

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara kesatuan dengan sistem pemerintahan republik yang memilih presiden beserta perwakilan rakyatnya secara langsung melalui proses pemilihan umum (pemilu). Lembaga eksekutif negara ini berpusat pada presiden, wakil presiden dan kabinet. Kabinet di Indonesia adalah kabinet presidensial yang mana para menteri bertanggung jawab kepada presiden.

Presiden tahun 2022 yakni Joko Widodo yang diusung oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) pada tahun 2022 telah dua periode memimpin Indonesia sejak 20 Oktober 2014.¹ Menjadi seorang presiden memiliki tanggung jawab yang besar, karena harus memimpin sebuah negara yang memiliki perbedaan ras, budaya dan agama, di samping itu juga harus dituntut untuk bisa memecahkan masalah, yakni permasalahan negara dan rakyat.

Tahun 2020 Indonesia diterpa masalah yakni pandemi COVID-19. Pandemi COVID-19 pertama kali menyerang negara China tepatnya di kota Wuhan kemudian menularkan ke berbagai negara dengan cepat sehingga WHO (*world health organization*) menetapkan virus ini sebagai pandemi pada tanggal 09 maret 2020.²

Corona virus disease menyebabkan banyak sekali kendala di berbagai sektor Indonesia. Bidang ekonomi, meningkatnya jumlah PHK karyawan, pengangguran dan kemiskinan. Badan pusat statistik melakukan survey kepada 34.559 laku usaha. Menurut penuturan direktur BPS

¹Wikipedia, "Joko Widodo", diakses dari https://id.wikipedia.org/wiki/Joko_Widodo#:~:text=Ir.%20H.%20Joko%20Widodo%20atau,menjabat%20sejak%2020%20Oktober%202014, pada tanggal 26 Februari 2021 pukul 22:00 WIB.

²Covid.go.id, "Apa yang disebut dengan pandemi?", diakses dari <https://covid19.go.id/tanya-jawab?search=Apa%20yang%20dimaksud%20dengan%20pandemi>, pada tanggal 2 Maret 2021 pukul 20:21 WIB.

Nurma Midayanti survey ini menghasilkan bahwa 82,55 persen pelaku usaha mengalami penurunan pendapatan akibat COVID-19.³ Bidang sosial, pandemi menyebabkan peningkatan kriminalitas dan kekerasan dalam rumah tangga. Masyarakat juga mengalami disorganisasi dan disfungsi sosial karena pemerintah menetapkan peraturan untuk pembatasan aktifitas di luar rumah demi meminimalisir angka penularan virus.⁴

Sistem pendidikan di Indonesia harus berubah sistem pembelajarannya dengan menerapkan kebijakan sekolah online (daring) bagi semua sekolah dasar, menengah, atas hingga universitas. Pemerintah berupaya untuk mengurangi angka penyebaran COVID-19 dengan cara menghimbau kepada masyarakat untuk menerapkan protokol kesehatan, 3T (*testing, tracking, treatment*), PPKM dan PSBB.

Pada bulan November 2020 vaksin Sinovac COVID-19 tiba di Indonesia dan menjadi salah satu jalan agar masalah pandemi COVID-19 tuntas. Vaksin yang didatangkan merupakan vaksin yang diproduksi oleh Sinovac Biotech Ltd yang merupakan perusahaan bioteknologi asal Tiongkok yang bermarkas di Beijing, China.⁵ Melalui biofarma, Indonesia menyetujui perjanjian kerja sama dengan Sinovac dan sepakat dengan komitmen ketersediaan suplay vaksin hingga 40 juta dosis vaksin hingga akhir tahun 2021.⁶

³Kompas.com, “Dampak Covid-19 BPS: 8 dari 10 perusahaan alami penurunan pendapatan,” diakses dari <https://money.kompas.com/read/2020/10/07/170700926/dampak-covid-19-bps--8-dari-10-perusahaan-alami-penurunan-pendapatan>, pada tanggal 26 Februari 2021 pukul 22:00 WIB.

⁴Siswanto, “Bappenas: Pandemi Bikin Banyak Masalah Sosial,” diakses dari <https://www.suara.com/bisnis/2020/12/02/171024/bappenas-pandemi-bikin-banyak-masalah-sosial>, pada tanggal 26 Februari 2021 pukul 22:15 WIB.

⁵Allianz, “Mengenal Vaksin Sinovac ,Vaksin Pertama yang Digunakan di Indonesia,” diakses dari <https://www.allianz.co.id/explore/mengenal-vaksin-sinovac-vaksin-covid19-pertama-yang-digunakan-di-indonesia.html>, pada tanggal 26 Februari 2021 pukul 22:15 WIB.

⁶ Allianz, “Mengenal Vaksin Sinovac ,Vaksin Pertama yang Digunakan di Indonesia,” diakses dari <https://www.allianz.co.id/explore/mengenal-vaksin-sinovac-vaksin-covid19-pertama-yang-digunakan-di-indonesia.html>, pada tanggal 26 Februari 2021 pukul 22:16 WIB.

Sejak dikabarkan bahwa vaksin telah sampai di Indonesia pada bulan November 2020, banyak rakyat yang masih meragukan keabsahan vaksin Sinovac ini. Banyak berita palsu *hoax* yang beredar di masyarakat. Berikut salah satu contoh *hoax* yang populer dan beredar di masyarakat. Dilansir dari liputan 6.com yang memaparkan dan memberikan klarifikasi terkait *hoax* yang beredar tentang tenaga kesehatan (nakes) Malaysia lebih kebal dari tenaga kesehatan Indonesia dikarenakan vaksin yang dipakai lebih berkualitas sedangkan vaksin di Indonesia diklaim vaksin yang murah (Sinovac) serta vaksin Sinovac tidak dipakai di negara produksinya (China). Faktanya, vaksin yang dipakai nakes Malaysia adalah buatan *pfizer*. Sementara nakes Indonesia menggunakan Sinovac. Berita tersebut juga memaparkan bahwa negara China juga memakai Sinovac yang telah memenuhi izin EUA dari pemerintah China.⁷ berikut headline berita klarifikasi *hoax*.



Gambar 1.1 Headline berita klarifikasi *hoax*

⁷AdyaksaVidi, “*Cek Fakta: Tidak Benar Booster Vaksin Covid-19 Untuk Nakes Karena Sinovac Tidak Dipakai di China*,” diakses dari <https://www.liputan6.com/cek-fakta/read/4606066/cek-fakta-tidak-benar-booster-vaksin-covid-19-untuk-nakes-karena-sinovac-tak-dipakai-di-china?source=search>, pada tanggal 13 Oktober 2021 pukul 22:00 WIB.

Guna menepis segala dugaan negatif, Presiden Republik Indonesia melakukan pengujian klinis vaksin Sinovac pada Badan Pengurus Obat dan Makanan (BPOM) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) untuk diuji kandungannya apakah halal atau tidak.⁸

Setelah melalui tahap pengujian klinis, Presiden Joko Widodo langsung turun tangan melakukan kampanye kepada rakyatnya melalui postingan instagram agar warga melaksanakan vaksin dan menolak berita-berita negatif yang beredar. Sebelum diluncurkan kebijakan melakukan vaksinasi pada masyarakat, presiden sudah melakukan berbagai upaya agar memperlambat laju perkembangan COVID-19 ini dengan melakukan konferensi pers yang disiarkan di youtube dan laman instagram Joko Widodo tentang menerapkan pembatasan sosial skala besar (PSBB), menerapkan 3T (*testing, tracking, treatment*), meningkatkan protokol kesehatan yang sesuai dengan keputusan presiden no 11 tahun 2020.⁹

Media sosial memiliki manfaat yakni sebagai media penyampai informasi, baik informasi dari sebuah lembaga atau pemerintahan. Semua fakta yang ada, keputusan, pemberitaan dan kinerja pemerintah dapat dipantau rakyat melalui media sosial. Pada tahun 2022 media sosial dijadikan sebagai perantara untuk mengetahui segala informasi yang bisa diakses secara bebas oleh semua kalangan. Maka, pemerintah menyiapkan tim khusus yang selalu memberikan informasi kepada publik terkait perkembangan COVID-19 di Indonesia. Website 'covid19.go.id' menjadi sarana bagi rakyat untuk mengetahui perkembangan kinerja pemerintah. Website ini diketahui adalah sebuah gugus tugas yang dibentuk pemerintah Indonesia untuk mengkoordinasikan kegiatan antarlembaga dalam upaya mencegah dan menanggulangi dampak penyakit virus COVID-19 di

⁸Ahmad Reyhan Dwianto, "4 Fakta Vaksin Covid-19 yang Tiba di Indonesia November 2020," diakses dari <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-5211064/4-fakta-vaksin-covid-19-yang-tiba-di-indonesia-november-2020>, pada tanggal 2 Maret 2021 pukul 13:00 WIB.

⁹Dian LestariNingsi, "Upaya Pemerintah dalam Pandemi Covid-19 di Indonesia," diakses dari Upaya Pemerintah dalam Pandemi Covid-19 di Indonesia (msn.com) pada tanggal 16 Oktober 2021 pukul 14:00 WIB.

Indonesia yang dibentuk pada tanggal 13 maret 2021.¹⁰ Selain itu, instagram kementerian kesehatan @kemenkes_RI yang dikelola kementerian kesehatan juga ikut terlibat dalam penyajian informasi pada masyarakat.

Pada abad ke 20 ini berbagai teknologi sudah sangat berkembang pesat. Seperti dalam dunia komunikasi, media menjadi salah satu unsur komunikasi agar berjalan efektif. Menurut riset Nielsen pada bulan Januari 2019-April 2019 menunjukkan tingkat pertumbuhan pengguna internet di wilayah Indonesia menghabiskan 1,5 jam dalam sehari ketika menggunakan internet.

Menurut hasil riset Cuponation jumlah pengguna instagram di Indonesia mencapai 56 juta penduduk atau 20,97% dari total populasi di tanah air. Pengguna instagram terbanyak di rentan umur 18 hingga 24 tahun.¹¹ Pencapaian tersebut tentu bisa ditafsirkan bahwa penyampaian informasi menggunakan *platform* berjalan efektif dibuktikan dengan banyaknya kuantitas unduhan.

Media yang tercipta menyediakan fasilitas yang sangat mencukupi bagi penikmatnya di semua bidang. Bidang pendidikan, hiburan, politik, ekonomi dan kebudayaan. Contoh *platform* yang sudah sangat terkenal dan tidak asing bagi para pengguna media yakni youtube, instagram, whatsapp dan aplikasi tiktok yang eksis 3 tahun terakhir. Hal tersebut dibuktikan dengan jumlah unduhan di playstore mencapai lebih dari 100 juta unduhan kecuali aplikasi tiktok yang baru mencapai 11 juta kali unduhan.

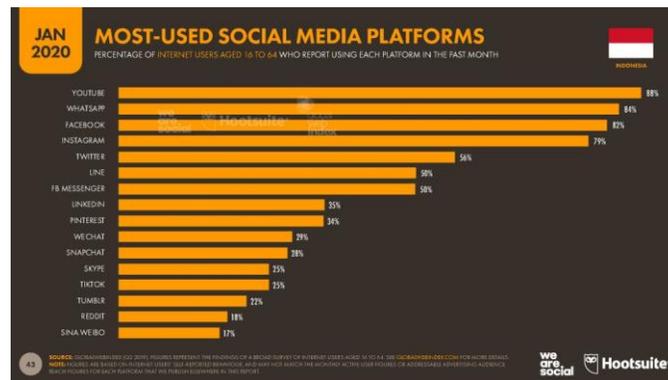
Sesuai dengan judul, penelitian ini menjadikan instagram sebagai objek penelitian dikarenakan menurut hasil survey *we are social.com* dan *hootsuite*, Indonesia masuk kedalam 10 besar negara dengan jumlah pengguna aktif instagram terbanyak dengan 53 juta pengguna.¹²

¹⁰Covid19.go.id, diakses pada 15 maret 2021 pukul 15:00 WIB.

¹¹Cindy, "Citra Diri dalam Instagram Jokowi," *Jurnal Koneksi*, 3, No.2 (Desember 2019):345.

¹²Fathurrahman kartadinata, "Kualitatif Interpretatif Merleau-Ponty dalam Fenomena Perkembangan Fashion Remaja di Indonesia" *Jurnal Of Social Science and Politics*, 6, No.2 (April 2020):81.

Di tahun 2020 Presentase perkembangan media sosial membuktikan bahwa instagram menjadi media yang paling banyak digunakan nomer 4 di Indonesia setelah facebook, youtube dan whatsapp.¹³ Presentase penggunaan instagram ditahun 2020 sebanyak 79% dan meningkat ditahun 2021 sebanyak 86,6%.¹⁴



Gambar 1.2 Grafik penggunaan media sosial tahun 2020

Meski berada di urutan keempat dalam penggunaan media sosial di Indonesia, peneliti memilih media sosial instagram sebagai objek penelitian karena instagram objek peneliti, Presiden Joko Widodo memiliki pengikut yang lebih banyak di instagram daripada di facebook. Postingan dan *caption* yang sama diupload kedua platform ini, namun hanya memiliki perbedaan pada jumlah *followers*. Laman akun facebook resmi Joko Widodo berjumlah 10 juta pengikut terhitung pada bulan Oktober 2021, sedangkan di akun instagram @Jokowi berjumlah 42,6 juta pengikut.

Selain itu sejalan dengan percepatan proses vaksinasi, Presiden Joko Widodo melakukan kampanye melalui akun instagram @Jokowi yang resmi dan terverifikasi sejak 28 Januari 2016

¹³Hootsuite, Most Used Social Media Platforms, diakses dari https://www.bing.com/images/search?view=detailV2&ccid=VW1LRU0r&id=DEDE00A7221575F15BE73039531F614B1F9872DA&thid=OIP.VW1LRU0rJqkRKQcumf07NgHaEK&mediaurl=https%3a%2f%2fcdn.shortpixel.ai%2fclient%2fq_glossy%2cret_img%2cw_1024%2ch_576%2fhttps%3a%2f%2fandi.link%2fwp-content%2fuploads%2f2020%2f06%2fPlatforms-media-sosial-yang-paling-aktif-di-Indonesia-1024x576.jpg&expw=1024&q=grafik+penggunaan+media+sosial&simid=608051714395236346&FORM=IRPRST&ck=07BD474704443FB5175AA0A297D8632E&selectedIndex=10&qpv=grafik+penggunaan+media+sosial pada tanggal 16 oktober 2021 pukul 22:25 WIB.

¹⁴imers, "Data Pengguna Media Sosial di Indonesia tahun 2021," diakses dari <https://www.iimers.com/data-pengguna-media-sosial-di-indonesia-tahun-2021/>, pada tanggal 16 Oktober 2021 pukul 16:00 WIB.

dengan pengikut yang waktu itu berjumlah 190.000 pengikut saat kurang dari satu jam diumumkan kepada publik.¹⁵

Akun instagram @Jokowi dikelola tim komunikasi digital presiden dengan jumlah pengikut pada tahun 2021 berjumlah 42,6 juta pengguna instagram dengan 2,833 postingan terhitung di bulan Oktober 2021.¹⁶ Dari fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji dan menganalisa seperti apa analisis semiotika atau tanda yang terkandung dalam postingan instagram @Jokowi. Melalui postingan-postingan di instagram, menjadi sebuah langkah untuk memberitahukan pada masyarakat agar bersedia melakukan vaksinasi dengan tujuan meminimalisir serta melenyapkan COVID-19 di Indonesia. Adapun implementasi dalam penelitian ini, peneliti menyajikan penelitian dengan judul **Analisis Semiotika Postingan Terkait Vaksin Sinovac COVID-19 di Media Sosial Instagram Presiden Joko Widodo.**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana postingan instagram Joko Widodo tentang vaksin Sinovac COVID-19 edisi Desember 2020-Juli 2021?
2. Bagaimana analisis semiotika dalam postingan instagram Joko Widodo tentang vaksin Sinovac COVID-19 edisi Desember 2020- Juli 2021?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan postingan instagram Joko Widodo tentang vaksin Sinovac COVID-19 Desember 2020- Juli 2021
2. Untuk mengetahui analisis semiotika dalam postingan instagram Joko Widodo tentang vaksin Sinovac COVID-19 edisi Desember 2020- Juli 2021.

¹⁵ReskaNistanto, "Ini Akun Instagram Resmi Jokowi Dodo," diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2016/01/29/06310027/Ini.Akun.Instagram.Resmi.Presiden.Jokowi>, pada 15 Maret pukul 14:00 WIB.

¹⁶<https://www.instagram.com/jokowi/>, diakses pada 16 Oktober pukul 15:00 WIB.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritik

Pada bidang akademik, penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan, referensi dan wawasan baru bagi pembaca tentang *platform* media sosial yang bisa dibilang baru dalam kehidupan kita. Selain itu, diharapkan penelitian ini bisa menjadi dorongan terhadap studi lanjutan pada peneliti dalam dunia komunikasi tentang tanda dalam postingan petinggi negara, presiden Joko Widodo dalam menghadapi sebuah permasalahan yang kompleks yang terjadi di tahun 2020.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan jawaban tentang analisa semiotika komunikasi presiden kala menangani kasus COVID-19 di Indonesia. Juga menjadi tambahan bahan bacaan bagi para pembaca yang tertarik pada bidang ini.

E. Definisi Istilah

Penelitian ini didalamnya terdapat istilah-istilah yang akan dijelaskan, karena dikhawatirkan akan menimbulkan kesalah pahaman bagi pembaca.

1. Analisis Semiotika

Secara etimologis, istilah semiotika berasal dari kata Yunani “*semeion*” yang berarti “tanda”. Tanda itu diartikan sebagai sesuatu dasar yang sudah terbangun sebelumnya, dan dapat mewakili sesuatu yang lain.¹⁷

Secara terminologis, semiotika dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari lingkupan objek yang luas, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda mengartikan semiotika sebagai ilmu tanda dan segala yang berhubungan dengannya, cara berfungsinya, hubungannya dengan kata lain, pengirimannya dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya.¹⁸ Semiotika sebagai suatu model dari ilmu pengetahuan sosial memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki unit dasar yang disebut dengan ‘tanda’.¹⁹

Dalam penelitian ini, analisis semiotika digunakan untuk menganalisa tanda yang terdapat dalam postingan Presiden Joko Widodo dalam akun media sosial instagram @Jokowi.

2. Vaksin Sinovac

Vaksin adalah bibit penyakit yang sudah dilemahkan, digunakan untuk vaksinasi.²⁰ Vaksin Sinovac adalah vaksin yang tidak aktif, vaksin tersebut bekerja dengan menggunakan virus yang sudah dimatikan guna merangsang system kekebalan tubuh terhadap virus tanpa

¹⁷Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika dan Analisis Framing* (Bandung: Rosda, 2001), 95-96.

¹⁸Ibid., 96.

¹⁹ Ibid., 87.

²⁰ Kamus besar Bahasa Indonesia, diakses dari <https://kbbi.web.id/vaksin>, pada tanggal 26 April 2022 pukul 13:05 WIB.

resiko memberikan respon terhadap penyakit yang serius.²¹ Vaksin Sinovac merupakan vaksin pertama yang digunakan di Indonesia.²²

3. Covid 19

***Corona virus disease 19* atau *severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 (SARS-CoV-2)* adalah virus yang menyerang sistem pernapasan. Penyakit karena infeksi virus ini disebut COVID-19. Virus Corona bisa menyebabkan gangguan ringan pada sistem pernapasan, infeksi paru-paru yang berat, hingga kematian.**²³

Severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 (SARS-CoV-2) yang lebih dikenal dengan nama virus corona adalah jenis baru dari coronavirus yang menular ke manusia. Virus ini bisa menyerang siapa saja, seperti lansia (golongan usia lanjut), orang dewasa, anak-anak, dan bayi, termasuk ibu hamil dan ibu menyusui.²⁴

4. Media sosial

Kaplan dan Haenlin mendefinisikan media sosial adalah suatu grup aplikasi berbasis internet yang menggunkan ideologi dan teknologi web 2.0, dimana pengguna dapat membuat atau bertukar informasi pada aplikasi tersebut. Beberapa media sosial yang sangat digemari dan memiliki jutaan pengguna di Indonesia adalah facebook, twitter, instagram, youtube, blog, dan lainnya. Sosial media menjadi sarana atau jembatan setiap orang untuk terhubung dengan dunia melalui jangkauan yang luas.²⁵

²¹ Rani Kawati Damanik, *Kecemasan Masyarakat & Resilensi Pada Masa Vaksinasi Covid-19* (Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri Group, 2021), 17.

²² Dr. Zahry Vandawati Chumaida, *Penanganan Pelayanan Kesehatan di Masa Pandemi COVID-19*, (Surabaya: Jakad Media Publishing, 2021), 63.

²³ Alodokter, “*Virus Corona*”, diakses dari <https://www.alodokter.com/virus-corona> pada 15 Mei 2021 pukul 14:30 WIB.

²⁴ Alodokter, “*Virus Corona*”, diakses dari <https://www.alodokter.com/virus-corona> pada 15 Mei 2021 pukul 14:30 WIB.

²⁵ Adelia Septiani Restanti Tania, *Media Sosial, Identitas, Transformasi, dan Tantangannya* (Malang: Intrans Publishing Group, 2020), 78.

5. Instagram

Instagram adalah aplikasi berbasis gambar yang memberikan pelayanan kepada pengguna untuk mengunggah foto dan video dengan bebas secara online. Instagram tersedia bagi pengguna android untuk smartphone dan IOS untuk Iphone

Dari penjelasan istilah di atas, bertujuan agar memudahkan bagi para pembaca untuk membaca penelitian dengan judul Analisis Semiotika Postingan Terkait Pemberitaan Vaksin Sinovac Covid 19 di Media Sosial Instagram Presiden Joko Widodo.

F. Kajian Terdahulu

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang telah peneliti baca, terdapat beberapa skripsi, thesis dan jurnal yang beragam dalam membahas pembahasan yang hampir sama seperti penelitian peneliti. Berikut peneliti telah merangkum dan menarik kesimpulan dari beberapa hasil penelitian yang akan dijadikan acuan dalam literatur ini:

Pertama, jurnal karya Seli Anita dan Alfitirana Purba yang berjudul “Analisis Semiotika Pesan Moral dalam Film JOKOWI” membahas tentang bagaimana pesan moral yang terkandung dan diteliti menggunakan analisis semiotika menganut teori Charles Sanders Peirce. Dalam jurnal ini sesuai dengan teori yg ada yakni menggunakan konsep (ikon, indeks dan simbol), dari penelitian tersebut dihasilkan bahwa dalam film tersebut mengandung pesan moral agar dapat dicontoh anak-anak agar memiliki sikap moral mulia seperti subjek dalam film.

Kedua, jurnal berjudul “Analisis Semiotika Struktural pada Iklan Top Coffee” karya Tri Pujiati membahas tentang analisis struktural pada iklan top coffee dengan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan adalah metode analisis isi dengan pisau analisis semiotika dari Charles Sanders Peirce (indeks, simbol dan ikon) dan Ferdinand De Saussure (tanda dan penanda). Indeks dalam penelitian ini merujuk pada 3 bungkus top coffee, tanda tangan Iwan Fals dan tanda seru

pada kemasan. Ikon dalam penelitian ini adalah Iwan Fals sebagai salah satu musisi legendaris Indonesia. Simbol yang terkandung dalam iklan tersebut adalah lambang wingsfood sebagai *company* dan logo MUI .

Ketiga, jurnal berjudul “Analisis Kajian Semiotika dalam Puisi Chairil Anwar Menggunakan Teori Charles Sanders Peirce” karya Ika Sari Rahayu yang berisi tentang analisis semiotika agar mengetahui makna tanda dari puisi puisi indah karya Chairil Anwar yang terkenal memiliki ciri bahasa kiasan yang khas. Metode yang digunakan dalam tulisan ini adalah deskriptif kualitatif. Objek yang dikaji dalam penelitian ini adalah puisi Chairil Anwar yang berjudul “Derai-Derai Cemara”, “Pada Sebuah Kamar”, “Yang Terampas dan Yang putus”. Penelitian ini menghasilkan bahwa sebagian besar teks puisi merupakan indeks, sebagian kecil teks puisi merupakan ikon dan terdapat teks merupakan simbol.

Keempat, skripsi berjudul “Branding Calon Presiden Melalui Media Sosial Instagram dalam Menarik Pemilih Millennial pada Pilpres 2019 (Analisis Semiotika pada Akun Instagram @jokowi Postingan Tanggal 19 April 2018-04 April 2019). Skripsi karya mahasiswa komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) bernama Imaduddin ini melakukan penelitian semiotika menggunakan pisau analisis Roland Barthes. Namun yang dilihat dari teori ini tidak hanya menggunakan tanda dan petanda, melainkan juga diperhatikan konstruksi dan isi dari konten objek.

Tabel 1.1 Persamaan & perbedaan penelitian

No	Penulis	Perbedaan	Persamaan
1	Seli Anita dan Alfitriana Purba	Jurnal ini membahas analisis semiotika menggunakan teori	Penelitian yang membahas analisis isi

		Charles Sanders Pierce dengan konsep (ikon, indeks, simbol). Objek penelitian dalam jurnal ini menggunakan film	teks media bagian analisis semiotika.
2	Tri Pujiati	Penelitian ini menggunakan teori ganda yakni Charles Sanders Pierce dan dan Ferdinand De Saussure. Objek penelitian menggunakan iklan.	Penelitian yang membahas analisis isi teks media bagian analisis semiotika, serta menggunakan konsep teori Ferdinand De Saussure.
3	Ika Sari Rahayu	Penelitian ini menggunakan teori analisis semiotika Charles Sanders Pierce dengan objek penelitian puisi-puisi Chairil Anwar.	Penelitian ini membahas analisis isi teks media bagian analisis semiotika
4	Imaduddin	Penelitian ini menggunakan objek penelitian postingan	Penelitian yang membahas analisis isi teks media bagian analisis semiotika.

		instagram namun dari teori Roland Barthes	Objek yang digunakan adalah postingan instagram.
--	--	---	--

G. Kajian Pustaka

1. Semiotika

a. Pengertian Semiotika

Secara etimologis, istilah semiotika berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti “tanda”. Tanda itu diartikan sebagai sesuatu dasar yang sudah terbangun sebelumnya, dan dapat mewakili sesuatu yang lain.²⁶

Secara terminologis, semiotik dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari lingkupan objek yang luas, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda mengartikan semiotika sebagai “ilmu tanda dan segala yang berhubungan dengannya, cara berfungsinya, hubungannya dengan kata lain, pengirimannya dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunkannya.”²⁷

Pengertian semiotika menurut para ahli seperti Dick Hartoko memberi batasan, semiotika adalah bagaimana karya itu dapat ditafsirkan oleh para pengamat dan masyarakat melewati tanda-tanda atau lambang. Kemudian batasan yang lebih jelas dikemukakan oleh Preminger, menurutnya bahwa semiotik adalah ilmu tentang tanda tanda. Ilmu ini menganggap bahwa fenomena sosial atau masyarakat dan kebudayaan itu merupakan

²⁶Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika dan Analisis Framing* (Bandung: Rosda, 2001),95-96.

²⁷Ibid.,96.

tanda-tanda. Semiotika itu mempelajari sistem-sistem, aturan-aturan, konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda-tanda tersebut memiliki arti.²⁸

Menurut Barthes, semiotika atau semiologi pada dasarnya mempelajari tentang kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*).²⁹

Menurut Peirce, apapun menjadi tanda. Tidak hanya benda fisik, pemikiran pun bisa menjadi tanda. Apapun dapat menjadi tanda jika berfungsi sebagai tanda yang merepresentasikan objek dan menentukan interpretan. Objek yang sama dapat berfungsi menjadi tanda yang berbeda. Karena sebuah objek dapat diidentifikasi bermakna sesuai dengan fungsi dan konteksnya.³⁰ *Something which stands to somebody for something in some respect or capability.*³¹

Objek dikatakan berfungsi sebagai tanda, dapat dilihat dalam dua hal:

- 1) Objek dalam waktu dan tempat, secara aktual berfungsi sebagai tanda.
- 2) Objek secara khusus berfungsi sebagai tanda dalam konteksnya.

Menurut Fiske, terdapat 3 hal penting dalam memahami semiotika yaitu:

- 1) Tanda itu sendiri. Sebuah tanda memiliki pemahaman yang beragam sesuai dengan orang-orang yang menggunakannya.
- 2) Kode atau sistem dimana lambang-lambang disusun. Studi ini meliputi bagaimana beragam kode yang berbeda dibangun untuk mempertemukan dengan kebutuhan masyarakat dalam sebuah kebudayaan.

²⁸Ibid.,96.

²⁹Ibid.,16.

³⁰Tri pujiati,"Analisis Semiotika Struktural pada Iklan Top Coffee," *Jurnal Sasindo Unpam*, 3, No.3 (Desember, 2015):4, <http://dx.doi.org/10.32493/sasindo.v3i3.%25p>.

³¹Rini fitria,"Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Dalam Iklan Kampanye Pasangan Calon Gubernur dan wakil gubernur provinsi Bengkulu tahun 2015," *Manhaj*, 1, No.1 (Januari, 2017):44, <http://dx.doi.org/10.1161/mhj.v5i1.698>.

3) Kebudayaan dimana lambang itu beroperasi.³²

b. Macam Macam Semiotika

Terdapat 9 macam macam semiotika yang dikenal saat ini. Yakni:

- 1) Semiotika analitik yakni semiotika yang menganalisis sistem tanda. Peirce menyatakan bahwa semiotika berobjekkan tanda dan menganalisisnya menjadi ide, objek dan makna. Ide dapat dikatakan sebagai lambang, sedangkan makna adalah beban yang terdapat dalam lambang yang mengacu pada objek tertentu.
- 2) Semiotika deskriptif yakni semiotika yang memperhatikan sistem tanda yang dapat kita alami sekarang, meskipun ada tanda yang sejak dahulu tetap disaksikan seperti sekarang. Misalnya langit yang mendung menandakan bahwa hujan tidak akan lama lagi. Sejak dulu hingga sekarang tetap seperti itu.
- 3) Semiotika faunal (*zoosemiotic*) yakni semiotika yang khusus memperhatikan sistem tanda pada hewan. Hewan biasanya menghasilkan tanda untuk berkomunikasi antara sesamanya, tetapi juga sering menghasilkan tanda yang dapat ditafsirkan manusia.
- 4) Semiotika kultural yakni semiotika yang khusus menelaah sistem tanda yang berlaku dalam kebudayaan masyarakat tertentu. Seperti yang sudah kita ketahui, manusia memiliki sistem budaya tertentu yang telah diturunkan secara turun menurun.
- 5) Semiotika naratif yakni semiotika yang menelaah sistem tanda dalam narasi yang berwujud mitos dan cerita lisan, ada diantaranya memiliki nilai kultural tinggi.

³²Tri pujiati, Iklan *Top Coffee*, 6.

- 6) Semiotika natural, yakni semiotika yang khusus menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh alam. Air sungai keruh menandakan di hulu telah turun hujan.
- 7) Semiotika normatif, yakni semiotika yang khusus menelaah sistem tanda yang dibuat oleh manusia yang berwujud norma-norma, misalnya rambu-rambu lalu lintas.
- 8) Semiotika sosial yakni semiotika yang khusus menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh manusia yang berwujud lambang, baik lambang berwujud kata maupun lambang berwujud kata dalam satuan yang disebut kalimat. Dengan kata lain, semiotika sosial menelaah sistem tanda yang terdapat dalam bahasa.
- 9) Semiotika struktural, yakni semiotika yang khusus menelaah sistem tanda yang dimanifestasikan melalui struktur bahasa.³³

c. Semiotika Ferdinand De Saussure

Semiotika atau semiologi dalam makna modern berangkat dari seorang ahli bahasa dari Swiss, Ferdinand De Saussure yang mengatakan bahwa linguistik hendaknya menjadi bagian suatu ilmu pengetahuan umum tentang tanda, yang disebut semiologi.³⁴ Pemikiran Ferdinand yang paling penting dalam semiotika adalah perspektifnya mengenai tanda.³⁵

Berdasarkan perspektif Ferdinand De Saussure, semiotika merupakan studi tentang tanda. Tentang hal menanda dan menandai. Ferdinand De Saussure membuat istilah penanda dengan *signifier* dan petanda sebagai *signified*. *Signifier* adalah gambar fisik secara nyata ketika menerima coretan baik yang ditulis, dibaca dan suara. Sedangkan *signified* adalah tanda yang merupakan arahan dari citra fisik yang merupakan rancangan

³³Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika dan Analisis Framing* (Bandung: Rosda, 2001), 100-102.

³⁴Ibid., 96.

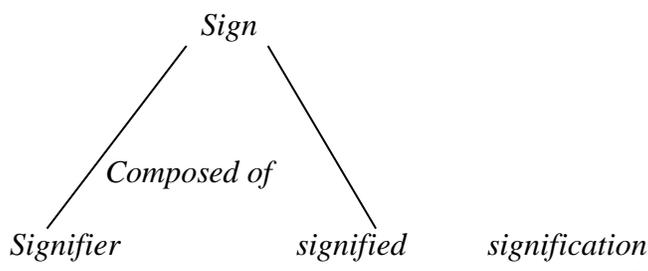
³⁵Ibid., 125.

dari psikologis (*mental concept*). Makna rancangan psikologis dikenal secara eksternal oleh anggota budaya dengan bahasa serupa.³⁶ Hubungan antara keberadaan fisik tanda dan konsep mental tersebut dinamakan *signification*. *Signification* adalah upaya dalam memberi makna terhadap dunia.³⁷

Hubungan antara *signifier* dan *signified* ini dibagi menjadi tiga yaitu:

- 1) Ikon adalah tanda yang memunculkan kembali benda atau realitas yang ditandainya, misalnya foto atau peta.
- 2) Indeks adalah tanda yang kehadirannya menunjukkan adanya hubungan dengan yang ditandai misalnya asap adalah indeks dari api.
- 3) Simbol adalah sebuah tanda dimana hubungan antara *signifier* dan *signified* semata-mata adalah masalah kesepakatan, peraturan dan kebudayaan.³⁸

Istilah *signifier* dan *signified* ini merupakan istilah yang sangat berhubungan satu sama lain yang jika diibaratkan yakni seperti kedua sisi kertas atau kedua sisi mata uang logam. Ferdinand De Saussure mengimplementasikan kedalam sebuah konsep teori agar mudah dipahami sebagai berikut :



³⁶Imaduddin, "Branding Calon Presiden Melalui Media Sosial Instagram dalam Menarik Pemilih Milenial pada Pilpres 2019," (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang, Malang, 2021):41.

³⁷Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika dan Analisis Framing* (Bandung: Rosda, 2001), 125.

³⁸Ibid., 126.

(*physical* (*mental* *externalreality* *Existence*
concept) *ofmeaning*
ofthesign)

Sumber: John Fiske, *Introduction To Communication Studies*, 1990, 44.

Pada dasarnya, yang disebut penanda dan petanda ini adalah produk kultural. Hubungan antara ini bersifat arbitrer dan hanya berdasarkan kultur dari bahasa itu sendiri.³⁹ Jadi, sebuah tanda bisa dikatakan tanda jika tanda tersebut jika ditafsirkan berhubungan dengan kultural yang ada.

Ferdinand De Saussure memberi definisi dua metode dalam mengubah tanda dalam organisasi menjadi kode. **Pertama** dengan paradigma. Suatu paradigma dapat menjadi sekumpulan tanda jika dimana jika salah satu tanda yang dimanfaatkan ialah tanda yang terpilih dari sekumpulan tanda. **Kedua** dengan sintagma. Sintagma adalah pesan yang merupakan campuran dari tanda tanda yang akan dipilih. Sebuah kode memiliki banyak atau hanya satu unit tanda. Untuk mempermudah dalam menentukan tanda, Saussure sudah mempermudah dengan cara membagikan 2 rumus cara menyusun tanda menjadi kode:

1) **Paradigmatik**

Yaitu sekumpulan tanda terdiri didalamnya dipilih salah satu dan dimanfaatkan. Contohnya sekumpulan bentuk persegi untuk rambu lalu lintas adalah bentuk untuk paradigma. Melalui paradigma ini, sekumpulan simbol dapat bekerja didalamnya.

2) **Sintagmatik**

³⁹Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika dan Analisis Framing* (Bandung: Rosda, 2001), 125.

Yakni pesan yang terdiri berdasarkan campuran tanda yang dipilih. Contohnya, rambu lalu lintas ialah sintagma. Dengan hal tersebut, dikarenakan kombinasi dari bentuk yang dipilih dan simbol dipilih. Kosakata merupakan perumpamaan lain dalam bahasa, paradigma serta kalimat ialah sintagma.⁴⁰

2. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Media dalam kamus besar bahasa Indonesia “mempunyai arti alat (sarana) komunikasi seperti koran, radio, televisi, film, poster, dan spanduk”. Menurut Cangara berpendapat bahwa “media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak”.⁴¹ Jadi media ini adalah sebuah sarana atau perantara keefektifan sebuah pesan yang disampaikan seorang komunikator kepada komunikan. Kadar keefektifan sebuah pesan bergantung pada media yang digunakan. Apakah media tersebut memiliki efisiensi yang baik dalam penyampaian pesan kepada objeknya.

Media Sosial (*Social media*) adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain: whatsapp, *BBM*, facebook, youtube, twitter, wikipedia, blog, dan lain-lain.

Definisi lain dari media sosial juga di jelaskan oleh Mandibergh bahwa media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama diantara pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated content*). Meike dan Young mengartikan kata media sosial sebagai

⁴⁰Ibid.,42.

⁴¹Ike Atikah Ratnamulyani dan Beddy Iriawan Maksudi, “Peran Media Sosial Salam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula di Kalangan Pelajar di Kabupaten Bogor,” *Jurnal Ilmu Soshum* 2, no .2 (2018):155, <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v20i2.13965>.

konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be shared one-to-one*) dan media public untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada batas individu.⁴²

Menurut Antony Mayfield social media adalah media dimana penggunanya dengan mudah berpartisipasi di dalamnya, berbagi dan menciptakan pesan, termasuk blog, jejaring sosial, wiki/ensiklopedia online, forum-forum maya, termasuk *virtual worlds* (dengan avatar dan karakter 3D).⁴³

Sedangkan menurut Boyd, media sosial merupakan sekumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan *user generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh penggunanya.⁴⁴

b. Peran Media Sosial

Media sosial secara garis berperan sebagai alat atau medium untuk menghubungkan antara komunikator dan komunikan ataupun publik agar komunikasi berjalan efektif. Selain itu terdapat beberapa peran yang lebih spesifik yakni:

1) Interaksi Sosial

Dalam dunia komunikasi, media sosial berfungsi sebagai interaksi sosial untuk membangun suatu hubungan atau relasi dengan individu lain. Media sosial

⁴²Meutia Puspita Sari, "Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa FISIP Universitas Riau" *JOM FISIP*, 4, No.2 (Oktober, 2017):5.

⁴³Fahlepi Roma Doni "Perilaku Penggunaan Media Sosial Pada Kalangan Remaja," *Indonesian Jurnal Of Social Engineering*, 3, No.2 (2017): 16, <https://doi.org/10.31294/ijse.v3i2.2816>.

⁴⁴Ike Atikah Ratnamulyani dan Beddy Iriawan Maksudi, "Peran Media Sosial Salam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula di Kalangan Pelajar di Kabupaten Bogor," *Jurnal Ilmu Soshum* 2, no .2 (2018):154-161, <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v20i2.13965>.

mempermudah kita untuk menjalin komunikasi dengan jarak jauh, dan berinteraksi dimanapun kita berada.

2) Hiburan

Media sosial yang mempunyai banyak macam jenis, tentunya dari salah satu jenis tersebut berisikan konten-konten yang tentunya untuk menghibur diri kita. Jenis media sosial yang bertujuan menghibur seperti youtube, instagram dan tiktok.

3) Informasi

Media sosial dapat dijadikan sarana untuk berbagi informasi dan menerima informasi, tentunya dapat menjadi sumber pengetahuan bagi diri.

4) Kreativitas

Banyak macam jenis media sosial yang membuat pengguna dapat menunggah berbagai kreatifitas, berupa editing video yang dapat diunggah di youtube, foto yang dapat diunggah dalam mediasosial instagram, atau tulisan seperti *quote*, artikel yang dapat dituangkan dalam blog.⁴⁵

⁴⁵Husnul Khatimah, "Posisi dan Peran Media dalam Kehidupan Masyarakat," *Tasamuh Journal UIN Mataram*, 16, No.1(Desember, 2018):133-134, <https://doi.org/10.20414/tasamuh.v16i1.548>.