

## **Penyimpangan Makna Cinta dalam Penggunaan *Stiker Line Brown & Cony***

**Christina Arsi Lestari<sup>1\*</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana  
Jl. Meruya Selatan, Kembangan, Jakarta Barat

\*Email Korespondensi: christina.arsi@mercubuana.ac.id

---

### **Abstract**

Line chat application is originating from Japan. This application has a stiker emblem, with its first icon Brown & Cony. Coat of stiker Brown & Cony here is made with as unique and as fun as possible, with the various expressions and emotions that he presented. Yet through the symbol of expression and emotion are hidden invitations to perform actions that conflict with the moral, such as free sex among adolescents. The context of events presented by the two Line icons is not an activity for public consumption, even the privacy of marriage between husband and wife. But now it can be freely enjoyed by all ages even children. This study analyzes the construction of the meaning of love presented in Stiker Line Brown & Cony. The findings of this study found a deviation of the meaning of love. Love is no longer a sacred thing, marriage is not the only way to vent love, so the meaning of love becomes biased and can shift towards sexual deviation and even free sex without bonding. The contribution of this research hopes to awaken audiences about the use of stikers Line adapted to the situation and condition, because there is a deviation of the meaning of love in the stiker Line.

**Keywords:** Construction, Meaning of Love, Social Media, Line, Stiker of Brown & Cony

### **Abstrak**

Aplikasi Line *chatting* yang berasal dari Jepang memiliki lambang stiker, dengan *icon* perdananya *Brown & Cony*. Lambang stiker Brown & Cony di sini dibuat dengan seunik dan selucu mungkin, dengan berbagai ekspresi dan emosi yang dihidirkannya. Melalui simbol ekspresi dan emosi tersebut tersembunyi ajakan-ajakan untuk melakukan tindakan yang bertentangan dengan moral, misalnya seks bebas di kalangan remaja. Konteks peristiwa yang dihidirkan oleh kedua icon Line tersebut bukanlah aktivitas untuk konsumsi publik, bahkan juga tidak dalam ranah privasi antara pasangan suami dan istri. Namun sekarang bisa secara bebas dinikmati oleh semua umur bahkan anak-anak. Penelitian ini menganalisis konstruksi makna cinta yang dihidirkan dalam Stiker Line *Brown & Cony*. Hasil studi menemukan adanya penyimpangan makna cinta sebab cinta tidak lagi dipandang suci. Pernikahan bukan satu-satunya cara untuk melampiaskan cinta, sehingga makna cinta menjadi bias dan bisa bergeser ke arah penyimpangan seksual bahkan seks bebas tanpa ikatan. Kontribusi penelitian ini diharapkan dapat menyadarkan khalayak mengenai penggunaan stiker Line yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi lingkungan.

**Kata Kunci:** Konstruksi, Makna Cinta, Media Sosial, Line, *Stiker Brown&Cony*

---

### **Pendahuluan**

Saat ini banyak *smartphone* yang memiliki berbagai fitur untuk menarik minat konsumen dengan bermacam aplikasi seperti aneka *game*, mengedit foto, men-*download* lagu dan aplikasi pesan instan: WhatsApp, Path, Line, dan lain sebagainya. Aplikasi pesan instan Line selain dapat digunakan di *smartphone*, juga digunakan pada komputer. Aplikasi itu

memiliki stiker seperti Brown dan Cony, Moon & James, Cherry Coco, serta Daily Life. Selain itu ada juga stiker yang dapat diunduh gratis seperti stiker drama The Inheritors, Upin Ipin, dan Line Spectacular.

Penelitian ini menjadikan Stiker Line sebagai obyek penelitian terutana sticker Brown & Cony sebab stiker tersebut merupakan stiker keluaran pertama dari Line dan tekah menjadi

ikon Line yang diminati pengguna Line karena pesan yang disampaikan mengandung berbagai makna. Dalam kaitan itu, studi ini diselenggarakan untuk meneliti penyimpangan makna cinta yang terkandung dalam stiker *chatting* Line.

Lambang stiker Brown & Cony dibuat unik dan lucu, dengan berbagai ekspresi dan emosi yang dihadirkannya. Padahal melalui simbol ekspresi dan emosi yang dihadirkan itu terkandung makna mendalam bahkan terkesan intim untuk menysar semua pengguna Line di berbagai usia.

Sosok Brown dilambangkan sebagai beruang dan Cony digambarkan sebagai kelinci. Melalui kelucuan stiker tersebut tersembunyi ajakan-ajakan untuk melakukan tindakan yang bertentangan dengan moral, misalnya seks bebas di kalangan remaja. Konteks peristiwa yang dihadirkan oleh kedua *icon* Line tersebut bukanlah aktivitas untuk konsumsi publik, dan juga bukan di ranah privasi antara pasangan suami dan istri. Aktivitas itu bisa secara bebas diakses oleh pengguna Line yang berasal dari berbagai kalangan, termasuk anak-anak.

Dikaitkan dengan permasalahan tersebut di atas, maka studi ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran tentang “penyimpangan makna Cinta dalam penggunaan stiker Line Brown & Cony?”

## Kerangka Teori

### 1. Konstruksi Realitas

Terdapat tiga macam konstruktivisme yakni (1) konstruktivisme radikal; (2) konstruktivisme realisme hipotetis; (3) konstruktivisme biasa. Dari ketiga macam konstruktivisme tersebut, terdapat kesamaan, yaitu konstruktivisme dilihat sebagai sebuah kerja kognitif individu untuk menafsirkan realitas yang ada, karena terjadi relasi sosial antara individu dengan lingkungan atau orang di sekitarnya. Kemudian individu membangun sendiri pengetahuan yang telah ada sebelumnya. Piaget menyebutnya sebagai skema. Konstruktivisme seperti itulah yang disebut oleh Berger dan Luckman sebagai konstruksi sosial (Bungin, 2009: 194).

Pada hakikatnya isi media adalah hasil konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Bahasa bukan saja sebagai alat dalam mempresentasikan realitas, namun juga bisa menentukan bentuk seperti apa yang ingin diciptakan oleh bahasa tentang realitas tersebut. Akibatnya media massa mempunyai

peluang yang besar untuk mempengaruhi makna dan gambaran yang dihasilkan dari realitas yang dikonstruksikannya. Manakala konstruksi realitas media berbeda dengan realitas yang ada di masyarakat, maka hakikatnya telah terjadi kekerasan simbolik. Kekerasan simbolik bisa terwujud melalui penggunaan bahasa penghalusan, pengaburan, bahkan pengasaran fakta.

Media sesungguhnya memainkan peran khusus dalam mempengaruhi budaya tertentu melalui penyebaran informasi media. Peran media sangat penting karena menampilkan sebuah cara dalam memandang realitas. Para produser mengendalikan isi media melalui cara-cara tertentu untuk menyandikan pesan-pesan. Media tidak bisa dianggap netral dalam memberikan jasa informasi dan hiburan kepada khalayak. Media massa tidak hanya dianggap sekedar hubungan antara pengirim pesan pada satu pihak dan pihak lain sebagai penerima pesan. Lebih dari itu media dilihat sebagai produksi dan pertukaran makna. Titik tekannya terletak pada bagaimana pesan atau teks berinteraksi untuk memproduksi makna berkaitan dengan peran teks dalam kebudayaan (Fiske, 2010:39).

### 2. Perspektif tentang Emosi Cinta

Emosi berasal dari bahasa Latin, *emovere*, yang berarti bergerak menjauh. Arti kata ini menyiratkan bahwa kecenderungan bertindak merupakan hal mutlak dalam emosi. Daniel Goleman (2002) mengatakan, emosi merujuk pada suatu perasaan dan pikiran yang khas, suatu keadaan biologis dan psikologis dan serangkaian kecenderungan untuk bertindak. Emosi merupakan reaksi terhadap rangsangan dari luar dan dalam diri individu, sebagai contoh emosi gembira mendorong perubahan suasana hati seseorang, sehingga secara fisiologi terlihat tertawa, emosi sedih mendorong seseorang berperilaku menangis.

Beberapa tokoh mengemukakan tentang macam-macam emosi, antara lain Descrates, JB Watson dan Daniel Goleman. Menurut Descrates, emosi terbagi atas: *Desire* (hasrat), *Hate* (benci), *Sorrow* (sedih/duka), *Wonder* (heran), *Love* (cinta) dan *Joy* (kegembiraan), sedangkan JB Watson mengemukakan tiga macam emosi, yaitu: *Fear* (ketakutan), *Rage* (kemarahan), *Love* (cinta). Daniel Goleman (2002) mengemukakan beberapa macam emosi yang tidak berbeda jauh

dengan kedua tokoh di atas, yaitu amarah, kesedihan, rasa takut, kenikmatan, cinta, terkejut, jengkel, dan malu. Mayer (1990, dalam Goleman, 2002) menyebutkan, orang cenderung menganut gaya-gaya khas dalam menangani dan mengatasi emosi mereka, yaitu: sadar diri, tenggelam dalam permasalahan, dan pasrah. Melihat keadaan itu maka penting bagi setiap individu memiliki kecerdasan emosional agar menjadikan hidup lebih bermakna dan tidak menjadikan hidup yang di jalani menjadi sia-sia (Safaria, 2009).

Cinta adalah emosi dasar manusia, tetapi memahami bagaimana dan mengapa hal itu terjadi bukanlah hal yang mudah. Bahkan, untuk waktu yang lama, para ilmuwan beranggapan bahwa cinta hanyalah sebuah ilmu tidak bisa mengerti.

### Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah semiotika Roland Barthes, karena relevan untuk membongkar penyimpangan makna dibalik stiker Line *Brown & Cony*. Studi deskriptif ini bertujuan untuk memilah antara makna denotasi dan makna konotasi pada setiap emosi cinta yang dihadirkan oleh icon Line tersebut. Unit analisis dalam studi ini adalah lambang stiker Brown & Cony pada aplikasi Line, yang menunjukkan penyimpangan makna cinta.

Prinsip semiotika menurut Roland Barthes yang merupakan penerus pemikiran Saussure ini, menekankan interaksi antara teks dengan pengalaman personal dan kultural penggunanya, interaksi antara konvensi dalam teks dengan konvensi yang dialami dan diharapkan oleh penggunanya. Gagasan Barthes ini dikenal dengan *order of signification*, mencakup denotasi (makna sebenarnya sesuai kamus) dan konotasi (makna ganda yang lahir dari pengalaman kultural dan personal). Di sinilah titik perbedaan Saussure dan Barthes meskipun Barthes tetap mempergunakan istilah *signifier-signified* yang diusung Saussure (Barthes, 2001: 111).

Barthes juga melihat aspek lain dari penandaan yaitu mitos yang menandai suatu masyarakat. Mitos, menurut Barthes terletak pada tingkat kedua penandaan, jadi setelah terbentuk sistem sign-signifier-signified, tanda tersebut akan menjadi penanda baru yang kemudian memiliki petanda kedua dan membentuk tanda baru. Jadi, ketika suatu tanda

yang memiliki makna konotasi berkembang menjadi makna denotasi, maka makna denotasi tersebut akan menjadi mitos (Barthes, 2001: 111).

### Hasil Penelitian

#### 1. Hasil Analisis Stiker Line *Brown & Cony*

*Signifier* atau penanda, lebih jelasnya dapat dikatakan bahwa penanda terletak pada tingkatan ungkapan (*level of expression*) dan mempunyai wujud atau merupakan bagian fisik seperti bunyi, huruf, kata, gambar, warna. Tampilan stiker Line Brown & Cony diwakili oleh icon hewan yang sering dijadikan bentuk boneka untuk mainan anak-anak. Brown diwakili dengan sosok seekor beruang berwarna coklat, sosok Brown ini mewakili kaum laki-laki. Sedangkan Cony diwakili dengan sosok seekor kelinci berwarna putih, sosok Cony mewakili kaum perempuan.

*Signified* (Petanda) dalam stiker Line Brown & Cony tergabung melalui simbol-simbol yang terkumpul pada *signifier* (penanda). Dipadukan dengan konteks, siapa dan kapan stiker Brown & Cony ini digunakan untuk mengekspresikan emosi cinta kepada pasangan.

**Tabel 1.**  
*Signifier dan Signified Stiker Brown & Cony*

<b>Visualisasi Stiker Line Brown &amp; Cony</b>	
 <p>Brown si beruang coklat sedang menelpon dengan handphone sambil merangkul Cony si kelinci putih. Cony memandang Brown dengan berbinar-binar sampai ada bintang-bintang melingkari kepalanya. Di belakang Brown dan Cony berdiri seekor bebek yang memperhatikan mereka dengan bingung.</p>	
<b>Signifier (Penanda)</b>	<b>Signified (Petanda)</b>
Beruang adalah binatang liar yang sangat penyayang, dapat juga menjadi penyemangat, dan menentramkan keadaan karena tubuhnya yang besar dan kuat. Boneka beruang coklat sendiri adalah sebuah mainan anak-anak	Beruang liar melambangkan sosok laki-laki gagah dan kuat. Di dalamnya tersembunyi sifat penyayang yang akan selalu dihadiahkan bagi

(www.ubaya.ac.id, 30/3/2016), yang terbuat dari isian kapas yang empuk, lapisan kain katun yang halus, serta memiliki bulu-bulu yang lembut. Boneka beruang biasanya diberikan pada anak-anak sebagai hadiah Natal, ulang tahun, maupun sebagai lambang kasih sayang di hari Valentine. Si beruang sedang merangkul si kelinci, sambil menelpon dengan *handphone*.

Sedangkan Kelinci putih dapat menjadi icon dari para gadis yang manis dan cantik, identik dengan sifat penyayang. Memandang dengan berbinar-binar kepada si beruang.

Bebek merupakan hewan yang harus digiring dengan kawanannya. Sehingga bebek dapat diartikan mengikuti saja pendapat orang tanpa berpikir (hanya meniru orang lain) (www.kbbi.web.id/bebek, 30/3/2016).

siapapun yang disayangi.

*Handphone* menunjukkan barang mewah, materi atau harta, yang digenggam erat dengan merangkul si kelinci yang sama-sama dijaga agar tidak hilang.

Kelinci melambangkan sosok perempuan yang manis dan cantik, sedang tergila-gila kepada sosok laki-laki yang memiliki harta mewah.

Bebek melambangkan sifat seseorang yang hanya meniru orang lain, tanpa punya prinsip hidup sendiri, dan mudah terpengaruh.

**Sign.** Penggunaan stiker Line Brown & Cony pada arti *signifier*-nya merupakan penggambaran dari beruang, kelinci, dan bebek yang dijadikan icon menyerupai boneka, yang selalu dijadikan hadiah menarik dan lucu. Sedangkan dalam arti *signified*-nya menggambarkan sosok laki-laki gagah, perempuan manis dan cantik, serta menunjukkan sifat manusia yang hanya meniru orang lain tanpa mempunyai prinsip hidup sendiri dan mudah dipengaruhi.

Sosok Brown (Si Beruang) dalam stiker di atas, menunjukan dominasi kaum laki-laki. Laki-laki digambarkan selalu memiliki barang mewah, yang memberinya kuasa dan posisi. sehingga perempuan akan langsung terpesona, kagum, bahkan tergila-gila pada laki-laki tersebut, dan itu menunjukkan bahwa rasa kagum timbul karena harta belaka. Bahkan laki-laki yang digambarkan pada stiker tersebut sangat menjaga si perempuan sama seperti menjaga hartanya agar tidak hilang. Si bebek

melambangkan sepasang kekasih akan saling mengimitasi pasangannya yang lebih dominan, sehingga tidak lagi memiliki akal sehat untuk menjadi dirinya sendiri. Pada stiker di atas pihak yang dominan adalah Brown yang menggambarkan laki-laki dengan barang mewah.

**Tabel 2.**

*Signifier dan Signified Stiker Brown & Cony*

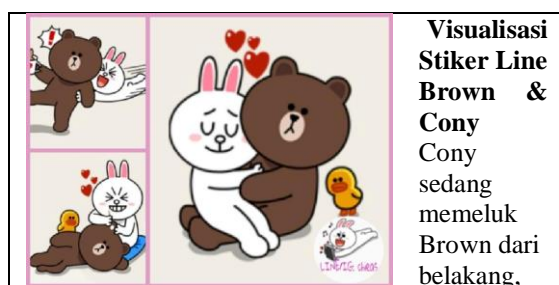
<i>Signifier (Penanda)</i>	<i>Signified (Petanda)</i>
<p>Beruang adalah binatang liar yang sangat penyayang, dapat juga menjadi penyemangat, dan menentramkan keadaan karena tubuhnya yang besar dan kuat. Boneka beruang coklat sendiri adalah sebuah mainan anak-anak, yang terbuat dari isian kapas yang empuk, lapisan kain katun yang halus, serta memiliki bulu-bulu yang lembut. Boneka beruang biasanya diberikan pada anak-anak sebagai hadiah Natal, ulang tahun, maupun sebagai lambang kasih sayang di hari Valentine.</p> <p>Si beruang sedang memeluk, sambil berdansa dengan iringan musik dari radio. Lalu menggendong kelinci, mandi busa bersama</p>	<p><b>Visualisasi Stiker Line Brown &amp; Cony</b> Brown &amp; Cony sedang berdansa, berpelukan dengan iringan musik dari radio; Brown berlari sambil menggendong Cony; Brown &amp; Cony mandi busa di dalam bathtub. Pada ketiga gambar tersebut ada bebek yang selalu mengikuti dan memperhatikan aktivitas mereka. Gambar keempat Brown &amp; Cony tidur seranjang di balik selimut sambil berpelukan.</p> <p>Pada gambar menunjukkan kedekatan hubungan pasangan yang intens, hubungan pasangan yang hanya dapat dilakukan apabila sudah resmi menikah, Dalam gambar juga terlihat bentuk hati merah yang dapat diartikan sebagai penanda bahwa seseorang sedang jatuh cinta.</p> <p>Bebek melambangkan sifat seseorang yang hanya meniru orang lain, tanpa punya prinsip hidup sendiri, dan mudah terpengaruh.</p>

didalam bathup, dan tidur seranjang dibalik selimut sambil berpelukan.  
Sedangkan Kelinci putih dapat menjadi icon dari para gadis yang manis dan cantik, identik dengan sifat penyayang.  
Bebek merupakan hewan yang harus digiring dengan kawanannya. Sehingga bebek dapat diartikan mengikuti saja pendapat orang tanpa berpikir (hanya meniru orang lain).

**Sign.** Penggunaan stiker Line Brown & Cony pada arti *signifier*-nya merupakan penggambaran dari beruang, kelinci, dan bebek yang dijadikan icon menyerupai boneka, yang selalu dijadikan hadiah menarik dan lucu. Sedangkan dalam arti *signified*-nya menggambarkan sosok laki-laki gagah, perempuan manis dan cantik, serta menunjukan sifat manusia yang hanya meniru orang lain tanpa mempunyai prinsip hidup sendiri dan mudah dipengaruhi.

Stiker Line diatas menunjukan pola kehidupan antara pasangan suami dan istri, keintiman hubungan suami dan istri. Namun dibalut dalam icon boneka yang lucu, padahal ada makna tersirat dalam sosok bebek yang selalu mengikuti. Bebek itu menunjukan bahwa keintiman hubungan suami dan istri dapat ditiru oleh siapa-pun apalagi anak-anak. Karena sosok bebek dalam stiker tersebut menggambarkan seseorang yang selalu meniru atau mengikuti orang lain, belum memiliki prinsip kuat dan mudah dipengaruhi seperti sosok anak-anak.

**Tabel 3.**  
*Signifier dan Signified Stiker Brown & Cony*



Brown sedang tidur di pangkuan Cony sambil dibersihkan telinganya. Gambar ketiga, Cony sedang duduk di pangkuan Brown sambil berpelukan. Pada kedua gambar tersebut ada bebek yang selalu mengikuti dan memperhatikan aktivitas mereka.

<i>Signifier (Penanda)</i>	<i>Signified (Petanda)</i>
<p>Beruang itu adalah binatang liar yang sangat penyayang, dapat juga menjadi penyemangat, dan menentramkan keadaan karena tubuhnya yang besar dan kuat. Boneka beruang coklat sendiri adalah sebuah mainan anak-anak, yang terbuat dari isian kapas yang empuk, lapisan kain katun yang halus, serta memiliki bulu-bulu yang lembut. Boneka beruang biasanya diberikan pada anak-anak sebagai hadiah Natal, ulang tahun, maupun sebagai lambang kasih sayang di hari Valentine.</p> <p>Sedangkan Kelinci putih dapat menjadi icon dari para gadis yang manis dan cantik, identik dengan sifat penyayang.</p> <p>Si Kelinci memeluk si beruang dari belakang tidak mau ditinggal, Si kelinci membersihkan telinga beruang sambil si beruang tidur dipangkuannya, Kelinci dipangku oleh beruang sambil berpelukan.</p> <p>Bebek merupakan hewan yang harus digiring dengan kawanannya. Sehingga bebek dapat diartikan mengikuti saja pendapat orang tanpa berpikir (hanya meniru orang lain).</p>	<p>Pada gambar menunjukkan kedekatan hubungan pasangan, dimana pihak perempuan sangat tergantung kepada si laki-laki. Selalu memberikan perhatian dan kasih sayang. Seakan tidak bisa hidup jauh dari si laki-laki.</p> <p>Bebek melambangkan sifat seseorang yang hanya meniru orang lain, tanpa punya prinsip hidup sendiri, dan mudah terpengaruh.</p>

**Sign.** Penggunaan stiker Line Brown & Cony pada arti *signifier*-nya merupakan penggambaran dari beruang, kelinci, dan bebek yang dijadikan icon menyerupai boneka, yang selalu dijadikan hadiah menarik dan lucu. Sedangkan dalam arti *signified*-nya menggambarkan sosok laki-laki gagah, perempuan manis dan cantik, serta menunjukkan sifat manusia yang hanya meniru orang lain tanpa mempunyai prinsip hidup sendiri dan mudah dipengaruhi.

Stiker Line diatas menunjukkan kedekatan hubungan pasangan, di mana pihak perempuan sangat tergantung kepada si laki-laki. Selalu memberikan perhatian dan kasih sayang. Seakan tidak bisa hidup jauh dari si laki-laki. Membuat si perempuan seakan tidak berpikir jernih dan selalu mengikuti kemana pun si laki-laki berada.

## 2. Mitos Stiker Line Brown&Cony

Pemaknaan tingkat kedua (metabahasa) ini berdasarkan pada penggunaan stiker Line. Stiker Line yang difokuskan adalah versi Brown & Cony, yang digambarkan dengan sosok seekor beruang coklat dan kelinci putih.

Mitos dikatakan memiliki sistem yang lebih unik karena sistem semiologisnya dikonstruksi dari sistem semiologis sebelumnya, yakni *sign* atau tanda. Mitos ini berasal dari bentuk (yang pada pemaknaan pertama disebut *signifier*) dan konsep (pada pemaknaan pertama disebut *signified*). Sehingga dari hubungan bentuk dan konsep akan membentuk *signification* (Barthes, 2001:120).

Maka penjabaran mitologi stiker Line Brown & Cony ini juga akan dilihat melalui bentuk, dan konsep yang nantinya akan menghasilkan *signification* untuk menunjukan proses mitos yang akan berlangsung terus-menerus. Dan itu semua dilihat melalui beberapa gambaran stiker Brown & Cony yang mewakili bahasa non-verbal. Sehingga mitos diperoleh dari *sign* pada pemaknaan pertama direlasikan dengan konsep penggunaan stiker Brown & Cony itu dalam aktivitas komunikasi di sosial media Line. Berikut penjelasan lebih rinci proses pemaknaan tingkat kedua dari pembongkaran semiologi Barthes untuk memperoleh mitologi stiker Line Brown & Cony:

**Tabel 4.**  
Mitologi dalam Stiker Line Brown & Cony

Bentuk ( <i>Form</i> )	Konsep
1. Menggambarkan dominasi kaum laki-laki. Laki-laki digambarkan selalu memiliki barang mewah, yang memberinya kuasa dan posisi, sehingga perempuan akan langsung terpesona, kagum, bahkan tergila-gila pada laki-laki tersebut. Menunjukkan bahwa rasa kagum timbul karena harta belaka. Bahkan laki-laki yang digambarkan pada stiker tersebut sangat menjaga si perempuan sama seperti menjaga hartanya agar tidak hilang. Si bebek melambangkan bahwa sepasang kekasih akan saling mengimitasi pasangannya yang lebih dominan, sehingga tidak lagi memiliki akal sehat untuk menjadi dirinya sendiri. Pada stiker diatas pihak yang dominan adalah Brown yang menggambarkan laki-laki dengan barang mewah.	1. Digunakan oleh pasangan suami-istri 2. Digunakan oleh pasangan yang berpacaran 3. Digunakan oleh anak-anak
2. Menggambarkan pola kehidupan antara pasangan suami dan istri, keintiman hubungan suami dan istri. Namun dibalut dalam icon boneka yang lucu, padahal ada makna tersirat dalam sosok bebek yang selalu mengikuti. Bebek itu menunjukkan bahwa keintiman hubungan	1. Digunakan oleh pasangan suami-istri 2. Digunakan oleh pasangan yang berpacaran 3. Digunakan oleh anak-anak

<p>suami dan istri dapat ditiru oleh siapa-pun apalagi anak-anak. Karena sosok bebek dalam stiker tersebut menggambarkan seseorang yang selalu meniru atau mengikuti orang lain, belum memiliki prinsip kuat dan mudah dipengaruhi seperti sosok anak-anak.</p>	
<p>3. Menggambarkan kedekatan hubungan pasangan, di mana pihak perempuan sangat tergantung kepada si laki-laki. Selalu memberikan perhatian dan kasih sayang. Seakan tidak bisa hidup jauh dari si laki-laki. Membuat si perempuan seakan tidak berpikir jernih dan selalu mengikuti kemana pun si laki-laki berada.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Digunakan oleh pasangan suami-istri</li> <li>2. Digunakan oleh pasangan yang berpacaran</li> </ol>

Sehingga bila direlasikan antara bentuk dengan konsep tersebut membentuk *signification* sebagai berikut:

**Signification.** Untuk menjabarkan proses semiologi mitos pada stiker Line Brown & Cony, yang digambarkan dalam bentuk lucu boneka beruang dan kelinci, dikaitkan dengan konsep konteks pemakaiannya. Berikut adalah penjabaran dari signifikasi yang menjadi proses terbentuknya mitos dari Stiker Line Brown & Cony:

**Gambar 1.**

Stiker Line Lambang Dominasi Laki-laki



Bila stiker ini digunakan oleh pasangan suami istri, menunjukkan bahwa harta menjadi alasan utama dari rasa cinta atau kasih sayang diantara pasangan suami-istri. Suami tanpa harta yang memadai untuk istrinya, hubungannya tidak akan harmonis. Begitu pula sosok suami dengan kekayaan materinya dapat

mendominasi istrinya, membuat istrinya mengikuti apapun keinginannya. Bila stiker ini digunakan oleh pasangan yang masih pacaran, menunjukkan bahwa seorang perempuan hanya melihat laki-laki dari materi atau harta yang dimilikinya. Pihak laki-laki sebaliknya, menggunakan stiker ini untuk menunjukkan bahwa si perempuan juga merupakan harta berharga yang akan dijaga agar tidak diambil lelaki lain.

Bila stiker ini digunakan oleh anak-anak, menunjukkan rasa penasaran untuk mengikuti atau meniru perilaku orang dewasa. Dan menjadi hal biasa bila anak-anak berlaku sama dengan orang dewasa.

**Gambar 2.**

Stiket Line Lambang Keintiman Hubungan Suami Istri



**Gambar 2. Stiker Line Lambang Keintiman Hubungan Suami Istri**

Bila stiker ini digunakan oleh pasangan suami istri sangatlah relevan. Sebagai lambang cinta kasih dan sebagai bahasa non-verbal untuk mempererat hubungan suami dan istri. Bila digunakan oleh pasangan yang masih pacaran dapat menuju pada arah seks bebas. Yang melegalkan hubungan badan tanpa adanya ikatan pernikahan. Bila digunakan oleh anak-anak, akan mengajarkan cara-cara vulgar saat menyukai lawan jenisnya. Membiaskan batas kewajaran dan ketabuan dalam dunia ketimuran apalagi di Indonesia.

**Gambar 3.**

Stiker Line Lambang Ketergantungan Perempuan kepada Laki-laki



Bila digunakan oleh pasangan suami-istri, menunjukkan rasa posesif dari sang istri kepada suaminya. Di mana istri tidak mau jauh dari suaminya. Membuat sang istri tidak bisa mengambil keputusan sendiri, dan bergantung

sepenuhnya kepada suaminya. Bila digunakan oleh pasangan masih pacaran, juga menunjukkan hal yang sama, rasa posesif, ketergantungan, dan tidak bisa mengambil keputusan sendiri. Sangat tergantung pada laki-laki.

**Tabel 5.** Mitos Stiker Line Brown & Cony

Stiker Line Brown & Cony	Mitos
 <p><b>Lambang Dominasi Laki-laki</b></p>	<p>Menunjukkan bahwa harta menjadi alasan utama dari rasa cinta atau kasih sayang diantara pasangan suami-istri, maupun pasangan yang masih berpacaran.</p> <p>Menunjukkan rasa penasaran untuk mengikuti atau meniru perilaku orang dewasa. Dan menjadi hal biasa bila anak-anak berlaku sama dengan orang dewasa.</p>
 <p><b>Lambang Keintiman Hubungan Suami Istri</b></p>	<p>Sebagai lambang cinta kasih dan sebagai bahasa non-verbal untuk mempererat hubungan suami dan istri.</p> <p>Bagi pasangan yang masih pacaran dapat menuju pada arah seks bebas. Yang melegalkan hubungan badan tanpa adanya ikatan pernikahan.</p> <p>Bagi anak-anak, mengajarkan cara-cara vulgar saat menyukai lawan jenisnya.</p>
 <p><b>Lambang Ketergantungan Perempuan kepada Laki-laki</b></p>	<p>Menunjukkan rasa posesif, ketergantungan, dan tidak bisa mengambil keputusan sendiri. Sangat tergantung pada laki-laki.</p>

Berdasarkan tabel tersebut dapat diringkas mengenai mitos Stiker Line Brown & Cony menunjukkan bahwa gambaran ungkapan cinta bukanlah hal yang tanpa syarat. Materi dan harta menjadi standar awal dari munculnya perasaan atau emosi cinta. Emosi atau perasaan cinta telah muncul sejak lahirnya manusia, namun cara-cara bagaimana mencintai secara mengimitasi dilakukan oleh setiap anak kecil, meniru bagaimana orang dewasa saling mengekspresikan perasaan cinta. Lingkup keintiman emosi cinta ada dalam kehidupan pernikahan antara suami dan istri. Bahasa cinta dapat diungkapkan melalui komunikasi non-verbal atau melalui tindakan, memeluk, tidur seranjang, dsb. Namun ketika pernikahan tidak lagi dipandang sebagai ranah paling suci untuk mengungkapkan emosi cinta, curahan emosi cinta tadi bergeser kearah seks bebas, yang melegalkan hubungan badan tanpa adanya

ikatan pernikahan. Lalu mulai menjalar kepada anak-anak sebagai agen imitasi untuk meniru cara-cara vulgar untuk mencintai lawan jenis. Nilai dari keberadaan cinta tadi berakhir dengan rasa posesif, ketergantungan dari pihak perempuan kepada pihak laki-laki.

Penelitian ini mencoba membongkar penyimpangan makna cinta stiker Brown & Cony pada aplikasi Line. isi media adalah hasil konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Bahasa bukan saja sebagai alat dalam mempresentasikan realitas, namun juga bisa menentukan bentuk seperti apa yang ingin diciptakan oleh bahasa tentang realitas tersebut. Akibatnya media massa mempunyai peluang yang sangat besar untuk mempengaruhi makna dan gambaran yang dihasilkan dari realitas yang dikonstruksikannya. Manakala konstruksi realitas media berbeda dengan realitas yang ada



di masyarakat, maka hakikatnya telah terjadi kekerasan simbolik. Kekerasan simbolik bisa mewujudkan melalui penggunaan bahasa penghalusan, pengaburan, bahkan pengasaran fakta.




Media sesungguhnya memainkan peran khusus dalam mempengaruhi budaya tertentu melalui penyebaran informasi media. Peran media sangat penting karena menampilkan sebuah cara dalam memandang realitas. Para produser mengendalikan isi medianya melalui cara-cara tertentu untuk menyandikan pesan-pesan. Media tidak bisa dianggap berwajah netral dalam memberikan jasa informasi dan hiburan kepada khalayak pembaca. Pandangan awam melihat inovasi dari aplikasi Line yang menghadirkan icon-icon seperti Brown & Cony yang lucu dan menggemaskan menjadi suatu cara komunikasi yang menarik, tersenyum melihat gambar-gambar situasi dalam stiker tersebut. Dianggap biasa saja, bahkan hal baru yang mempermudah untuk berkomunikasi. Menggambarkan seekor beruang coklat dan kelinci putih, dengan animasi unik menarik perhatian bagi semua usia untuk menggunakannya. Tanpa sadar ada hal-hal yang tidak layak untuk dijadikan sebagai simbol non-verbal dalam berkomunikasi.

Maka dalam membongkar mitos penyimpangan makna cinta dari stiker Line Brown & Cony, peneliti mengacu pada semiologi Roland Barthes, yang telah memberikan pemahaman mengenai pembahasan mitos dalam karya tertulisnya di buku yang berjudul *Mythologies*. Mitos sebagai semiologi yang dijabarkan oleh Roland Barthes, berkaitan dengan dua istilah, yakni *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda), dan kemudian bertautan lagi dengan istilah *sign* (tanda). Namun untuk menemukan mitos terdapat sistem yang lebih unik karena sistem semiologinya dikonstruksi dari sistem semiologis sebelumnya, yakni *sign* atau tanda.

*Signifier* (penanda) pada lapisan mitos disebut bentuk, sedangkan *signified* tetap sama karena tidak menimbulkan keambiguan yakni konsep. Dalam bahasa linguistik (pemaknaan pertama) *sign* dipakai dalam hubungan antara *signifier* dan *signified*. Tetapi di dalam lapisan mitos (pemaknaan kedua) *sign* merupakan keseluruhan dari hasil sistem semiologi terdahulu, jadi bagi mitos disebut signifikasi atau signification. Untuk mempermudah

penjabaran mengenai kedua lapisan dalam sistem semiologi yang menjelaskan keberadaan stiker Line Brown & Cony hingga mitologinya, dapat diuraikan dalam tabel berikut ini:

**Tabel 6.** Mitologi Makna Cinta *Brown & Cony* Pada Aplikasi Line

Stiker Line Brown & Cony (Denotasi)	Stiker Line Brown & Cony (Konotasi)
 <p>Pasangan Beruang Coklat dan Kelinci putih, sedang kasmaran. Diikuti oleh bebek yang memperhatikan dibelakang.</p>	<p>Lambang Dominasi Laki-laki</p>
 <p>Pasangan beruang dan kelinci yang sedang bermesraan seperti suami dan istri. Diikuti oleh bebek yang memperhatikan dan mengikuti aktivitas mereka.</p>	<p>Keintiman Hubungan Suami Istri</p>
 <p>Kelinci yang tidak mau pisah dengan si beruang, selalu bersama. Diikuti oleh bebek yang memperhatikan mereka.</p>	<p>Lambang Ketergantungan Perempuan kepada Laki-laki</p>
<p style="text-align: center;"><b>Mitos Penyimpangan Makna Cinta dalam Stiker Line Brown &amp; Cony</b></p>	

Materi dan harta menjadi standar awal dari munculnya perasaan atau emosi cinta. Emosi atau perasaan cinta telah muncul sejak lahirnya manusia, namun cara-cara bagaimana mencintai secara mengimitasi dilakukan oleh setiap anak kecil, meniru bagaimana orang dewasa saling mengekspresikan perasaan cinta. Lingkup keintiman emosi cinta ada dalam kehidupan pernikahan antara suami dan istri. Bahasa cinta dapat diungkapkan melalui komunikasi non-verbal atau melalui tindakan, memeluk, tidur seranjang. Namun ketika pernikahan tidak lagi dipandang sebagai ranah paling suci untuk mengungkapkan emosi cinta, curahan emosi cinta tadi bergeser kearah seks bebas. Lalu mulai menjalar kepada anak-anak sebagai agen imitasi untuk meniru cara-cara vulgar untuk mencintai lawan jenis. Nilai dari keberadaan cinta tadi berakhir dengan rasa posesif, ketergantungan dari pihak perempuan kepada pihak laki-laki.

Gambaran keintiman kehidupan pasangan suami istri turut menjadi aktivitas icon Brown & Cony. Padahal balutan tokoh Brown & Cony sangat lucu dan bisa saja digunakan oleh anak-anak dan remaja ataupun orang dewasa yang belum menjalani kehidupan pernikahan. Namun secara vulgar privasi aktivitas kehidupan suami istri tergambarkan dalam kedua tokoh Line tersebut. Lucu secara penampakan namun menjadi tidak relevan dalam gambaran konteks yang ditampilkan oleh Brown & Cony.

Kesadaran ini harus diingatkan kepada khalayak pengguna Line, apa lagi bukan hanya orang yang sudah menikah saja yang menggunakan Line, bahkan anak-anak dan remaja juga menggunakan. Anak-anak secara tersirat juga dihadirkan dalam icon bebek yang selalu mengamati dan mengikuti aktivitas Brown & Cony. Bebek itu menggambarkan anak-anak sebagai agen imitasi terhandal yang akan selalu belajar dari generasi yang lebih tua darinya, tentu akan meniru apapun yang dilakukan orang dewasa. Maka tidak jarang kini anak-anak tampil selayaknya orang dewasa, baik gaya hidupnya, fashionnya, sampai kepada kebiasaannya.

Ironis memang, produk budaya pop, sekedar hanya untuk banyak digemari dan mendapat banyak keuntungan. Padahal tidak memberikan manfaat menguntungkan bagi penggunaannya, bahkan merusak generasi muda dengan mengumbar hal-hal tabu yang tidaklah

cocok dengan budaya di Indonesia. Begitulah bila produk barat masuk, belum tentu sesuai dengan budaya Indonesia. Namun produk barat dapat dengan cepat merasuk kedalam hati khalayak, karena tidak sulit untuk mengukainya, dan tidak sulit mendapatkannya, Itulah budaya populer.

Produk budaya barat identik dengan karakternya yang fulgar, bebas, tidak memandang konteks dan situasi. Begitu pula yang tergambar di Icon Line Brown & Cony. Tampilannya lucu dan berupa boneka yang bisa diterima oleh semua kalangan usia. Dibalut dengan kepolosan sebuah boneka seakan menutupi gambar aktivitas yang dilakukan oleh kedua icon tersebut. Melalui hasil analisis semiotika diatas, memberikan gambaran bahwa kebebasan berekspresi di dunia barat tercermin dalam produk simbolik Line yang dilakukan oleh dua iconnya Brown & Cony. Hal ini tentunya bertentangan dengan etika di dunia timur. Konteks ketimuran seakan tercoreng dengan adanya komunikasi simbol seperti yang digambarkan oleh Brown & Cony.

Budaya barat inilah yang mencoba merasuk ke belahan budaya timur dan memudahkan etika-etika ketimuran. Seakan membalut hal-hal yang fulgar dan tanpa batasan dengan sesuatu yang lucu, imut dan menggemaskan. Padahal dibalik itu ada konteks barat yang ingin ditanamkan. Emosi dalam konteks budaya barat dan timur pun dibedakan melalui gambaran Brown & Cony yang selalu diikuti oleh kemunculan bebek kecil di setiap aktivitas mereka. Brown & Cony mewakili emosi cinta dalam budaya barat yang bebas, tidak mau ada aturan, melakukan apa saja boleh, tanpa mengenal tempat dan waktu. Sedangkan sosok bebek kecil mewakili emosi cinta dalam budaya timur, yang harus mengamati sebelum melakukan, diam-diam mengikuti menunjukkan rasa tau malu, hati-hati dalam bertindak.

Tetapi dengan gempuran dari inovasi cara berkomunikasi simbolik dari Brown & Cony lambat laun hal-hal yang fulgar dan penuh kebebasan dari barat itu akan menjadi terbiasa, dan mengikis etika-etika sopan santun bahkan aturan-aturan tidak tertulis dari budaya timur. Inilah yang sangat ditakutkan. Para generasi muda yang gemar menggunakan produk Line, disuguhkan dengan konteks

fulgar terus-menerus dan tidak dikenalkan dengan konteks timur yang semestinya, akan membuat kebebasan dan segala yang fulgar dari barat adalah yang biasa saja bahkan sangat layak untuk dikonsumsi dimana pun dan kapan pun.

### **Kesimpulan**

Kesimpulan penelitian ini adalah: penyimpangan makna cinta dalam stiker LINE *Brown & Cony* menunjukkan bahwa materi dan harta menjadi standar awal dari munculnya perasaan atau emosi cinta. Emosi atau perasaan cinta telah muncul sejak lahirnya manusia, namun cara-cara bagaimana mencintai secara mengimitasi dilakukan oleh setiap anak kecil, meniru bagaimana orang dewasa saling mengekspresikan perasaan cinta.

Kebebasan berekspresi di dunia barat tercermin dalam produk simbolik Line yang dilakukan oleh dua iconnya *Brown & Cony*. Hal ini tentunya bertentangan dengan etika di dunia timur. Budaya barat inilah yang mencoba merasuk ke belahan budaya timur dan memudahkan etika-etika ketimuran. Seakan membalut hal-hal yang fulgar dan tanpa batasan dengan sesuatu yang lucu, imut dan menggemaskan. Padahal dibalik itu ada konteks barat yang ingin ditanamkan. Emosi dalam konteks budaya barat dan timur pun dibedakan melalui gambaran *Brown & Cony* yang selalu diikuti oleh kemunculan bebek kecil di setiap aktivitas mereka. *Brown & Cony* mewakili emosi cinta dalam budaya barat yang bebas, tidak mau ada aturan, melakukan apa saja boleh, tanpa mengenal tempat dan waktu. Sedangkan sosok bebek kecil mewakili emosi cinta dalam budaya timur, yang harus mengamati sebelum melakukan, diam-diam mengikuti menunjukkan rasa tau malu, hati-hati dalam bertindak.

### **Daftar Pustaka**

- Ardianto, Elvinaro. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Bell, David. (2001). *An Introduction to Cyber Cultures*, London and New York: Routledge
- Burton, Greame. (1999). *Media dan Budaya Populer*, Yogyakarta: Jalasutra
- Congara, Hafied. (2007). *Pengantar Ilmu*

*Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

- Danesi, Marcell. (2010). *Pesan, Tanda dan Makna*, Yogyakarta: Jalasutra
- Hartley, Jhon. (2010). *Communication, Cultural and Media Studies*, Yogyakarta: Jalasutra
- Hidayat, Dasrun. (2012). *Komunikasi Antar Pribadi dan Mediana*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Hill, David T. (1995). *The Press In New Order*, Jakarta: PT.Pustaka Sinar Harapan
- Jordan, Tim, (1999). *Cyberpower: The Culture and Politics of Cyberspace and the Internet*. London and New York:Routledge
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Tekhnik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Liliweri, Alo. (1991). *Memahami Peran Komunikasi Massa dalam Masyarakat*, Bandung: Citra Aditya Bakti
- Manuel, Castells. (2010). *Information Age: Economy, Society and Culture*, Oxford: Blackwell Publishing Ltd
- Moelong J, Lexy. (2006). *Metode Artikel Kualitatif Edisi Revisi*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nasrullah, Rulli. (2012). *Komunikasi Antar Budaya di Era Budaya Siber*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Nazir, Moh. (2011). *Metode Artikel*, Bogor: Ghalia Indonesia Cetakan Ketujuh
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Rheingold, H. (1993). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*, Reading: Addison-Wesley
- Seto, Indiwani. (2011). *Semiotika Komunikasi*, Jakarta: Mitra Wacana Media
- Sobur, Alex. (2003). *Semiotika Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Sunarjo dan Djoenaesih. (1983). *Himpunan Istilah Komunikasi*, Yogyakarta: Liberty