidak memperoleh peluang menunjukkan eksistensinya sebagai warga di luar *mainstream*. Mereka membangun komunitas-komunitas, gerakan-gerakan yang menginduk pada budaya, ideologi, agama, yang bersifat global (Puwasito, *Netizenship Civilisation*, 2015).

Akhirnya, kita melihat terjadinya kesalahpahaman dan konflik terjadi di mana-mana. Bahkan antar tetangga dekat, antar sahabat, antar keluarga keretakan mulai terjadi disebabkan oleh menyebarnya informasi *hoax* dan informasi yang bersifat liar (*uncivilized information*). Perkembangan komunikasi dan informasi telah mengubah gambar tentang dunia (*vision du monde*) kita. Oleh karena itu, penulis menganggap penting untuk mengatasi kekacauan informasi tersebut dengan membangun analisis berbasis pesan. Kami telah mengajak ilmuwan komunikasi di berbagai kalangan (pokok pikiran ini pernah kami *share* di Seminar Nasional Ilmu Komunikasi, Universitas Pelita Harapan Jakarta), guna memperoleh suatu jalan baru untuk menentukan perpektif analisis berbasis simbolik (bahasa komunikasi).

Bahasa telah menjadi sarana melihat dunia dan sarana pertukaran gagasan. Dengan bahasa kita mampu menggambarkan dunia dan realitas secara nyata. Meskipun tidak seluruh realitas dapat dihadirkan, setidaknya bahasa mampu menggambarkan antara lain identitas, kedirian, materi, gagasan, kebenaran, makna, benda-benda. Termasuk pesan dibangun melalui kode-kode bahasa tersebut. Sehingga, dalam analisis pesan (*message analysis*) dalam paper ini, ditujukan untuk (1) menganalisa makna pesan, (2) merancang bangun pesan (3) mengemas pesan, (4) menggunakan pesan, seluruhnya berbasis

dan bertumpu pada bahasa unit analisis.

Hasil dan Pembahasan

1. Definisi Analisa Pesan

Analisa pesan adalah suatu metoda untuk menyelidiki dan meneliti tentang bagaimana komunikator merancang-bangun pesan agar memperoleh hasil tindak komunikasi yang efektif (optimal dan efisien).

Pesan pada dasarnya adalah produk dari komunikator yang disampaikan kepada komunikan (publik) baik secara langsung maupun melalui media. Pesan biasanya diikuti oleh motif komunikator. Berarti setiap pesan yang bersifat intensional mempunyai tujuan. Tujuan tersebut digunakan mencapai kekuasaan, baik kekuasaan secara sosial, politik, ekonomi dan budaya.

Pesan dalam bahasa Prancis ditulis *message* (baca: *mesaz*), berasal dari bahasa latin "*missus*" artinya *mengirim*. Kata *message* digunakan sejak akhir abad ke XI oleh para penutur atau partisipan komunikasi untuk mengatakan "*sesuatu yang kita kirimkan*" (*ce que l'on transmet*, baca: *Dictionnaire de Petit Robert*).

Pesan terdiri atas sekumpulan tanda-tanda yang dikelola berdasarkan kode-kode tertentu yang dipertukarkan antara komunikator dan komunikan melalui saluran (*ensemble de signaux organises selon un code et qu'un emetteur transmet a un recepteur par l'intermediare d'un canal*). Untuk konteks di negara Prancis, pengertian "*message*" selalu dihubungkan dengan *semiology* (ilmu tentang tanda) dan *cybernetique* (ilmu tentang dunia maya). Pesan juga dapat berarti komunikasi politik antar lembaga negara, suatu penggambaran komunikasi resmi yang dilakukan oleh kekuasaan eksekutif (pejabat negara) dan kekuasaan legislatif.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pesan adalah representasi gagasan komunikator yang dipertukarkan dalam wujud tanda-tanda tertentu (utamanya yang bersifat fisik),

yang isinya mengandung maksud tertentu. Pesan biasanya dengan sengaja disalurkan oleh komunikator kepada komunikan untuk mendapatkan hasil tertentu, yang biasanya telah ditetapkan.

Jadi, penggunaan kata *pesan* sebagai unsur komunikasi, berisi (*content*) tentang informasi yang dikirimkan oleh sumber kepada penerima, seperti percakapan langsung (*interpersonal communication*) maupun lewat media massa (*mass communication*), seperti telpun, media cetak, handphone, internet dan elektronik lainnya, dalam bentuk kemasan pesan (*message packaging*). Bentuk kemasan pesan seperti iklan, film, buku, brosur, baliho, *website*, televisi, radio, seluruhnya menunjukkan isi pesan atau sering disebut sebagai *media content*. Dalam hal terakhir ini, McLuhan mengatakan *medium is message* (McLuhan, 1964).

Dari uraian di atas, definisi pesan, penulis artikan sebagai : "*rancang bangun gagasan*" (*message engineering*) yang dikemas (*message packaging*) sedemikian rupa, memuat di dalamnya terdapat motif pesan (*message meaning*), dikirim dan dipertukarkan kepada target tertentu (*message using*), dalam sebuah tindak komunikasi (*communication action*) pada ruang dan waktu tertentu.

2. Tindak Komunikasi dan Kekuasaan

Apakah yang dimaksud dengan motif berkomunikasi untuk memperoleh kekuasaan? Rasionalnya bahwa setiap tindak komunikasi melekat selalu di dalamnya motif-motif kekuasaan. Motif kekuasaan dimaksud dalam analisis pesan adalah suatu kemampuan untuk mengubah persepsi, sikap dan tindakan komunikan. Kekuasaan yang diperoleh dalam tindak komunikasi dapat diwujudkan dalam bentuk perubahan yang terjadi pada komunikan, yakni perubahan persepsi, sikap dan tindakan komunikan seperti yang diharapkan oleh komunikator.

Tindak komunikasi adalah suatu kegiatan manusia dalam sebuah peristiwa pertukaran gagasan antara dua orang atau

lebih, baik langsung atau melalui perantara yang menimbulkan efek. Efek adalah serial kegiatan timbal balik dari sebuah aktivitas tindak komunikasi yang memungkinkan partisipan komunikasi terus melanjutkan komunikasi. Dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat, tindak komunikasi kini mengikuti eksistensi negara yang kian menjadi *borderless* (Cairncross, 2001). Komunikasi sebagai ajang relasi sosial, politik, ekonomi, sosial, seni-budaya bersifat antar rasial dan antar budaya. Setiap orang setiap waktu menggunakan komunikasi sebagai alat memperoleh kekuasaan. Karena itulah, dalam setiap tindak komunikasi, kekuasaan selalu melekat di dalamnya.

Tindak komunikasi, selain melekat kekuasaan di dalamnya, ia juga terikat dengan ruang dan waktu. Ikatan ruang dan waktu sangat berpengaruh terhadap tindak komunikasi dan hasil yang ingin dicapai. Dukungan ruang dan waktu terhadap tindak komunikasi akan sangat menentukan hasil yang diharapkan.

3. Ruang dan Waktu

Perhitungan ruang dan waktu dalam analisis pesan ini, termasuk sebagai unsur komunikasi non-verbal yang keduanya dianggap sebagai faktor pesan yang berpengaruh besar terhadap psikologis para aktor dan partisipan komunikasi. Pengaruh psikologis tersebut akan ikut menentukan hasil pertukaran, transaksi, negosiasi yang tengah diperjuangkan.

Sapaan kepada tetangga sambil tersenyum, di ruang depan rumah dan di waktu pagi hari, sebagai contoh, dianggap paling tepat menunjukkan simpati dan keramahan. Sinar matahari yang belum panas, udara yang masih segar di pagi hari, aktivitas yang belum banyak akan mendorong atmosfer psikologis partisipan komunikasi dalam suasana santai dan relaks.

Tindak komunikasi tersebut mungkin hanya sekedar sapaan biasa, dianggap tindak komunikasi yang biasa. Tetapi dalam perspektif *message studies*,

sapaan dan senyum tersebut bukanlah sapaan dan senyum yang biasa-biasa saja. Senyum dan sapaan tersebut menjadi sangat berarti (*message meaning*), karena hasil yang diperoleh berupa kekuasaan sosial. Yaitu, suatu wujud keramahan, solidaritas dan penghormatan yang tinggi terhadap sesama. Implikasi dari tindak komunikasi tersebut akan menciptakan atmosfer persaudaraan dan kerukunan.

Sebaliknya, apabila sapaan dan senyuman tersebut dilakukan pada waktu tengah malam dan di tempat yang gelap, sepi, mungkin juga mencekam, maka sapaan dan senyum kurang tepat. Bayangkan seseorang yang ke luar tengah malam dan berada di tempat yang sepi, maka wajar akan menimbulkan persepsi, tanda tanya dan curiositas. Dalam situasi ruang dan waktu tersebut, sapaan dan senyum dapat diganti dengan sapaan pertanyaan, “ada apa?” atau “adakah sesuatu telah terjadi?,” dan pertanyaan lain-lain.

Hasil kekuasaan dalam tindak komunikasi “sapaan” (*greeting*) dapat juga dimaknai (*message meaning*) sebagai kekuasaan budaya. Kekuasaan sosial-budaya dari hasil proses tindak komunikasi yang sederhana, seperti “sapaan dan senyuman” dalam *message studies* tersebut didefinisikan sebagai cikal bakal masyarakat membangun integrasi sosial yang solid.

Tindak komunikasi sosial-budaya yang paling fundamental dalam kehidupan sehari-hari, yang karena seringnya kurang dianggap berarti, tetapi *message studies* menganggap sebagai pola komunikasi sosial yang demokratis. Yakni pertukaran makna dalam tindak komunikasi yang relevan dengan nilai-nilai penghormatan, solidaritas dan kerukunan sosial. Contoh kecil tersebut, mudah-mudahan dapat memperjelas pernyataan “*tindak komunikasi menghasilkan kekuasaan*”.

4. Empat Pilar dan Tahapan Analisis Pesan

Sebelumnya telah disebutkan bahwa analisis pesan mempunyai empat unsur. Yaitu, (1) menganalisa makna pesan (*message meaning*), (2) menganalisa rancang-bangun pesan, (*message engineering*) (3) menemukan kemasan pesan (*message packaging*), (4) meneliti cara penggunaan pesan (*message using*). Keempat pilar tersebut, seluruhnya berbasis dan bertumpu pada wacana (*discourse*), agensi (partisipan komunikasi) dan struktur (institusi dan pranata sosial-budaya) sebagai unit analisis (sangat mungkin berbeda dengan analisis wacana seperti yang anda kenal selama ini). Dalam implementasi dan praktek analisis pesan, kita membutuhkan penjelasan batasan terhadap ruang lingkup pesan tersebut. Di depan sudah dijelaskan bahwa studi pesan akan melibatkan unsur-unsur komunikasi (12 unsur), yang saling mendukung dan saling melengkapi dalam suatu tindak komunikasi.

5. Ruang Lingkup

Peneliti membatasi tindak komunikasi dimaksud. Artinya, peneliti mendeskripsikan siapakah komunikator, siapakah komunikan, saluran yang digunakan, wujud pesan, dan wacana yang ingin dikaji.

5.1. Partisipan Komunikasi

Peneliti mendeskripsikan wacana yang berkembang, sehingga dapat menentukan pihak-pihak partisipan yang ikut dalam lingkaran wacana yang tengah diselidiki.

5.2. Katagorisasi

Peneliti kemudian membuat suatu kerangka acuan (katagorisasi) yang berada dalam ruang lingkup wacana yang tengah diteliti. Katagorisasi merupakan rangkaian sistematis guna menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah yang diajukan.

5.3. Penyajian Data.

Peneliti menyajikan data dengan cara mengumpulkan pesan-pesan (dalam bentuk kata, kalimat, gambar, suara, warna, peristiwa) yang dianggap mewakili

pokok bahasan (katagorisasi) yang telah ditentukan.

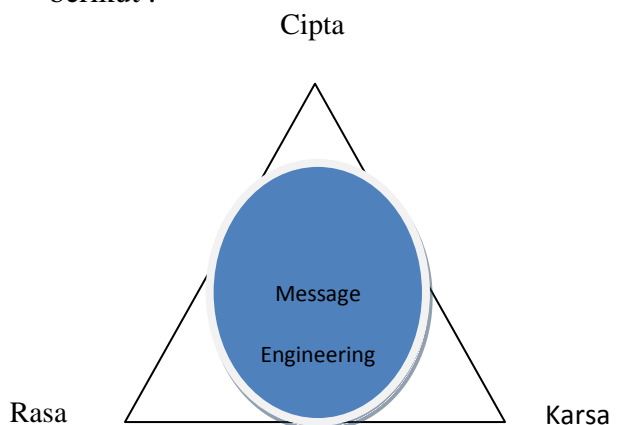
6. Analisa Data

Pesan-pesan yang telah dikumpulkan dan disajikan, kemudian dianalisis secara sistematis dengan menggunakan analisis kualitatif. Yang dimaksud dengan analisis pesan adalah :

6.1. Menemukan makna pesan (*message meaning*): caranya adalah dengan (a). Mendeskripsikan pesan sesuai dengan konteksnya, (b). Menjelaskan hubungan pesan satu dengan pesan yang lain, (c). Membandingkan pesan yang dibahas dengan pesan lain yang sejenis.

6.2. Menemukan cara partisipan komunikasi dalam mengemas pesan (*message packaging*) yakni cara dan pola komunikasi dengan cara :

6.2.1. Menggali rancang bangun pesan (*message engineering*) sebagai proses penciptaan pesan oleh komunikator (sumber) melalui rancang-bangun simbolik berwujud bahasa, gambar, suara, dan peristiwa. Rancang-bangun pesan dapat digali melalui keterlibatan wacana lain yang sejenis. Juga dapat melibatkan hasil pengolahan cipta (gagasan yang ingin disampaikan), dengan rasa (intuisi yang membimbing) dan karsa (kehendak yang mewujudkan) dari agensi dan struktur sebagai sumber komunikasi. Rancang-bangun pesan dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1.
Rancang Bangun Pesan

6.2.2. Menggali kemasan pesan sebagai konstruksi simbolik gagasan dibangun melalui baik proses privat (agensi) maupun melalui proses sosial (struktur). Sebagai proses privat, kemasan pesan melibatkan pengolahan cipta, rasa dan karsa dari agensi, dan keterlibatan struktur, merujuk pada apa yang menjadi wacana dan bahkan pandangan dunia (pandangan ideologis, religius, politik, ekonomi, sosial-budaya). Sedangkan kemasan pesan yang dihasilkan dari proses sosial, diperoleh persentuhan dengan lembaga dan institusi yang ada, juga dari dari pewarisan leluhur yang diturunkan dari generasi ke generasi. Dengan kata lain, kemasan pesan tersebut melekat pada agensi (individu partisipan komunikasi) maupun struktur yaitu institusi dan pranata sosial, yaitu suatu kaidah berperilaku, berupa nilai dan norma sosial-budaya masyarakat.

6.2.3. Manifestasi kemasan pesan. Pertama dapat dilihat dari saluran komunikasi, berupa: kemasan melalui media (tradisional, modern, media cetak, media elektronika, media baru). Kedua, dapat dilihat wujudnya atau visualisasinya, seperti seni (seni sastra, seni-suara, seni-rupa, seni tari, pertunjukan, seni-instalasi, seni patung. Termasuk wujud dalam tata ruang, arsitektur, monumen, tugu, bangunan gedung, dll. Ketiga, kemasan pesan juga dapat dilihat melalui tindak atau peristiwa komunikasi seperti demonstrasi, protes, sidang rapat, festival, dan lain-lain.

6.3. Menganalisis penggunaan pesan (*message using*), adalah upaya untuk mempertimbangkan efek dan implikasi dari adanya tindak komunikasi tersebut. Maka dengan menganalisis pesan dalam konteks penggunaan pesan, peneliti akan memperoleh informasi yang cukup untuk mengetahui sejauhmana proses tindak komunikasi digunakan untuk mencapai tujuan tertentu. Analisis penggunaan pesan dapat dianalisis berdasarkan isi pesan yang bersifat tendensius. Data yang

sudah dipilih dianalisis secara kritis (tendensi hegemonik dari kekuasaan), untuk melanggengkan kekuasaan melalui wacana tertentu, atau untuk menyerang pihak resisten ataukah untuk memperoleh dukungan dari publiknya.

Penutup

Analisis pesan sebagaimana dijelaskan dalam paper ini merupakan hasil kajian dan penelitian yang berangkat dari kajian tentang simbol yaitu semiotika. Studi semiotika merupakan fondasi kajian struktural yang ditawarkan oleh Ferdinand de Saussur. Kajian analisis pesan tidak meninggalkan peran struktur dan agensi, karena sifat tindak komunikasi yang pada umumnya masih melekat pada analisis agensi (komunikator) dan analisis struktural (bahasa, institusi dan pranata sosial dan budaya).

Analisis pesan lebih memfokuskan diri tentang bagaimana pesan mampu membangun integrasi sosial, solidaritas sosial serta memposisikan diri untuk melihat fenomena komunikasi dari aspek wacana. Wacana telah merepresentasikan realitas yang tidak sempurna. Justru berangkat dari ketidaksempurnaan dalam wacana itulah, kajian pesan berupaya untuk menambahkan informasi atau fakta-fakta yang hilang tersebut. Dengan demikian, analisis atau studi pesan ini akan melengkapi ketimpangan informasi yang mungkin tidak terangkat atau bahkan dengan sengaja disembunyikan oleh aktor dan partisipan komunikasi.

Studi ini memang membutuhkan kajian yang terus menerus, setidaknya kami dari Universitas Sebelas Maret telah memulainya. Demikian uraian ini, semoga dapat dipraktekkan dalam penelitian ilmu komunikasi, baik komunikasi antar-budaya, komunikasi politik, komunikasi antar persona maupun komunikasi massa.

Daftar Pustaka

- Caircross, Frances. (2001). *The Death of Distance*. Massachusetts: Harvard Business School Press.
- McLuhan, Marshall. (1968). *Pour Comprendre les Media, Les prolongements technologique de l'homme*, (versi bahasa Prancis). Marne, Seuil, Paris.
- Naisbitt, John, and Aburdence, Patricia. (1990). *Megatrends 2000*. London: Sidwick and Jackson.
- Purwasito, Andrik. (2001). *Semiologi Komunikasi, Masyarakat Semiologi Komunikasi*. Surakarta.
- Purwasito, Andrik. (2001). *Message Studies*. Ndalem Poerwahadiningratan, Surakarta.
- Purwasito, Andrik. (2015). *Komunikasi Multikultural*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Purwasito, Andrik. (2015). *Netizenship Civilisation*. FISIP, UNS, Surakarta.