

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan sesuatu yang tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari setiap individu. Karena pada hakikatnya manusia merupakan makhluk sosial yang perlu melakukan interaksi antara satu dengan yang lainnya. Dalam setiap aspek kehidupan komunikasi sangat dibutuhkan baik dalam ruang lingkup keluarga, pendidikan, dan masyarakat. Maka dengan hal itu komunikasi merupakan hal yang sangat penting bagi kehidupan manusia. Komunikasi yang dilakukan tersebut dapat diartikan sebagai sebuah interaksi antar pribadi melalui suatu pertukaran simbol linguistik baik secara verbal ataupun non-verbal. Secara verbal bisa menggunakan tulisan atau lisan dan secara non-verbal bisa menggunakan simbol-simbol seperti bahasa isyarat, bahasa tubuh, ataupun bisa berupa gambar.¹ Secara garis besar pola komunikasi terjadi dari seorang yang menyampaikan sebuah informasi atau pesan yang disebut komunikator, kepada seseorang yang menerima pesan yang disebut komunikan.

Shanon dan Weaver merupakan tokoh dunia memberikan definisi *“komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja, tidak terbatas bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal tapi juga dalam bentuk ekspresi muka, lukisan dan teknologi”*. Dari definisi tersebut jelas bahwa komunikasi tidak hanya disampaikan melalui lisan ataupun tulisan. Komunikasi bisa juga terdapat dalam hal-hal yang mungkin tidak disadari seperti pada karya seperti gambar, teknologi, juga bisa berupa video. Karena sejatinya orang menciptakan sebuah

¹ Charles R. Berger, Michael E. Roloff, David R. Roskos, *Bahasa dan Komunikasi*, (Wadsworth: Nusa Media, 2011), 1-2.

karya pasti ada maksud dan tujuan tertentu dan karya tersebut pasti memiliki makna yang terkandung di dalamnya.²

Pengertian dari komunikasi massa adalah proses di mana organisasi media membuat dan menyebarkan pesan kepada khalayak. Organisasi media tersebut menyebarluaskan pesan yang akan memengaruhi dan mencerminkan kebudayaan suatu masyarakat dan informasi tersebut akan dihadirkan serentak pada khalayak luas.³ Kecanggihan teknologi pada saat ini menjadi salah satu cara untuk memudahkan dalam menyampaikan informasi pada seluruh khalayak dari segala penjuru. Contoh komunikasi massa adalah berita di media online, siaran di radio dan televisi. Namun tidak hanya itu tayangan-tayangan dari berbagai media sosial baik berupa visual ataupun audio visual juga bisa dikatakan sebagai komunikasi massa. Seperti video di media sosial yang bermaksud menyampaikan sesuatu kepada para penontonya.

Video bisa dikatakan sebagai sebuah komunikasi massa, di era teknologi yang sudah sangat berkembang ini video-video tersebut dapat diakses dalam sebuah aplikasi bernama “*YouTube*”. Ada banyak tayangan-tayangan yang ada dalam aplikasi tersebut dan tidak bisa dipungkiri bahwa tayangan-tayangan yang ada di dalamnya memiliki pesan yang akan disampaikan kepada khalayak, dan masyarakat memberikan *feedback* dari video yang sudah ditayangkan tersebut. Seperti perilaku dan gaya hidup masyarakat yang banyak dipengaruhi dari tayangan-tayangan yang mereka saksikan. Banyak sekali informasi atau pesan yang disampaikan dalam konten-konten video di *YouTube*. dan hal tersebut memudahkan kehidupan masyarakat, karena tidak hanya mengandung hiburan tetapi juga terdapat banyak video edukasi yang ada dalam aplikasi *YouTube*.

² Ponco Dewi Karyaningsih, *Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta: Samudra Biru, 2018), 3.

³ Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Grasindo, 2016), 1-5.

YouTube merupakan sebuah aplikasi yang keberadaannya berawal dari sebuah ide tentang layanan video sharing atau berbagi video yang digagas oleh tiga pegawai Paypal. Ketiga orang tersebut, yaitu: *Chad Hurley*, *Steve Chen*, dan *Jawed Karim*. Ide mereka merupakan sebuah inspirasi yang mencerahkan namun bagaimanapun juga sebuah ide tanpa aksi maka akan percuma. Beruntungnya ketiga orang ini mulai menggarap ide tersebut di garasi milik *Chad Hurley*, mereka juga mulai memetakan strategi dan menyederhanakan proses sharing video. Pembuatan site *YouTube* dimulai bulan Februari 2005, dan versi beta nya diluncurkan pada Mei 2005. *YouTube* secara resmi diluncurkan pada Desember 2005. Tujuan awal dari *Youtube* sangatlah sederhana yaitu hanya untuk mendapatkan *traffic* dan pengunjung sebanyak mungkin. Tujuan selanjutnya yaitu membangun loyalitas terhadap para pengunjung *YouTube*. Dalam kurun waktu yang sekejap, *traffic YouTube* meningkat pesat dan menjadi website video dan film pendek terfavorit. sejarah *YouTube* terus berkembang seiring zaman dan pastinya perkembangan *YouTube* akan semakin pesat kedepannya.⁴

Siapa saja bisa mengakses *YouTube* bahkan siapa saja juga bisa menjadi kreator *YouTube*. Karena syarat menjadi seorang *Youtuber* tidak sulit, cukup dengan membuat akun *YouTube* menggunakan email maka kita sudah bisa mengunggah apapun konten yang ingin diunggah. Tidak hanya itu, berbagai aspek kehidupan pasti mengikuti perkembangan zaman dan ikut memanfaatkan media-media yang memang menjadi *trend* untuk digunakan saat ini. Salah satunya dalam dunia pendidikan *YouTube* menjadi sarana atau media pembelajaran terbaru. Untuk menjadikan para pelajar lebih tertarik dan semangat belajar. Para pengajar memanfaatkan *YouTube* menjadi media belajar, baik hanya sebagai penonton atau

⁴ Kuku Prakoso, *Lebih Kreatif dengan YouTube*, (Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET, 2009), 2-5.

sebagai kreator dalam sebuah akun *YouTube*. Meskipun *YouTube* menjadi sarana baru dalam dunia pendidikan, namun pada dasarnya khalayak masih menggunakan *YouTube* sebagai sarana hiburan atau penghilang rasa bosan, dan setiap orang pasti berbeda dalam memilih konten ataupun *Youtuber* yang disukainya.

Hal tersebut dapat terlihat dari data penonton konten tayangan-tayangan *YouTube*. Jumlah pengguna aktif *YouTube* di kuartal I/2023 meningkat 9,17% dibandingkan periode sebelumnya. Berdasarkan laporan *We Are Social* dan *Hootsuite* ada 2,51 miliar pengguna *YouTube* di seluruh dunia pada Januari 2023. Namun, jumlah platform berbagi video itu justru menurun 1,9% dibandingkan Januari 2022. Sedangkan untuk Indonesia sendiri merupakan peringkat keempat dunia dari hasil data laporan *We Are Social* dengan jumlah 139 juta pengguna aktif dengan per-Januari 2023.⁵

Pada hakikatnya memanfaatkan *YouTube* tidak hanya mendatangkan manfaat bagi penonton tapi juga bagi pembuat konten. Banyaknya *subscriber* (orang yang berlangganan atau mengikuti) dan banyaknya *viewers* (penonton) menjadi peninjau banyaknya keuntungan yang akan dihasilkan oleh sang *creator* atau pemilik *channel*. Banyak *channel YouTube* yang hanya memikirkan kepentingan pribadinya dengan menayangkan konten yang akan banyak diminati tanpa memikirkan isi konten tersebut. Berbicara konten *YouTube* ada banyak sekali konten *YouTube* yang tidak berguna, namun juga ada konten *YouTube* yang tidak hanya menguntungkan sang kreator tapi juga berguna bagi masyarakat banyak. Bahkan juga bermanfaat bagi bangsa dan negara Indonesia seperti halnya pada

⁵Shilvina Widi, *Pengguna Youtube di Dunia Capai 2,41 Miliar Pada Kuartal II/2022*, <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-youtube-di-dunia-capai-241-miliar-pada-kuartal-ii2022> (Pada Tanggal 17 Oktober 2022).

channel YouTube Alffy Rev.

Channel YouTube Alffy Rev merupakan *Channel* milik *YouTuber* bernama lengkap Awwalur Rizqi Al-firori yang dikenal sebagai Alffy Rev Lahir di Trawas, Mojokerto, Jawa Timur, Indonesia. Alffy Rev bukan hanya seorang *YouTuber* tapi dia juga sebagai seorang musisi, komposer, produser rekaman, dan sinematografer.⁶ Banyak karya-karya yang dihasilkannya dan karya yang paling terkenal dunia khususnya di Indonesia adalah “Wonderland Indonesia I”. Dalam video Wonderland Indonesia I terdapat tayangan yang mengangkat tentang seluruh lagu daerah, tarian daerah, dan pakaian adat masing-masing daerah dalam negara Indonesia. Hal tersebut menunjukkan kepada dunia bahwa negara Indonesia memiliki keragaman yang sangat indah dan mempesona. Juga video tersebut menampilkan keindahan alam dan pemandangan Indonesia layaknya sebuah negeri dongeng.

Penelitian ini penting untuk mengungkap makna penting yang terkandung di dalamnya agar tidak timbul kesalah pahaman dalam mengartikannya. Penelitian ini menggunakan analisis semiotika, karena di dalam video tersebut terdapat berbagai unsur yang memiliki makna mulai dari pakaian yang dipakai, lagu yang digunakan, dan elemen-elemen penunjang lainnya. Semua itu memiliki makna yang seharusnya dapat diartikan oleh khalayak agar tidak menimbulkan kesalahan persepsi dan komentar negatif.

Maka dari itu analisis semiotika adalah metode paling tepat untuk meneliti permasalahan seperti ini. Karena dalam metode semiotik ini melakukan pengamatan secara menyeluruh dalam objek yang akan diamati mulai dari isi, cara penyajiannya, ataupun istilah-istilah yang digunakan dalam objek penelitian. Bisa

⁶ Dimma, *Alffy Rev*, diakses dari https://id.m.wikipedia.org/wiki/Alffy_Rev (Pada Tanggal 23Maret 2022).

berupa makna dari kostum yang digunakannya, nyanyian, tarian, dan elemen lainnya yang mengandung makna di dalamnya.

Kolerasi penelitian ini dengan kehidupan sosial yaitu keberadaan budaya Indonesia yang sudah hampir dilupakan karena generasi muda lebih tertarik dengan budaya asing. Tidak hanya dalam budaya, tetapi juga gaya hidup. Mereka lebih condong meniru gaya hidup negara lain yang mereka minati, sehingga budaya dan adat dalam Indonesia akan dilupakan dan akan musnah dari ingatan setiap orang jika hal seperti itu terus terjadi. Hal itu terjadi karena Rasa bangga dan kepedulian melestarikan budaya kurang tertanam di generasi muda Indonesia saat ini. Minat mereka untuk memperlajarnya kurang, mereka lebih tertarik belajar kebudayaan asing. Salah satu faktor penyebabnya juga yaitu kurangnya informasi kekayaan yang dimiliki Bangsa Indonesia.

Namun pada kenyataannya Indonesia merupakan negara yang memiliki keindahan. Indonesia merupakan negara yang sangat beragam dan keberagaman itu yang menunjukkan keindahan negara Indonesia, baik dari budaya, bahasa, tarian, pakaian bahkan tempat-tempat indah dalam setiap daerahnya dan hal tersebut harus dilestarikan. Untuk memberikan pemahaman kepada generasi muda video dengan judul "Wonderland Indonesia" dari alffy Rev ini diciptakan. Video tersebut menunjukkan tentang keindahan Indonesia bak dunia dongeng. Benar saja video berdurasi 10 menit 53 detik ini mendapatkan apresiasi dari berbagai kalangan khususnya generasi muda di Indonesia. Hal tersebut bisa dilihat dari jumlah penonton yang tembus sampai 53.207.391 *viewers*, 3,5 jt *likes*, dan 246 rb *coment* per-Agustus 2023. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa generasi muda mulai sadar dan minat terhadap keragaman dan keindahan budaya negara Indonesia. Sehingga hal itu menumbuhkan semangat dalam jiwa kaum milenial di

Indonesia untuk melestarikan, untuk menjaga, dan untuk merawat kebudayaan, kekayaan dan keindahan alam Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Konteks Penelitian yang diuraikan terkait pesan – pesan komunikasi yang ada dalam tayangan “Wonderland Indonesia I” dalam *channel* Youtube “Alffy rev”, maka fokus penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Apa saja pesan komunikasi yang terkandung dalam tayangan “Wonderland Indonesia I” pada channel Youtube Alffy Rev?
2. Bagaimana tanggapan dan respon khalayak terhadap pesan, isi, dan secara keseluruhan yang ada dalam tayangan “Wonderland Indonesia I” karya Alffy Rev?
3. Bagaimana Representasi Citra Indonesia dalam tayangan “Wonderland Indonesia I” karya Alffy Rev?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Konteks Penelitian di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan pesan komunikasi yang terkandung dalam tayangan “Wonderland Indonesia I” pada *Channel* Youtube Alffy Rev.
2. Untuk menganalisis respon khalayak terhadap pesan, isi, dan secara keseluruhan yang ada dalam tayangan “Wonderland Indonesia I” karya Alffy Rev.
3. Untuk menjelaskan Representasi Citra Indonesia dalam tayangan “Wonderland Indonesia I” karya Alffy Rev.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan atau manfaat dari adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Kegunaan penelitian ini dari segi teoritis adalah dapat memberikan wawasan pengetahuan kepada para content creator lain agar bisa memberikan tayangan yang bermanfaat dan bukan hanya untuk kepentingan pribadi. Memberikan kajian tentang kebudayaan Indonesia melalui media yang semakin berkembang terutama bagi generasi muda. Data yang ditemukan diharapkan bisa menjadi penemuan – penemuan baru tentang pesan komunikasi yang terkandung dalam konten youtube lainnya, serta bisa mengetahui penggambaran Indonesia hanya dengan satu video dan memanfaatkan *platform* media sosial youtube.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, bisa menambah wawasan pengetahuan tentang konten Wonderland Indonesia I yang memiliki banyak pesan komunikasi tentang representasi citra Indonesia, serta sebagai tugas akhir perkuliahan.
- b. Bagi peneliti berikutnya, penelitian ini bisa menjadi acuan atau referensi untuk penelitian selanjutnya tentang kandungan pesan yang ada dalam tayangan “Wonderland Indonesia II” atau tayangan lainnya.
- c. Bagi Alfyy Rev sebagai *Content creator*, penelitian ini bisa menjadi masukan untuk membuat inovasi lebih baik lagi terkait representasi citra Indonesia dalam karya- karya selanjutnya.
- d. Bagi khalayak umum, penelitian ini bisa menjadi sebuah pengetahuan baru tentang makna atau pesan yang sebenarnya dalam tayangan

tersebut sekaligus klarifikasi atas isu – isu kurang baik dari tayangan Wonderland Indonesia I karya Alfyy Rev.

E. Definisi Istilah

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa istilah yang perlu didefinisikan, agar pembaca dapat memahami makna istilah yang digunakan. Definisi istilah digunakan untuk menghindari perbedaan pengertian atau pemahaman terhadap istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini. Sehingga pembaca dapat memiliki persepsi yang sama dengan penulis. Definisi-definisi dalam penelitian ini adalah:

1. Representasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Representasi adalah perbuatan yang mewakili atau sebuah keadaan yang mewakili.⁷

Dalam penelitian ini yang dimaksud Representasi adalah proses untuk mengungkapkan sebuah informasi penting baik dalam bentuk tulisan ataupun lisan. Sehingga akan membantu kepada suatu hal yang diungkapkan untuk menciptakan tindakan yang tepat. Jadi di dalam penelitian Representasi tersebut dapat dilihat dari keseluruhan isi konten untuk memberikan sebuah informasi kepada khalayak tentang kearifan lokal di Indonesia.

2. Analisis

Analisis merupakan proses pengamatan suatu aktivitas objek dengan cara mendeskripsikan komposisi objek dan menyusun kembali komponen-komponennya untuk dikaji atau dipelajari secara detail. Kata analisis berasal dari bahasa Yunani Kuno yang memiliki arti "memecahkan" atau "menguraikan" dari

⁷ KBBI edisi III.

dua kata *ana*- "naik, menyeluruh" dan *lysis* "melonggarkan".⁸

Maksud dari analisis dalam penelitian ini adalah ketika peneliti mencoba melakukan langkah-langkah dari proses analisis. Seperti mengamati terlebih dahulu tayangan Wonderland Indonesia I, kemudian menelaah dan mengkajinya secara lebih mendalam untuk mendapatkan hasil yang bisa dipahami oleh khalayak umum.

3. Semiotika

Semiotika adalah sebuah metode analisis dan disiplin ilmu yang digunakan untuk mengkaji tanda-tanda pada suatu objek untuk mengetahui makna yang terkandung dalam objek tersebut. Semiotika berasal dari bahasa Yunani "*Semeion*", yang berarti tanda. Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda (*sign*). Nama lain semiotika adalah *semiology*. Keduanya memiliki arti yang sama, yaitu sebagai ilmu tentang tanda.⁹

Dalam penelitian ini semiotika berfungsi untuk mengungkap sebuah makna yang terkandung di dalam tanda atau simbol yang ditampilkan dalam sebuah tayangan. Banyak elemen dan adegan yang ada pada Wonderland Indonesia I yang mengandung makna tersirat yang harus diungkapkan melalui semiotika ini.

4. Komunikasi

Komunikasi yaitu sebuah proses dimana seseorang atau beberapa orang, kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain. Komunikasi tersebut bisa berbentuk komunikasi verbal atau komunikasi NonVerbal.¹⁰

Komunikasi merupakan hal yang sangat penting bagi kehidupan sehari-

⁸ KBBi edisi III.

⁹ Alex Sobur, *Analisis Teks Media* (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2015), 95.

¹⁰ KBBi edisi III.

hari Komunikasi adalah proses interaksi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dengan proses pertukaran pesan. Secara garis besar sistem komunikasi adalah penyampaian pesan dari komunikator (sumber/pembicara) kepada komunikan (*audiens*/pendengar). Dalam penelitian ini komunikasi yang digunakan berupa komunikasi satu arah. Namun jika penonton memberikan tanggapan terhadap tayangan tersebut berbentuk apapun maka komunikasi yang digunakan bisa menjadi komunikasi dua arah.

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu pertama dilakukan oleh Margaretta Maruti Anugrahanti (2020) dalam skripsi jurusan ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan politik universitas atma jaya Yogyakarta, dengan judul “*Representasi Transgender di Youtube (Analisis Semiotika Tayangan Vlog Stasya Bwarlele di Channel Youtube)*”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan sumber data berupa tayangan *vlog* stasya bwarlele di youtube, dan data dalam penelitian ini berupa representasi dalam konten Youtube dengan menggunakan teknik analisis semiotika. Penelitian ini berisi tentang bagaimana kehidupan seorang *transgender*, dan penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan kehidupan seorang *transgender* melalui *vlog* milik stasya bwarlele. Sesuatu yang akan dihasilkan dengan adanya penelitian ini adalah makna yang terkandung melalui sebuah tanda dari kebiasaan hidup seorang *transgender*.¹¹ Penelitian yang dilakukan oleh Margaretta Maruti Anugrahanti memiliki persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu dari aspek medianya sama-sama menggunakan media online youtube dan analisis nya sama yaitu menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Perbedaan yang

¹¹ Margaretta Maruti Anugrahanti, “Representasi Transgender di Youtube (Analisis Semiotika Tayangan Vlog Stasya Bwarlele di Channel Youtube)” (Skripsi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2020).

dilakukan oleh Margaretta Maruti Anugrahanti ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada objek dan hasil yang akan didapatkan. Dalam penelitian terdahulu tersebut mengkaji tentang arti dari kehidupan seorang *transgender*, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan mengkaji pesan komunikasi dari sebuah karya berupa video.

Penelitian terdahulu kedua, dilakukan oleh Maria Ulfah (2019) dalam skripsi jurusan ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas Bhayangkara Surabaya, dengan judul “*Analisis Semiotika Pesan Iklan Oppo “Call Me Ai : A Story Of The Expert” Di Youtube*”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan sumber data adalah *webseries* yang tayang di youtube, dan data dalam penelitian ini yaitu berupa pesan dari sebuah iklan. Penelitian milik Maria Ulfah ini bertujuan untuk mengkaji pesan iklan oppo yang tayang di youtube sehingga membuat minat para konsumen meningkat. Dalam penelitian tersebut berisi tentang iklan oppo yang tayang dalam sebuah *webseries* yang ditayangkan dalam sebuah channel di youtube. Sesuatu yang dihasilkan dari penelitian tersebut berupa makna dari setiap adegan di dalamnya yang berkaitan dengan penyebab meningkatnya minat konsumen terhadap sebuah merk *Smartphone*.¹² Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Maria Ulfah ini sama-sama menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes dan sama menggunakan tayangan dalam media youtube, pun sama hasil yang akan didapatkan yaitu pesan dari komunikasi dari sebuah adegan di dalam tayangan. Namun, perbedaannya terletak pada fokus penelitian jika dalam penelitian terdahulu tersebut hanya fokus pada pesan komunikasinya, maka pada penelitian yang akan dilakukan ini fokusnya lebih luas bukan hanya pesan apa yang ada di

¹² Maria Ulfah “Analisis Semiotika Pesan Iklan Oppo (Call Me Ai : A Story Of The Expert) Di Youtube” (Skripsi, Universitas Bhayangkara Surabaya, 2019).

dalamnya tapi apa tanggapan khalayak dan bagaimana pengaruhnya bagi negara Indonesia. Juga perbedaannya yaitu objek yang diteliti dalam penelitian terdahulu berupa *webseries* dan pada penelitian ini meneliti sebuah video musik.

Penelitian terdahulu ketiga, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Anisa Diniati dan Soraya Ratna Pratiwi (2018) fakultas industri kreatif, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis, dalam sebuah jurnal *Wacana* Volume 17 No. 1. Dengan judul "*Analisis Semiotika Citra Polisi dalam Film Pendek "Joni Sok Jagoan" di Youtube*". Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan sumber data Film Pendek di Youtube. Penelitian yang dilakukan oleh Anisa Diniati dan Soraya Ratna Pratiwi ini berisi tentang makna citra seorang polisi dalam sebuah film pendek. Tujuan dari adanya penelitian tersebut untuk mengetahui citra polisi yang ditampilkan melalui tanda atau pesan non-verbal tertentu dan hasil yang akan didapatkan dari penelitian ini yaitu menunjukkan sisi beda atau hal positif dari seorang polisi yang sering kali dianggap kurang profesional dan memiliki citra yang kurang baik.¹³ Persamaan penelitian terdahulu ini yaitu sama dengan dua penelitian terdahulu di atas, menggunakan media yang sama yaitu YouTube dan menggunakan pendekatan yang sama. Hanya saja dalam penelitian terdahulu ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu tentang jenis semiotika yang digunakan. Jika pada penelitian ini peneliti akan menggunakan semiotika Roland Barthes, maka pada penelitian terdahulu tersebut menggunakan semiotika Charles Sanders Peirce sebagai teknik analisisnya. Maka dari pemaparan dan perbandingan di atas dapat disimpulkan bahwa belum ada penelitian terdahulu yang sama persis dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, sehingga

¹³ Anisa Diniati, dan Soraya Ratna Pratiwi, "Analisis Semiotika Citra Polisi dalam Film Pendek (Joni Sok Jagoan) di Youtube". *Wacana*, Vol. 17, No. 1, (Juni, 2018).

penelitian ini penting untuk dilakukan.

G. Kajian Pustaka

1. Kajian Teoritis Tentang Semiotika

a. Pengertian Semiotika

Semiotika merupakan sesuatu yang sering didengar dalam modul analisis. Secara garis besar semiotika memiliki sebuah gagasan utama yaitu tanda dan simbol dalam bahasa dan mengungkapkan makna yang tersirat darinya. Menariknya adalah kata-kata atau sebuah tanda bisa menjadi sesuatu yang merepresentasikan aspek-aspek penting dari sebuah teori yang akan diuji.¹⁴ Semiotik sering diartikan sebagai ilmu tanda dan segala sesuatu yang berkaitan dengannya mulai dari cara penyampaianya, fungsinya, kolerasi dengan kata lain, dan bagaimana tanda tersebut sampai dan diterima oleh mereka yang menggunakannya.¹⁵

Istilah semiotika sendiri berasal dari bahasa Yunani yaitu “*semeion*” yang memiliki arti “tanda”. Tanda itu sendiri memiliki definisi sebagai sesuatu yang terbangun sebelumnya atas dasar konvensi sosial, dan bisa dianggap mewakili sesuatu yang lain. Dahulu tanda masih memiliki makna sesuatu yang menunjuk pada adanya sesuatu yang lain, seperti asap yang menandakan adanya api. Namun kemudian beberapa tokoh memberikan pandangannya tentang definisi semiotika dengan berdasar pada teori-teori yang sudah ada.¹⁶ Sedangkan secara spesifik semiotika komunikasi menekankan pada teori tentang produksi tanda dan salah satu diantaranya mengansumsikan enam faktor komunikasi, yaitu pengirim, penerima kode (sistem tanda), pesan, saluran komunikasi, dan acuan (hal yang

¹⁴ Lexy J Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), 279.

¹⁵ Bambang Mudjiyanto, dan Emilsyah Nur, “Semiotika dalam Metode Penelitian Komunikasi” *Jurnal Penelitian Komunikasi Informatika dan Media Massa (Pekommas)*, Vol. 16, No. 1 (April, 2013):73-75.

¹⁶ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, 95.

dibicarakan) serta memberikan tekanan pada teori tanda dan pemahamannya dalam sebuah konteks tertentu.¹⁷

Dick Hartoko memberi batasan semiotik yaitu bagaimana karya itu dapat ditafsirkan oleh para pengamat dan masyarakat melalui tanda-tanda atau lambang-lambang. Luxemburg, seperti dikutip Santosa memberikan pernyataan bahwa semiotik adalah sebuah ilmu yang secara sistematis mempelajari tanda dan lambang, sistem-sistemnya dan proses perlambangan.¹⁸

Para pakar susastra juga memberikan definisi semiotik berdasarkan disiplin ilmu yang ditekuninya. Dalam konteks Susastra, Teeuw memberi batasan semiotika adalah sebagai tanda sebagai tindak komunikasi. Kemudian ia menyempurnakan batasan semiotik itu sebagai “model sastra yang mempertanggungjawabkan semua faktor dan aspek hakiki untuk pemahaman gejala susastra sebagai alat komunikasi yang khas di dalam masyarakat mana pun”.¹⁹

Definisi yang lebih jelas dikemukakan oleh Preminger, menurutnya semiotik adalah ilmu tentang tanda-tanda. Ilmu ini menganggap bahwa fenomena sosial/masyarakat dan kebudayaan juga merupakan tanda-tanda. Semiotik mempelajari sistem-sistem, aturan-aturan, konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda-tanda tersebut mempunyai arti”.²⁰

Berdasarkan dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan, bahwa analisis semiotika merupakan pendekatan penelitian atau teknik analisis data yang digunakan untuk mengungkapkan sebuah makna atau pesan yang terkandung dalam suatu hal yang disampaikan melalui tanda atau simbol yang digunakan baik

¹⁷ Bambang Mudjiyanto, dan Emilsyah Nur, “Semiotika dalam Metode Penelitian Komunikasi”, 73-75.

¹⁸ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, 96.

¹⁹ Ibid, 96.

²⁰ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, 96-97.

secara lisan ataupun tulisan.

b. Macam – macam Semiotika

Semiotika memiliki pembagian dan ada banyak sekali macam semiotika berdasarkan dari objek yang ditelaah. Sekurang-kurangnya ada sembilan macam semiotika yang dikenal sekarang, antara lain; semiotika analitik, semiotika, deskriptif, semiotik faunal (zoosemiotic), semiotik kultural, semiotik naratif, semiotik natural, semiotik, normatif, semiotik sosial, dan semiotik struktural. Namun dalam penelitian ini macam semiotika yang digunakan adalah analisis kultural dan analisis naratif. Karena peneliti menganggap objek penelitian cocok dengan dua macam analisis tersebut.²¹

1) Semiotik Kultural

merupakan cara untuk menelaah sistem tanda yang berlaku dalam sebuah kebudayaan masyarakat tertentu. Kita bersama tahu bahwa di masing-masing daerah memiliki sistem kebudayaan yang sudah turun-temurun dipertahankan dan dihormati. Budaya tersebut merupakan sebuah sistem tanda yang memiliki makna atau pesan yang terkandung di dalamnya dan hal tersebut yang akan menjadi pembeda dengan masyarakat lainnya.

2) Semiotik Naratif

Semiotik ini sedikit berhubungan dengan semiotik kultural, karena di dalamnya menelaah sistem tanda dalam suatu narasi yang berwujud mitos dan cerita lisan (*folklore*). pada umumnya mitos dan cerita lisan mengandung nilai kultural yang tinggi.

Menggunakan dua semiotik di atas karena keduanya saling berkaitan, dan pengertian dari keduanya relevan dengan objek yang akan diteliti. Yaitu menelaah

²¹ Ibid, 100-101.

sesuatu yang berkaitan dengan kebudayaan dan mitos, dalam video Wonderland Indonesia I. Di dalamnya sangat kental dengan budaya-budaya yang ada di Indonesia, juga terdapat mitos-mitos yang dipercayai masyarakat masuk ke dalam tayangan video tersebut, dan butuh pemahaman lebih dalam untuk mengungkap maksud dari pesan di dalamnya. Sehingga semiotik kultural dan naratif memang sudah cocok dengan objek penelitian ini.

c. Bentuk – bentuk Analisis Semiotika

Selain sembilan macam semiotik di atas, semiotika juga memiliki bentuk-bentuk dalam segi cara dan objek menganalisisnya. Diantaranya analisis konten, analisis pembicaraan dan analisis wacana. Bentuk analisis semiotika yang digunakan dalam penelitian ini adalah bentuk analisis konten.

Analisis konten merupakan teknik analisis yang digunakan untuk referensi yang replikabel dan valid berdasarkan data pada konteksnya. Seorang peneliti akan mencari bentuk dan struktur serta pola yang beraturan dalam teks dan menjadikannya kesimpulan atas dasar keteraturan yang ditemukan itu.²² Berdasarkan penjelasan di atas peneliti meneliti penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika, karena analisis semiotika adalah metode paling tepat untuk meneliti permasalahan seperti ini. Dalam metode semiotik ini melakukan pengamatan secara menyeluruh dalam objek yang akan diamati mulai dari isi, cara penyajiannya, ataupun istilah-istilah yang digunakan. dalam objek penelitian ini bisa saja berupa makna dari segi kostum yang digunakan, nyanyian, tarian, dan elemen lainnya yang mengandung makna di dalamnya.

2. Kajian Teoritis Tentang Pesan Komunikasi

a. Pengertian Tentang Komunikasi

²² Lexy J Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, 279.

Jika berbicara komunikasi maka tidak akan lepas dari yang namanya pesan. Karena memang dalam sebuah struktur komunikasi pesan merupakan hal yang sangat penting, bahkan menjadi elemen pokok dalam sebuah komunikasi.

Kata komunikasi berasal dari bahasa latin *communis* yang berarti “sama”. Istilah pertama yang sering disebut sebagai asal kata komunikasi adalah *communis* dan merupakan akar dari kata-kata lainnya yang serupa. Komunikasi memberikan saran bahwa sesuatu pikiran, suatu makna, suatu pesan dianut secara bersama. Namun, definisi kontemporer menyarankan komunikasi merujuk pada cara berbagi hal-hal tersebut, misal dalam kalimat “kita berbagi pikiran”, “kita mendiskusikan makna”, dan “kita mengirimkan pesan.”²³

Secara umum pengertian komunikasi adalah proses interaksi. Jika dilihat dari sudut pandang biologi komunikasi dan berdasarkan hasil eksperimentasi yaitu kecenderungan untuk bertindak dengan upaya dari individu yang terlibat secara aktif dalam setiap aspek kehidupan manusia.²⁴ dalam mendefinisikan kata “komunikasi” memang mengalami kesulitan baik untuk kepentingan akademis ataupun penelitian. Hal tersebut dikarenakan kata kerja *to communicate* (berkomunikasi) sudah sangat pantas menjadi kosa kata yang sangat umum untuk digunakan, Sehingga sedikit sulit untuk memberikan pengertian pada kata tersebut. memberikan pengertian mutlak pada komunikasi merupakan hal sulit yang dilakukan bahkan juga kurang bermanfaat. Namun para ahli sudah berupaya untuk mendefinisikan pengertian komunikasi. Adapun pengertian komunikasi menurut para ahli adalah sebagai berikut:²⁵

Bernald Berelson & Gary A. Steiner:

²³ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: PT REMAJA ROSDA KARYA, 2008), 45-46.

²⁴ Zikri Fachrul Nurhadi, *Teori Komunikasi Kontemporer* (Jakarta: KENCANA, 2017), 1-2.

²⁵ Ahmad Sultra Rusta, dkk, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Sleman: DEEPUBLISH, 2017), 27-29.

“Komunikasi: transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol kata-kata, gambar, figure, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi.”²⁶

Harold Lasswell:

“*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect*” atau siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana.²⁷

Setelah beberapa definisi komunikasi dipaparkan di atas komunikasi juga memiliki pengertian lain berdasarkan bidang yang memang memakainya. antara lain komunikasi sebagai ilmu, komunikasi sebagai penelitian, dan komunikasi sebagai keterampilan. Yang relevan dengan penelitian ini adalah jenis komunikasi yang bersifat penelitian. Adapun yang sering dikenal dalam Komunikasi sebagai penelitian yaitu Paradigma dalam komunikasi yang terdiri dari tiga paradigma; yakni paradigma konstruksionis (Max Weber), paradigma kritis (Karl Max), dan paradigma klasik atau objektivis (Emile Durkheim). dan paradigma yang cocok untuk meneliti fenomena komunikasi masyarakat Asia adalah paradigma fenomenologis (konstruksionis) yang proses penelitiannya bersifat induktif alih alih deduktif.²⁸

b. Tiga Konseptualisasi Komunikasi

Berdasarkan apa yang dikemukakan John R. Wenburg dan William W. Wilmot juga Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken. Ada tiga kerangka pemahaman tentang komunikasi; antara lain Komunikasi sebagai tindakan satu-

²⁶ Ahmad Sultra Rusta, dkk, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 27-29.

²⁷ Ibid.

²⁸ Faris Hamid, dkk, *Ilmu Komunikasi Sekarang dan Tantangan Masa Depan* (Jakarta: KENCANA, 2011), 6-11.

arah, komunikasi sebagai interaksi, dan komunikasi sebagai transaksi. Dimana pada penelitian kali ini dalam objek penelitian lebih menggunakan konseptualisasi komunikasi sebagai interaksi. yang artinya dalam pandangan ini menganggap komunikasi merupakan sesuatu proses sebab – akibat atau aksi – reaksi, yang arahnya bergantian. Dimana seseorang menyampaikan pesan baik secara verbal atau non-verbal dan penerima pesan memberikan respon. Hal penting dalam pandangan komunikasi ini adalah kedua pihak memiliki yang tidak sama, jika satunya menjadi komunikator (pengirim) maka satunya harus menjadi komunikan (penerima). Tokoh dari pandangan komunikasi ini adalah Wilbur Schramm.²⁹

Secara ringkas, proses berlangsungnya komunikasi bisa digambarkan seperti berikut:³⁰

- 1) Komunikator (*sender*) yang mempunyai maksud berkomunikasi dengan orang lain mengirimkan suatu pesan kepada orang yang dimaksud. Pesan yang disampaikan itu bisa berupa informasi dalam bentuk bahasa ataupun lewat simbol-simbol yang bisa dimengerti kedua pihak.
- 2) Pesan (*message*) itu disampaikan atau dibawa melalui suatu media atau saluran baik secara langsung maupun tidak langsung. Contohnya berbicara langsung melalui telepon, surat, e-mail, atau media lainnya.
- 3) Komunikan (*receiver*) menerima pesan yang disampaikan dan menerjemahkan isi pesan yang diterimanya ke dalam bahasa yang

²⁹ Yasir, *Pengantar Komunikasi Sebuah Pendekatan Kritis dan Komprehensif* (Sleman: DEEPUBLISH, 2020), 11-12.

³⁰ Nur Ahmad, “Komunikasi Sebagai Proses Interaksi dan Perubahan Sosial dalam Dakwah”. *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol. 2, No.2 (Juli – Desember, 2014): 24.

dimengerti kedua pihak.

- 4) Komunikan (*receiver*) memberikan umpan balik (feedback) atau tanggapan atas pesan yang dikirimkan kepadanya, apakah dia mengerti atau memahami pesan yang dimaksud oleh si pengirim.

Meskipun objek dari penelitian ini terkesan seperti satu arah namun komunikasi sebagai interaksi juga cocok. Karena dengan adanya video tersebut maka pasti akan ada tanggapan dari khalayak. Hal tersebut bisa dilihat dari komentar, jumlah bagikan, dan jumlah suka. Dengan hal tersebut menunjukkan bahwa adanya video Wonderland Indonesia I menjadikan adanya interaksi dengan sesama pengguna media massa.

c. Jenis – jenis Komunikasi

Ada banyak macam sekali jenis-jenis komunikasi jika dikaji secara mendalam baik berdasarkan kelangsungannya, jumlah orangnya, ruang lingkup dan masih banyak lagi. Namun, yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah jenis komunikasi berdasarkan cara penyampaiannya, ada dua yaitu komunikasi verbal dan komunikasi non-verbal:

1) Komunikasi Verbal

Merupakan komunikasi yang bentuk atau cara penyampaiannya jelas baik secara lisan atau tulisan. Komunikasi jenis ini sangat sering bahkan selalu digunakan dalam kehidupan manusia sehari-hari, karena pada dasarnya pendapat, pemikiran, ide-ide, dan juga keputusan lebih mudah disampaikan menggunakan komunikasi verbal, dengan tujuan agar penerima pesan bisa mudah memahami makna yang dimaksud dalam pesan yang disampaikan oleh seorang komunikator. Ada beberapa unsur penting dalam komunikasi

verbal, antara lain:³¹

a. Bahasa

Bahasa yaitu sebuah sistem lambang yang memungkinkan manusia untuk berbagi makna. Bahasa merupakan elemen yang sangat penting karena dengan bahasalah pesan akan disampaikan oleh seorang komunikator. Lambang bahasa yang digunakan berupa bahasa lisan, tulisan pada kertas, atau elektronik. Bahasa sebuah bangsa tercipta dari adanya interaksi atau hubungan sesama warganya.

b. Kata

Kata adalah unsur lambang terkecil dalam bahasa. Dan kata merupakan suatu lambang yang bisa mewakili tentang sesuatu untuk diungkapkan. Makna dari kata tidak ada pada pikiran manusia, antara kata dan hal tidak memiliki hubungan langsung, yang berhubungan langsung hanyalah pikiran orang dan kata. Sebuah komunikasi mengandung bahasa, dan di dalam bahasa terdapat kata-kata.

2) **Komunikasi NonVerbal**

Adalah komunikasi yang cara penyampaian pesannya tidak berbentuk kata-kata. Dalam kehidupan sehari-hari komunikasi non-verbal lebih sering dipakai daripada komunikasi verbal. Dan komunikasi non-verbal merupakan komunikasi yang bersifat jujur dalam mengungkapkan sesuatu karena spontan. Nonverbal juga memiliki arti sebagai tindakan-tindakan manusia yang sengaja dikirimkan dan memiliki potensi adanya umpan balik. Komunikasi NonVerbal tidak menggunakan lambang kata-kata, tapi menggunakan lambang- lambang seperti

³¹ Tri Indah Kusumawati, "Komunikasi Verbal dan Nonverbal". *Al-Irsyad: Jurnal pendidikan dan konseling*, Vol.6, No.2 (Desember, 2016): 86-90.

gesture, warna, mimik wajah, dan lain-lain.³²

d. Bentuk – bentuk komunikasi

Indikator paling umum untuk mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteksnya atau tingkatannya yaitu berdasarkan jumlah peserta yang terlibat, dan hal tersebut dikemas dalam bentuk-bentuk komunikasi, seperti Komunikasi interpersonal, komunikasi intrapersonal, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, dan komunikasi massa. Adapun dalam penelitian ini menggunakan komunikasi massa dimana yang menjadi Konsep dalam komunikasi ini adalah sebuah proses dimana sebuah media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada publik secara luas dan menyeluruh dan di sisi lain audience memang mencari, menggunakan, dan mengkonsumsi pesan tersebut. hal yang paling penting dalam komunikasi massa ini adalah media.³³

Komunikasi massa memiliki beberapa ciri-ciri yang dapat membedakan dengan bentuk komunikasi lainnya. Dengan mengacu pada ciri-ciri tersebut, peneliti menggunakan komunikasi massa dalam penelitian ini. Karena dirasa sesuai dengan bentuk komunikasi yang digunakan dalam objek penelitian ini.

Adapun ciri-ciri komunikasi massa adalah sebagai berikut.³⁴

- 1) Pesan bersifat umum
- 2) Komunikannya Anonim dan Heterogen
- 3) Media massa menimbulkan keserempakan
- 4) Komunikasi lebih mengutamakan isi daripada hubungan
- 5) Komunikasi massa yang bersifat satu arah
- 6) Stimulasi alat indra yang terbatas

³² Tri Indah Kusumawati, “Komunikasi Verbal dan Nonverbal”, 90-91.

³³ Khomsahrial Romli, *Komunikasi Organisasi Lengkap* (Jakarta: PT Grasindo, 2014), 1-2.

³⁴ *Komunikasi Massa: pengertian, fungsi, dan karakteristiknya*, <https://www.gramedia.com/literasi/komunikasi-massa/> (Pada Tanggal 23 Maret 2023).

7) Umpan balik tertunda atau tidak langsung

Ada beberapa komponen dalam komunikasi massa yaitu merupakan komunikasi yang ditujukan bagi khalayak umum. Sehingga komunikasi massa tidak sama dengan komunikasi interpersonal yang hanya untuk satu orang atau beberapa orang. Menurut beberapa tokoh Hiebert, Uguran, dan Bohn mengemukakan pendapat komponen-komponen komunikasi massa meliputi: media, regulasi, filter, *audience*, dan timbal balik. Dari hal tersebut dapat kita lihat bahwa komponen-komponen di atas jarang kita jumpai dan hal tersebut yang membedakan antara komunikasi massa dengan komunikasi umum.³⁵ Penelitian ini menggunakan bentuk komunikasi massa karena objek penelitian yang akan diteliti berupa video yang memang ada di salah satu *platform* media massa yaitu YouTube, dan hal tersebut sama dengan ciri-ciri komunikasi massa. Dimana objek penelitian ini bersifat video yang ditayangkan untuk khalayak umum dan lebih mengutamakan isi yang terkandung di dalamnya.

³⁵ *Komunikasi Massa: pengertian, fungsi, dan karakteristiknya*, (Pada Tanggal 23 Maret 2023).