



MENAFSIR MAKNA

KOMUNIKASI

DALAM MEDIA

Tim Penulis:

**Wa Ode Sitti Nurhaliza, Hani Astuti, Dian Sukmawati, Yudhistira Ardi Poetra,
Aan Widodo, Muhamad Husni Mubarak, Ari Sulistyanto, Asima Oktavia Sitanggang,
Netty Nur Listanti, Pradilah Parjono, Novi Sentia, Mian, Septian Fajri,
Hasna Hanifah, Ananda Rahman Nurfauzi, Achmad Shandika Purnomo,
Sharon Angelia, Intan Ghazella Abi**



MENAFSIR MAKNA

KOMUNIKASI

DALAM MEDIA

Tim Penulis:

**Wa Ode Sitti Nurhaliza, Hani Astuti, Dian Sukmawati, Yudhistira Ardi Poetra,
Aan Widodo, Muhamad Husni Mubarak, Ari Sulistyanto, Asima Oktavia Sitanggang,
Netty Nur Listanti, Pradilah Parjono, Novi Sentia, Mian, Septian Fajri,
Hasna Hanifah, Ananda Rahman Nurfauzi, Achmad Shandika Purnomo,
Sharon Angelia, Intan Ghazella Abi**

MENAFSIR MAKNA KOMUNIKASI DALAM MEDIA

Tim Penulis:

**Wa Ode Sitti Nurhaliza, Hani Astuti, Dian Sukmawati, Yudhistira Ardi Poetra,
Aan Widodo, Muhamad Husni Mubarak, Ari Sulistyanto, Asima Oktavia Sitanggang,
Netty Nur Listanti, Pradilah Parjono, Novi Sentia, Mian, Septian Fajri,
Hasna Hanifah, Ananda Rahman Nurfauzi, Achmad Shandika Purnomo,
Sharon Angelia, Intan Ghazella Abi**

Desain Cover:

Septian Maulana

Sumber Ilustrasi:

www.freepik.com

Tata Letak:

Handarini Rohana

Editor:

**Fadli Muhammad Athalarik
Yudhistira Ardi Poetra**

ISBN:

978-623-500-527-0

Cetakan Pertama:

November, 2024

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

by Penerbit Widina Media Utama

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:

WIDINA MEDIA UTAMA

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 360/JBA/2020

Website: www.penerbitwidina.com

Instagram: [@penerbitwidina](https://www.instagram.com/penerbitwidina)

Telepon (022) 87355370

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbi 'alamin... Puji dan syukur kami ucapkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan karunia-Nya, bunga rampai dengan judul **Menafsir Makna Komunikasi dalam Media** ini berhasil disusun. Bunga rampai ini juga diharapkan dapat menambah referensi dan wawasan mengenai kajian-kajian komunikasi, khususnya pola dan strategi. Bunga rampai ini juga diharapkan bisa menjadi bahan bacaan dan sumber rujukan dalam penulisan karya tulis ilmiah atau skripsi sebagai tugas akhir.

Dunia komunikasi dikatakan sebagai multidisiplin ilmu karena bersandingan dengan ilmu-ilmu lainnya, seperti sosial, budaya, psikologi, pendidikan, ekonomi, dan banyak ilmu lain. Komunikasi pun sangat diperhatikan dalam pola-pola dan strategi yang digunakan oleh banyak bidang, baik itu industri media, perusahaan produk atau jasa, organisasi, dan banyak lagi. Melalui bunga rampai ini, disajikan 10 artikel yang menjelaskan tentang berbagai macam pola dan strategi komunikasi di berbagai macam bidang.

Bekasi, Juni 2024

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DARI CUITAN KE AKSI: BAGAIMANA @JAEMINNESIA MENGGERAKKAN DONASI ONLINE	1
A. Ketika Fans K-Pop Menggerakkan Donasi <i>Online</i>	1
B. Jaeminnesia dan Kekuatan Media Sosial	3
C. <i>Crowdfunding</i> di Era Digital: Peran Twitter dalam Suksesnya Jaeminnesia	5
SENI MENINGKATKAN RATING ACARA TV: KISAH TIM KREATIF KABAR MISTERI	7
A. Bagaimana Kabar Misteri Memenangkan Penonton	7
B. JAKTV dan Pesona Horor	9
C. Peran Tim Kreatif dalam Menghidupkan Program Horor	11
D. Rahasia di Balik Kesuksesan Program Kabar Misteri	12
CARA CINEPOLIS BLU PLAZA MENARIK PENONTON: STRATEGI PEMASARAN DI DUNIA BIOSKOP	15
A. Menghidupkan Kembali Bioskop	15
B. Strategi Jitu Menarik Penonton: Cara Cinepolis Blu Plaza Meningkatkan Penjualan	16
KONTEN EDUKASI MENARIK DI AKUN @LIANNANATHANIAS	19
A. Mengubah Cara Belajar Matematika Lewat Konten	19
B. Belajar Pecahan, Trigonometri, dan Lainnya di TikTok	20
C. Dari Tantangan ke Jawaban: Metode Edukasi Matematika yang Seru di TikTok @LiannaNathanias	27
MAKNA TOKOH JUNO DALAM FILM “KUCUMBU TUBUH INDAHKU”	29
A. Perjalanan Kontroversial Film Kucumbu Tubuh Indahku	29
B. Menguak Makna Adegan Film Kucumbu Tubuh Indahku	30
C. Interaksi Simbolik dan Pencarian Jati Diri: Kisah Juno dalam Kucumbu Tubuh Indahku	35
MENGGALI PESAN TERSEMBUNYI DI LAGU 'RUNTUH' OLEH FEBY PUTRI DAN FIERSA BESARI	39
A. Menemukan Makna Motivasi dalam Lagu Feby Putri <i>feat.</i> Fiersa Besari	39
B. Lirik “Runtuh” dalam Perspektif Analisis Ferdinand De Saussure	40
C. Menggali Makna Motivasi pada Lirik Lagu “Runtuh”	45

MEMBACA MAKNA KEMISKINAN DI KOTA LEWAT FILM STIP DAN PENSIL	47
A. Mengungkap Realitas Sosial: Mentalitas Miskin dalam Stip dan Pensil	47
B. Mengungkap Makna Dibalik Adegan Film Stip dan Pensil	48
C. Bahaya Mentalitas Miskin Sebagai Makna Tersirat Film Stip dan Pensil	50
KBGO PADA KOLOM KOMENTAR INSTAGRAM (STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL PADA KOLOM KOMENTAR INSTAGRAM @TASSY.SY)	53
A. Level Ruang Media (<i>Media Space</i>)	56
B. Level Dokumen Media (<i>Media Archive</i>)	57
C. Level Objek Media	59
MENGUNGKAP MAKNA <i>TOXIC RELATIONSHIP</i> DALAM TRILOGI FILM “NANTI KITA CERITA TENTANG HARI INI” “STORY OF KALE” DAN “STORY OF DINDA”	61
A. Film Sebagai Gambaran Realitas Sosial dan Masyarakat	61
B. Mengungkap Makna Melalui Potongan Film	64
C. Makna Melalui Film Story of Kale dan Story of Dinda Perspektif Semiotika	66
REPRESENTASI PEREMPUAN DALAM MELAWAN STEREOTIP PERNIKAHAN DINI PADA FILM YUNI	69
A. Stereotip Pernikahan Dini	69
B. Mengungkap Makna Pernikahan Dini dalam Adegan Dialog Film Yuni	70
C. Temuan Makna Mitos pada Dialog Film Yuni	74
D. Makna Film Yuni Perspektif Semiotika Roland Barthes	77
PEMAKNAAN PENONTON TERHADAP SIMBOL KEAGAMAAN DALAM FILM HOROR	81
A. Kontroversi Film Makmum	81
B. Fakta Film Makmum	82
C. Menguak Pesan Moral Film Makmum	83
STRATEGI PRESENTASI DIRI <i>MICRO FASHION INFLUENCER</i> PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM	87
A. Presentasi Diri di Media Sosial Instagram	87
B. Mengungkap Strategi <i>Fashion Influencer</i> : Seni Menampilkan Diri di Instagram	89
C. Instagram sebagai Panggung Depan: Seni Mengelola Citra Diri di Era Media Sosial	93

DARI CUITAN KE AKSI: BAGAIMANA @JAEMINNESIA MENGGERAKKAN DONASI *ONLINE*

Oleh

Netty Nur Listanti, Wa Ode Sitti Nurhaliza

A. Ketika Fans K-Pop Menggerakkan Donasi *Online*

Kehadiran teknologi membuat penggalangan dana menjadi lebih mudah dan memiliki jangkauan yang lebih luas, penggalangan dana terbukti lebih efektif dan mendapatkan dukungan yang luar biasa. Penggalangan dana *online*, atau yang biasa disebut juga sebagai *crowdfunding* merupakan pengumpulan sumber daya keuangan dari banyak individu untuk mengubah ide menjadi proyek atau bisnis. *Crowdfunding* memungkinkan siapa saja untuk menggunakan Internet untuk mengukur nilai ide orang dan menggunakan reputasi *online* dan penilaian dan pengalaman mereka sendiri untuk membuat keputusan sendiri tentang ide peluang terbaik untuk sukses (Dresner, 2014). Penggalangan dana biasanya dilakukan melalui media sosial, salah satunya Twitter. Twitter adalah jaringan informasi *real-time* yang menghubungkan pengguna dengan cerita, ide, pendapat dan berita terbaru tentang apa saja yang dianggap menarik oleh banyak orang.

Biasanya yang memulai penggalangan dana kebanyakan adalah seorang *public figure* dan mengajak masyarakat untuk membantu menggalang dana bagi yang membutuhkan. Hal ini menjadi salah satu perhatian komunitas yang mengatasnamakan penggemar K-Pop. Tujuan para penggemar K-Pop tidak hanya untuk penggalangan dana, namun mereka juga ingin mengubah citra penggemar K-Pop yang dianggap buruk. Adanya opini publik yang negatif membuat para penggemar K-Pop dari berbagai *fandom* mengadakan kegiatan sosial atau penggalangan dana dengan mengatas namakan K-Pop atau nama *fandom* mereka masing-masing. Kegiatan penggemar K-Pop tidak hanya dikaitkan dengan hal yang *glamour* atau hedonisme. Ada banyak fans yang memilih untuk mendukung idola mereka dengan melakukan kegiatan sosial, salah satunya seperti donasi yang dilakukan para penggemar untuk mengumpulkan dana dengan cara memperjuangkan *merchandise* dan *open donasi* yang akan disalurkan.

Salah satu hal yang menarik perhatian Penulis adalah akun penggemar dari salah satu anggota *boyband* NCT yaitu Na Jaemin Project Indonesia. Akun Twitter Jaeminnesia merupakan Salah satu akun penggemar yang berfokus

pada hal-hal yang terkait dengan kegiatan dari proyek amal yang dilakukan. Akun Jaeminnesia ini dibuat pada Desember 2020 dan telah memiliki pengikut Sebanyak 10.000 pengguna dan mengikuti sebanyak 50 orang Pengguna. Dengan total 8.888 *tweet* menunjukkan indikasi bahwa di dalam *fanbase* tersebut ada interaksi antar penggemar. Dalam *fanbase* Jaeminnesia, mereka sering berbagi ke sesama penggemar mengenai proyek amal dengan cara men-*tweet* dan membuat *thread* tentang proyek yang akan dilakukan dan juga bagaimana cara agar bergabung dalam proyek amal tersebut, salah satunya dengan cara membeli *merchandise* yang disediakan oleh admin atau dengan cara memberikan donasi tanpa membeli *merchandise* yang disediakan.

Tujuan para penggemar K-Pop mengadakan dan mengajak *followers* mereka untuk berpartisipasi dalam penggalangan dana untuk membuktikan pada masyarakat bahwa K-Popers tidak seperti yang digambarkan masyarakat dalam hal negatif, tetapi juga melakukan kegiatan hal-hal positif, salah satunya dengan membantu mereka yang membutuhkan. Salah satu akun yang menarik perhatian Penulis karena selalu mengadakan kegiatan yang membantu masyarakat dengan melakukan *open donation* adalah akun Twitter Jaeminnesia. Kegiatan yang dilakukan oleh akun Jaeminnesia sangat menarik karena mereka melaksanakan *crowdfunding* jenis *donation based*, yang berarti *crowdfunding* ini dimanfaatkan untuk program yang bersifat tidak mencari keuntungan (*non-profit*), dengan inisiatif amal dan sosial. Dalam melakukan *crowdfunding* ini para donatur tidak mengharap profit.

Selain kegiatan donasi sosial, *birthday donation*, jaeminnesia juga melakukan kegiatan *monthly donation* yang dilaksanakan di setiap bulannya. Prinsip pelaksanaan *crowdfunding* yang dilakukan oleh jaeminnesia sendiri tentunya tidak akan bisa berjalan dengan lancar apabila tidak adanya kepercayaan donatur. Pada dasarnya kegiatan *crowdfunding* sangat memerlukan adanya kepercayaan (*trust*) yang dimiliki donatur dalam berdonasi karena merupakan salah satu implikasi dari kepercayaan seseorang atau kelompok dalam memilih dan memutuskan suatu aktivitas sebagai tempat yang baik. Rasa solidaritas dan kepercayaan itu sendiri selalu diusahakan oleh admin Jaeminnesia dengan menerapkan prinsip transparansi baik terkait tujuan donasi maupun melakukan *update* secara berkala terkait total donasi yang sudah terkumpul setiap harinya dan melampirkan bukti transaksi penyaluran dana. Jaeminnesia juga seringkali mengunggah proyek yang akan dilakukan di Twitter terlebih dahulu karena Twitter bisa menjangkau secara lebih luas. Berdasarkan kegiatan pra-riset yang dilakukan oleh Penulis kepada donatur rutin Jaeminnesia, diketahui bahwa sebagian

besar dari donatur mengetahui Jaeminnesia serta projek yang mereka buat dari Twitter.

Oleh karena beberapa alasan tersebut membuat hal tersebut sangat tertarik untuk dieksplorasi lebih lanjut terhadap aktivitas yang dilakukan akun jaeminnesia dalam *project crowdfunding* mereka, sehingga dengan hal tersebut mereka mendorong partisipasi *followers* akun mereka untuk berdonasi terutama karena akun mereka masih baru. Tulisan ini kemudian akan memfokuskan pembahasan mengenai aktivitas *crowdfunding* yang dilakukan pada akun Jaeminnesia. Tujuan dalam Tulisan ini untuk mengetahui aktivitas *crowdfunding* yang terjadi melalui Media Sosial pada Akun Twitter @Jaeminnesia.

B. Jaeminnesia dan Kekuatan Media Sosial

Crowdfunding adalah mengumpulkan uang untuk sesuatu dari sekelompok orang atau komunitas yang besar dan relatif tidak terdefinisi: kerumunan. (Dresner, 2014). Salah satu untuk terhubung dengan komunitas secara luas adalah dengan menggunakan internet dan media sosial.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan dalam Tulisan ini, penulis mengetahui bahwa Jaeminnesia memilih untuk menggunakan media sosial yaitu Twitter karena cangkupannya lebih luas. Alasan akun jaemin menggunakan twitter sebagai aktivitas *crowdfunding* diuraikan sebagai berikut:

1. Jangkauan lebih luas
2. *Followers* NCT lebih aktif di twitter
3. Informasi mudah diakses dari mana saja

Jaeminnesia memanfaatkan Twitter selain jangkauannya lebih luas tidak hanya antara teman, kebanyakan para penggemar menggunakan media sosial twitter sehingga Jaeminnesia dibuat untuk menjangkau para penggemar juga. Dalam pemilihan media untuk menyampaikan pesan, Jaeminnesia menggunakan media visual dibandingkan teks. Penggunaan media visual, seperti video, foto, dan bahkan forum obrolan interaktif sangat populer dalam kampanye *crowdfunding*.

Di era perkembangan teknologi dan informasi, Jaeminnesia memanfaatkan kehadiran media baru, seperti media sosial. Jaeminnesia merupakan *fanbase* dari member NCT yaitu Jaemin yang berfokus pada kegiatan sosial yang mengatasmakan Jaemin dalam setiap projectnya. Dalam wawancara penulis dengan admin Jaeminnesia, Jaeminnesia menggunakan nama Jaemin, karena Jaeminnesia menyelipkan harapan

proyek-proyek tersebut dapat membawa kebaikan yang kembali ke Jaemin selain kebaikan untuk penerima donasi.

Tujuan utama Jaeminnesia adalah membuka penggalangan dana melalui media sosial. Jaeminnesia juga telah memanfaatkan media sosial yaitu Twitter untuk mengunggah aktivitas-aktivitas yang mereka lakukan agar dapat dilihat secara luas ke masyarakat. Kemudahan fitur-fitur media sosial menyebabkan pengguna lebih nyaman mengaplikasikannya.

Ditinjau dari aspek Jaeminnesia memanfaatkan Twitter, konten yang dipublikasikan oleh Jaeminnesia yaitu untuk mempromosikan proyek-proyek yang akan dilakukan, proyek yang telah dilaksanakan, transparansi dana yang sudah terkumpul, pembukaan link untuk memulai donasi, dan kegiatan lainnya dalam bentuk teks, gambar, maupun video. Hal ini didukung oleh berbagai fitur yang disediakan media sosial Twitter yang memang beragam dan mudah untuk dioperasikan. Twitter membantu penggunanya mendapatkan informasi dengan cepat, dimana saja dan kapan saja sehingga informasi yang dipublikasikan dapat dengan mudah diterima dan diketahui.

Media sosial Twitter sebagai sarana publikasi kegiatan Jaeminnesia dinilai efektif karena mengikuti perkembangan zaman dan Twitter merupakan salah satu aplikasi paling banyak penggunanya diseluruh dunia dan banyak dari kalangan *fans* yang menggunakan Twitter, maka sangat wajar apabila Twitter dirasa efektif sebagai alat publikasi untuk berbagai kegiatan yang dilakukan oleh Jaeminnesia. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya jumlah *reply*, *like*, *retweet* dan *quotweet* yang diberikan oleh para pengguna Twitter yang mengikuti akun Jaeminnesia.

Computer Mediated Communication (CMC) merupakan bentuk pertukaran informasi yang terjadi melalui penggunaan dua atau lebih komputer berjaringan internet (Arianto *et al.*, 2020) dengan menggunakan media sosial Twitter yang dimanfaatkan oleh Jaeminnesia dengan cara membagikan *campaign-campaign* sosial yang dibuat melalui fitur tweet atau unggahan foto ataupun video yang merupakan fitur yang paling sering digunakan oleh Jaeminnesia dengan tujuan agar dilihat oleh calon-calon donatur. Hal tersebut diketahui melalui wawancara yang dilakukan kepada Okky Alifka selaku pendiri dan admin dari Jaeminnesia.

Kegiatan yang dilakukan Jaeminnesia melalui media sosial Twitter yaitu penggalangan dana atau disebut *crowdfunding*. *Crowdfunding* merupakan bentuk pendanaan yang terbuka untuk semua orang pribadi maupun kelompok orang yang memberikan pendanaan kecil maupun besar. Faktor keberhasilan konsep *crowdfunding* adalah digitalisasi masyarakat dengan berkembangnya internet. Orang dapat berkomunikasi, mengakses dan

memberikan informasi secara konstan terhadap proyek atau kampanye sosial *crowdfunding* sendiri.

C. *Crowdfunding* di Era Digital: Peran Twitter dalam Suksesnya Jaeminnesia

Hasil dalam memanfaatkan Twitter oleh Jaeminnesia yaitu besarnya jumlah donasi yang didapat oleh penggalang serta informasi yang disebar lagi oleh pengguna Twitter lainnya yang mengakibatkan informasi menjadi luas jangkauannya. Dengan memanfaatkan Twitter sebagai sarana *crowdfunding*, Jaeminnesia melakukan penyebaran informasi terkait penggalangan dana menjadi efektif. Hal itu akan menjadi kesuksesan galang dana yang dilakukan oleh Jaeminnesia dalam membantu penggalang donasi. Dalam mempromosikan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan, Jaeminnesia membuat *timeline* yang akan dilakukan, kemudian mengunggah satu-persatu tiap kegiatan. Dalam sistem media sosial Twitter, jika *followers* menyukai salah satu postingan dari Jaeminnesia maka akan tersebar ke *followers* lainnya walaupun tidak mengikuti akun Jaeminnesia sehingga dapat menarik lebih banyak donatur. Lalu, dalam postingan tersebut terdapat banyak respon yang diberikan dari para *followers* kemudian respon tersebut dibalas kembali oleh Jaeminnesia sehingga terjadi percakapan dalam postingan tersebut.

Aktivitas *crowdfunding* merupakan aktivitas penggalangan dana yang dilakukan secara *online* dengan memanfaatkan media sosial. Salah satu yang memanfaatkan media sosial sebagai media *crowdfunding* yaitu Jaeminnesia yang memanfaatkan media sosial Twitter. Jaeminnesia melakukan *crowdfunding* mengatasnamakan Jaemin dengan harapan dapat membawa kebaikan bukan hanya untuk Jaeminnya sendiri namun juga kebaikan untuk penerima donasi tersebut. Adanya aktivitas *crowdfunding* yang dilakukan Jaeminnesia, para informan menyatakan bahwa dengan mengikuti *crowdfunding* yang diadakan Jaeminnesia, dia dapat membantu orang lain yang membutuhkan dan menyebarkan banyak kebaikan.

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan pada Tulisan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa aktivitas yang dilakukan Jaeminnesia untuk melakukan *crowdfunding* melalui media sosial Twitter. Pada pelaksanaan *project* yang dilakukan melalui media sosial Twitter, langkah-langkah dalam mempromosikan *project* tersebut berupa *timeline* untuk poster yang akan disebarluaskan melalui akun Twitter Jaeminnesia, kemudian link untuk melakukan donasi, kemudian melakukan berbagai promosi salah satunya mempromosikan lewat *fanbase* lain.

Meliputi pemilihan media, penyusunan pesan, kegiatan yang dilakukan, dan tujuan Jaeminnesia sendiri hadir untuk menjadi wadah bagi teman-teman untuk menggalang dana dan berdonasi secara *online*. Jaeminnesia tidak membatasi siapa saja yang boleh mengikuti penggalangan dana ini. Hal ini yang menjadikan penyampaian informasi bersifat luas dan tersebar.

Dalam menyampaikan pesan, Jaeminnesia menyusun pesan yang dapat menggerakkan motivasi untuk melakukan donasi maupun melakukan penggalangan dana. Pemilihan media komunikasi dalam membangun strategi komunikasi Jaeminnesia dilakukan melalui media sosial Twitter. Dalam menjalin komunikasi, Jaeminnesia memberikan kabar perkembangan penggalangan secara transparan melalui media sosial Twitter.

REFERENSI

- Anggraeni, N. (2017). *Komunikasi Virtual Pengguna Game Online "TOWNSHIP."* Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Astuti, Y. D. (2015). Dari Simulasi Realitas Sosial Hingga Hiper-Realitas Visual: Tinjauan Komunikasi Virtual Melalui Sosial Media di Cyberspace. *Profetik*, 8(2), 15–26.
- Chandra, F. (2021). *Social Media Marketing*. Yogyakarta: Diva Press.
- Dresner, S. (2014). *Crowdfunding: A Guide to Raising Capital on the Internet*. Simultaneously in Canada.
- Fitri, A. (2015). *Fandom Dan Media (Analisis Isi Kualitatif Pesan Tweet dalam Fandom Slash Pairing Wonkyu di Twitter pada Kalangan Shipper di Jakarta)*. Universitas Sebelas Maret.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Tulisan Kualitatif dalam Tulisan Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakra Books.
- Pratiwi, F. D. (2014). Computer Mediated Communication (cmc) dalam Perspektif Komunikasi Lintas Budaya (Tinjauan Pada Soompi Discussion Forum Empress Ki TaNyang Shipper). *Jurnal Komunikasi Profetik*, 7(1): 29–44.
- Rezeki, S. R. I. (2020). Penggunaan Sosial Media Twitter dalam Komunikasi Organisasi (Studi Kasus Pemerintah Provinsi Dki Jakarta Dalam Penanganan Covid-19). *Journal of Islamic and Law Studies*, 4(2): 63–78.
- Safira Hasna, & Irwansyah. (2019). Pengaruh Inovasi Crowdfunding Terhadap Keputusan Berdonasi. *Digital Zone: Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 10(2): 144–156.

SENI MENINGKATKAN *RATING* ACARA TV: KISAH TIM KREATIF KABAR MISTERI

Oleh:

Pradilah Parjono, Hani Astuti

A. Bagaimana Kabar Misteri Memenangkan Penonton

Televisi saat ini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Banyak orang yang menghabiskan waktunya lebih lama di depan pesawat televisi dibandingkan dengan waktu yang digunakan untuk mengobrol dengan keluarga atau pasangan mereka (Abdul, 2008:11). Bagi banyak orang televisi adalah teman, televisi menjadi cermin perilaku masyarakat dan televisi dapat menjadi candu. Televisi membujuk kita untuk mengonsumsi lebih banyak dan lebih banyak lagi. Televisi memperlihatkan bagaimana kehidupan orang lain dan memberikan ide tentang bagaimana kita menjalani hidup ini. Ringkasnya, televisi mampu memasuki relung-relung kehidupan kita lebih dari yang lain (Ramadina Prakarsa, 2005: 1).

Acara realitas atau *reality show* merupakan genre acara televisi yang menggambarkan adegan yang seakan-akan benar-benar berlangsung tanpa skenario, dengan pemain yang umumnya khalayak umum biasa, bukan pemeran. *Reality show* umumnya menampilkan kenyataan yang dimodifikasi, seperti menaruh partisipan di lokasi-lokasi eksotis atau situasi-situasi yang tidak lazim, memancing reaksi tertentu dari partisipan, dan melalui penyuntingan dan teknik-teknik pascaproduksi lainnya. *Reality show* dapat diartikan sebuah realita yang dipertunjukkan, berarti sudah jauh dari kemurnian. *Reality show* dikemas secara menarik dan penuh dengan dramatisasi sehingga membuat masyarakat tertarik. Dalam permasalahan ini nilai-nilai dari *reality show* sendiri masih dipertanyakan mulai dari kesesuaian dengan norma dan budaya ketimuran hingga status sosialnya (Fajar, 2018: 29).

Sebuah program *reality show* yang merupakan produk yang dihasilkan oleh media televisi harus di produksi dengan cara yang memiliki ciri khas dari program lain. Salah satu yang disediakan oleh JAKTV adalah program acara Kabar Misteri yang terfokus khusus pada program horor, yang dikemas dalam tayangan televisi.

Dalam proses pembuatan program acara televisi yang kreatif, tim kreatif, sutradara hingga produser, harus melakukan eksploitasi atas kreativitas agar nantinya genre program terencana dengan sebaik-baiknya (Fachruddin, 2015: 10). Suatu program televisi yang baik adalah program televisi yang memiliki fokus genre, sehingga dapat membuat khalayak nyaman dalam menikmati program yang ditayangkan. Fokus tersebutlah yang nantinya akan menentukan kreativitas-kreativitas lainnya dengan mengacu pada fokus yang telah disepakati. Untuk itu, tim kreatif yang merupakan otak dari sebuah program harus mampu mengembangkan, mengeksploitasi, menjadikan ribuan bahkan jutaan ide disatukan dan disajikan dalam bentuk program yang berkualitas hingga membaca pasar atau menelaah kebutuhan khalayak harus mampu bekerjasama dengan baik dengan seluruh tim yang tergabung dalam produksi program (Dhea Helyana, 2018: 3).

Tim kreatif dalam program televisi memiliki andil dari seluruh kegiatan produksi, mulai dari tahapan pra produksi (sebelum *shooting*) sampai pasca produksi (sesudah *shooting*). Mulai dari ide atau konsep program, menentukan *host*, membuat *rundown*, dan *briefing*. Hal ini membuktikan bahwa tim kreatif berperan penting dalam memproduksi program televisi untuk mempertahankan *rating* (Yan Bastian dan Yulianti Fajar Wulandari, 2020: 159).

Kreatif mempunyai kata tersendiri yang artinya inovatif dalam menentukan kreativitas-kreativitas lainnya dengan mengacu pada fokus yang telah disepakati dari awal. Untuk itu, tim kreatif yang merupakan otak dari sebuah program harus mampu mengembangkan, mengeksploitasi, menjadikan ribuan bahkan jutaan ide disatukan dan disajikan dalam bentuk program yang berkualitas hingga membaca pasar atau menelaah kebutuhan khalayak harus mampu bekerjasama dengan baik dengan seluruh tim yang tergabung dalam produksi program acara (Dhea Helyana, 2018: 4).

Media penyiaran televisi menjadi salah satu industri yang membutuhkan banyak sentuhan kreativitas di dalamnya. Industri kreatif, menurut Simatupang adalah industri yang mengandalkan keterampilan, talenta, dan unsur kreativitas yang berpotensi untuk meningkatkan kesejahteraan. Industri kreatif mengandalkan imajinasi untuk menghasilkan suatu produk yang bermanfaat bagi masyarakat (Rusman Latief dan Yustiatie Utud, 2017: 11).

Program siaran dapat didefinisikan sebagai satu bagian atau segmen dari isi siaran televisi secara keseluruhan. Sehingga memberikan pengertian bahwa dalam siaran keseluruhan terdapat beberapa program yang diudarakan atau dapat dikatakan bahwa siaran keseluruhan satu stasiun penyiaran tersusun dari beberapa program. Masing-masing program siaran

ini menempati tayangan jadwal dengan durasi tertentu yang biasanya tergantung dari jenis programnya, hiburan atau informasi masing-masing program yang dirancang sesuai dengan program itu sendiri (Hidajanto Djamal, 2016: 160).

Program televisi adalah perencanaan dasar dari suatu konsep acara televisi, yang akan menjadi landasan kreativitas dan desain produksi yang akan terbagi dalam berbagai kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa dari acara tersebut (Naratama, 2004: 63). Maka dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa program televisi sangat berpengaruh pada keberhasilan dari sebuah program acara yang akan di produksi. Program acara televisi juga menentukan siapa target yang akan menonton acara televisi tersebut dan bagaimana cara menyajikannya dapat diterima dan dinikmati oleh penonton yang menjadi target acara tersebut. Menghadirkan program televisi yang baik, menarik minat khalayak untuk menonton, dibutuhkan suatu program acara televisi yang diproduksi dengan strategi-strategi dan ide-ide kreatif dalam meningkatkan kualitas program acara televisi.

Komunikasi kreatif dapat dirumuskan sebagai kegiatan di mana seseorang menyampaikan pesan melalui media tertentu kepada orang lain dan sesudah menerima pesan serta memahami sejauh kemampuannya, penerima pesan menyampaikan tanggapan melalui media tertentu pula kepada orang yang menyampaikan pesan itu kepadanya dengan. Orang tersebut menggunakan keahlian dalam menemukan hubungan baru, melihat subjek dari sudut pandang yang berbeda, dan mengkombinasikan beberapa konsep yang dirubah menjadi suatu konsep yang berbeda, sehingga menjadi suatu yang dianggap lebih baik (Widya Iswara, 2017: 2).

Demi meningkatkan *rating* dari acara televisi, banyak tim Produksi televisi mengabaikan dua fungsi dari tiga fungsi televisi. Ketiga fungsi tersebut yaitu sebagai fungsi informasi, pendidikan dan hiburan. Namun, dari ketiga fungsi tersebut pada umumnya hanya fungsi hiburan yang sangat ditonjolkan dalam acara-acara televisi sekarang ini.

B. JAKTV dan Pesona Horor

JAKTV merupakan salah satu Televisi (TV) lokal Indonesia yang beroperasi di Jakarta. JAKTV sudah menginjak usia ke 16 tahun semenjak berdiri pada tanggal 16 Maret 2004 atas izin yang dikeluarkan pemerintah dalam surat Nomor 809/BH.09.05/III/2001. Sebelum dinyatakan dapat mengudara pada tahun 2005, JAKTV pernah melakukan percobaan siaran pada tahun 2004 tepatnya pada tanggal 1 Maret 2004 dengan sistem penyiaran durasi 2 jam di jam 17.00 WIB sampai 19.00 WIB di kanal 55 UHF (Sumber, JAKTV).



Gambar 1. Logo JAKTV

JAKTV dibangun oleh 2 perusahaan besar yaitu Artha Graha Network dan Mahaka Group. Pada awalnya JAKTV merupakan anak perusahaan dari Jawa Pos. Namun pada tahun 2010 JAKTV sudah menjadi bagian dari grup Mahaka Group dan Artha Graha Network. JAKTV mulai melakukan siaran selama 24 jam penuh pertamanya Agustus 2018. JAKTV menyajikan beragam informasi yang edukatif, inspiratif, dan juga menghibur. Lebih spesifik lagi, sebagian besar informasi disampaikan dengan topik berita dan informasi.

Salah satu program unggulan industri televisi program horror, karena masyarakat Indonesia sendiri masih sangat melekat melalui dengan hal-hal mistis disekelilingnya dan hal tersebut adalah hal yang sulit dipisahkan dari budaya masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, program televisi memiliki alasan besar untuk menyajikan jenis program tersebut untuk dikonsumsi masyarakat, salah satu program horror yang sudah sejak lama disajikan untuk dikonsumsi oleh para masyarakat adalah program Kabar Misteri JAKTV.



Gambar 2. Logo Kabar Misteri JAKTV

Ketika tayangan program horror kembali stasiun televisi pada masa sekarang ini dari salah satu tayangan mistis yang cukup fenomenal yakni, tayangan acara berbau mistis dalam program acara *reality show*. Sehingga menjadi program unggulan stasiun televisi tersebut. Dengan kesuksesan tayangan horror atau mistis di televisi pun semakin marak dari mulai *genre* horror, dimana sinetron yang mengambil *genre* horror ini banyak mengadopsi unsur-unsur mistis didalamnya seperti makhluk gaib dan sejenisnya. Bahkan ini bukan hanya diikuti oleh yang memang benar-benar

ber-*genre* horror, namun film atau sinetron yang beraliran drama atau komedi, bahkan acara *reality show* pun akhirnya juga turut menyisipkan unsur mistis tersebut ke dalam program horror.

Kabar misteri adalah sebuah tayangan horror *reality show* yang memang nyata apa adanya, semua kejadian yang ditayangkan tanpa rekayasa dan program tersebut dikemas dengan menarik sehingga diharapkan masyarakat dapat terhibur, sekaligus percaya dan juga merasakan apa yang sebenarnya terjadi di dalam tayangan tersebut. Program Kabar Misteri ini merupakan salah satu program unggulan di JAKTV, karena program tersebut mempunyai ciri khas tersendiri di dalam program yang ditayangkan sangat menarik di masyarakat. Kabar Misteri sebuah program petualangan malam di tempat-tempat bernuansa misteri berdurasi 60 menit, yang dipandu *host* berkarakter *G-Host Hunter*, yaitu Ki Prana Lewu dan Erick Dokter Hantu. Pada setiap episodenya memberikan intevigasi kisah urban legenda dan mengungkap fakta yang tak kasatmata.

C. Peran Tim Kreatif dalam Menghidupkan Program Horor



Gambar 3. Pembuatan *Rundown* oleh Tim Kreatif

Tim kreatif melakukan pekerjaan untuk membuat *roundown*, untuk mengatur jadwal syuting strategi yang dilakukan tim kreatif mencari tahu terlebih dahulu mengenai fenomena yang lagi *trend* saat ini untuk memenuhi program nantinya dari tim kreatif mempunyai gambaran untuk mengenai tema apa yang cocok saat ini agar nanti saat proses produksi Kabar Misteri bisa berjalan dengan lancar, maka dari itu Tim kreatif perlu mencari tahu referensi sebanyak-banyak untuk menarik fenomena yang lagi hits yang akan di bawakan nantinya saat proses produksi syuting berlangsung bisa tersusun dengan rapi dan mengikuti ketentuan yang ada. Setelah *roundown* sudah terbuat perlu adanya tindak lanjut oleh Produser kesepakatan saat rapat untuk menjalankan syuting ketika perlu adanya revisi perlu direvisi agar maksimal saat proses produksi syuting bisa berjalan dengan lancar.



Gambar 4. Proses Syuting Berlangsung

Saat proses syuting melakukan *briefing* untuk melakukan penelusuran dengan konsep yang sudah di buat saat *briefing* dan dipahami oleh *host*, agar saat proses syuting yang akan berlangsung bisa berjalan dengan lancar maka dari itu tim produksi perlu memahami teknis awalan dan akhiran saat syuting berlangsung ketika sudah memahami proses syuting bisa berjalan dengan adanya Prosedur yang sudah ada. Jika proses syuting selesai tim produksi melakukan tahapan selanjutnya yaitu proses *editing* sebelum penayangan di televisi.

Setelah proses syuting selesai tahapan selanjutnya melakukan proses *editing* video yang dimana dilakukan oleh editor untuk menambah proses produksi program Kabar Misteri lebih bisa dan banyak diminati penonton di proses *editing* memberikan suatu kesan yang dimana memberikan efek suara dramatis horor gambar tayangan awal proses syuting sampai akhir setelah selesai melakukan penayangan lewat MCR Televisi.

D. Rahasia di Balik Kesuksesan Program Kabar Misteri

Date	Program	TVR	Share	ATV
Monday, 6 February 2023	KABAR MISTERI #254 RR	0.04	0.24	0.06:19
Tuesday, 7 February 2023	KABAR MISTERI #255 RR	0.04	0.24	0.08:12
Wednesday, 8 February 2023	KABAR MISTERI #256 RR	0.03	0.17	0.07:33
Thursday, 9 February 2023	KABAR MISTERI #257 RR	0.00	0.03	0.03:15
Friday, 10 February 2023	KABAR MISTERI #258 RR	0.02	0.13	0.04:18
Monday, 13 February 2023	KABAR MISTERI #270 RR	0.01	0.03	0.03:43
Tuesday, 14 February 2023	KABAR MISTERI #271 RR	0.02	0.11	0.08:57
Wednesday, 15 February 2023	KABAR MISTERI #150 RR	0.09	0.53	0.14:15
Thursday, 16 February 2023	KABAR MISTERI #272	0.01	0.06	0.02:06
Friday, 17 February 2023	KABAR MISTERI #151 RR	0.02	0.13	0.04:49
Monday, 20 February 2023	KABAR MISTERI #152 RR	0.03	0.21	0.10:59
Tuesday, 21 February 2023	KABAR MISTERI #153 RR	0.07	0.46	0.17:13
Wednesday, 22 February 2023	KABAR MISTERI #154 RR	0.03	0.17	0.05:29
Thursday, 23 February 2023	KABAR MISTERI #273	0.03	0.19	0.13:07
Friday, 24 February 2023	KABAR MISTERI #155 RR	0.06	0.37	0.26:10
Monday, 27 February 2023	KABAR MISTERI #156 RR	0.02	0.10	0.05:52
Tuesday, 28 February 2023	KABAR MISTERI #157 RR	0.00	0.00	0.00:00
Wednesday, 1 March 2023	KABAR MISTERI #158 RR	0.04	0.26	0.06:56
Thursday, 2 March 2023	KABAR MISTERI #274	0.01	0.05	0.39:46
Friday, 3 March 2023	KABAR MISTERI #159 RR	0.04	0.21	0.05:59

Gambar 5. Rating Kabar Misteri

Berikut data *rating* program Kabar Misteri JAK TV dari mulai awal bulan Februari sampai awal Maret, gambar diatas menjelaskan bahwa TVR (*Rating*) bernilai 0.04 awalan bulan Februari sedangkan *Share* nilai 0.24 dan ATV (Waktu Nonton) 06.19 menit di lihat dari awal Februari lumayan meningkat akan tetap ketika masuk pertengahan bulan mulai menurun *rating* dari Kabar Misteri, maka dari itu awal bulan Maret 3 Maret TVR (*Rating*) cuman mendapatkan 0.04 sama sedangkan *Share* lebih kecil dari awal Februari 0.21 akan tetap lumayan konsisten dan ATV (Waktu Nonton) 05.59 menit maka dari itu masih banyak peminat yang masih menikmati tayangan program Kabar Misteri di JAKTV.

Berikut adalah beberapa strategi penting yang dilakukan oleh tim kreatif untuk menghasilkan tayangan yang memikat hati penonton, antara lain:

a) Komunikasi Kreatif

Komunikasi dari tim Kabar Misteri sebelum syuting perlu dilakukan *breafing* konsep dan *brainstoming time* riset sesama tim untuk menentukan lokasi syuting berlangsung dan juga pembuatan *roundown* jadwal syuting serta PA mempersiapkan alat-alat apa saja yang akan digunakan nanti untuk proses syuting berlangsung.

b) Proses Produksi Program Kabar Misteri

Produksi saat syuting dengan *rundown* dan karakteristik dari minat penonton sekarang dengan tayangan yang sedang *hits* dan juga mempromosikan tayang lewat media sosial untuk menarik penonton agar menonton tayangan Kabar Misteri tersebut.

c) Hambatan yang dihadapi Tim Kreatif

Hambatan yang dihadapi dari tim kreatif dan produksi Kabar Misteri dari lokasi yang sering berubah dari perizinan dan jadwal rencana berupa harus menentukan konsep dan juga *talent* yang dikarenakan terlambatnya *talent* saat syuting akan segera di mulai itu menyebabkan terjadinya hambatan dari proses syuting Kabar Misteri.

d) Meningkatkan *Rating*

Meningkatkan *rating* Program Kabar Misteri yaitu perlu adanya perbaikan dalam tayangan terus mencoba hal baru dari program dan juga *segment-segment* yang berbeda dari biasanya diperlukan untuk menarik daya tarik dari penonton agar menonton dan menyebarkan trailer sebelum tayangan di Televisi berlangsung lewat platform media sosial.

e) Mempertahankan *Rating*

Mempertahankan *rating* Program Kabar Misteri di sebuah produksi televisi dibutuhkan konten-konten dan fenomena makhluk yang tak kasatmata tertangkap dalam kamera untuk daya tarik masyarakat yang

sedang menonton nantinya konten yang viral dan juga *platform* yang digunakan untuk menyebarkan terus tayangan Kabar Misteri di setiap episode yang sudah tayang menarik penonton tersebut.

REFERENSI

- Fachruddin, A. (2015). *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Latief, R. and Y. U. (2015). *Siaran Televisi Nondrama Kreatif, Produktif, Public Relations dan Iklan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Moleong, Lexy J. (2004). *Metodologi Tulisan Kualitatif*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Naratama. (2004). *Menjadi Sutradara Tetelvisi dengan Single dan Multi Camera*. Jakarta: Grasindo.
- Sugiyono. (2008). *Metode Tulisan, Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Wibowo, Fred. (2007). *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher.
- Wulandari, Yulianti Fajar dan Yan Bastian. (2020). Manajemen Komunikasi Kreatif Tim Program “EPL” di MNCTV. *Journal Communication Spectrum*, 9(2): 141-158.

CARA CINEPOLIS BLU PLAZA MENARIK PENONTON: STRATEGI PEMASARAN DI DUNIA BIOSKOP

Oleh:

Novi Sentia, Dian Sukmawati

A. Menghidupkan Kembali Bioskop

Film adalah gambar yang bergerak, adapun pergerakannya disebut sebagai *intermittent movement*, gerakan yang muncul hanya karena keterbatasan kemampuan mata dan otak manusia menangkap sejumlah pergantian gambar dalam sepersekian detik. Film menjadi media yang sangat berpengaruh, melebihi media-media yang lain, karena secara audio dan visual dia bekerja sama dengan baik dalam membuat penontonnya tidak bosan dan lebih mudah mengingat, karena formatnya yang menarik (Dolfi, 2011).

Film biasa dinikmati di bioskop. Bioskop merupakan tempat untuk masyarakat menikmati pertunjukkan film, di mana penonton mencurahkan segenap perhatiannya serta perasaannya kepada suatu film yang disaksikan. Penonton melihat sesuatu cerita yang seakan terlihat nyata di hadapannya. Bioskop menjadi salah satu dari banyak pilihan hiburan seseorang untuk berlibur. Ketajaman serta dampak bunyi pada bioskop juga sangat memastikan kepuasan masyarakat melihat suatu pertunjukan film (Nurviani, 2012).

Persaingan industri hiburan saat ini semakin ketat. Berkembangnya dunia perfilman dan minat penonton film di Indonesia ini menyebabkan banyaknya bioskop yang berdiri di Indonesia. Jaringan bioskop yang berdiri di Indonesia diantaranya Cinema XXI, CGV dan Cinepolis. Cinepolis. Dibandingkan dengan Cinema XXI dan CGV, Cinepolis merupakan pendaatang baru.

Salah satu cabang Cinepolis terbaru adalah Cinepolis Blu Plaza. Hal ini menjadi tantangan besar bagi Cinepolis untuk menarik minat penonton dan mengalahkan XXI. Cinepolis Blu Plaza berdiri semenjak tahun 2019, tetapi tidak lama sehabis *opening* Cinepolis Blu Plaza tutup disebabkan pandemi serta baru dibuka kembali pada tahun 2021. Diperlukannya strategi komunikasi pemasaran untuk menarik minat penonton, dalam menyusun strategi promosi dituntut kreatif serta inovatif untuk membuat dan melancarkan program-program promosi.

Tiap industri bioskop tentu mempunyai strategi yang berbeda-beda dalam melaksanakan promosi. Bergantung pada seringnya melakukan promosi dari industri itu, yang pada tujuannya untuk menarik minat

penonton bioskop (Mardiyanto, 2019). Oleh karena itu Tulisan ini tertarik untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran bioskop Cinepolis Blu Plaza dalam menarik minat penonton.

B. Strategi Jitu Menarik Penonton: Cara Cinepolis Blu Plaza Meningkatkan Penjualan

1. *Direct Marketing*

Pemasaran langsung Cinepolis Blu Plaza dengan media *flyer*. Dari kegiatan *flyering* tersebut ada aktivitas lanjutnya melalui telepon. Dengan melalui pendekatan langsung melalui telepon ini membantu menciptakan kesadaran, memberikan informasi yang dibutuhkan, dan menawarkan promo-promo menarik untuk menarik perhatian konsumen. Selain itu, dengan memberikan layanan khusus dan interaksi langsung, Cinepolis Blu Plaza dapat membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen, yang dapat berujung pada pembelian lebih lanjut dan meningkatkan loyalitas konsumen.

2. *Sales Promotion*

Cinepolis Blu Plaza melakukan berbagai promosi, salah satu metode atau strategi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk atau layanan dalam jangka waktu yang singkat. Dapat melibatkan berbagai aktivitas promosi seperti diskon harga, hadiah gratis, kupon, program loyalitas, penawaran khusus, atau pemberian bonus pembelian (Kotler dan Armstrong, 2008).



Gambar 6. Promo Melalui *Website* atau Aplikasi Cinepolis

Cinepolis Blu Plaza juga biasa memberikan berbagai macam promo di *moment* tertentu, seperti pada saat bulan puasa, *valentine* dan tahun baru cina. Promo yang ditawarkan juga beragam mulai dari potongan harga dan promo *buy1 get1*. Cinepolis Blu Plaza memiliki aplikasi dan *website* Cinepolis yang sering memberikan promo *buy1 get1* atau hadiah seperti *free* poster jika pembelian dilakukan melalui aplikasi atau *website* tersebut. Dengan memanfaatkan teknologi ini, Cinepolis Blu Plaza dapat memberikan insentif kepada konsumen untuk menggunakan layanan yang tersedia secara digital.

Dengan memberikan promo di momen tertentu, konsumen akan merasa terdorong untuk datang lebih sering dan membawa orang lain untuk menonton di bioskop Cinepolis Blu Plaza.

3. *Public Relations*

Cinepolis Blu Plaza tidak memiliki humas, maka dari itu komunikasi pemasaran melalui *public relations* dengan menjalin hubungan baik antara Cinepolis Blu Plaza dengan konsumen. Hal ini bisa dilakukan melakukan media Instagram, dan memberikan *service* atau pelayanan yang terbaik, dengan menjaga kebersihan secara konsisten serta memberikan pengalaman menonton yang tak terlupakan, sehingga dengan begitu konsumen akan mengingat pengalaman mereka menonton di Cinepolis Blu Plaza dan akan datang lagi untuk menonton di masa yang akan datang. Cinepolis Blu Plaza mengambil langkah-langkah untuk mempengaruhi persepsi publik dan menciptakan citra positif melalui komitmen mereka terhadap pelayanan yang baik, responsif, dan pengalaman menonton yang nyaman.

4. *Personal Selling*

Personal selling yang sudah dijalankan oleh Cinepolis Blu Plaza dengan metode yang dilakukan melalui penjualan di kasir dan *mobile conce*. *Personal selling* melibatkan interaksi langsung antara penjual dan konsumen. Interaksi langsung ini memungkinkan penjual untuk menjawab pertanyaan dan kekhawatiran konsumen secara langsung. Dalam kedua metode ini, fokus diberikan pada memberikan informasi yang lengkap, menawarkan paket hemat, mempromosikan produk terbaru, dan memberikan informasi tentang promo-promo yang sedang berlangsung. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan, kepuasan konsumen, dan kesadaran terhadap produk dan promo yang ditawarkan oleh Cinepolis Blu Plaza.

5. *Advertising*

Advertising juga berperan dalam mempengaruhi perilaku konsumen, menciptakan keinginan atau kebutuhan baru, membangun citra merek yang kuat, dan meningkatkan penjualan. Cinepolis Blu Plaza menggunakan *direct sign*, yaitu tanda atau petunjuk yang memberikan arah atau informasi kepada masyarakat tentang keberadaan dan lokasi Cinepolis. *Direct sign* dipasang di area strategis dalam *mall* untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keberadaan bioskop di dalam *mall*. *Direct sign* efektif karena memberikan informasi yang jelas dan mudah terlihat oleh pengunjung *mall*.

Kesimpulannya ialah Cinepolis Blu Plaza menggunakan komunikasi pemasaran melalui *direct marketing*, *sales promotion*, *public relations*, *personal selling* dan *advertising*. Dalam *direct marketing* yang sudah dijalankan oleh Cinepolis Blu Plaza yaitu dengan menelepon konsumen. *Sales promotion* yang digunakan yaitu menggunakan promo debit, *buy1 get1*, promo aplikasi dan *website* Cinepolis dan aplikasi ketiga Tix ID. *Public relations* yang digunakan yaitu dengan media Instagram dan memberikan pelayanan yang terbaik serta konsisten dalam kebersihan. *Personal selling* yang dilakukan melalui interaksi langsung dengan konsumen di kasir dan melalui *mobile conce* di dalam cinema dan area *mall*. *Advertising* Cinepolis Blu Plaza banyak melakukan periklanan yaitu melalui *direct sign* dan bekerja sama dengan hotel Red Planet, kedai kopi dan sekolah. Dengan menerapkan strategi komunikasi pemasaran, Cinepolis Blu Plaza menciptakan kesadaran, mempengaruhi sikap konsumen, dan meningkatkan penjualan serta kepuasan konsumen. Dari kelima komunikasi pemasaran tersebut yang berkontribusi banyak dalam menarik minat penonton yaitu dengan komunikasi pemasaran *sales promotion*.

REFERENSI

- A.M, Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Firmansyah, Anang. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Penerbit Qiara Media.
- Joseph Dolfi, (2011). *Landasan Konseptual Perencanaan dan Perancangan*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Kedua Belas*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mardiyanto, Doni dan Giarti. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo). *Edunomika*, 3(1): 60-66.
- Nurviani, N. (2012). *Penataan Ruang Bioskop terhadap Kualitas Akustik di Bioskop 21 Ambarukmo Plaza Yogyakarta*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Surahman, et al. (2016). *Metodologi Tulisan*. Kementerian Kesehatan RI.

KONTEN EDUKASI MENARIK DI AKUN @LIANNANATHANIAS

Oleh:

Mian, Yudhistira Ardi Poetra

A. Mengubah Cara Belajar Matematika Lewat Konten

Komunikasi pendidikan merupakan suatu bidang kajian yang berfokus pada penerapan teori dan konsep komunikasi yang ditujukan untuk peningkatan kualitas pendidikan dan pembelajaran serta sebagai salah satu solusi dalam menyelesaikan berbagai permasalahan pendidikan dan pembelajaran. Secara sederhana komunikasi pendidikan adalah segala bentuk informasi atau pesan yang disampaikan berkaitan dengan aspek pendidikan dan saling terhubung satu sama lain dapat dinyatakan sebagai komunikasi pendidikan. Dalam praktik pendidikan dan pembelajaran, komunikasi tidak hanya mendukung terciptanya pembelajaran yang efektif dan efisien, namun juga berkontribusi dalam memecahkan berbagai permasalahan yang terjadi pada proses pembelajaran (Nofrion, 2018).

Pembelajaran matematika adalah salah satu bagian dari pendidikan di Indonesia, bahkan di seluruh dunia. Tujuan utama dari pembelajaran matematika adalah untuk membekali manusia dalam meningkatkan kemampuan berpikir logis, analitis, sistematis, kritis, dan kreatif, serta mampu bekerja sama dalam menyelesaikan masalah. Matematika merupakan cabang ilmu pengetahuan dalam membantu kehidupan manusia yang memiliki pola dan susunan tertentu serta mempunyai objek yang bersifat abstrak (Azka *et al.*, 2019).

Media sosial saat ini dipandang sebagai kebutuhan sekunder yang cukup penting bagi setiap individu, hal itu disebabkan adanya kebutuhan akan informasi, komunikasi, pendidikan dan akses akan pengetahuan dari seluruh dunia. Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan memberikan ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2020).

TikTok merupakan aplikasi jejaring media sosial serta platform video musik yang diluncurkan pada bulan September tahun 2016 yang berasal dari negara tiongkok. Aplikasi TikTok memberikan akses kepada para penggunanya untuk dapat membuat video pendek mereka sendiri (Fitriani, 2021). Kelebihan dan kemudahan yang diberikan oleh aplikasi TikTok tidak

serta merta memberikan dampak negatif kepada masyarakat, tetapi dapat menambah pengetahuan melalui konten edukasi.

Akun TikTok @liannanathania merupakan Salah satu konten kreator yang memanfaatkan media sosial TikTok sebagai media dalam meningkatkan pemahaman, pengetahuan dan juga *skill* melalui konten edukasi. Konten edukasi yang dihasilkan oleh akun TikTok @liannanathania yaitu edukasi tentang matematika. Dimana dalam konten tersebut berisikan informasi bagaimana cara mengerjakan soal matematika dengan cara-cara yang cepat dan mudah dipahami dengan dikemas lebih menarik, *fun*, penyampaian materi tidak membosankan sehingga memberikan semangat yang tinggi dalam proses pembelajaran matematika.

B. Belajar Pecahan, Trigonometri, dan Lainnya di TikTok

1. Analisis Tema Pecahan Campuran ke Desimal

Konten yang bertemakan tentang pecahan campuran jadi desimal yang diunggah pada tanggal 06 Oktober 2021 dengan mendapatkan sebanyak 13.8M tayangan, 1.6M Suka, 68.2k Komentar berdurasi 01:01 (satu menit satu detik).



Gambar 7. Konten Pecahan Campuran ke Desimal

Pada konten tersebut terdapat proses pembelajaran menyenangkan, yakni menciptakan lingkungan tanpa *stress* (rileks). Dalam materi yang dibawakan menggunakan bahasa yang santai atau *non formal* dan juga penyampaian materi dengan kalimat yang dapat dimengerti dan dipahami oleh penonton, sehingga pesan (materi) yang disampaikan dapat dipahami

dengan baik ditambah dengan soal *challenge* yang diberikan. Hal itu sejalan dengan yang dikatakan Rose dan Nocholl (Trinova, 2012) bahwa ciri-ciri pembelajaran yang menyenangkan, yaitu menciptakan lingkungan tanpa *stress* (rileks), melibatkan semua indera serta otak kiri (analitis) dan kanan (sosial).



Gambar 8. Tanggapan Konten Pecahan Campuran ke Desimal

Pada gambar di atas menunjukkan adanya pembelajaran menyenangkan, dalam soal *challenge* yang diberikan di akhir video pada konten tersebut menantang penonton untuk melibatkan semua indera serta otak kiri (analitis) dan kanan (sosial) untuk berpikir dalam menjawab soal yang diberikan dan mengekspresikan apa yang dipelajari di kolom komentar.

2. Tema Satuan Panjang

Pada gambar di bawah ini merupakan konten yang pada tanggal 08 Januari 2023 dengan mendapatkan sebanyak 11.2M tayangan, 1.5M Suka, 24.0K Komentar yang berdurasi 01:23 (satu menit dua puluh tiga detik).



Gambar 9. Konten Satuan Panjang

Dalam materi yang dibawakan menggunakan bahasa yang santai atau *non formal* dan juga penyampaian materi dengan kalimat yang dapat dimengerti dan dipahami oleh penonton, sehingga pesan (materi) yang disampaikan mudah dipahami dengan baik ditambah dengan soal *challenge* yang diberikan dalam menambah pengetahuan dan *skill* dalam mengerjakan soal matematika dalam mengekspresikan materi yang dipelajari. Hal ini ditunjukkan pada tanggapan dari pengikut atau penonton akun TikTok @liannanathania melalui kolom komentar dibawah ini.



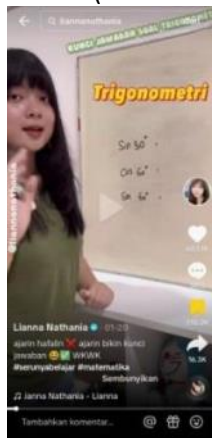
Gambar 10. Tanggapan Konten Satuan Panjang

Pada konten tersebut adanya proses pembelajaran yang menyenangkan, yakni menciptakan lingkungan tanpa *stress* (rileks), belajar secara emosional, seperti dukungan semangat. Hal tersebut sejalan dengan Rose dan Nocholl (Trinova, 2012) yang mengatakan bahwa ciri-ciri pembelajaran yang

menyenangkan, yaitu menciptakan lingkungan tanpa *stress* (rileks), belajar secara emosional, seperti dukungan semangat.

3. Tema Trigonometri

Tema trigonometri merupakan konten yang diunggah pada tanggal 20 Januari 2023 dengan mendapatkan sebanyak 5.6M tayangan, 682.9K suka, 3412 komentar yang berdurasi 01:29 (satu menit dua puluh sembilan detik).



Gambar 11. Konten Trigonometri

Pada konten trigonometri dalam proses pembelajaran yang dilakukan, dimana materi yang dibawakan mudah dimengerti dan dipahami serta penyampaian materi dengan bahasa yang santai disesuaikan dengan audiens dan dibantu dengan animasi teks untuk lebih mudah dipahami dan terdapat soal *challenge* disesuaikan dengan materi untuk dapat meningkatkan pengetahuan serta *skill* dalam mengerjakan soal matematika.



Gambar 12. Tanggapan Konten Trigonometri

Dapat dilihat dari gambar di atas bahwa para penonton senang dan menyukai konten karena materi yang dibawakan relevan dengan kehidupan para penonton. Selain pembawaan materi yang santai namun tetap serius materi yang diberikan juga memiliki relevansi dengan apa yang dialami oleh penonton. Hal tersebut sejalan dengan Rose dan Nocholl (Trinova, 2012) yang mengatakan ciri-ciri pembelajaran yang menyenangkan, yaitu menciptakan lingkungan tanpa *stress* (rileks) dengan pembawaan santai dan penggunaan kalimat *non* formal atau mudah dimengerti, selain itu materi yang diberikan relevan dengan yang dialami oleh para penonton.

4. Tema *Phytagoras*

Konten yang bertemakan tentang *phytagoras* ini diunggah pada tanggal 11 Februari 2023 dengan mendapatkan sebanyak 1.9M tayangan, 295.4K suka, 2921 komentar yang berdurasi 01:47 (satu menit empat puluh tujuh detik).



Gambar 13. Konten *Phytagoras*

Pada konten edukasi trik matematika pada akun TikTok @liannanathania terdapat adanya proses pembelajaran menyenangkan, dimana materi yang dibawakan dan juga penyampaian materi dengan bahasa yang santai disesuaikan dengan audiens dan dibantu dengan animasi teks untuk lebih mudah dipahami dan terdapat soal *challenge* disesuaikan dengan materi untuk dapat meningkatkan pengetahuan serta *skill* dalam mengerjakan soal matematika.



Gambar 14. Tanggapan Konten *Phytagoras*

Pada gambar di atas menunjukkan adanya pembelajaran menyenangkan, yakni menciptakan lingkungan tanpa *stress* (rileks) dan belajar secara emosional seperti dukungan semangat. Hal itu ditunjukkan oleh salah satu akun bernama nanaz yang menanyakan tentang materi soal lingkaran seperti pada kalimat “lingkaran udah ada belum??” pertanyaan tersebut direspon oleh Lianna Nathania dengan mengirimkan video yang bertemakan lingkaran, hal tersebut menunjukkan adanya dukungan semangat dari Lianna Nathania kepada penonton videonya untuk terus belajar dalam meningkatkan pengetahuan, pemahaman serta *skill* dalam memahami soal matematika. Hal ini sejalan dengan yang dikatakan Rose dan Nocholl (Trinova, 2012) yang mengatakan bahwa ciri-ciri pembelajaran yang menyenangkan, yaitu menciptakan lingkungan tanpa *stress* (rileks) dan belajar secara emosional seperti dukungan semangat.

5. Tema Pengurangan

Konten bertema pengurangan merupakan konten yang diunggah pada tanggal 27 Mei 2021 dengan mendapatkan sebanyak 30.4M tayangan, 2.5M Suka, 93.8K Komentar yang berdurasi 00:40 (empat puluh detik).



Gambar 15. Konten Pengurangan

Dalam komunikasi pendidikan yang dilakukan Lianna Nathania pada saat menjelaskan materi tentang trik cara mengerjakan matematika pengurangan tersebut terdapat proses pembelajaran menyenangkan, yakni menciptakan lingkungan tanpa *stress* (rileks). Dimana materi yang dibawakan mudah dimengerti, penguasaan materi yang baik, penggunaan kalimat yang mudah dimengerti atau *non* formal dan juga penyampaian materi dengan bahasa yang santai disesuaikan dengan audiens dan dibantu dengan animasi teks untuk lebih mudah dipahami dan terdapat soal *challenge* disesuaikan dengan materi agar dapat mengekspresikan apa yang sedang dipelajari dalam memahami materi dan pengetahuan serta *skill* dalam mengerjakan soal matematika. Hal tersebut sejalan dengan Rose dan Nocholl (Trinova, 2012) yang mengatakan bahwa ciri-ciri pembelajaran yang menyenangkan, yaitu menciptakan lingkungan tanpa *stress* (rileks) dengan pembawaan santai dan penggunaan kalimat *non* formal atau mudah dimengerti, selain itu materi yang diberikan relevan dengan yang dialami oleh para penonton. Hal ini ditunjukkan pada tanggapan oleh pengikut dan juga penonton akun TikTok @liannanathania melalui kolom komentar.



Gambar 16. Tanggapan Konten Pengurangan

C. Dari Tantangan ke Jawaban: Metode Edukasi Matematika yang Seru di TikTok @LiannaNathanias

Pada gambar di atas menunjukkan adanya pembelajaran menyenangkan, yakni menciptakan lingkungan tanpa *stress* (rileks), materi yang diberikan relevan, belajar secara emosional seperti dukungan semangat, melibatkan semua indera serta otak kiri (analitis) dan kanan (sosial), menantang penonton dan mengekspresikan apa yang sedang dipelajari. Dalam konten edukasi trik matematika Lianna Nathania menciptakan lingkungan tanpa *stress* (rileks) dalam menjelaskan materi sehingga menonton merasa nyaman dan menikmati konten tersebut, dapat dilihat bahwa materi yang diberikan relevan bagi para penonton ditunjukkan pada kolom komentar adanya dorongan semangat untuk terus belajar dan meningkatkan pengetahuan serta pemahaman akan matematika dengan melibatkan panca indera serta otak kiri (analitis) dan kanan (sosial) dalam berkomunikasi dan berinteraksi di dalam komentar, soal *challenge* bertujuan menantang penonton untuk mencoba mengerjakan soal dengan cara yang sudah dijelaskan sebelumnya oleh Lianna Nathania untuk kemudian mengekspresikan jawaban mereka pada kolom komentar berdasarkan apa yang mereka pelajari. Hal ini sejalan dengan yang dikatakan Rose dan Nocholl (Trinova, 2012) yang mengatakan bahwa ciri-ciri pembelajaran yang menyenangkan, yaitu menciptakan lingkungan tanpa *stress* (rileks), belajar secara emosional seperti dukungan semangat, materi yang diberikan relevan, melibatkan panca indera serta otak kiri (analitis) dan kanan (sosial), dan menantang peserta didik dan mengekspresikan apa yang sedang dipelajari.

Berdasarkan dari hasil Tulisan dan pembahasan yang telah dijabarkan oleh Penulis, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa terdapat lima konten edukasi trik matematika dengan tema berbeda setiap kontennya pada akun TikTok @liannanathania. Dalam konten edukasi trik matematika pada

akun TikTok @liannanathania, edukasi yang dilakukan menggunakan gaya belajar *Learn from experimentation* yaitu mereka lebih suka belajar sambil melakukan dari pada hanya diterangkan atau membaca buku-buku statis. Pada konten edukasi yang dilakukannya Lianna Nathania menciptakan suasana pembelajaran tanpa *stress* (rileks) dengan menggunakan bahasa yang santai namun serius dalam menyampaikan materi pembelajaran dan juga penggunaan kalimat yang tepat dan tidak berlebihan sehingga mudah dimengerti oleh penonton menjadikan pembeda dari konten kreator edukasi lainnya.

REFERENSI

- Azka, R., Matematika, P., Sunan, U., & Yogyakarta, K. (2019). Media Sosial Danpembelajaran Matematika. *In Prosiding Sendika* 5(1).
- Damayanti, E., Permatasari, N., & Gunawan, A. (2022). Merancang Pembelajaran Yang Menyenangkan Di Era New Normal. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1): 53–74.
- Fitriani, Y. (2021). Ciptaan Disebarluaskan Di Bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Atau Pembelajaran Digital. *Journal Of Information System, Applied, Management, Accounting And Research*, 5(4): 1006–1013.
- Nasrullah, R. (2020). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurdiansyah, F., & Suhartini, T. (2021). *Nilai Edukasi Pada Aplikasi Tiktok Di Kalangan Remaja Kota Bandung*. 3(2). www.kompas.com
- Putri.Z. (2022). *Analisis Isi Konten Edukasi Funfact Pada Akun Tiktok @Buiramira Analisis Isi Konten Edukasi Funfact*. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
- Trinova, Z. (2012). Hakikat Belajar Dan Bermain Menyenangkan Bagi Peserta Didik. *Al-Ta'lim*, 209–215.

MAKNA TOKOH JUNO DALAM FILM “KUCUMBU TUBUH INDAHKU”

Oleh:

Kirana Queeny Fornain, Asima Oktavia Sitanggung

A. Perjalanan Kontroversial Film Kucumbu Tubuh Indahku

Citra tubuh adalah bagian dari citra diri, yang punya pengaruh terhadap cara seseorang melihat dirinya (Desi, 2016). Terkait dengan citra tubuh, terdapat film yang dianggap kontroversial besutan sutradara kawakan Indonesia yaitu Garin Nugroho yang berjudul “Kucumbu Tubuh Indahku”. Film ini diperani oleh Raditya Evandra sebagai Juno kecil, Muhammad Khan sebagai Juno dewasa, Rianto yang mendalangi cerita dan menjadi penari Juno dewasa, Sujiwo Tejo, Randy Pangalila, Whani Dharmawan, Teuku Rifnu itu bercerita tentang perjalanan hidup seorang penari Lengger bernama Juno yang membawanya kepada pemahaman akan keindahan tubuhnya.

Film ini mengisahkan alur perjalanan hidup seseorang bernama Juno yang tinggal dan hidup di sebuah desa penari Lengger. Menuju kedewasaannya, sejak Juno ditinggalkan oleh ayahnya, Juno melewati banyak hal seperti kekerasan serta adegan pembunuhan, *pembully-an*, dilecehkan oleh gurunya, sehingga membuat Juno harus pindah ke desa lain beberapa kali karena masalah yang terjadi. Pada akhirnya Juno diceritakan menjadi sebuah Gemplak seorang 2 Warok dalam tradisi klasik penari Reog. Film ini terinspirasi dari kehidupan salah satu penari Lengger asal Banyumas, Jawa Tengah yang bernama Rianto. Rianto sendiri pun ikut turut serta berperan dalam film ini dan muncul dalam beberapa adegan monolog yang turut menceritakan kisah perjalanan hidup Juno yang sejak kecil hingga dewasa menjadi penari Lengger lanang di sebuah desa di Jawa, yang terkenal sebagai desa penari Lengger lanang. Lengger lanang merupakan jenis tarian perempuan yang dibawakan penari pria. Film tersebut pertama kali tayang pada tahun 2018 yang langsung menuai kontroversi ditengah masyarakat karena mengangkat isu mengenai kaum lesbi, gay, biseksual, transgender, (LGBT) yang dikhawatirkan bisa merusak moral bangsa (Kompas.com, 2019).

Bupati Kubu Raya, Kalimantan Barat, mengeluarkan surat edaran melayang penayangan karena khawatir film tersebut akan berdampak negatif pada masyarakat khususnya daerah Kabupaten Kubu Raya. Pemerintah Kota Depok, Jawa Barat; Pemerintah Kota Pontianak, Kalimantan Barat, hingga Pemerintah Kota Padang, Sumatera Barat juga menentang penayangan film

tersebut sehingga petisi yang menentang dan memboikot film tersebut agar tidak ditayangkan di beberapa kota muncul di media sosial. Petisi melalui laman Change.org tersebut berjudul "Gawat! Indonesia Sudah Mulai Memproduksi Film LGBT dengan Judul "Kucumbu Tubuh Indahku" (Kompas.com, 2019).

Meski mendapat kontra, Film ini nyatanya mampu memberikan pembuktian dengan menyabet banyak piala di beragam ajang penghargaan, baik dalam maupun luar negeri usai rangkaian kontroversi yang dituainya. Dalam Festival Film Asia Pasifik (APFF) ke-59, Film Kucumbu Tubuh Indahku meraih *Best Original Screenplay*. Dalam ajang Piala Citra Festival Film Indonesia 2019, film ini membawa pulang 8 Piala Citra dari 12 nominasi, yakni Film Terbaik, Sutradara Terbaik, Pemeran Utama Pria Terbaik, serta Pemeran Pendukung Pria Terbaik. Juga kategori Penata Musik Terbaik, Pengarah Artistik Terbaik, Penyunting Gambar Terbaik, dan Penata Busana (Kompas.com, 2020). 3 Film ini diumumkan masuk sebagai perwakilan dari Indonesia di ajang *Academy Awards* 2020 atau dikenal dengan Piala Oscar. Film yang berdurasi 143 menit ini dikirim untuk bersaing di nominasi *Best International Feature Film* pada September 2019. Namun, film ini berakhir tak lolos saat melewati tahap seleksi pada nominasi yang dibagikan 17 Desember 2019 (Kompas.com, 2020).

B. Menguak Makna Adegan Film Kucumbu Tubuh Indahku

Tulisan ini membahas tokoh Juno yang ada dalam film Kucumbu Tubuh Indahku, karena penulis melihat bahwa dalam film tersebut banyak terdapat adegan yang penulis anggap memiliki makna. Melalui analisis interaksi simbolik, penulis berharap mendapatkan jawaban atas asumsi bagaimana terbentuknya makna dari tokoh Juno tersebut. Sehingga yang menjadi fokus utama dalam Tulisan ini adalah bagaimana terbentuknya makna tokoh Juno yang dilihat dari interaksi simbolik yang dilakukan oleh tokoh Juno dengan orang disekitarnya dalam film Kucumbu Tubuh Indahku.

1. Sinopsis Film Kucumbu Tubuh Indahku

Film Kucumbu Tubuh Indahku adalah salah satu karya yang dibuat oleh Garin Nugroho yang merupakan seorang sutradara sekaligus produser. Film Kucumbu Tubuh Indahku ini terbagi menjadi dua kisah saat Juno kecil yang diperankan oleh Raditya Evandra, lalu kisah saat Juno dewasa yang diperankan oleh Muhammad Khan. Film ini juga menampilkan Sujiwo Tejo sebagai guru tari Lengger, Randy Pangalila sebagai petinju, Whani Dharmawan sebagai Warok, dan Teuku Rifnu sebagai Bupati. Sejak kecil Juno ditinggalkan oleh ayahnya, Juno melewati banyak hal seperti mendapat

kekerasan tubuh, melihat adegan pembunuhan, mendapatkan *pembully-an* dari teman-teman disekolahnya, dilecehkan oleh Guru perempuannya, bertemu dengan petinju yang membuatnya menyadari kalau dirinya memiliki orientasi homoseksual atau gay, serta dipaksa untuk memuaskan hasrat seksual demi ritual untuk memenangkan Pilkada, membuat Juno harus pindah tempat tinggal ke desa lain beberapa kali karena masalah yang terjadi. Pada akhir kisah di film ini, Juno menjadi Gemblak seorang Warok dalam tradisi klasik penari Reog. Film ini juga terinspirasi dari kehidupan salah satu penari Lengger asal Banyumas, Jawa Tengah yang bernama Rianto. Rianto sendiri pun ikut turut serta berperan dalam film ini sebagai penari Juno dewasa. Tak hanya itu Rianto juga dimunculkan dalam adegan monolog yang menceritakan kisah perjalanan hidupnya yang menjadi seorang penari Lengger.

Terdapat 4 *chapter*, 5 adegan monolog oleh Rianto, dan total 108 adegan yang terdapat dalam film Kucumbu Tubuh Indahku. Langkah selanjutnya Penulis memilih 5 adegan dari *chapter* Juno kecil, dan 8 adegan dari *chapter* Juno dewasa yang akan dianalisis terkait interaksi simbolik untuk menemukan makna tokoh Juno yang terkandung didalamnya.

2. Adegan Juno Kecil

Adegan ayah Juno pergi meninggalkan Juno dan tidak tahu kapan akan kembali. Juno melihat ayahnya menaiki mobil lalu beranjak pergi. Juno lalu terdiam menunduk dan terduduk lesu dengan ekspresi sedih tanpa sepele katapun. Adegan ini sesuai dengan interaksi simbolik, dimana manusia menginterpretasi situasi dengan pikiran (*mind*). Pikiran manusia melibatkan kegiatan mental yang ada didalamnya. Oleh sebab itu manusia mampu menafsirkan arti dari suatu pikiran dengan tepat. Kemampuan tersebut dapat diekspresikan melalui bahasa, baik bahasa verbal maupun *non-verbal*, yang dapat disebut juga sebagai simbol.

Adegan Juno kecil sedang berlatih tari Lengger dengan Pak Guru di dapur rumahnya Pak Guru. Juno terlihat senang belajar tari Lengger terlihat dari ekspresinya yang selalu tersenyum dalam adegan tersebut. Lalu Pak Guru bangun dan berkata latihannya dilanjutin ya, bapak mau mandiin ayam jago dulu sambil mengelus kepala Juno lalu beranjak pergi, Juno tidak mengatakan apapun hanya tersenyum riang. Adegan ini sesuai dengan teori interaksi simbolik yang dalam komunikasi, manusia menggunakan suara yang memiliki arti yang dapat dipahami bersama. Komunikasi interaksi simbolik memiliki bentuk yang sederhana, serta pokok dari konsep tersebut adalah penggunaan isyarat karena manusia dapat menjadi obyek untuk dirinya sendiri lalu melihat tindakan-tindakannya seperti orang lain melihat tindakannya.

Adegan Juno kecil ketakutan, dengan tangan dibelakang punggung, menunduk diam dimarahi oleh Buliknya karena diam-diam membantu warga yang meminta tolong kepadanya untuk memeriksa ayam apakah akan segera bertelur atau belum. Bulik menghukum Juno dengan 41 menusukkan jarum kejarinya yang biasa digunakan untuk memeriksa dubur ayam agar tak mengulangnya lagi. Adegan tersebut sesuai dengan teori interaksi simbolik yang menganggap bahwa masyarakat adalah produk sosial. Teori interaksionisme simbolik melihat makna sebagai bagian fundamental atau suatu yang mendasari dalam interaksi di masyarakat. Juno yang melakukan kesalahan berulang membuat Bulik menghukumnya agar tidak mengulangi kesalahan tersebut.

Adegan Juno kecil yang sedang tidur dikelas diledeki dan ditertawai oleh teman-temannya karena jarinya yang diperban berbau kotoran ayam. Lalu Pak Gurunya datang dan marah karena kelas berisik kemudian menyuruh Juno untuk maju berdiri didepan kelas. Adegan tersebut sesuai dengan teori interaksi simbolik, yang dalam sebuah komunikasi, manusia menggunakan kata-kata dan suara yang memiliki arti yang dipahami bersama-sama. Dalam pikiran (*mind*) individu mampu menafsirkan arti dari suatu interaksi. Diri (*self*) di antara individu lain yang saling berinteraksi dalam suatu kelompok masyarakat, menciptakan sebuah simbol. Hukuman adalah sebuah simbol yang tercipta dalam lingkungan kelas, dan sekolah dimana seseorang yang tidak mematuhi peraturan akan diberi sanksi atau hukuman.

Adegan Juno sedang latihan tari Lengger dengan Bu Guru, namun saat Bu Guru sedang mencontohkan tarian Juno terdiam lalu menggenggam tangannya kebelakang punggung sambil berjalan mundur dengan ekspresi takut sampai mentok ke meja di belakangnya. Bu Guru kemudian menghampiri Juno dan berusaha mengambil tangan Juno namun Juno bersikeras tidak melepaskan tangannya. Adegan ini sesuai dengan teori interaksi simbolik dimana interaksi antar individu yang dapat berkembang melalui adanya simbol-simbol yang tercipta oleh mereka sendiri. Simbol-simbol yang meliputi gerak tubuh yaitu suara atau vokal, gerakan fisik, ekspresi tubuh atau bahasa tubuh, yang mengandung makna dilakukan dengan keadaan sadar. Ibu guru ingin memperbaiki tarian Lengger Juno dengan pendekatan dan sentuhan, hingga ingin membuang rasa takut Juno dengan membuat Juno memegang dadanya. Adegan tersebut merupakan bagaimana Bu Guru menciptakan sebuah interaksi simbolik yang dilakukannya kepada Juno.

3. Adegan Juno Dewasa

Adegan Juno dewasa meminta sang petinju agar membantunya memasangkan peniti dibaju yang Juno kenakan namun petinju tersebut tak sengaja menusukkan peniti sehingga membuat Juno terluka dan berdarah. Sang petinju pun tergesa-gesa menjilat dada Juno yang berdarah akibat tertusuk peniti. Juno terkejut atas tindakan tersebut lalu diam kebingungan, sang petinju pun juga terkejut atas tindakannya. Mereka saling bertatapan lalu Juno mengalihkan pandangan dan menunduk kemudian sang petinju meminta maaf kepada Juno “ah maaf” Juno terdiam tidak membalas dan petinju berjalan keluar. Adegan ini Juno dewasa meminta sang petinju agar membantunya memasangkan peniti dibaju yang Juno kenakan namun petinju tersebut tak sengaja menusukkan peniti sehingga membuat Juno terluka dan berdarah. Sang petinju pun tergesa-gesa menjilat dada Juno yang berdarah akibat tertusuk peniti. Juno terkejut atas tindakan tersebut lalu diam kebingungan, sang petinju pun juga terkejut atas tindakannya. Mereka saling bertatapan lalu Juno mengalihkan pandangan dan menunduk kemudian sang petinju meminta maaf kepada Juno “ah maaf” Juno terdiam tidak membalas dan petinju berjalan keluar.

Adegan Juno menuangkan air hangat ke baskom untuk mencuci, merendam, dan memijat kaki Pakdenya yang sedang terduduk lemas dikursi. Juno mengangkat sarung yang menutupi kaki Pakde lalu mulai memasukan kaki Pakde kedalam baskom dan memijatnya. Pakde duduk terdiam dengan mata terpejam menerima pijatan Juno dan mulai membuka obrolan dengan menceritakan sedikit tentang keluarga Juno. Adegan ini sesuai dengan teori interaksi simbolik George Herbert Mead yang menekankan bahwa individu mengartikan dunia dan diri sendiri yang memiliki keterkaitan erat dengan masyarakatnya. Dalam adegan ini Juno yang memiliki keterikatan emosional dengan Pakde membuatnya sedih hingga menangis karena menganggap Pakde adalah seorang keluarga yang berharga baginya. Sehingga kehilangan Pakde adalah sesuatu yang sangat menyedihkan dan menyakitkan bagi Juno.

Adegan Juno yang sedang dalam perjalanan mencari tempat tinggal baru bertemu dengan tim tari Lengger yang juga ikut menumpang dimobil yang sama untuk berpindah desa juga. Juno dan mereka pun mengobrol. Adegan ini sesuai dengan teori interaksi simbolik, dimana sebuah proses komunikasi dapat berlangsung dalam sebuah tatanan interpersonal tatap muka dialogis timbal balik. Dalam perjalanan, Juno memberanikan diri untuk mengajak ngobrol tim Lengger tersebut secara langsung lalu mendapat respon dari mereka. Akhirnya Juno diajak untuk bergabung dengan tim tersebut dan ikut bersama mereka.

Adegan Juno berada di rumah Bupati. Juno dipanggil dan dipaksa untuk mengikuti ritual agar sang Bupati dapat memenangkan pemilihan tersebut. Juno duduk di samping Pak Bupati yang sedang rebahan dikasur sambil memegang ramuan untuk ritual. Istri Bupati menghampiri Juno dan mengancam Juno dengan menunjuk Juno sambil berkata “kamu sudah biasa kan de? kalau ga bersedia kamu boleh pergi dari sini, tapi semua teman teman Lenggernu juga harus pergi dari desa ini, ngerti ?!”. Juno hanya diam kebingungan dan sesekali menatap istri Bupati yang sedang mengajaknya bicara tersebut. Adegan ini sesuai dengan teori interaksi simbolik dimana individu dikategorikan sebagai pelaku aktif, sehingga konsep mengenai diri (*self*) menjadi penting. Sebuah konsep diri dapat dikaitkan dengan emosi, nilai, keyakinan, dan kebiasaan-kebiasaan, serta dapat mempertimbangkan masa lalu dan masa depan. Hal-hal tersebut dapat mempengaruhi diri dalam pengambilan sebuah peran. Dimana dalam adegan ini Juno menempatkan dirinya sebagai orang yang memiliki peran penting dalam mengambil keputusan agar tak merugikan tim Lenggernya.

Adegan Juno sedang menatap dirinya dikaca lalu bersiap dan berias untuk tampil dalam acara yang digelar oleh Bupati dirumahnya. Juno memakai alis, menggunakan perona wajah, dan memasang sanggul, lalu tersenyum melihat dirinya dipantulan kaca tersebut. Adegan tersebut sesuai dengan teori interaksi simbolik yang dalam berpikir, manusia berinteraksi dengan dirinya sendiri melalui simbol-simbol yang digunakannya. Simbol tersebut mengandung sebuah makna, kemudian individu akan memilih stimulus yang akan ia tanggapi. Oleh sebab itu, Individu tidak secara langsung menanggapi setiap stimulus yang tertuju padanya, tetapi akan lebih dahulu memilih stimulus mana yang akan ia tanggapi.

Adegan Juno dewasa sudah menjadi Gemblak seorang Warok dalam sebuah tradisi tari Reog dan Juno sudah tinggal bersama Warok. Dalam adegan ini Juno selesai membatik lalu berjalan perlahan menghampiri Warok yang sedang tertidur. Juno menatap Warok sebentar lalu membuka sarungnya dan ikut tidur menempel dipelukan Warok. Warok terbangun sebentar lalu mengubah posisi untuk memeluk Juno kemudian mereka tidur bersama. Adegan ini juga sesuai dengan teori interaksi simbolik Mead yang melihat pemikiran manusia sebagai sesuatu yang timbul dalam proses evolusi secara alamiah. Proses evolusi tersebut memungkinkan manusia dapat menyesuaikan diri dengan alami pada lingkungan dimana dia tinggal. Dimana Juno berusaha menyesuaikan dirinya dengan perannya sebagai seorang Gemblak.

Adegan ini menampilkan sebuah perpisahan dimana Juno seorang Gemblak harus berpisah dengan Waroknya setelah tim Legger dan Reog mereka berhasil kabur sebelum mendapat serbuan dari preman yang disuruh oleh Bupati. Juno dan Warok berdiri berjauhan lalu sang Warok memberhentikan mobil yang lewat agar Juno dapat menumpang. Sang Warok melambaikan tangan yang menandakan bahwa Juno harus segera naik ke mobil dan pergi. Juno lalu naik ke mobil dan pergi menjauh tanpa berkata, dan sang Warok yang sebelumnya mengalihkan pandangan mulai memandangi kepergian Juno yang semakin menjauh hingga hilang dari pandangan mata. Sang Warok naik ke motornya lalu berbalik pulang. Adegan ini sesuai dengan teori interaksi simbolik oleh George Herbert Mead. Mead menekankan bahwa interaksionisme simbolik adalah pada individu mengartikan dunia dan diri sendiri yang memiliki keterkaitan erat dengan masyarakatnya. Oleh sebab itu manusia mampu menafsirkan arti dari suatu pikiran dengan tepat. Kemampuan tersebut dapat diekspresikan melalui bahasa, baik bahasa verbal maupun *non-verbal*, yang dapat disebut juga sebagai *symbol*.

Adegan Juno tersenyum cerah menikmati perjalanan setelah kejadian pengusiran yang dilakukan oleh preman suruhan Bupati. Meski harus berpisah dengan Warok dan tim penari Leggernya, senyum Juno menyiratkan bahwa dia senang dan siap untuk memulai perjalanan hidup barunya setelah beragam masalah yang terjadi padanya. Adegan ini sesuai dengan teori interaksi simbolik, dimana sebuah konsep diri yang dikaitkan dengan emosi, nilai, keyakinan, dan kebiasaan-kebiasaan, serta adanya pertimbangan masa lalu dengan masa depan, dapat mempengaruhi diri dalam mengambil peran. Diri juga tidak dapat memaknai suatu simbol jika tidak adanya dorongan atau stimulus dari individu lain yang juga berperan sebagai cermin untuk melihat diri sendiri.

C. Interaksi Simbolik dan Pencarian Jati Diri: Kisah Juno dalam Kucumbu Tubuh Indahku

Berdasarkan penyampaian di atas, Interaksi simbolik yang terjadi sedari Juno kecil hingga dewasa menunjukkan adanya perubahan sikap dan perilaku Juno dalam pengambilan keputusan. Mempengaruhi Juno menjadi pria yang memiliki orientasi homoseksual, membentuk citra tubuh Juno sebagai penari Legger lanang dan sebagai Gemblak seorang Warok. Adanya pengalaman buruk yang terjadi oleh Juno membuatnya memiliki trauma tubuh.

Konsep *mind* (pikiran) mencerminkan bagaimana pikiran dan emosi Juno yang berinteraksi dengan situasi yang dihadapinya. Situasi tersebut dapat berupa perasaan kehilangan, kesepian, cemas, bahagia, berdebar, takut,

disayang, dihargai dan diterima oleh masyarakat. Hal tersebut merupakan stimulus yang dapat membuat Juno berpikir dan menentukan respon apa yang akan ia berikan terhadap stimulus tersebut. Konsep *self* (diri) menggambarkan bagaimana Juno mempersepsikan dan mengartikan dirinya sendiri sebagai seorang penari Lengger pria, sebagai seorang yang memiliki orientasi homoseksual, dan sebagai seorang Gemblak. Juno juga menggambarkan dirinya sebagai seorang pria yang memiliki sisi lembut, tidak banyak bicara, tidak melakukan kekerasan terhadap orang lain. Sikap Juno ini menarik perhatian pria lain seperti petinju dan Warok hingga nyaman untuk berhubungan lebih intim dengannya. Konsep *society* (masyarakat) mencerminkan interaksi sosial antara Juno dengan orang lain dalam masyarakatnya, serta bagaimana nilai-nilai dan norma-norma sosial mempengaruhi tindakan dan keputusannya seperti saat sudah berani mengambil keputusan sendiri dalam situasi terdesak. Perjalanan Juno dari satu desa ke desa lain juga mencerminkan bagaimana 63 hubungan antara individu dan masyarakat berpengaruh pada eksplorasi identitas dan sikap yang adaptif dalam menghadapi perubahan bagi hidup Juno.

REFERENSI

- Ahmad, E. H. (2023). *Metodologi Tulisan Kesehatan*. Makassar: Rizmedia Pustaka Indonesia.
- Ahmadi, D., & Nuraini, A. (2005). Teori Penjulukan. Mediator. *Jurnal Komunikasi*, 6(2): 297-306.
- Derung, T. N. (2017). Interaksionisme Simbolik Dalam Kehidupan Bermasyarakat. *Jurnal Kateketik dan Pastoral*, 2(1): 118-131.
- Desi, A. F. (2016). Pengaruh Citra Tubuh Terhadap Keyakinan Kemampuan Diri Pada Siswa Kelas Xi SMA Negeri 9 Yogyakarta. *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*, 5(6): 1–10.
- Laksmi, L. (2018). Teori Interaksionisme Simbolik Dalam Kajian Ilmu Perpustakaan Dan Informasi. *Pustabliblia: Journal Of Library And Information Science*, 1(2): 121-138.
- Mildad, J. (2018). Komunikasi Massa Dalam Perspektif Islam (Kajian Terhadap Alquran Pada Ayat-Ayat Tabayyun). *Source: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2): 1–6.
- Muta'afi, F. & Pambudi Handoyo. (2011). *Konstruksi Sosial Masyarakat Terhadap Penderita Kusta*. Universitas Negeri Surabaya.
- Octaviani, R., & Sutriani, E. (2019). *Analisis Data Dan Pengecekan Keabsahan Data*. INA-
- Prasetya, A. B. (2019). *Analisis Semiotika Film Dan Komunikasi*. Malang: Intrans Publishing.

Smith, J. A. & Purwandari, S. (1996). *Interaksionisme Simbolik, Idiografi dan Studi Kasus: Rethinking Psychology*. Nusa Media.

MENGGALI PESAN TERSEMBUNYI DI LAGU 'RUNTUH' OLEH FEBY PUTRI DAN FIERSA BESARI

Oleh:

Septian Fajri, Aan Widodo

A. Menemukan Makna Motivasi dalam Lagu Feby Putri feat. Fiersa Besari

Musik menjadi suatu hal yang wajib di dengar bagi sebagian orang seperti ketika jenuh, bosan, dan juga hilang semangat tetapi orang-orang yang mendengarkan musik terkadang tidak tau bahwa di dalam lagu itu di setiap bait dan liriknya mengandung makna dan pesan tertentu. Karena bagi sebagian orang mereka hanya menikmati musik saja tanpa peduli apakah ada makna atau pesan tertentu dalam lagu tersebut. Pesan dalam komunikasi dapat diungkapkan dalam berbagai media salah satunya dalam media musik, pada media musik terdapat pesan-pesan komunikasi yang biasanya terselip di antara bait-bait lagunya. Makna adalah bagian yang tidak terpisahkan dari ilmu semantik. Ferdinand de Saussure mengungkapkan pengertian makna sebagai pengertian atau konsep yang dimiliki atau terdapat pada suatu tanda linguistik (Chaer, 1994).

Beragam makna terkandung dalam lagu diantaranya seperti makna motivasi. Lagu adalah salah satu media yang efektif untuk menyampaikan suatu pesan. Lagu bisa menangkap dan membangkitkan pola perasaan seperti pengharapan, keinginan, kegembiraan bahkan kegilaan. Beragam lagu yang mengandung pesan seperti "Hati-Hati di Jalan" - Tulus lagu ini mengandung pesan yang berkisah tentang perpisahan itu mengajarkan banyak hal, utamanya tentang kerelaan dan kedewasaan. Lalu ada juga lagu "Bertahan Terluka" – Fabio Asher lagu ini mengandung pesan yang bercerita tentang pasangan bertahan ketika diselingkuhi oleh pacarnya.

Pada sekitaran tahun 2021 terdapat lagu dari karya Feby Putri ft Fiersa Besari dengan judul "Runtuh" lagu ini Feby Putri ft Fiersa Besari sendiri termasuk salah satu penyanyi indie asal Indonesia. Konsep atau tema lagu yang diusung oleh musisi indie biasanya merupakan representasi dari realitas yang berkembang pada masyarakat misalnya sosial, budaya, politik maupun idealisme dari *band* itu sendiri. Feby Putri ft Fiersa Besari adalah penyanyi indie yang menciptakan lagu tema kehidupan yang sesuai dengan realitas kini dengan lagu berjudul "Runtuh" yang dapat dibuktikan mengandung unsur motivasi dan bisa merubah pola berpikir pada umumnya.

Untuk menganalisa pesan motivasi pada lirik lagu “Runtuh” karya Feby Putri ft Fiersa Besari, penulis menggunakan teori Semiotika dari Ferdinand de Saussure. Saussure mengatakan bahwa bahasa merupakan fenomena sosial, bahasa itu bersifat otonom: struktur bahasa bukan merupakan cerminan dari struktur pikiran atau cerminan dari fakta-fakta. Dalam teori Saussure dijelaskan bahwa tanda memiliki 3 unsur yang saling berhubungan yaitu penanda (*signifier*), petanda (*signified*), dan signifikasi (*significations*) tanda adalah kesatuan dari suatu bentuk penanda (*signifier*) dengan sebuah ide atau petanda (*signified*).

Dalam Tulisan lirik lagu “Runtuh” karya Feby Putri ft Fiersa Besari dapat dipisahkan menjadi bait-bait, kemudian tiap bait akan dianalisis dengan teori semiotika dari Saussure, terdapat tiga unsur, yaitu penanda (lirik Runtuh), petanda (pemaknaan lirik lagu Runtuh) dan signifikasi (makna motivasi). Proses ini berhubungan antara lirik lagu dengan realitas kehidupan yang sesungguhnya.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka Penulis akan menjelaskan pesan motivasi yang terdapat pada lagu “Runtuh” karya Feby Putri ft Fiersa Besari. Maka Tulisan ini berjudul: “Pesan Motivasi Pada Lagu “Runtuh” Karya Feby Putri Feat. Fiersa Besari. Sementara itu, tujuan dari Tulisan ini adalah: Untuk mengetahui penanda, petanda, dan signifikasi dalam lagu “Runtuh” karya Feby Putri ft Fiersa Besari dan Untuk mengetahui pesan motivasi dalam lagu “Runtuh” karya Feby Putri ft Fiersa Besari.

B. Lirik “Runtuh” dalam Perspektif Analisis Ferdinand De Saussure

Analisis Saussure lebih memperhatikan atau berfokus pada bagaimana tanda (dalam hal ini kata-kata) berhubungan dengan objek kajian. Model teoretis Saussure lebih memusatkan perhatian daripada perhatian secara langsung pada tanda itu sendiri. Carilah lirik “Runtuh” karya Feby Putri dan Fiersa Besari, yang mencari penjelasan dengan memecah seluruh lirik menjadi beberapa bait, kemudian kalimat-kalimat 30 tersebut akan dianalisis menggunakan teori tanda teori Saussure, ada tiga unsur, yaitu penanda, petanda dan makna.

Bait 1

“Ku terbangun lagi. Di antara sepi hanya pikiran yang ramai mengutuki diri. Tak bisa kembali tuk mengubah alur kisah”

Kutipan di atas merupakan penanda dari bait pertama. Lalu petandanya adalah tentang manusia yang sedang terjatuh atau terpuruk. Namun sendirian dan mempunyai banyak sekali pikiran yang mengganggu pikirannya. Lalu mencoba untuk memperbaikinya namun tidak bisa. Dan signifikasinya

adalah Pada lirik pertama Ku terbangun lagi, diantara sepi memiliki makna yaitu bangkit dari keterpurukan yang sedang dialami. Dalam hal ini penyanyi mencoba untuk menceritakan bahwa ia selalu terbangun dalam keadaan sepi, yang dimana sepi dapat diartikan bahwa ia sendirian. Pada lirik kedua Hanya pikiran yang ramai memiliki makna yaitu merasa bahwa ketika sedang sendirian namun dalam kepalanya terdapat banyak pikiran yang membebani. Dalam lirik kedua ini, penyanyi menceritakan bahwa sebelumnya dimana ia terbangun dalam keadaan sepi, namun pikirannya sangatlah ramai, dapat ditafsirkan, yaitu ia memiliki banyak sekali pemikiran seperti pekerjaan, sekolah, atau perkuliahan. Pada lirik ketiga Mengutuki diri, tak bisa kembali memiliki makna yaitu merasa tidak berguna ketika memiliki masalah yang cukup banyak dan tidak bisa memutar ulang waktu yang sudah dilewati. Dalam lirik ketiga ini, penyanyi menceritakan sebelumnya ketika pikirannya sangatlah ramai karena adanya masalah membuat ia menyalahin diri sendiri karena tidak bisa memutar waktu kembali. Pada lirik keempat Tuk mengubah alur kisah memiliki makna yaitu merasa gagal dalam mengupayakan untuk sembuh dari keadaan tersebut. Dalam lirik keempat ini, penyanyi menceritakan sebelumnya ketika seseorang menyalahin dirinya sendiri karena tidak bisa memutar waktu kembali untuk mengubah jalan hidupnya. Bait ini masuk kedalam motivasi intrinsik (Taufik, 2007) yaitu: dalam faktor psikologis (kebutuhan). Dapat dikatakan motivasi intrinsik (kebutuhan) Karena bait ini menceritakan tentang perasaan dimana seseorang merasa sepi namun memiliki banyak sekali pikiran serta menyalahkan diri sendiri dan mencoba untuk mengubahnya namun ia tidak bisa.

Jadi hasil analisis bait pertama adalah menggambarkan ada seseorang yang sedang terpuruk atau memiliki masalah yang cukup banyak, lalu dia mencoba untuk memperbaikinya sendiri.

Bait 2

“Ketika mereka meminta tawa ternyata rela tak semudah kata”

Kutipan di atas merupakan penanda dari bait kedua. Lalu petandanya adalah tentang walaupun didalam dirinya memiliki masalah yang cukup besar tetapi dia harus menutupinya dengan cara berpura pura bahagia. Lalu disebuah lingkungan pertemanannya muncul ucapan penyemangat “udah dong, gausah sedih. Ayo lupain semuanya dan bahagia lagi bersama-sama” niat mereka sebenarnya baik, tetapi tidak semua orang dapat melupakannya begitu saja. Dan signifikasinya adalah pada lirik pertama Ketika mereka meminta tawa memiliki makna yaitu walau dalam diri terdapat masalah yang cukup besar terkadang orang sekitar selalu memaksa kita untuk terlihat

bahagia. Dalam hal ini penyanyi mencoba untuk menceritakan bahwa ketika ia memiliki banyak masalah seringkali ia di tuntut selalu bahagia dan menutupi kesedihannya. Pada lirik kedua Ternyata rela tak semudah kata memiliki makna yaitu tidak semua manusia memiliki sifat mudah untuk merelakan, ada juga yang miliki sifat pemikir, pendendam, cinta mati dll. Maka dari itu, merelakan tidak selalu menjadi hal yang mudah bagi setiap manusia. Dalam lirik kedua ini, penyanyi menceritakan bahwa sebelumnya ketika ia memiliki masalah dan sering kali dituntut untuk selalu bahagia padahal kenyataannya merelakan apa yang sedang terjadi tidak semudah apa yang mereka katakan. Bait ini masuk kedalam motivasi ekstrinsik (Taufik, 2007) yaitu: dalam faktor lingkungan. Bait ini dapat dikatakan motivasi ekstrinsik karena bait ini menceritakan tentang dorongan atau motivasi dari lingkungan luar yang memaksa ia untuk terlihat bahagia dan mudah untuk merelakan sesuatu yang telah terjadi namun ia merasa tidak semudah itu melakukannya.

Jadi hasil analisis bait kedua adalah menggambarkan seseorang yang berusaha untuk menutupi keterpurukannya dengan cara berpura-pura bahagia lalu mendapatkan motivasi dari dirinya sendiri yang mengucapkan “udah dong, gausah sedih. Ayo lupain semuanya dan bahagia lagi bersama-sama” padahal melupakan sesuatu masalah yang cukup besar tidaklah mudah seperti kita membalikkan telapak tangan kita.

Bait 3

“Tak perlu khawatir, ku hanya terluka terbiasa tuk pura-pura tertawa namun bolehkah sekali saja ku menangis sebelum kembali membohongi diri”

Kutipan di atas merupakan penanda dari bait ketiga. Lalu petandanya adalah berisikan tentang kepedulian orang lain yang memiliki berbagai macam saran yang mengatakan bahwa “dia tidak apa-apa, tidak perlu khawatir karena rasa khawatirnya malah menambahkan beban untuk dirinya” lalu dia meminta sedikit waktu untuk menangis sebentar saja, mungkin dengan cara dia menangis dapat meringankan beban pikirannya sebelum dia kembali membohongi dirinya dengan berpura-pura bahagia. Dan signifikasinya adalah Pada lirik pertama Tak perlu khawatir, ku hanya terluka memiliki makna yaitu menceritakan tentang jawaban kepada kepedulian orang lain yang sebelumnya memiliki beraneka macam saran, bahwa tak usah khawatir karena rasa khawatirmu malah menambah beban untukku. Dalam hal ini penyanyi mencoba untuk menceritakan bahwa ketika ia memiliki masalah ia meyakinkan orang-orang untuk tidak khawatir berlebihan. Pada lirik kedua Terbiasa tuk pura-pura tertawa memiliki makna yaitu ketika sedang memiliki

sebuah masalah kita menutupinya dengan cara berpura-pura tertawa. Dalam lirik kedua ini, penyanyi menceritakan bahwa sebelumnya ketika ia memiliki masalah ia meyakinkan orang-orang untuk tidak khawatir berlebihan karena ia terbiasa menutupi kesedihannya dengan cara berpura-pura bahagia. Pada lirik ketiga Namun bolehkah sekali saja ku menangis memiliki makna yaitu dengan cara menangis kita dapat meringankan sedikit beban dan juga pikiran yang sedang dialami. Dalam lirik ketiga ini, penyanyi menceritakan bahwa sebelumnya ketika ia berpura-pura bahagia sebenarnya ia ingin sekali menangis untuk meringankan beban pikirannya. Pada lirik keempat Sebelum kembali membohongi diri memiliki makna yaitu sebelum menjadi pembohong handal untuk menutupi kesedihan menggunakan topeng kebahagiaan yang palsu. Dalam lirik keempat ini, penyanyi menceritakan bahwa sebelumnya ia ingin sekali menangis untuk meringankan beban pikirannya sebelum kembali untuk membohongi dirinya sebelum berpura-pura bahagia. Bait ini masuk kedalam motivasi intrinsik (Taufik, 2007) yaitu: dalam faktor psikologis (kebutuhan). Bait ini dapat dikatakan motivasi intrinsik karena bait ini menceritakan tentang ketika ia sedang memiliki masalah dan bersedih, ia akan meyakinkan orang lain untuk tidak mengkhawatirkannya. Karena ia terbiasa untuk berpura-pura terlihat bahagia walau sebenarnya terkadang ia ingin menangis.

Jadi hasil analisis bait ketiga adalah menggambarkan seseorang yang sedang khawatir dengan masalah yang dialaminya tetapi dia terpaksa harus berpura-pura bahagia di depan orang banyak agar orang-orang di sekitarnya tidak mengetahui kalau dia sedang mendapatkan masalah yang cukup besar.

Bait 4

*“Ketika kau lelah berhentilah dulu beri ruang, beri waktu mereka bilang,
“Syukurilah saja” padahal rela tak semudah kata”*

Kutipan di atas merupakan penanda dari bait keempat. Lalu petandanya adalah berisi tentang seorang teman yang menyarankan untuk mengikhlaskan aja untuk melupakan, padahal merelakan tidak semudah yang mereka katakan. Dan signifikasinya adalah Pada lirik pertama Ketika kau lelah berhentilah dulu beri ruang, beri waktu memiliki makna yaitu ketika kita sedang lelah menghadapi sebuah masalah yang cukup berat, kita dapat beristirahat sebentar. Dalam hal ini penyanyi mencoba untuk menceritakan bahwa ketika ia mulai lelah dalam menghadapi masalahnya, ia perlu memberi waktu untuk menyendiri dengan cara beristirahat sejenak. Pada lirik kedua Mereka bilang, “Syukurilah saja” padahal rela tak semudah kata memiliki makna yaitu ketika ada yang berkata untuk mengikhlaskan saja, belum tentu ketika merelakan sesuatu dapat menyelesaikan sebuah masalah yang dialami

karena merelakan sesuatu yang sebelumnya sangat berarti itu bukanlah hal yang mudah. Dalam lirik kedua ini, penyanyi menceritakan bahwa sebelumnya ia butuh beristirahat sejenak, namun orang lain selalu berkata untuk mensyukuri apa yang sedang terjadi padahal mensyukuri apa yang sedang terjadi bukanlah hal yang mudah. Bait ini masuk kedalam motivasi intrinsik (Taufik, 2007) yaitu: dalam faktor lingkungan. Bait ini dapat dikatakan motivasi intrinsik karena bait ini menceritakan tentang dorongan kepada diri sendiri untuk beristirahat sejenak ketika lelah menghadapi semua masalah dengan cara mengikhhlaskan apa yang telah terjadi, walaupun tidak mudah untuk diterima.

Jadi hasil analisis bait keempat adalah menggambarkan ada seorang teman yang menyarankan untuk melupakan dan mengikhhlaskan masalah yang sedang terjadi kepada diri kita agar kita dapat bersemangat lagi menjalankan aktivitas seperti dulu kala.

Bait 5

“Kita hanyalah manusia yang terluka”

Kutipan di atas merupakan penanda dari bait kelima. Lalu petandanya adalah berisi tentang kita sesama manusia pasti memiliki masalah tetapi masalah yang di hadapi tidak semuanya sama. Tetapi sebagian dari kita banyak yang tidak seseorang ketahui bahwa kita sedang mendapatkan masalah, dan menutupi dengan caranya masing-masing. Dan signifikasinya adalah Pada lirik pertama Kita hanyalah manusia yang terluka memiliki makna yaitu bahwa kita semua adalah sama, setiap masing-masing orang pasti memiliki sesuatu masalah. Dalam hal ini penyanyi mencoba untuk menceritakan bahwa kita hanyalah manusia biasa yang bisa merasakan sedih ketika mempunyai berbagai macam masalah.

Jadi hasil analisis bait kelima adalah menggambarkan ada seseorang yang memiliki masalah tetapi menutupi masalahnya dengan caranya sendiri.

Bait 6

“Ku tak ingin lagi membohongi diri ku ingin belajar menerima diri”

Kutipan di atas merupakan penanda dari bait keenam. Lalu petandanya adalah berisi tentang setiap orang pasti ingin bebas dari masalahnya masing-masing, namun setiap orang sulit untuk menemukan solusinya dan memilih untuk menangis atau menyendiri untuk meringankan masalahnya dan berharap masalah itu bisa hilang dengan sendirinya seiring berjalannya waktu. Dan signifikasinya adalah Pada lirik pertama Ku tak ingin lagi membohongi diri, ku ingin belajar menerima diri memiliki makna yaitu tidak memaksakan diri untuk membohongi diri ketika memiliki masalah, jika ingin menangis maka

menangislah. Berharap dengan cara itu dapat meringankan lukanya hingga sembuh sendiri seiring berjalannya waktu. Dalam hal ini penyanyi mencoba untuk menceritakan bahwa ketika ia memiliki masalah ia tidak ingin lagi membohongi dirinya dengan berpura-pura bahagia karena ia ingin belajar menerima dirinya yang ketika ia memiliki masalah, ia bisa mengekspresikan masalahnya dengan menangis ataupun amarah.

Bait ini masuk kedalam motivasi intrinsik (Taufik, 2007) yaitu: dalam faktor harapan. Bait ini dapat dikatakan motivasi intrinsik karena bait ini menceritakan tentang dorongan atau motivasi yang ia berikan untuk dirinya sendiri untuk tidak membohongi dirinya sendiri dengan berpura-pura bahagia.

Jadi hasil analisis bait kelima adalah menggambarkan ada seseorang yang tidak ingin lagi berpura-pura bahagia jika mempunyai masalahnya dan mencoba untuk belajar menerima diri.

C. Menggali Makna Motivasi pada Lirik Lagu “Runtuh”

Dalam bahasan ini, pesan motivasi yang dianalisis terkait makna pada lirik lagu “Runtuh” karya Feby Putri ft Fiersa Besari. Dari hasil analisis Penulis tentang motivasi pada lagu “Runtuh” ini yaitu, “Mewajarkan segala kesedihan maupun menangis jika itu di butuhkan karena kita butuh beristirahat sejenak untuk meluapkan semua beban yang ada pada perasaan untuk bangkit kembali. Dan juga jika sedang merasa sakit ataupun “Runtuh” tetap semangat, dikarenakan semuanya akan kembali seperti sediakala. Tak apa untuk menangis sejenak dan merasakannya, karena kesedihan adalah bagian dari perjalanan, perjalanan yang berat tak luput dari kesulitan. Perjalanan yang panjang adalah bagian dari kehidupan, menangislah jika perlu menangis namun ingat jangan terlalu berlarut dalam kesedihannya, niscaya akan ada keindahan dibalik tangisan setiap orang. Besok akan kembali lagi seperti semula, dimana perjalanan yang berat akan kembali merasuki jiwa, jadi beristirahatlah sejenak, karena esok adalah kelanjutan dari perjalanan yang sedang diselesaikan.”

Dari analisis data Ferdinand De Sesuaree yang berisi penanda, petanda, dan signifikasi, serta pesan motivasi dari lagu “Runtuh” karya Fiersa Besari ft. Feby Putri. Dapat di validasi melalui hasil observasi dan juga dokumentasi yang telah di analisis oleh penulis, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Penanda, Petanda dan Signifikasi
 - a. Penanda, pada bagian ini dapat disimpulkan bahwa penanda yang ditemukan adalah terkait hasil transkrip lirik lagu, yang berjudul oleh “Runtuh” karya Fiersa Besari ft. Feby Putri menceritakan tentang orang yang sedang terkena masalah tetapi mencoba untuk berusaha bangkit untuk keluar dari masalah tersebut.

- b. Petanda, pada bagian ini dapat disimpulkan bahwa pemaknaan lebih lanjut terhadap lirik lagu “Runtuh” karya Fiersa Besari ft. Feby Putri yang menceritakan tentang seseorang yang sedang terpuruk dan mendapatkan sebuah motivasi untuk menyelesaikan sebuah masalah yang sedang terjadi.
- c. Signifikansi, pada bagian ini dapat disimpulkan bahwa hal yang diamati adalah terkait pemaknaan terhadap lirik lagu “Runtuh” karya Fiersa Besari ft. Feby Putri yang mengandung makna motivasi yang terdapat dibagian lirik lagunya.

REFERENSI

Abdul, Chaer. 1994. Linguistik Umum. Jakarta: Rineka Cipta.

Fiske, John. (2007). Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif. Yogyakarta: Jalasutra.

Marshall, dalam Sugiyono. (2013). Metode Tulisan Kualitatif. Bandung: Alfabeta.

Sobur, Alex. (2013). Semiotika Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Taufik. (2007). Psikologi Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Wibowo. (2013). Semiotika Komunikasi – Aplikasi Praktis Bagi Tulisan dan Skripsi Komunikasi. Jakarta: Mitra Wacana Media.

MEMBACA MAKNA KEMISKINAN DI KOTA LEWAT FILM STIP DAN PENSIL

Oleh:

Hasna Hanifah, Muhamad Husni Mubarak

A. Mengungkap Realitas Sosial: Mentalitas Miskin dalam Stip dan Pensil

Media massa merupakan fasilitas yang menyebarkan informasi kepada masyarakat luas. Media massa dapat diartikan sebagai media komunikasi dan informasi yang menyebarkan informasi secara masal dan dapat dijangkau oleh publik, ditinjau dari segi makna, media massa merupakan alat atau fasilitas untuk menyebarkan isi berita, opini, komentar dan hiburan (Habibie, 2018). Salah satu media massa yang dapat dijadikan saluran penyebarluasan yang dapat menyajikan efek visual (teks dan gambar) serta audio (suara) yakni film (Madani, 2021).

Film merupakan salah satu media massa populer yang menyampaikan informasi dalam bentuk audiovisual. Alur cerita, suara, dan gambar yang menarik membuat penonton tetap terhibur, jadi tidak perlu membayangkan kembali seperti saat membaca novel (Romli, 2016).

Film merupakan bidang kajian yang sangat sesuai bagi analisis semiotika. Berdasarkan kelebihanannya, film dibentuk untuk membungkus makna yang ingin disampaikan, makna tersebut dapat dijabarkan dengan menggunakan analisis semiotika. Semiotika memang sebuah ilmu yang mengkaji mengenai tanda-tanda dan makna, namun dalam penerapannya, semiotika tidak hanya sebatas pada pemaknaan mengenai objek visualnya saja (Prasetya, 2019).

Salah satu film yang menarik untuk dianalisis secara semiotika adalah film hasil garapan sutradara Ardy Octaviand yang ditulis oleh Joko Anwar yakni *Stip dan Pensil* yang ditayangkan pada 2017 lalu. Film yang berdurasi 98 menit ini berhasil menyajikan komedi yang tidak hanya menghibur melainkan sarat akan pesan moral yang terdapat di dalam film. Film yang dikemas secara ringan ini menampilkan potret masyarakat yang sejalan dengan realitas sehari-hari.

Film *Stip dan Pensil* diatas, setiap adegannya berusaha untuk merepresentasikan mengenai mentalitas miskin melalui tanda-tanda yang ditayangkan dalam film. Film yang mengangkat tema kelas sosial, dimana salah satu faktor pemicu terjadinya kelas sosial ialah kemiskinan. Masalah ini masih sering diperbincangkan, dan menjadi fenomena yang bersifat multidimensional. Menurut Badan Pusat Statistik yang diterbitkan *World*

Bank (2001), kemiskinan merupakan ketidakmampuan seseorang dari sisi ekonomi untuk memenuhi kebutuhan dasar pokok sehari-hari yang diukur dari sisi pengeluarannya.

Namun untuk saat ini kemiskinan tidak hanya dipahami sebatas ketidakmampuan seseorang terhadap ekonomi atau hidup dalam kondisi kekurangan sandang, pangan dan papan saja. kenyataannya kondisi yang menyebabkan seseorang mengalami kemiskinan itu bukan hanya karena faktor ekonomi saja melainkan bisa juga karena faktor mental kaum miskin (masyarakat).

Mentalitas miskin merupakan suatu kebiasaan serta pola pikir seseorang yang selalu merasa kekurangan, tidak dapat bertanggung jawab dalam melakukan suatu hal bahkan dalam mendapatkan penghasilan sehari-harinya dengan cara yang tidak halal (Nkemnacho, 2015).

B. Mengungkap Makna Dibalik Adegan Film *Stip dan Pensil*

Pada film *Stip dan Pensil*, penulis ingin menjelaskan bagaimana representasi mentalitas miskin perkotaan melalui aspek audio dan visual yang terdapat dalam film terutama pada adegan dan juga percakapannya. Meskipun film ini dikemas secara ringan dengan genre drama dan komedi, penulis mengharapkan pesan yang disampaikan membuat masyarakat sadar dan paham bahwa orang yang bermental miskin tidaklah baik, dan orang yang memiliki mentalitas miskin akan susah maju untuk menjadi sukses di masa depan.

1. Representasi Perilaku Buruk dalam Film *Stip dan Pensil*

Berdasarkan pada hasil Tulisan, *scene* awal memperlihatkan seorang anak jalanan yang datang dan menakut-nakuti empat orang remaja yang mobilnya berhenti di tengah jalanan sepi untuk mendapatkan uang. Anak tersebut mengatakan bahwa akan ada perampok yang ingin merampok mobil-mobil yang mogok, tetapi sebenarnya itu merupakan cara agar ia mendapatkan uang secara mudah, *scene* ini menjelaskan bahwasannya meminta, mengancam merupakan salah satu ciri mentalitas miskin yang dimana mendapatkan uang secara instan tanpa harus bekerja keras. Denotasi dalam *scene* ini yaitu anak jalanan yang menakut-nakuti dan sedikit mengancam akan memanggil preman jika tidak di berikan uang. Pada makna konotasi *scene* ini anak jalanan yang memanggil preman dengan sedikit ancaman agar mendapatkan uang dengan instan. Dan mitos yang muncul dari *scene* ini yaitu ancaman meminta uang untuk tutup mulut sudah menjadi hal yang habit, dan orang yang memiliki mobil merupakan golongan kelas atas dan berduit.

2. Representasi Pendidikan yang Kurang dalam Film Stip dan Pensil

Berdasarkan pada *scene* ini, memperlihatkan Empat orang remaja terlihat senang dengan kedatangan dua anak jalanan yang mereka kira dua anak jalanan ingin belajar di sekolah darurat namun ternyata hanya ingin bersembunyi dari kejaran satpol pp. pada saat Bubu mengajak belajar bersama kedua anak tersebut sedikit terkejut dan memutuskan untuk pulang dari pada harus belajar, *scene* ini menjelaskan bahwasannya malas untuk belajar, merupakan salah satu ciri mentalitas miskin yang dimana hal ini menandakan mereka malas dan tidak ingin belajar, tidak ada keinginan untuk belajar. Hal ini masuk kedalam ciri akan kurangnya pendidikan di mana dapat menimbulkan pola pikir mentalitas miskin. Denotasi dalam *scene* ini yaitu dua anak jalanan memutuskan pergi saat Bubu mengajak mereka belajar bersama. Sedangkan konotasinya yaitu penolakan dua anak jalanan untuk belajar bersama dan mitos yang muncul yakni dikalangan para anak jalanan belajar merupakan hal yang tidak akan menghasilkan uang, menurut mereka belajar bukanlah segalanya dan hanya di peruntukan hanya untuk orang kalangan kelas sosial tinggi saja yang harus belajar.

3. Representasi Suka Menyalahkan Seseorang atau Keadaannya Sendiri dalam Film Stip dan Pensil

Berdasarkan pada hasil Tulisan *scene* ini, memperlihatkan Saras dan ketiga temannya menghampiri warung yang menurut Ibu pemulung melihat ada kursi kecil milik sekolah darurat di warung tersebut. Ketika Toni ingin bertanya justru dialihkan kepada Saras karena merasa tidak tega dengan Ibu pemilik warung tersebut. Saras menanyakan kursi kecil di warung tersebut dapat dari mana akan tetapi Ibu pemilik warung menampilkan wajahnya memelas hampir menangis, mengira Saras menuduh Ibu tersebut telah mencuri kursi kecil dan meratapi nasibnya yang sudah susah tidak memiliki uang dan air di warung tidak keluar, tapi sebenarnya itu hanya agar terlihat menyedihkan di depan keempat orang remaja tersebut. Denotasi pada *scene* ini terletak pada mimik wajah yang ditampilkan, memelas seperti ingin dikasihani. Sedangkan 52 konotasinya yaitu seringkali orang miskin menjadikan kemiskinan sebagai tameng untuk mendapatkan belas kasihan seseorang. Dan mitos yang muncul pada *scene* ini yaitu mengharapkan belas kasihan seseorang sudah menjadi hal yang lazim bagi kelas sosial bawah (miskin).

C. Bahaya Mentalitas Miskin Sebagai Makna Tersirat Film Stip dan Pensil

Penulis menyimpulkan bahwa setiap adegan dalam film Stip dan Pensil berusaha untuk merepresentasikan mengenai mentalitas miskin melalui tanda-tanda yang ditayangkan dalam film. Film Stip dan Pensil menampilkan tanggapan para orang tua dari anak-anak jalanan perihal pendidikan tidaklah penting dan hanya membuang waktu, bahkan membenarkan untuk mencuri barang milik orang lain. Maka makna denotasi film ini yaitu orangtua anak-anak jalanan dan para anak-anak jalanan yang kurang akan pendidikan, pada makna konotasinya yaitu perilaku mentalitas miskin yang muncul pada orang-orang dari kelas sosial bawah, mitos yang muncul yaitu para orangtua dan anak-anak jalanan yang beranggapan pendidikan bukan hal utama bagi mereka. Dalam film Stip dan Pensil kontra narasi terdapat dalam adegan pendidikan yang merupakan fokus utama untuk membentuk pemikiran serta perilaku agar terlepas dari perilaku mentalitas miskin. Dengan demikian, berdasarkan adegan film tersebut memberikan kesimpulan bila orang yang memiliki perilaku mentalitas miskin tidak dapat membuat orang sukses untuk melangkah maju kedepan.

REFERENSI

- Adilah, B. (2021). Orang Desa yang Miskin Sekalipun Adalah Orang Paling Bahagia. 17 Febuari 2021. <https://mojok.co/terminal/orang-desa-yang-miskin-sekalipun-adalah-orang-paling-bahagia/>
- Amato, P. R., & Zuo, J. (1992). Rural Poverty, Urban Poverty, Psychological Well. *Sociological Quarterly*, 33(2): 229–240.
- Ardianto, E. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Asriwandari, H., Syafrizal, & Wahyuningsih, P. (n.d.). *Karakteristik Kemiskinan dan Perilaku Hidup Sehat Pada Masyarakat Miskin Studi di Desa Buluhcina Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar*. 1–17.
- Baihaqi, K. (2019). *Mental Miskin Menurut Al-Qur'an*. UIN Raden Mas Said Surakarta: Jurusan Ilmu Al-quran.
- Chaplin, J. P. (2011). *Kamus Lengkap Psikologi (Dictionary of Psychology) (15thed.)*. Bandung: Grafindo.
- Erwandi, G. D. N. (2020). *Representasi Kemiskinan pada Film Jimpitan Dengan Analisis Semiotika Roland Barthes*. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
- Habibie, D. K. (2018). Dwi Fungsi Media Massa. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2): 79-86.
- Lim, J. (2007). *Rich & Succes Quotient The Money Maker (Pertama)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Madani, M. N. (2021). Potret Stereotip Etnnis Batak dalam Film (Studi Analisis Semiotika Representasi Stereotip Karakter Etnis Batak dalam Film “Pariban: Idola dari Tanah Jawa”). *Paper Knowledge. Toward a Media History of Documents*, 12–26.
- Nkemnacho, K. (2015). *Be An Icon Discover how Ordinary People Became Extraordinary*. Kenneth Vision Media.
- Panuju, R. D. (2021). *Film & Komunikasi Massa (K. Sukmawati (ed.); 1st ed.)*. Intrans Publishig.
- Prasetya, A. B. (2019). *Analisis Semiotika Film dan Komunikasi*. Malang: Intrans Publishig.
- Pujileksono, S. D. D. (2015). *Metode Tulisan Komunikasi Kualitatif (1st ed.)*. Malang: Intrans Publishing.
- Romli, P. D. K. (2016). *Komunikasi Massa (Adipramono (ed.))*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Sobur, A. (2009). Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika dan Analisis Framing (D. Junaedi (ed.); pertama). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Wibowo, I. S. W. (2013). *Semiotika Komunikasi: Aplikasi praktis bagi Tulisan dan skripsi komunikasi (Dua)*. Bogor: Mitra Wancana Media.

KBGO PADA KOLOM KOMENTAR INSTAGRAM (STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL PADA KOLOM KOMENTAR INSTAGRAM @TASSY.SY)

Ananda Rahman Nurfauzi

Perkembangan internet mendorong berkembangnya berbagai teknologi lain dengan internet sebagai dasarnya, diantaranya ialah teknologi berkomunikasi. Perkembangannya berdampak signifikan terhadap cara tiap orang berinteraksi dengan orang lain. Perkembangan teknologi komunikasi juga mendorong terciptanya lingkungan virtual yang sifatnya mirip dengan lingkungan sosial di dunia nyata. Seseorang dapat berinteraksi dengan orang lain, mengobrol, bermain bersama, hingga berbelanja. Media komunikasi yang sering di akses masyarakat yaitu media sosial. Saat ini pengguna media sosial di Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan.

Penggunaan media sosial kemudian menciptakan suatu interaksi sosial baru yang disebut jaringan sosial. Seperti halnya berinteraksi secara langsung, di dalam interaksi di sosial media bisa dapat juga terjadi penyimpangan seperti penipuan, perundungan, hingga pelecehan seksual. Tidak diragukan lagi bahwa kebebasan dalam mengakses informasi di media sosial kita juga dapat mengakses hal-hal yang kurang etis. Hal itu tentu bisa mempengaruhi prilaku dari seseorang. Berbeda dengan di dunia nyata karena di sosial media seseorang dapat bersembunyi menggunakan akun palsu.

Media sosial juga merupakan wujud kemajuan dari teknologi internet yang memberikan dampak positif dan negatif dan juga bisa menjadi tempat berkembangnya tindakan pelecehan seksual *online*. Pelecehan seksual juga dapat terjadi dimana pun dan kapan pun, tidak mengenal tempat dan waktu. Tindakan pelecehan seksual *online* sering kali terjadi tanpa disadari oleh pengguna media sosial. Salah satunya dalam media sosial Instagram (Suplemen *et al.*, 2013).

Saat ini banyak sekali yang menggunakan media sosial instagram, dengan Instagram kita dapat mengenal orang dari yang awal belum kenal menjadi kenal. Instagram sesungguhnya juga bisa menjadi tempat bagi perempuan untuk berkarya dan mengekspresikan diri, hal ini dapat di lihat dari banyaknya perempuan yang menjadi *content creator* di aplikasi tersebut mulai dari konten *fashion*, konten kecantikan, konten makanan dan lain sebagainya. Tetapi sayangnya, tempat tersebut justru menjadi lahan untuk perkembangan tindakan pelecehan seksual *online*. Berbagai macam bentuk-

bentuk komentar atau pesan yang bersifat menggoda atau merayu merupakan hal yang sudah biasa terjadi di Instagram. Tidak jauh berbeda seperti pelecehan verbal yang terjadi secara langsung, kini kata-kata rayuan dan godaan muncul dalam bentuk tulisan. Tindakan rayuan dan godaan dapat terjadi juga di media sosial Instagram dapat dilakukan dengan cara mengirimkan pesan melalui *direct message* ataupun melalui kolom komentar.

Fenomena saat ini banyak sekali KBGO yang terjadi di media sosial instagram, Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan untuk berkomunikasi secara *online*. Menurut (Cat, Napoleon 2021) Jumlah pengguna Instagram pada Desember 2022 meningkat sebanyak 97,17 juta. Melihat jumlahnya total pengguna instagram di Indonesia sebanyak 108,9 juta orang dan pengguna Instagram didominasi oleh perempuan sebanyak 51,4% sementara 48,6% didominasi oleh laki-laki. Sebagaimana data dari KBGO pada tahun 2020 tingginya jumlah pengguna instagram untuk perempuan diduga dapat menjadi salah satu faktor kasus KBGO banyak terjadi di instagram.

Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO) adalah Kekerasan berbasis gender *online* adalah bentuk kekerasan gender yang baru, yang terjadi di tengah perkembangan teknologi yang semakin canggih, dimana penggunaan sosial media semakin luas dan berkembang. Kekerasan ini difasilitasi oleh teknologi dengan niat atau maksud melecehkan korban berdasarkan gender atau seksual. Sama halnya dengan kekerasan gender yang terjadi di dunia nyata. Didalam internet *Governance* Forum bahwa KBGO menyangkut semua perilaku seperti: penguntitan, pengintimidasi, pelecehan seksual, pencemaran nama baik, ujaran kebencian dan eksploitasi.

Kasus KBGO di Indonesia setiap tahunnya meningkat, Menurut catatan tahunan (CATAHU) Komnas Perempuan 2022, kasus KBGO tercatat sebanyak 1.721 kasus. Artinya, kasus ini mengalami peningkatan sebanyak 83% dari tahun sebelumnya. Bentuk-bentuk KBGO yang dilaporkan kepada Komnas Perempuan terdiri dari pendekatan untuk memperdaya (*cyber grooming*), pelecehan *online* (*cyber seksual harassment*), peretasan (*hacking*), konten ilegal (*illegal content*), pelanggaran privasi (*infringement of privacy*), ancaman distribusi foto/video pribadi (*malicious distribution*), pencemaran nama baik (*online defamation*), dan rekrutmen *online* (*online recruitment*).

Permasalahan kasus ini terjadi ketika akun @tassy.sy memposting foto pada akun Instagram pribadinya. Pada kolom komentar foto yang @tassy.sy posting banyak sekali menuai komentar, dari komentar positif hingga komentar yang mengandung unsur pelecehan seksual seperti seperti sexy banget”, “Sabun mana sabun”, “Tassy indah sekali tubuh mu”, “Mau nggak saya kenthuu”, “Kenyal” dan ada juga yang bersifat emoji yang mengandung

unsur ambigu. Banyak yang belum menyadari ketika seseorang yang melakukan pelecehan seksual apalagi hanya dilakukan lewat kolom komentar tidak secara langsung, banyak yang merasa bahwa tindakan yang dilakukannya bukan merupakan kesalahan, melainkan hanya perbuatan iseng.

KBGO (Kekerasan Berbasis Gender Online) terhadap tassy pada kolom komentar postingan Instagramnya. Hal yang mendasari perilaku aktivitas KBGO yang terjadi karena suatu individu atau kelompok terlalu berlebihan dan mempunyai rasa yang lebih dalam melihat foto yang diunggah oleh tassy. Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO) adalah Kekerasan berbasis gender *online* adalah bentuk kekerasan gender yang baru, yang terjadi di tengah perkembangan teknologi yang semakin canggih, di mana penggunaan sosial media semakin luas dan berkembang. Kekerasan ini di fasilitasi oleh teknologi dengan niat atau maksud melecehkan korban berdasarkan gender atau seksual melalui dengan cara berkomentar negatif atau mengirim pesan negatif yang mengandung unsur pornografi.

Instagram layaknya senjata apabila penggunaannya menggunakan dengan baik maka akan berjalan baik seperti apa yang diinginkan penggunaannya. Namun apabila Instagram tersebut disalahgunakan oleh penggunaannya bisa merusak fungsi dari dari Insagram itu sendiri dan dapat berdampak pada pengguna lainnya. Pelecehan seksual *online* merupakan tingkah laku manusia yang jelas jelas melanggar hukum dan tertulis di undang undang. Pelaku pelecehan seksual bisa dilakukan oleh laki-laki maupun perempuan.

Berdasarkan hasil Tulisan ini, telah terbukti bahwa terdapat komentar negatif berupa komentar yang mengandung unsur pornografi pada kolom komentar saat tassy mengunggah foto ke *feed* Instagramnya. Hal ini menunjukkan adanya aktivitas KBGO dan komentar negatif yang terjadi pada kolom komentar. Yang menjadi faktor komentar negatif itu terjadi, disebabkan oleh foto yang diunggah oleh Tassy dinilai terlalu terbuka, namun ternyata tidak menutup kemungkinan ketika Tassy mengunggah foto menggunakan pakaian yang dinilai tertutup masih mendapat komentar negatif.

Pengguna Instagram yang berkomentar pada beberapa unggahan Tassy juga memiliki maksud dan perasaan lain. Ketika seseorang melihat foto yang dianggapnya vulgar dan berkomentar negatif berunsur seksual, itu hanya keisengan pengguna dalam berkomentar, namun ada juga yang menganggap bahwa komentar yang dilontarkannya itu memberikan kepuasan pribadi.

Penulis melakukan observasi pada bulan Maret hingga Juni 2023. Penulis menganalisis unggahan dan komentar berdasarkan metode etnografi virtual yang memiliki tiga elemen unsur yang digunakan untuk menganalisis sebuah

unggahannya dan komentar, yakni ruang media (*media space*), level dokumen media (*media archive*), level *object* media (*media object*).

Menurut Nasrullah (2015) media sosial adalah media yang membentuk jaringan diantara penggunanya, kehadiran media sosial memberikan medium bagi pengguna dan pengguna lainnya untuk saling terhubung. Dalam hal ini adanya proses terjadinya komentar negatif yang muncul pada postingan instagram @tassy.sy.

Hasil analisis Tulisan ini memfokuskan pada komentar negatif pada akun Instagram @tassy.sy yang dibagi berdasarkan 3 kategori yaitu Komentar negatif dengan menggunakan *emoticon* yang bersifat ambigu, komentar negatif yang berunsur seksual, komentar negatif yang mengomentari bentuk tubuh. Untuk memperoleh hasil Tulisan, harus melakukan observasi terlebih dahulu, kemudian melakukan teknik dokumentasi untuk melengkapi data dan selanjutnya penulis menganalisis unggahan tersebut. penulis telah memetakan unggahan yang seperti apa yang banyak terdapat isi komentar negatifnya.

Dalam ruang media, level ini dapat mengungkap bagaimana struktur yang ada dari medium di internet. Medium ini merupakan lokasi atau tempat budaya terjadi dan komunitas berinteraksi. Jika mengambil contoh media sosial, prosedur membuat akun, mempublikasikan konten, maupun aspek geografis dari tampilan media menjadi salah satu deskripsi yang perlu dijelaskan dalam laporan Tulisan. Dalam akun @tassy.sy, medium yang digunakan adalah instagram. Level ruang media dalam analisis media siber mengungkap dari sisi teknologi bagaimana perangkat medium di internet berlaku dan memiliki aturan.

A. Level Ruang Media (*Media Space*)

Dalam ruang media, level ini dapat mengungkap bagaimana struktur yang ada dari medium di internet. Medium ini merupakan lokasi atau tempat budaya terjadi dan komunitas berinteraksi. Jika mengambil contoh media sosial, prosedur membuat akun, mempublikasikan konten, maupun aspek geografis dari tampilan media menjadi salah satu deskripsi yang perlu dijelaskan dalam laporan Tulisan. Dalam akun @tassy.sy, medium yang digunakan adalah instagram. Level ruang media dalam analisis media siber mengungkap dari sisi teknologi bagaimana perangkat medium di internet berlaku dan memiliki aturan.



Gambar 17. Foto Tampilan Profil Instagram @tassy.sy

Akun Instagram @tassy.sy merupakan akun yang berisikan *sharing* konten-konten liburan, *traveller*, *endorment*, terhitung sejak 17 April 2023 terdiri dari 425 ribu pengikut dan 768 diikuti. Akun ini berisi foto pribadinya tassy dan diisi oleh konten-konten tempat wisata di luar negeri, tetapi sangat disayangkan dibalik postingan foto pada akun instagramnya @tassy.sy banyak sekali komentar-komentar yang mengandung pornografi atau sara disaat tassy sendiri memposting dengan baju tertutup maupun terbuka dan ada juga respon komentar positif seperti pujian ketika tassy mengunggah konten keindahan alam. Akun instagram @tassy.sy merupakan tempat yang mewadahi terjadinya interaksi sosial antara individu secara virtual. Awal mulanya terbentuk interaksi ini terjadi melalui postingan akun Instagram @tassy.sy yang berupa teks, audio, visual dan lain sebagainya.

B. Level Dokumen Media (*Media Archive*)

Level dokumen media digunakan untuk melihat bagaimana isi sebagai sebuah teks dan makna yang terkandung di dalamnya di produksi dan disebarkan melalui internet. Level ini pada dasarnya menjawab faktor apa (*what*) yang menjadi artefak budaya dalam Tulisan etnografi virtual. Dalam akun @tassy.sy yang menjadi dokumen mediana adalah foto dari postingan *feed* Instagramnya @tassy.sy yang berbentuk visual. Di kolom komentar tersebut banyak berbagai macam komentar negatif yang bersifat pornografi dan mengarah ke arah seksual, dalam hal ini bisa menjadikan media sosial sebagai tempat terjadinya pelecehan seksual KBGO. seksual KBGO. Dari temuan data, Penulis menganalisis bentuk-bentuk unggahan yang seperti apa yang banyak komentar negatifnya dan seperti apa bentuk komentar yang ada pada kolom komentar akun Instagram @tassy.sy. Berikut beberapa postingan di akun tassy yang terdapat komentar negatifnya.



Gambar 18. Komentar *followers* akun Tassy.sy

Kategori komentar ini berisi hal-hal negatif yang berhubungan atau menyinggung bentuk tubuh Tassy. Tidak hanya itu, terkadang komentar-komentar yang ada pada beberapa postingannya juga menjadikan tubuh Tassy sebagai objek dalam hal yang berbau porno untuk kesenangan pribadi. Bisa dilihat adanya komentar-komentar seperti: “sexy banget”, “Sabun mana sabun”, “Tassy indah sekali tubuh mu,”, “Mau nggak saya kenthuu” (Kata “Kenthu” diartikan sebagai berhubungan seksual antara laki-laki dan perempuan), “Kenyal” (Kata “kenyal” yang dimaksud yaitu mendefinisikan bentuk payudara Tassy, namun bisa juga mendefinisikan bagaimana ia melihat kulit Tassy), “beruntung sekali cowonya bisa ngenyot” (Kata “Ngenyot” diartikan sebagai menghisap payudara Tassy), “dahsyat ni cewe pasti”.. Mayoritas pengguna akun yang berkomentar adalah laki-laki.

Banyak sekali komentar-komentar yang mengandung pornografi atau yang bersifat negatif disaat tassy memposting fotonya. Dilihat dari cara akun tersebut berkomentar, terlihat bahwa akun tersebut sangat memperhatikan fisik dan penampilan Tassy. Saat Tassy menggunakan pakaian terbuka, akun tersebut cenderung berkomentar tentang bagaimana tubuh Tassy yang terekspos dengan jelas, atau ketika Tassy menggunakan pakaian yang tertutup atau ketat, akun tersebut berkomentar mengenai lekukan tubuh Tassy yang dianggap menarik. Tentunya mereka tidak beranggapan bahwa itu adalah pelecehan seksual yang serius, melainkan hanya dianggap sebagai bahan bercanda atau hiburan.

Penyebab munculnya komentar berunsur seksual tersebut dikarenakan unggahan foto Tassy dianggap menjadi ketertarikan bagi sebagian pengguna Instagram yang melihat, kemudian timbul berbagai sudut pandang. Kebanyakan menganggap bahwa foto Tassy terlihat vulgar dan nampak seronok dengan pakaian minim atau ketat, sehingga terjadilah *feedback* dari

mereka terhadap foto tersebut yang dituangkan lewat kolom komentar. Hal ini adalah bagian dari KBGO (Kekerasan Berbasis Gender *Online*).

C. Level Objek Media

Pada level ini objek media merupakan unit spesifik karena Penulis bisa melihat bagaimana aktivitas dan interaksi pengguna atau antar pengguna, baik dalam unit mikro maupun makro. Dalam level ini data Tulisan bisa berasal dari teks yang ada di media siber maupun konteks yang berada tersebut. Dalam akun @tassy.sy, model interaksi antara *followers* dapat dilihat melalui kolom komentar di unggahan akun Instagram @tassy.sy.

Untuk rata-rata akun @tassy.sy mem-*posting* foto setiap satu hari sekali. Dari hasil pengamatan dalam aktivitas pada akun Instagram @tassy.sy terjadi pola komunikasi antar pengguna yang terjadi melalui kolom komentar yang ada. Interaksi tersebut bisa dalam bentuk teks maupun *emoticon* saja. Komentar-komentar yang ada dalam unggahan mayoritas sesuai apa yang di unggah oleh tassy tetapi ada juga komentar yang bersifat negatif dan mengandung unsur pornografi. Seperti disaat tassy mengupload konten destinasi keindahan alam di macam negara banyak menimbulkan respon positif tetapi ketika tassy mengupload foto dirinya sendiri banyak sekali menimbulkan komentar negatif tetapi tidak memungkinkan ada juga komentar negatif dan pujian terhadap dirinya.

Berdasarkan hasil Tulisan dan pembahasan yang telah penulis lakukan, dapat disimpulkan bahwa adanya komentar negatif dan aktivitas KBGO pada kolom komentar Instagram @tassy.sy saat mengunggah foto ke *feed* Instagramnya dapat dilihat dari bagaimana komentar warganet terhadap unggahan tassy.

Aktivitas KBGO tersebut terjadi kebanyakan ketika tassy mengunggah foto dengan pakaian terbuka tapi tidak menutup kemungkinan dengan begitu saat tassy mengunggah foto dengan pakaian tertutup pun masih ada komentar negatif yang mengandung unsur pornografi terhadap foto yang tassy unggah. Penulis juga memberitahu kepada pengguna media sosial yang menjadi informan pada Tulisan ini, yang berkomentar khususnya bahwasanya komentar negatif tidak boleh di lakukan di media sosial. Dengan berbagai macam bentuk komentar baik menggunakan komentar maupun menggunakan *emoticon* yang bersifat ambigu dan Komentar seperti itu juga termasuk kedalam salah satu bentuk dari KBGO (Kekerasan Berbasis Gender *Online*).

REFERENSI

- Alwasilah, C. A. (2002). *Pokok Kualitatif: Dasar-dasar Merancang dan Melakukan Tulisan Kualitatif*. Bandung: PT. Dunia Pustaka Jaya.
- Arianto, Bambang. (2021). Media Sosial Sebagai Ruang Baru Kekerasan Berbasis Gender Online Di Indonesia. *PERSEPSI: Communication Journal*, 4(2): 129-141.
- Nasrullah, Rulli. (2014). *Teori Dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Nasrullah, Rulli. (2018). Riset Khalayak Digital: Perspektif Khalayak Media Dan Realitas Virtual Di Media Sosial. *Jurnal Sosioteknologi*, 17(2), 271-287.
- Prameswari, JR. (2021). Kekerasan Berbasis Gender Di Media Sosial. *PAMALI: Pattimura MagisterLaw Review*, 1(1): 55-61.
- Prihatiningsih, Witanti. (2017). *Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja*. *Jurnal Communication VIII*, 8(1): 51–65.

MENGUNGKAN MAKNA *TOXIC RELATIONSHIP* DALAM TRILOGI FILM “NANTI KITA CERITA TENTANG HARI INI” “STORY OF KALE” DAN “STORY OF DINDA”

Oleh:

Adhiyasa Praja Surya, Asima Oktavia Sitanggang

A. Film Sebagai Gambaran Realitas Sosial dan Masyarakat

Film dianggap lebih efektif untuk membangkitkan *mood* dan perasaan seseorang. Karena, setiap detail cerita dari sikap, perilaku tokoh, gaya, mimik wajah yang ditampilkan dapat ditiru oleh siapa saja yang menontonnya bahkan bisa berdasarkan dari kehidupan nyata. Oleh sebab itu, film dianggap lebih efektif untuk menambah gambaran di zaman saat ini. Menurut Irawanto (Sobur, 2003:127) berpendapat, “Film selalu merekam realitas yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat, dan kemudian memproyeksinya keatas layar”.

Salah satu Film yang merekam gambaran masyarakat di zaman ini ialah Film Story of Kale, Film Story of Dinda dan Film Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini produksi dari Visinema Pictures. Gambaran dari ketiga film ini sangat erat dekat dari kehidupan masyarakat saat ini. Tidak dapat dipungkiri, dimana masalah hubungan adalah masalah yang sering dijumpai masyarakat dan bahkan masalah ini kerap hadir berdampingan. Awal mula permasalahan ini dapat bersumbu dari adanya *Toxic* dari beberapa pihak yang menyebabkan masalah-masalah timbul.

Dari 2 juta lebih penonton, karakter kale yang diperankan oleh Ardhito Pramono yaitu sosok laki-laki yang membuat Awan merasa berwarna hidupnya berhasil sukses membuat orang bertanya-tanya tentang itensi dan jalan hidup seorang Kale. Diumumkan juga Ardhito Pramono meraih penghargaan Pemeran Pendatang Baru Terfavorit dalam Indonesia *Movie Actor Awards* (IMMA) 2020 atas peran Kale dalam NKCTHI. Ardhito menyambut baik apresiasi dari IMMA. Ardhito Penyanyi dan aktris yang kedapatan menjadi salah satu pemeran dalam film tersebut sebagai Kale, dinanti-nanti akan film solonya sebelum bertemu Awan, yang ternyata pesan yang disampaikan Kale dalam film Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini memiliki kaitannya dengan masa lalu Kale yang pernah mengalami *Toxic* dua kali. (Medcom.id, 2020)

Sutradara yang menyutradarai film Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini mempunyai ide cemerlang dengan menghadirkan film yang berfokus pada Kale dan masalahnya, film tersebut adalah film *Story of Kale: When Someone's In Love* yang tayang pada 23 Oktober 2020 saat adanya pandemi COVID-19 diplatform Bioskop *Online* dengan *streaming*. Seperti halnya dengan emosi yang selalu stabil terkadang positif terkadang negatif, posisi hidup seseorang pun tidak mungkin selalu di atas. Ada waktu jatuh atau gagal dan ada waktu bangkit atau berhasil, bagi Kale kesedihan saat jatuh atau gagal yang dirasa itu ada gunanya. Ia membantu Awan untuk memanjat setinggi-tingginya dan ketika Awan sudah di atas, Awan dapat melihat suatu horison yang jauh lebih luas pandangan dengan lebih baik dari sisi hidup. Tokoh inilah yang telah membantu membuat Awan untuk menjadi terbiasa dalam menerima hal-hal yang buruk di kehidupannya. (Kompasiana, 2020).

Film *Story of Kale* bukanlah film lanjutan dari Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini melainkan film yang berjalan mundur ke masa lalu Kale untuk menceritakan asal-usul serta menceritakan hubungan asmara Kale di masa lalu dimana kisahnya juga tidak jauh dari permasalahan yang Awan rasakan yang penuh dengan fenomena *toxic relationship* membuat film ini jadi menarik dan sukses memikat banyak penonton. Film yang kembali dibintangi oleh Ardhito Pramono sebagai Kale dan Aurelie Moeremans sebagai Dinda menampilkan potret berpacaran yang semulanya bahagia namun ternyata memiliki sisi kelam yang terpendam selama menjalani hubungannya, Film *Story of Kale* mempunyai alur cerita yang juga maju mundur dimana ini akan menjelaskan detail mengenai sumbu permasalahan yang mereka alami. Sepanjang film ini dipenuhi dengan adanya *Toxic Relationship* baik dari mantannya Dinda sampai Kale sendiri yang menjadi pacar barunya Dinda. Hal itu membuat daya tarik tersendiri dalam membuat penonton bergairah dalam menonton film *Story of Kale* ini.

Trilogi film tersebut yang sama-sama memfokuskan pada *toxic relationship* Kale di dalamnya. Film yang dikemas dengan suasana yang menggambarkan kehidupan remaja dengan karier dan percintaan dijamin sekarang ini, menceritakan perjuangan Dinda untuk mempertahankan kedudukannya sebagai pasangan yang baik namun berujung sengsara yang suatu ketika Kale datang ke kehidupannya untuk memperbaiki apa yang telah rusak dari Dinda akibat perlakuan mantannya yang sangat *toxic*. Kale yang menyelamatkan Dinda berusaha menyembuhkan luka Dinda dengan memberikan rasa sayang yang berlebih ini yang membuat tokoh Kale juga bisa memperlakukan Awan menjadi istimewa di film Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini dari luka Awan dengan keluarganya. Penulis menemukan beberapa data kasus yang meningkat setiap tahunnya akibat dari sebuah hubungan

yang tidak sehat atau biasa disebut sebagai *toxic relationship*. Berdasarkan data pada SIMFONI-PPA ditahun 2021 terdapat 25.210 jumlah kasus, dengan korban laki-laki sebanyak 5.376 dan korban perempuan sebanyak 21.753 (SIMFONI-PPA, 2021).

Menurut Glass, penyebab dari adanya *Toxic Relationship* bisa beragam karena tergantung pada latar belakang dan kondisi seseorang yang ada pada hubungan tersebut. *Toxic Relationship* bisa saja muncul karena kepribadian seseorang yang suka mengontrol dan memiliki watak keras serta mau menang sendiri. Tindakan-tindakan tersebut dilakukan karena sebuah kepribadian yang *negative* yang sudah ada pada dirinya dan orang yang berada di keadaan tersebut merasa lelah akan sisi *negative* yang berkepanjangan. (Glass, 1995).

Konteks *toxic relationship* memiliki peranan hampir semua yang dihasilkan dalam film ini, namun mengenai komunikasi yang dihasilkan dalam film ini juga menghadirkan banyak sekali makna pesan yang terkandung di dalamnya. Pada kasus *toxic relationship* di trilogi film ini kerap menjadikan laki - laki sebagai pelaku kekerasan karena sebuah budaya patriarki yang masih menguat di Indonesia, budaya patriarki merupakan istilah dimana pria lebih berkuasa dari pada wanita. Budaya yang menguat tersebut akan dijadikan sebuah ideologi dalam masyarakat yang masih mempercayainya. Realitas yang ditampilkan dalam film Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini merupakan realitas yang sebenarnya terjadi, begitupun film *Story of Kale* dan *Story of Dinda* yang keduanya sama sama menyinggung realitas kehidupan masyarakat. Film dengan kekuatan segala bentuk visualisasinya adalah hasil karya seni yang dikemas melalui proses kreatif dari berbagai unsur seni diantaranya seni musik, seni rupa, seni suara, teater dan unsur teknologi yang menjadi bagian penting dalam proses produksi sebuah film (Imanto, 2007).

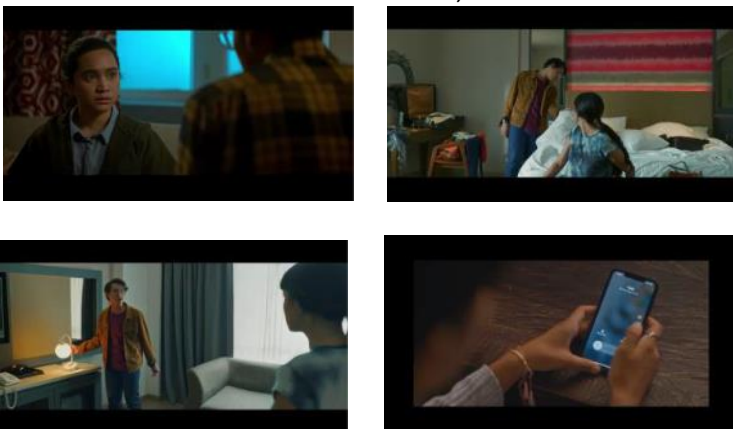
Film ini di olah begitu sederhana dan mudah dipahami bagi penontonnya. Tidak heran jika Penulis menggunakan analisis semiotika John Fiske yang dirasa paling pantas untuk mempresentasikan tokoh Kale dalam *toxic relationship* pada film Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini, film *Story of Kale* dan film *Story of Dinda*. Analisis John, sebagai representasi dari realitas film Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini menggambarkan trilogi film ini membentuk realita dari kehidupan sehari - hari masyarakat. Realita yang dialami pada film *Story of Kale* yang menampilkan hubungan pacaran yang beracun membentuk ideologi kalau masih adanya budaya patriarki karena perempuan yang selalu jadi korban dalam *Toxic Relationship*. Atas dasar penjelasan diatas, Tulisan ini membahas representasi *toxic relationship* tokoh Kale pada trilogi film Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini, film *Story of Kale* dan *Story of Dinda*, Sedangkan

representasi disini adalah bentuk pengganti dari suatu masalah yang digunakan untuk mendapatkan solusi. Contohnya suatu masalah dapat direpresentasikan dengan kata-kata, simbol, objek, semua dilakukan semata mata untuk menemukan suatu makna dan tanda-tanda. (John & Knuth, 1991).

Untuk menemukan representasi *toxic* pada tokoh Kale, penulis perlu memahami dan meneliti lebih mendalam lagi pada setiap *scene-scene* di film ini yang menghadirkan makna dan tanda. Maka penulis akan fokus terhadap pemaknaan yang terdapat dalam simbol dan tanda, menggunakan analisis semiotika John Fiske untuk memudahkan penulis dalam menganalisa trilogi film Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini, film Story of Kale dan Story of Dinda Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis merasa tertarik dengan film yang menampilkan *toxic relationship* pada tokoh Kale sesuai dengan apa yang akan diteliti, sehingga nantinya penulis akan menganalisis video tersebut menggunakan teori dari John Fiske.

B. Mengungkap Makna Melalui Potongan Film

Penulis telah melakukan analisis terhadap isi dengan berupa potongan gambar dari *trilogy* film “Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini” “Story of Kale” dan “Story Of Dinda”, yang menunjukkan adanya representasi *toxic relationship* pada tokoh Kale dalam film yang dianalisis. Penulis menemukan hasil temuan makna dan tanda dalam bentuk *toxic relationship* pada tokoh Kale yang ada disetiap *scene* yang mewujudkan *toxic relationship* tersebut. Penulis akan menjabarkan dari beberapa *scene* representasi *toxic relationship* yang dilakukan oleh tokoh Kale menurut Glass, 1995.



Gambar 19. Scene Toxic Relationship

- 1) *Toxic Relationship* tokoh Kale terhadap Awan dan Dinda
Bentuk *toxic relationship* diatas dapat terlihat nyata dan jelas, bentuk dari jenis *toxic relationship* ini meliputi pasangan yang tidak mendukung, hilangnya rasa menghargai dan hubungan yang tujuannya merusak satu sama lain, hal ini terkesan menyerang mental seseorang. Terlihat dalam *scene* Kale dan pasangannya pada ketiga film yang sedang dianalisis. Pada *Scene* Kale dan Awan di film Nanti Kita Cerita Tentang Hari ini terlihat Kale menyerang mental Awan dengan cara memberikan harapan palsu yang membuat Awan merasa kecewa dan marah terhadap Kale, *scene toxic relationship* juga terlihat dalam film Story Of Kale yang terlihat menyerang mental Dinda dengan cara menuduh Dinda yang tidak-tidak dan selalu berpikiran *negative* terhadap Dinda. *Scene* terakhir adanya *toxic relationship* terlihat dalam film Story Of Dinda, Dinda yang merupakan pasangan dari Kale juga kerap mendapatkan tuduhan-tuduhan yang tidak masuk akal dari Kale dan terkesan mengekang kegiatan Dinda dengan cara menelepon Dinda berkali-kali dan memaksa Dinda untuk pulang bersamanya.
- 2) *Toxic Relationship* Kale terhadap Dinda
Dalam hubungan pasangan kekasih yang memiliki *toxic relationship* kerap dikatakan hubungan yang tidak sehat oleh semua orang. Dalam Glass 1995, *toxic relationship* merupakan hubungan yang tidak sehat dan bertujuan untuk mempengaruhi mental seseorang bahkan bisa saja berujung pada kekerasan fisik, Seperti yang terlihat dalam *scene* film Story of Dinda, Dinda yang merupakan pasangan kekasih dari Kale kerap mendapatkan *toxic relationship* secara fisik, pada film Story of Kale Dinda terlihat kerap ditekan oleh Kale dengan cara memegang bahu Dinda dengan keras yang membuat Dinda merasa Kale sama dengan mantannya yang bernama Argo, dan di *scene* lain Dinda juga terlihat ingin ditampar oleh Kale karena cemburu butanya pada Argo. *Scene* dalam film Story of Dinda juga memperlihatkan Kale menarik tangan Dinda untuk keluar dan pulang bersamanya.

Dari hasil Tulisan diatas, Penulis menyimpulkan bahwasannya sang sutradara mengangkat film ini dan menyatukannya dalam satu *universe* NKCTHI dikarenakan film ini memiliki banyak makna yang terkandung pada kehidupan nyata mengenai hubungan yang *toxic* terbukti dari setiap film-film lainnya yang diangkat oleh sutradara merupakan film yang mengkisahkan alur yang realistis dari masyarakat, terkhusus difilm ini merujuk pada tokoh Kale yang menimbulkan adanya ideologi patriarki sehingga membuat sang

sutradara memproduksi kelanjutan dari tokoh Kale dan membentuknya dalam *universe* NKCTHI.

Kale sangat merepresentasikan adanya *toxic relationship* dari trilogi film yang dibintanginya yaitu Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini, Story of Kale dan Story of Dinda, *toxic relationship* sangat merepresentasikan kehidupan realitas dalam kehidupan masyarakat. Hasil Tulisan membuktikan bahwasannya rumah produksi *Visinema Picture* membentuk sebuah *universe* baru dari film Nanti Kita Cerita Tentang Hari ini. Berdasarkan dari sutradara yang ingin mendalami karakteristik tokoh Kale menunjukkan pemahaman mengenai sebuah realitas didalamnya menampilkan adanya perilaku, ekspresi serta gerak tubuh. Sedangkan representasi ditunjukkan melalui teknik dalam mengambil gambar dengan komposisi kamera yang sesuai, *angle* kamera yang pas, serta ukuran pengambilan gambar, tidak tertinggal unsur dialog dan pemilihan *setting* juga berperan penting. Sutradara juga menyematkan unsur ideologi dalam sebuah film ciptaannya sehingga ke tiga film tersebut merujuk pada adanya budaya patriarki.

C. Makna Melalui Film Story of Kale dan Story of Dinda Perspektif Semiotika

Dalam *trilogy* film Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini, Story of Kale dan Story of Dinda ini memperlihatkan bahwasannya rumah produksi *Visinema* berupaya menunjukkan adanya representasi *toxic relationship* yang dilakukan oleh tokoh Kale dalam Film menunjukkan adanya perilaku yang merusak hubungan karena konflik, hilangnya rasa saling mendukung, timbulnya persaingan dalam hubungan tersebut, dan hilangnya rasa menghargai serta hilangnya kekompakan yaitu dengan cara menyerang Awan secara psikis yang membuat Awan sedih, merasa dibohongi dan kecewa, menyiksa Dinda yang merupakan pacar dari Kale dengan dikekang dan dikontrol hidupnya oleh Kale memilih untuk keluar dari hubungan tersebut, memperlakukan Dinda dengan tidak baik yaitu dengan cara menelepon Dinda terus menerus sangat posesif yang membuat Dinda merasa tidak nyaman dan menuduh Dinda sedang bersama Argo. Trilogi film ini memperlihatkan bahwasannya representasi *toxic relationship* pada tokoh Kale terhadap Awan dan Dinda dilihat dari tiga tahapan level yang dikemukakan oleh John Fiske yaitu:

1. Level realitas yang terdiri dari: perilaku, ekspresi dan gerak tubuh yang dilakukan oleh Kale terhadap Awan dan Dinda berupa *toxic relationship* yang menyerang secara psikis dan fisik.
2. Level representasi yang terdiri dari: Teknik pengambilan kamera *composition*, *camera angle*, dan *shote size*, dialog, dan pemilihan *setting* tempat yang dimana mendukung penampilan disetiap *scene* Kale dan

Awan serta Kale dan Dinda yang terkesan memperlihatkan *toxic relationship*nya tersebut.

3. Level Ideologi yaitu terdiri dari: Patriarki, yang meliputi karakter sang tokoh yaitu Kale terhadap pasangannya dalam Film Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini, Film Story of Kale dan Film Story of Dinda.

REFERENSI

- Barelson, B., & Stainer, G. A. (1964). *Human Behavior An Inventory Scientific Finding*. New York: Hurcurt, Brack.
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Danesi, M. (2010). *Pesan, Tanda, Dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika Dan Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra Danesi.
- Fiske, J. (2004). *Cultural And Communication Studies (Sebuah Pengantar Paling Komprehensif)*. Bandung: Jalasutra.
- Glass, L. (1995). *Toxic People*. Simon & Schuster.
- Hikmah, U. M. (2019, Desember 26). *Waspada! Toxic Relationship Semakin Meningkat Setiap Tahunnya*. Retrieved from Unair News: <http://news.unair.ac.id/2019/12/26/waspada-toxic-relationship-semakinmeningkat-setiap-tahunnya/>
- Imanto, T. (2007). Film sebagai proses kreatif dalam bahasa gambar. *Jurnal Komunikologi*, 4(1): 1970-9970.
- Janvier, C. (1987). *Conceptions And Representation: The Circle As An Example In Janvier, C. (Ed.), Problems Of Representations In The Learning And Teaching Of Mathematics*. New Jersey: Lawrance Erlbaum Associates Publishers.
- Josen, B. F., & Knuth, R. A. (1991). *What does research say about mathematics? [Online]*. Retrieved from NCRL: <http://www.ncrl.org/sdrs/stwesys/2math.html>
- Julianto, V., Cahayani, R. A., Sukmawati, S., & Aji, E. A. (2020). Hubungan Antara Harapan Dan Harga Diri Terhadap Kebahagiaan Pada Orang Yang Mengalami Toxic Relationship Dengan Kesehatan Psikologis. *Jurnal Psikologi Interaktif Prodi Psikologi UIN Sunan Kalijaga*, 8(1): 103-115.
- Komnas Perempuan. (2021, April 10). *CATAHU 2020 Komnas Perempuan: Lembar Fakta dan Poin Kunci (5 Maret 2021)*. Retrieved from Komnas Perempuan: <https://komnasperempuan.go.id/siaran-pers-detail/catahu2020-komnas-perempuan-lembar-fakta-dan-poin-kunci-5-maret-2021>

- Kompas. (2020, November 27). Kenali apa itu toxic relationship, tanda hubungan sudah tak sehat. Retrieved from Kompas.com:
<https://health.kompas.com/read/2020/11/27/200200568/kenali-apa-itotoxic-relationship-tanda-hubungan-sudah-tak-sehat?page=all>
- Ruslan, R. (2002). *Kiat Dan Strategi Public Relations*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Sobur, A. (2003). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sobur, A. (2006). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Vera, N. (2014). *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.

REPRESENTASI PEREMPUAN DALAM MELAWAN STEREOTIP PERNIKAHAN DINI PADA FILM YUNI

Oleh:

Achmad Shandika Purnomo, Ari Sulistyanto

A. Stereotip Pernikahan Dini

Menurut Stuart Hall (1997), representasi adalah salah satu praktek penting yang memproduksi kebudayaan. Kebudayaan merupakan konsep yang sangat luas, kebudayaan menyangkut 'pengalaman berbagi'. Seseorang dikatakan berasal dari kebudayaan yang sama jika manusia-manusia yang ada disitu membagi pengalaman yang sama, membagi kode-kode kebudayaan yang sama, berbicara dalam 'bahasa' yang sama, dan saling berbagi konsep-konsep yang sama.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia perempuan berarti orang (manusia) yang dapat menstruasi, hamil, melahirkan anak, dan menyusui. Perempuan mempunyai peranan tersendiri dalam lingkungan keseharian dan dalam kehidupan masyarakat. Saat ini perempuan dalam pandangan masyarakat luas masih tergambarkan berbeda dengan laki-laki, yang identiknya perempuan selalu hanya tentang rumah tangga, mengasuh anak dan tidak bisa apa-apa selalu bergantung kepada laki-laki. Tidak hanya itu perempuan juga sering menjadi korban sebagai objek pelecehan seksual dan kekerasan. Semuanya ini terkait dengan adanya sebuah bentuk pemikiran yaitu stereotip.

Stereotip merupakan salah satu bentuk prasangka atau pendapat terhadap etnis, ras, serta gender (Dyah Gandasari dkk, 2022). Stereotip yang terjadi dikalangan masyarakat bahwa laki-laki hakikatnya adalah bekerja sedangkan perempuan hakikatnya adalah mengurus rumah tangga. Sehingga terjadi bentuk pola pikir dari publik sebaiknya laki-laki menempuh pendidikan yang lebih tinggi. Sedangkan dari pola pikir publik pada perempuan, bahwa perempuan tidak perlu menempuh pendidikan yang tinggi, karena perempuan sebaiknya segera menikah dan mengurus rumah tangga. Pada Tulisan kali ini, penulis akan membahas tentang stereotip pernikahan dini.

Menurut UU Nomor 16 Tahun 2019 adalah calon mempelai minimal usia 19 tahun untuk melangsungkan perkawinan. Jika sebelum kedua atau salah satu mempelai berusia 19 tahun terjadi pernikahan maka disebut dengan pernikahan dini.

Dalam Tulisan ini penulis akan mengangkat stereotip pernikahan dini yang diceritakan dalam film Yuni. Kemudian penulis akan melakukan analisis semiotika (Roland Barthes) yaitu mencari makna denotasi, konotasi, dan mitos dalam 11 *scene* terpilih pada film Yuni.

B. Mengungkap Makna Pernikahan Dini dalam Adegan Dialog Film Yuni

Makna denotasi berarti ungkapan yang merupakan arti sesungguhnya, makna konotasi merupakan makna yang bukan arti sebenarnya dari sebuah ungkapan, sedangkan mitos berarti ungkapan terkait hal-hal yang kebenarannya diragukan. Penulis akan mengulik makna yang terdapat dalam setiap dialog dalam *scene* terpilih.

1. *Scene* Yang Dipilih



Gambar 20. *scene* 1, *scene* 2, *scene* 3, dan *scene* 4

Gambar *scene* 5, *scene* 6, *scene* 7, dan *scene* 8

Gambar *scene* 9, *scene* 10, dan *scene* 11

2. Hasil Temuan Makna Denotasi

Pada *scene* 1 diambil dengan teknik *Long Shot* selama 16 detik. Dari adegan pada *scene* 1, berawal dari sebuah pembicaraan yang terdapat pada adegan tersebut tentang adanya tes keperawanan yang diadakan di sekolah anaknya, disebabkan banyak anak remaja yang hamil diluar nikah. Salah satu dari sekumpulan ibu-ibu merespon pembicaraan tersebut dengan memberikan pernyataan bahwa jika anak sudah mempunyai pasangan segera mungkin untuk langsung dinikahkan atau dikawinkan, agar tidak menyebabkan hal yang tidak diinginkan seperti hamil diluar nikah. Makna yang tersirat dari denotasi pada *scene* 1 selayaknya sebuah makna denotasi yang dinyatakan oleh Sobur (2019) dalam bukunya bahwa denotasi oleh barthes merupakan tingkatan pertama pada asosiasi ketertutupan sebuah makna dalam tanda. Sehingga kesadaran atau kesederhanaan penonton dalam menafsirkan *scene* 1 mungkin tidak akan menciptakan sebuah makna yang lebih mendalam dari makna yang seadanya pada percakapan tersebut, yaitu tentang pernikahan terhadap remaja.

Pada *scene* 2 diambil dengan teknik *Long Shot* selama 38 detik. Nenek Yuni memberikan tanggapan terhadap sebuah lamaran dan menjelaskan kepada Yuni keluarga Wak Tardi itu baik, serta bahwa pernikahan itu adalah hal yang baik dan itu adalah sebuah rezeki. Dalam *scene* ini Nenek Yuni yang sedang duduk di ruang tamu, didatangi Yuni yang berbaring dipangkuannya. Nenek Yuni mengatakan kepada Yuni bahwa Yuni sudah besar dan sudah siap menikah serta menjelaskan bahwa keluarga Wak Tardi adalah keluarga yang baik, lalu Yuni bertanya kepada neneknya, apakah nenek menginginkan Yuni menerima lamaran tersebut, dan nenek Yuni menjelaskan kepada Yuni bahwa menikah itu adalah perbuatan yang baik, jangan sampai menolak rezeki. Sehingga makna denotasi yang didapat dari *scene* 2 ialah sebuah tanggapan nenek Yuni yang berisi sebuah hal tentang pernikahan. Hal tersebut menciptakan pesan moral bahwa jangan menunda dan segera melangsungkan pernikahan karena menikah adalah sebuah hal yang baik atau mulia menurut ajaran agama islam.

Pada *scene* 3 diambil dengan teknik *Long Shot* selama 1 menit. Ibu-ibu pemeran figuran yang terdapat pada adegan *scene* 1 muncul kembali pada adegan di *scene* 3, Ibu berbaju putih bertanya kepada Yuni soal lamarannya Iman dan mencoba menjelaskan terkait kehidupan seorang perempuan serta sebuah hal terkait pernikahan. Sekumpulan ibu-ibu di ruang tamu rumah Yuni sedang berbincang terkait rumah tangga, seketika Yuni datang dan mencari buku yang ada di ruang tamu, lalu Ibu berbaju putih bertanya kepada Yuni apakah Yuni menerima lamarannya Iman dan Ibu berbaju kuning menambahkan bahwa Iman sudah kerja di pabrik, karena masuknya susah, namun Yuni menjawab dengan sedikit ragu bahwa dirinya masih mau berpikir dulu karena masih mau melanjutkan sekolah. Ibu berbaju putih bertanya kembali perempuan untuk apa sekolah tinggi-tinggi karena ujung-ujungnya dapur, sumur dan kasur. Lalu Yuni menegaskan bahwa Yuni juga masih belum tahu, Yuni belum mengenal Iman dengan baik dan takut tidak cocok. Bu Kokom dan Ibu berbaju putih memberikan pernyataan bahwa anak-anak jaman sekarang kriterianya tinggi, kalau jaman dahulu mereka hanya nurut saja kepada orang tua. Berjalannya alur cerita, penonton semakin ditunjukkan dengan apa yang menjadi permasalahan kehidupan Yuni pada usia yang masih remaja. Dalam kejadian di *scene* 3 tersebut, menunjukkan makna denotasi yaitu sebuah lamaran pernikahan dan kehidupan seorang perempuan terkait hal-hal pernikahan.

Pada *scene* 4 diambil dengan teknik *Medium Shot* selama 33 detik. Normah dan Tia yang merupakan teman di sekolah Yuni mengungkapkan tentang lamaran yang Yuni tolak dan sebuah karma atau hukuman yang akan Yuni terima jika menolak lamaran. Yuni yang sedang berada di dalam bilik

toilet hanya diam dan mendengarkan pembicaraan kedua temannya. Normah dan Tia membicarakan tentang lamaran Yuni, karena Yuni menolak lamarannya, lalu Normah dan Tia mengatakan bahwa itu adalah sebuah rezeki tetapi Yuni malah menolaknya, jika menolak lamaran tersebut takut ada karmanya yaitu pelamar selanjutnya tidak akan lebih baik dari yang sebelumnya. Makna denotasi yang terdapat pada adegan tersebut adalah terkait sebuah penolakan lamaran dan karmanya, selayaknya yang Normah dan Tia ucapkan jika menolak lamaran akan ada karmanya perbuatan dan hasil apa yang ditanam itu yang akan dituainya.

Dalam *scene* 5 diambil dengan teknik *Medium Shot* selama 2 menit 40 detik. Yuni bertanya kepada Suci tentang hal-hal pernikahan. Awalnya Yuni mencari suami suci kemana, lalu suci mengatakan ia tidak punya suami, Yuni mengira Suci sudah menikah, namun ternyata suci sudah pernah menikah saat dirinya masih SMP (Sekolah Menengah Pertama). Suci menceritakan semua kisah hidupnya pada Yuni, pada awalnya pernikahan Suci berjalan baik-baik saja, namun semua mulai berubah saat Suci selalu keguguran saat mengandung anak, sebab menurut dokter Suci masih terlalu muda, suaminya mulai merasa malu tidak bisa menghamili Suci. Suami Suci mulai memukuli Suci sampai membuatnya trauma dan pada akhirnya Suci bercerai sama suaminya. Hal aneh terjadi setelah cerai Suci diusir oleh keluarganya, karena Suci dianggap lebay dan manja menuduh suaminya mukul, kata keluarganya Suci sebagai istri harus bersyukur dan bertahan. Akhirnya Suci tinggal sendirian dan dirinya merasa bahagia bisa melakukan apa saja yang di sukainya, seperti salon, make up, foto, dan berjoget. Makna denotasi Sebuah gambaran dari Suci tentang pernikahan dini, dan bagaimana Suci berjuang agar mendapatkan kehidupan yang menyenangkan. Obrolan Suci dan Yuni memberikan makna denotasi sederhana yaitu mengeluarkan curahan hati pribadi yang dipendam oleh Suci selama Suci memiliki seorang suami.

Dalam *scene* 6 diambil dengan teknik *Medium Shot* selama 39 detik. Tika sebagai teman dekat Yuni sedang main ke rumah Yuni dan duduk di depan halaman rumah Yuni, Tika dan Yuni sedang mengobrol tentang rumah tangganya Tika, Yuni menanyakan bagaimana keadaan rumah tangganya, apakah suaminya Tika sudah pulang, karena pada adegan tersebut suaminya Tika tidak pulang ke rumah Tika. Alasannya adalah suami Tika tidak betah tinggal di rumah orang tua Tika. Yuni menanyakan kenapa Tika tidak ikut tinggal bersama mertuanya, namun ada sebuah alasan yang membuat Tika tidak bisa ikut, sebab anaknya nanti tidak ada yang mengurus, karena di rumah mertuanya sibuk, Tika harus membatu keluarga besar suaminya. Yuni merasa bingung dan menanyakan kepada Tika, jika seperti itu harus bagaimana. Tika juga tidak mengetahui harus bagaimana. Makna denotasi

yang tergambar merupakan sebuah ungkapan dari Tika sebagai teman sebaya Yuni terkait permasalahan rumah tangganya Tika setelah menikah pada usia dini.

Pada *scene 7* diambil dengan teknik *Medium Shot* selama 38 detik. Yuni keluar dari kelas menuju ke toilet yang ada di sekolahnya, secara kebetulan ada dua teman Yuni yaitu Normah dan Tia. Yuni sambil merenung dan mendengarkan temannya menanyakan lagi soal lamaran kedua yang datang pada Yuni. Pertanyaan Normah dan Tia yang kembali mengingatkan pada *scene 4* soal menolak lamaran, Normah dan Tia bertanya bagaimana pelamar kedua pasti lebih bagus, lalu kedua temannya memberikan peringatan bahwa tidak boleh menolak lamaran sampai dua kali karena pamali. Makna denotasi yang terdapat dalam *scene 7* merupakan sebuah pertanyaan oleh kedua temannya Yuni terkait lamaran Yuni yang kedua kalinya mengandung sebuah peringatan untuk tidak menolak lamaran sampai dua kali.

Pada *scene 8* diambil dengan teknik *Medium Shot & Long Shot* selama 50 detik. Kepala Sekolah berbicara kepada Bu Lilis terkait murid perempuan yang ada di sekolahnya perihal masa depannya. Kepala sekolah mengatakan bahwa murid perempuan tidak usah diberikan harapan yang tinggi-tinggi yaitu soal beasiswa. Karena sekolah masih banyak kekurangan dan tidak bisa banyak membantu. Namun, Bu Lilis masih tetap optimis untuk bisa melakukannya dan berusaha tidak membebani pihak sekolah. Kepala sekolah meminta Bu Lilis untuk memahami dan memberikan pengertiannya terkait hal yang tersebut, lalu Kepala Sekolah berkata kembali bahwa kemungkinan besar orang tua dari murid perempuan setelah lulus dari sekolah menengah atas lebih memilih untuk menikahkan anaknya dan tidak perlu untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang berikutnya. Makna denotasi dari *scene 8* ini adalah memberikan gambaran pada pembicaraan Kepala Sekolah dan Bu Lilis terkait masa depan murid perempuan di sekolahnya yang masih belum bisa ditentukan.

Pada *scene 9* diambil dengan teknik *Medium Shot* selama 1 menit 15 detik. Pak Damar datang berkunjung ke rumah Yuni dengan mempunyai niat untuk melamar Yuni menjadi istrinya. Pak Damar menjelaskan bahwa Yuni sudah mau lulus sekolah dan berusia 17 tahun sudah bisa membuat KTP (Kartu Tanda Penduduk). Pak Damar berharap niatnya tidak menyalahi aturan, sebab dirinya ingin melamar Yuni menjadi istrinya. Pak Damar juga siap mendukung segala keinginan dan cita-cita Yuni. Namun dirinya merasa waktunya masih belum tepat karena Yuni sebentar lagi akan menghadapi ujian sekolah, jadi Pak Damar mau lamarannya dirahasiakan dulu dan dirinya berjanji akan membantu Yuni dalam ujian terutama pada mata pelajaran bahasa Indonesia. Yuni sangat kebingungan mendengar ucapan Pak Damar

dan hanya bisa diam dalam adegan *scene* ini. Makna denotasi yang terdapat pada *scene* 9 adalah selayaknya alur cerita pada *scene* tersebut mengandung sebuah niat dari Pak Damar untuk melamar Yuni menjadi istrinya dan berusaha membujuk Yuni dengan cara mendukung segala cita-cita serta keinginannya Yuni.

Pada *scene* 10 diambil dengan teknik *Medium Shot* selama 1 menit 8 detik. Bu Lilis memberikan penjelasan kepada Yuni bahwa dirinya harus fokus, karena jika ingin mendapatkan beasiswa harus fokus, dan bukan hanya nilai mata pelajaran tetapi perilakunya juga akan mempengaruhi hasil akhirnya untuk mendapatkan beasiswa. Yuni sambil bersedih akhirnya berani menjawab dan menceritakan semuanya. Yuni berkata bahwa dirinya sudah mempersiapkan berkas dokumen, sudah belajar, dan semua nilainya bagus kecuali pada mata pelajaran bahasa Indonesia masih kurang sedikit nilainya. Yuni sudah meminta tugas tambahan ke Pak Damar. Bu Lilis seperti mencoba memahami yang dialami oleh Yuni, dan menjelaskan bahwa Yuni tidak bisa menyalahkan orang lain. Syarat beasiswa memang sebanyak itu, karena itu memberikan kesempatan yang besar juga. Makna denotasi pada *scene* 10 yaitu pengungkapan permasalahan yang dialami oleh Yuni yang mengakibatkan Yuni menjadi tidak fokus untuk mendapatkan beasiswa yang diinginkan.

Pada *scene* 11 diambil dengan teknik *medium shot* selama 1 menit 23 detik digambarkan pak Damar sedang membaca surat yang ia temukan di kasur. Yoga yang merupakan teman Yuni juga menerima surat dari seseorang. Pada adegan ini, Yuni berjalan tanpa alas kaki sambil diguyur hujan. Yuni jalan perlahan dengan memakai gaun pernikahan, kemudian Yuni mulai melepaskan penutup kepala serta aksesoris pernikahan yang dijatuhkan. Adegan ini menggunakan *background* suara Yuni yang membaca puisi membuat adegan terlihat lebih dramatis. Makna denotasi pada *scene* 11 yaitu Yuni meninggalkan pernikahannya dengan pak Damar. Terlihat saat adegan pak Damar dan Yuni memakai baju berwarna ungu dengan motif yang mirip dihari yang sama dengan latar yang berbeda.

C. Temuan Makna Mitos pada Dialog Film Yuni

Dalam *scene* 1 diambil dengan teknik *Long Shot* selama 16 detik. Sebuah stereotip pernikahan dini, karena terdapat sebuah pemikiran bahwa jika anak sudah menjalin hubungan dengan lawan jenis dalam artian berpacaran. Baiknya segera melangsungkan pernikahan agar tidak muncul kejadian hamil diluar nikah.

Dalam *scene 2* diambil dengan teknik *Long Shot* selama 38 detik. Sebuah bentuk stereotip pernikahan dini, karena Nenek Yuni tahu pada saat itu Yuni masih sekolah. Tetapi nenek Yuni malah beranggapan tidak baik jika menolak lamaran karena sama saja dengan menolak rezeki.

Dalam *scene 3* diambil dengan teknik *Long Shot* selama 1 menit. Sebuah bentuk stereotip pernikahan dini, karena sekumpulan ibu-ibu tidak memperdulikan Yuni apakah sudah siap untuk menikah atau belum, terkait juga pada saat itu Yuni masih bersekolah. Menurut ibu-ibu yang merupakan tetangga Yuni, pendidikan yang dimiliki seorang perempuan tidaklah penting. Menurut mereka, yang terpenting adalah dapat melayani suami.

Dalam *scene 4* diambil dengan teknik *Medium Shot* selama 33 detik. Stereotip pernikahan dini, karena kedua temannya Yuni sepakat dengan lamaran yang datang kepada Yuni. Sedangkan disisi lain, Yuni masih bersekolah serta kedua temannya juga mempunyai status yang sama dengan Yuni yaitu pelajar SMA (Sekolah Menengah Atas) dan belum saatnya untuk menerima lamaran untuk segera menikah.

Dalam *scene 5* diambil dengan teknik *Medium Shot* selama 2 menit 40 detik. Stereotip pernikahan dini, karena Yuni mendapatkan informasi dari Suci terkait pernikahan dini, pandangan orang lain, dan lingkungan disekitarnya yang menganggap bahwa menikah dan mempunyai keturunan adalah hal yang baik serta harus disegerakan. Orang lain tidak berpikir bahwa menikah itu harus membuat bahagia, seperti Suci yang menganggap bahwa perlakuan mantan suami membuatnya trauma. Ketika Suci bercerai, keluarga Suci justru cenderung menyalahkan Suci atas apa yang terjadi dalam rumah tangganya.

Scene 6 diambil dengan teknik *Medium Shot* selama 39 detik. Stereotip pernikahan dini, karena Tika sebagai teman sebaya Yuni, yang diketahui Yuni juga masih bersekolah, namun Tika sudah memilih untuk menikah pada usia dini. Kini Tika pun harus menghadapi masalah rumah tangga yang belum menemukan solusi.

Dalam *scene 7* diambil dengan teknik *Medium Shot* selama 38 detik. Sebuah stereotip pernikahan dini, Tia yang juga merupakan teman Yuni berpendapat bahwa lelaki kedua yang melamar Yuni lebih baik dari laki-laki pertama. Normah yang juga merupakan teman Yuni mengatakan bahwa menolak lamaran sebanyak 2 kali termasuk pamali. Tia dan Normah tidak memikirkan kesiapan Yuni untuk menghadapi pernikahan diusia dini.

Dalam *scene 8* diambil dengan teknik *Medium Shot & Long Shot* selama 50 detik. Stereotip pernikahan dini, karena terdapat bentuk pemikiran kepala sekolah yang menentang murid perempuan untuk memperjuangkan beasiswa. Menurut kepala sekolah, para orang tua murid ingin anak perempuannya langsung menikah dan tidak melanjutkan pendidikan ke jenjang berikutnya.

Sedangkan usia para murid sendiri belum cukup untuk melangsungkan pernikahan.

Dalam *scene* 9 diambil dengan teknik *Medium Shot* selama 1 menit 15 detik. Stereotip pernikahan dini, karena terdapat bentuk pemikiran bahwa perempuan yang sudah berusia 17 tahun dan memiliki KTP sudah dianggap siap untuk menikah.

Dalam *scene* 10 diambil dengan teknik *Medium Shot* selama 1 menit 8 detik. Sebuah pematahan atas stereotip yang diberikan kepada perempuan terkait dengan pernikahan dini. Dalam *scene* ini Bu Lilis memberikan nasihat terkait beasiswa yang sedang diperjuangkan oleh Yuni.

Dalam *scene* 11 diambil dengan teknik *medium shot* selama 1 menit 23 detik. Bentuk pematahan stereotip yang terkandung dalam *scene* 11 menggambarkan saat Yuni berani pergi meninggalkan pernikahannya. Dalam film Yuni pergi dari rumah dihari pernikahannya dengan meninggalkan surat untuk pak Damar, kemudian Yuni tidak kembali lagi ke rumah. Yuni telah mengambil langkah untuk tidak menikah dini serta telah mengacuhkan stereotip pernikahan dini yang ada di lingkungannya.

Setelah diteliti dengan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes seperti denotasi, konotasi dan mitos ditemukan representasi perempuan dalam melawan stereotip pernikahan dini pada film Yuni di beberapa *scene*. Film Yuni menceritakan kehidupan seorang siswi yang akan lulus dari bangku Sekolah Menengah Atas (SMA). Karakter Yuni digambarkan sebagai pelajar yang teladan.

Meski dalam keterbatasan ekonomi, Yuni tetap berusaha untuk dapat melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi dengan bantuan beasiswa. Banyak faktor yang menyudutkan Yuni untuk menyelesaikan pendidikannya hanya sampai SMA, seperti adanya beberapa pria yang datang untuk melamar dan mengajak Yuni menikah. Tetapi, Yuni tetap teguh dengan pendiriannya untuk tidak menikah diusianya yang masih remaja.

Pada Tulisan kali ini, penulis melakukan Tulisan terkait representasi perempuan dalam melawan stereotip pernikahan dini pada Film Yuni. Dalam teknik analisa data ini, Penulis menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes seperti denotasi, konotasi dan mitos, yang digunakan untuk memahami makna yang terdapat pada 11 *scene* yang penulis pilih dalam film Yuni. Penulis juga sudah mendapatkan hasil temuan makna denotasi, konotasi dan mitos dalam film Yuni.

Stereotip yang muncul dalam film Yuni terkait dengan pernikahan dini jelas menggambarkan dalam banyak adegan dalam Film Yuni yaitu, setinggi apapun pendidikan perempuan tetap akan berakhir dengan mengurus pekerjaan rumah tangga dalam artian pendidikan yang dimiliki oleh

perempuan tidak berguna untuk masa depan. Tentunya hal tersebut hanya mitos yang beredar dimasyarakat, tidak benar adanya.

Dalam beberapa adegan terlihat Yuni sering sekali merasa terpojok dengan pendapat yang dikatakan oleh teman teman Yuni, tetangga Yuni bahkan anggota keluarga Yuni terkait dorongan pernikahan. Hati Yuni sangat tidak menginginkan pernikahan dalam waktu dekat. Yuni merasa belum siap untuk menikah. Yuni pun memberikan jawaban dengan berkata Yuni masih ingin belajar dahulu.

Yuni pun mengumpulkan informasi dari orang-orang disekitar Yuni yang sudah menikah saat usianya masih belia. Yuni mendengarkan cerita pengalaman Suci dan Tika. Pengalaman mereka cenderung negatif dan mengarah pada dampak negatif yang terjadi akibat dari pernikahan dini. Hal ini lebih membuat Yuni yakin dan bersemangat untuk tidak melakukan pernikahan dini serta tetap teguh pada pendiriannya untuk mendapatkan beasiswa dan melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi.

Tulisan yang dilakukan oleh beberapa orang di beberapa daerah di Indonesia dengan mengimplementasikan dalam bentuk jurnal menjadi bukti bahwa pernikahan dini masih sering terjadi. Dari beberapa hasil Tulisan terkait pernikahan dini didapatkan kesamaan faktor penyebab dari pernikahan dini yaitu stereotip terkait pernikahan dini. Salah satunya Tulisan yang dilakukan oleh Yanti dkk. (2018) di kecamatan Kandis kabupaten Siak melalui wawancara didapatkan bahwa informan yang merupakan orang tua dari pasangan muda ini menikahkan anaknya karena anaknya telah berpacaran dalam waktu yang cukup lama (3 tahun) sehingga takut jika anaknya melakukan hubungan yang tidak-tidak dengan pacarnya. Sama seperti yang digambarkan dalam film Yuni pada *scene 1* dengan dialog Ibu-ibu: *“Makanya anak kalau sudah punya kekasih, jangan lama-lama. Langsung di-ijab kan, dikawinkan. Kalau ada apa-apa hamil duluan, kan kita yang malu. Kalau ada yang ngelamar, berkah ya bu”*.

D. Makna Film Yuni Perspektif Semiotika Roland Barthes

Dalam kesebelas *scene* pada film Yuni, setelah dilakukan Tulisan dengan analisa semiotika Roland Barthes terdapat:

1. Makna denotasi: dari kesebelas *scene* yang terdapat pada film Yuni memperlihatkan adanya stereotip pernikahan dini karena perempuan hanya untuk menjadi ibu rumah tangga serta mengurus dapur, maka percuma jika menempuh pendidikan yang lebih tinggi, pengalaman seseorang yang telah melakukan pernikahan dini seperti sering bertengkar serta adanya kekerasan dalam rumah tangga, dan perlawanan stereotip pernikahan dini dengan cara Yuni terus berjuang untuk belajar

- dan tetap semangat meraih cita-cita serta saat terpaksa untuk menikah Yuni memilih untuk pergi meninggalkan acara pernikahannya.
2. Makna konotasi: dari kesebelas *scene* yang terdapat pada film Yuni mengandung makna tersirat dari sebuah stereotip pernikahan dini yang memperlihatkan bahwa warga sekitar, keluarga, teman-teman Yuni sangat mendukung terkait pernikahan dini, serta memperlihatkan bahwa pernikahan dini tidak mendatangkan kebahagiaan, dan memperlihatkan cara yang Yuni lakukan untuk melawan stereotip pernikahan dini.
 3. Makna mitos: dari kesebelas *scene* yang terdapat pada film Yuni menunjukkan bahwa fenomena pernikahan dini masih terjadi dikalangan masyarakat serta pemikiran bahwa menikah dini adalah sebuah alur kehidupan bagi perempuan.

REFERENSI

- Anggito, Albi dan Johan Setiawan. (2018). *Metodologi Tulisan Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Danesi, Marcel. (2012). *Pesan, Tanda, dan Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Eva, Murni Marlina Rumapea. (2022). *Bahan Ajar Antropologi Kesenian*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Gandasari, Dyah dkk. (2022). *Pengantar Komunikasi Antar Manusia*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Griffin, Em., Ledbetter, Andrew., & Sparks, Glenn. (2018). *A First Look at Communication Theory*. New York: McGraw Hill Education.
- Hall, Stuart (Ed.). (1997). *Representation: Cultural Representations dan Signifying Practices*. London: Sage Publications.
- Huriani, Yeni. (2021). *Pengetahuan Fundamental tentang Perempuan*. Bandung: Lekkas.
- Latief, Rusman. (2021). *Jurnalistik Sinematografi*. Jakarta: Kencana.
- Noor, Muhammad Adwin L. (2022). Kenali Dampak Pernikahan Dini. Retrieved from https://yankes.kemkes.go.id/view_artikel/1001/kenali-dampak-pernikahan-dini. (Diakses pada 19 Juni 2023)
- Pakpahan, Andrew Fernando dkk. (2021). *Metodologi Tulisan Ilmiah*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Pratista, Himawan. (2020). *Memahami Film Edisi Kedua*. Yogyakarta: Montase Press.
- Sugiyono, Prof. Dr. (2013). *Metode Tulisan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfa Beta.
- Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974 tentang Perkawinan. Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2019 tentang Perkawinan.

- Wahyuningsih, Sri. (2019). *Film Dan Dakwah: Memahami Representasi Pesan-Pesan Dakwah Dalam Film Melalui Analisis Semiotik*. Surabaya: Media Sahabat Cendikia.
- Yanti, dkk. (2018). Analisis Faktor Penyebab Pernikahan Dini di Kecamatan Kandis Kabupaten Siak. *Jurnal Ibu dan Anak*. 6(2): 100

PEMAKNAAN PENONTON TERHADAP SIMBOL KEAGAMAAN DALAM FILM HOROR

Oleh:

Sharon Angelia, Asima Oktavia Sitanggang

A. Kontroversi Film Makmum

Makmum merupakan istilah dalam agama Islam yang menunjukkan posisi sebagai anggota ketika salat berjamaah. Rumah produksi Blue Water Films dan Dee Company menggunakan istilah keagamaan itu sebagai judul film horor yang diluncurkan pada Agustus 2019. Film “Makmum” menceritakan bahwa makmum atau anggota salat berjamaah bukanlah manusia, melainkan hantu. Hantu yang mengikuti gerakan dan bacaan salat ini ada di asrama dan kerap dilihat oleh anak-anak asrama. Realitas yang beredar di masyarakat seperti mitos mengenai Makmum gaib sudah sering didengar terutama umat Muslim. Banyak peristiwa yang pernah mengalami kehadiran Makmum gaib tersebut dan mereka meyakini bahwa hal tersebut ialah jin yang bisa menyerupai manusia. Jin tersebut ialah jin baik ataupun jin jahat (bersifat mengganggu).

Menariknya dalam film Makmum yang diadaptasi dalam film pendek Riza Pahlevi yang diunggah pada November tahun 2016 telah ditonton lebih dari 19 juta orang serta film Makmum serentak ditayangkan di 4 Negara yaitu Indonesia, Malaysia, Brunei Darussalam, dan Singapura. Berdasarkan mayoritas yang ada dalam ketiga Negara tersebut yaitu penduduk Melayu menganut agama Islam sehingga film Makmum tersebut dekat dengan cerita kehidupan umat Muslim. Film ini mendapatkan tempat di negara tetangga karena kedekatan budaya dan spiritualitasnya. Maka dari itu penulis mengambil film Makmum sebagai bahan Tulisan. (Liputan6.com, Agustus 15, 2019)

Film “Makmum” merupakan adaptasi film pendek berdurasi tujuh menit karya Riza Pahlevi yang dirilis pada tahun 2015. Film pendek “Makmum” yang awalnya hanya tayang di kanal Youtube telah tayang di beberapa festival seperti Hellofest, PopCon Award, Jogja Netpac Asian Film Festival dan The Crappy International Movie di Suece, Spanyol (Ramadhan, 2020) Sebelum melakukan produksi film pendek “Makmum”, Riza Pahlevi melakukan riset tentang salat tahajud dan melakukan wawancara dengan ahli agama sehingga penggambarannya tidak meleset. Sebab, Riza Pahlevi menyadari bahwa film yang mempertemukan simbol-simbol agama dan mistis akan menjadi

kontroversi. Kontroversi yang mungkin timbul, yakni ibadah untuk menjauhkan manusia dari setan dan mendekatkan kepada Tuhan, tetapi justru film ini menampilkan sebaliknya. Kesadaran ini pula yang membuatnya sempat ragu menjadikan film pendeknya ke layar lebar (Ramadhan, 2020).

Film ini menjadi kontroversi karena anggapan bahwa fokus cerita pada gangguan saat beribadah menunjukkan desakralisasi, yakni penurunan makna dari nilai atau hal-hal yang dianggap sakral dalam kehidupan sosial. Desakralisasi menunjukkan upaya untuk menurunkan sifat religi benda atau hal yang dianggap suci dan mengedepankan rasionalitas dalam menghadapi suatu konflik pada suatu hal (Debby, Hartiana, & Krisdinanto, 2020). Penonton dapat memaknai simbol keagamaan dalam film horor dengan beragam. Simbol keagamaan dalam film horor bisa saja dianggap sebagai hiburan, atau sebagai hinaan. Penonton dapat memaknai simbol keagamaan dalam film horor karena pengalaman penonton dengan dunia mistis (Oktavianus, 2016). Simbol keagamaan juga dapat dimaknai penonton berdasarkan pengalaman keimanan (Debby, Hartiana, & Krisdinanto, 2020).

Tulisan ini ingin menggali pemaknaan penonton terhadap film "Makmum", yakni film memadukan cerita hantu dan ibadah agama yang menunjukkan tema mistis dan teologis (keagamaan) tidak dapat dilepaskan dari kehidupan masyarakat Indonesia. Tulisan ini akan menggali pemaknaan penonton yang mempunyai latar belakang agama yang sama dengan latar belakang kehidupan sosial yang berbeda. Tulisan ini akan menggali pemaknaan penonton berdasarkan interpretasi mereka masing-masing terhadap film yang mengangkat tema mistis. Adanya interpretasi pemaknaan penonton terhadap film yang mengangkat film bertemakan mistis dan teologis.

B. Fakta Film Makmum

Objek Tulisan ini adalah Film Makmum yang disutradarai oleh Hadrah Daeng Ratu dan di produksi Blue Water Films dan Dee Company. Film horor Makmum merupakan film layar lebar berceritakan mengenai hantu Indonesia yang diangkat dari film pendek Riza Pahlevi yang menceritakan mengenai hantu yang hendak mengganggu umat muslim melakukan salat. Film dengan durasi 1 jam 35 menit mempunyai alur cerita film yang menarik, dimulai dari tiga gadis asrama yang tidak diperbolehkan pulang saat musim libur dikarenakan mendapatkan nilai yang jelek. Mereka diwajibkan untuk melakukan tugas-tugas di asrama. Ketiga gadis tersebut ialah Nurul, Nisa, dan Putri. Suasana asrama menjadi sepi sehingga perlahan mulai menampilkan sisi lainnya.

Rini yang diperankan oleh Titi Kamal merupakan petugas kamar mayat yang diusir dari rumah kontrakan karena tidak dapat membayar tunggakan selama beberapa bulan. Kemudian Rini bertemu dengan Pak Slamet (Arif Didu) pekerja di asrama yang dulu Rini tinggalkan, Rini pun kembali ke asrama bersama Pak Slamet karena sudah tidak tahu mau kemana. Asrama yang dulu Rini tinggal tersebut sebelumnya diurus oleh Kinanti yang diperankan oleh Jajang C Noer. Namun Ibu Kinanti mengidap penyakit yang membuat pita suaranya tidak berfungsi. Kondisi yang semakin lemah membuat Kinanti harus digantikan oleh Rossa yang diperankan oleh Reni Yuliana. Sifat dingin Rosa sangat berbeda dengan saat sifat Kinanti menjadi kepala asrama. Nurul (Tissa Biani), Putri (Adila Fitri), dan Nisa (Bianca Hello) sering dihukum oleh Rosa sampai-sampai mereka bertiga tidak boleh pulang saat liburan sekolah karena nilai mereka jelek. Keadaan yang sepi makin membuat Putri sering kerasukan begitupun gangguan-gangguan salat yang makin intens seperti ada sosok makmum gaib yang mengikuti gerakan salat para tiga gadis asrama.

Saat penayangan pertama trailer Makmum dirilis terdapat pro dan kontra dari masyarakat karena menceritakan sosok Makmum yang hendak mengganggu saat ibadah salat. Namun meskipun penuh dengan pro dan kontra nyatanya film Makmum sudah ditonton 385.593 orang dan dalam 4 hari penayangan pertama di Malaysia telah mencatat pendapatan 1,8 juta ringgit (setara 5,4 Milyar). Dalam pro dan kontra mengenai tanggapan santriwati terhadap simbol keagamaan yang muncul dalam film Makmum. Penulis mencoba mengklasifikasikan penonton santri ke dalam tiga posisi Stuart Hall. Penulis ingin melihat apakah ada desakralisasi simbol keagamaan yang terjadi dalam Santri Pesantren Daruttaubah.

C. Menguk Pesan Moral Film Makmum

Model komunikasi *encoding-decoding* Stuart Hall menyatakan bahwa film adalah suatu wacana yang bermakna (*meaningful discourse*), yang *dienkode* sesuai dengan struktur pemahaman organisasi produksi media massa, dan *didekode* menurut struktur pengertian dan kerangka pengetahuan yang berbeda-beda situasinya pada setiap pemirsa. Yang dihasilkan oleh *decoding* pemirsa mungkin lebih beragam daripada yang diharapkan pengirim. Prinsip utama model komunikasi ini adalah isi pesan media memiliki multitafsir, dan terdapat berbagai tafsir dalam masyarakat, dan khalayak memiliki kekuasaan dan berhak menentukan makna pesan tersebut.

Dalam beberapa wawancara sutradara dan para pemeran artis yang ikut andil dalam film Makmum menjelaskan bahwa film Makmum berusaha memberikan pesan moral (*encoding*) agar kita dalam berdoa lebih khusyuk

supaya tidak terganggu hal-hal apapun. Setelah menonton film Makmum bersama-sama para santriwati mengungkapkan bahwa mereka merasa film Makmum mempunyai pesan moral keagamaan yang sangat kuat bahkan menganggap film Makmum sebagai pembelajaran keagamaan, memperluas keagamaan bahkan memperkuat iman mereka. Hal signifikan yang terjadi setelah para santriwati menonton mengenai pemaknaan terhadap simbol keagamaan dalam film Makmum bahwa mereka memaknai simbol keagamaan yang muncul untuk mengingatkan lebih khusyuk lagi dalam menjalankan ibadah salat dan mereka merasa iman mereka harus diperkuat lagi.

Hasil Tulisan diperoleh data hasil tes yaitu dari 10 santriwati yang dijadikan informan, terdapat 6 santriwati dalam posisi “dominan”, sebanyak 2 santriwati dalam posisi “negosiasi”, dan 1 santriwati dalam posisi “oposisi”. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa posisi pemaknaan informan yang mendominasi adalah posisi dominan yaitu setuju dengan apa yang sutradara *decoding*kan mengenai pesan moral mengenai agar lebih khusyuk berdoa, serta menjadikan film Makmum pembelajaran untuk keagamaan dalam santriwati agar lebih serius melakukan ibadah salat. Hasil eksperimen juga menjelaskan bahwa terdapat perubahan yang signifikan sebelum dan sesudah menonton film. Penulis menyimpulkan bahwa para santriwati memperkuat keimanan dan agamanya melalui film Makmum. Penulis melihat bahwa para santri lebih ingin khusyuk berdoa, lebih serius juga agar tidak mendapatkan gangguan dari makhluk gaib.

Desakralisasi adalah proses menghilangnya sifat sakral atau kesucian. Simbol keagamaan tentunya merupakan sesuatu yang dianggap sakral. Dalam film, simbol keagamaan ditampilkan tidak sesuai dengan kesakralan yang seharusnya. Misalnya, makhluk gaib sebagai makmum atau pemuka agama yang kalah dengan makhluk gaib. Adanya desakralisasi dalam film inilah yang akan dimaknai oleh penonton sehingga menghasilkan makna yang beragam karena penonton memaknai kode-kode soal desakralisasi sesuai dengan latar belakang atau kelas sosialnya. Dalam Film Makmum sendiri sudah menggambarkan desakralisasi tersebut sebagai contoh seorang Makmum dalam Islam digambarkan menjadi sosok yang menyeramkan dan menjadi ancaman dalam asrama. Menurut Penulis film Makmum terdapat banyak desakralisasi terhadap simbol keagamaan yang muncul tetapi setelah dilakukan Tulisan melalui metode eksperimen terhadap Santri Pesantren Daruttaubah dengan latar belakang yang sama.

Berdasarkan hasil Tulisan pemaknaan penonton terhadap simbol keagamaan dalam film “Makmum” ialah dominan. Dominan (*dominan hegemonic position*), penafsiran yang dilakukan tidak terjadi perbedaan

antara produsen (penulis) dan konsumen (pembaca) pesan karena kode yang disampaikan diterima dan dimaknai secara umum. Santriwati sebagai penonton menerima pesan produsen dan tidak terjadi perbedaan. Santriwati menganggap film *Makmum* merupakan pembelajaran agama untuk menguatkan iman para santri untuk melakukan ibadah lebih khusyuk karena menurut para santriwati, jin pengganggu itu benar adanya tetapi tidak akan dialami jika salat dilakukan dengan khusyuk. Maka dari itu Tulisan ini tidak terjadinya desakralisasi dalam simbol keagamaan yang ditampilkan dalam film *Makmum*.

REFERENSI

- Axanta, V., & Purba, V. (2020). Pemaknaan Rasisme dalam Film *Greenbook*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2): 226-238.
- Azizah, N. R., Dewi, R. Z., & Ningsih, M. (2020). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Stereotip Profesi Pada Video *Kitabisa.Com* Di Youtube. *Jurnal Komunikasi dan Sosial Humaniora*, 1(2): 1-17.
- Bakhri, S., & Hidayatullah, A. (2019). Desakralisasi Simbol Politheisme dalam Silsilah Wayang: Sebuah Kajian Living Qur'an dan Dakwah Walisongo di Jawa. *Jurnal Kajian Sosial Keagamaan*, 2(1): 12-30.
- Debby, Y., et al. (2020). Desakralisasi Film Horor Indonesia Dalam Kajian Reception Analysis. *ProTVF* 4(1): 1-19.
- Farhan, & Islamiyah, F. (2019). Komodifikasi Agama dan Simbol Keagamaan 'Jilbab' di Media Online dalam Persepsi Netizen. *Jurnal Studi Islam dan Muamah*, 7(1): 51-69.
- Hadi, I. P. (2009). Tulisan Khalayak Dalam Perspektif Reception Analysis. *Jurnal Ilmiah Scriptura*, 3(1): 1-7.
- Hidayat, R. (2014). Analisis Semiotika Makna Motivasi Pada Lirik Lagu "Laskar Pelangi" Karya Nidji. *Jurnal E-Komunikasi*, 2(1): 243-258.
- Kafid, N. (2015). AGAMA DI TENGAH KONFLIK SOSIAL (Tinjauan Sosiologis Atas Potensi Konflik Keberagaman Agama di Masyarakat). *Jurnal Pemikiran Islam dan Filsafat*, 7(1): 1-13.
- Lapian, A. H. (2017). Representasi Desakralisasi Tokoh Agama Katolik Dalam Film "Vatican Tapes". *Jurnal E-Komunikasi*, 5(1): 1-12.
- Maretha, & Andlika, V. (2018). Resepsi Penonton Atas Wacana Poligami Pada Film (Studi Pada Penonton Film "Berbagi Suami" (2006)). *Jurnal Diakom*, 1: 74-82.
- Nasrullah, R. (2019). Riset Khalayak Digital: Perspektif Khalayak Media Dan Realitas Virtual Di Media Sosial. *Jurnal Sosioteknologi*, 17(2): 271-287.
- Nisa, U. (2017). Studi Resepsi Khalayak terhadap Pemberitaan Syariat Islam pada *kompas.com*. *Jurnal Komunikasi Global*, 6(74-89).

- Nur, A. (2016). Perayaan Mitos Dalam Film Horor Indonesia "Analisa Struktural Dan Implikasi Sosial Keagamaan". *Syaikhuna*, 7(1): 1-29.
- Oktavianus, H. (2016). Penerimaan Penonton Terhadap Praktek Eksorsis Di Dalam Film Conjuring. *Jurnal E-Komunikasi*, 3(2): 1-12.
- Rochman, I. (2003). Simbolisme Agama Dalam Politik Islam. *Jurnal Filsafat*, 33(1): 95-102.
- Sarwono, B. (2010). Pemaknaan Isu Pemanasan Global dan Lingkungan di Media oleh Kaum Perempuan Urban. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2): 178-190.
- Sembiring, D. S., & Bezalaeel, M. (2014). Analisis Film Horor Indonesia Produksi tahun 2014 (Studi Kasus: Mall Klender Dan Kamar 207). *Andharupa*, 2(1): 1-14.
- Solikhati, S. (2017). Simbol Keagamaan Dalam Islam Dan Ideologi Televisi. *Islamic Comunication Journal*, 2(2): 121-146.
- Tribun News. (2019, Agustus 12). *Reaksi Penonton yang Bikin Sutradara Film Makmum Tersanjung*. Retrieved 18 November 2020, from: <https://www.tribunnews.com/seleb/2019/08/12/reaksi-penonton-yang-bikin-sutradara-film-makmum-tersanjung>
- Yoesoef, M. (2003). Film Horor Sebuah Definisi yang Berubah. *Wacana*, 5(2): 103-113.

STRATEGI PRESENTASI DIRI *MICRO FASHION* INFLUENCER PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

**Oleh:
Intan Ghazella Abi**

A. Presentasi Diri di Media Sosial Instagram

Istilah presentasi diri atau '*self presentation*' pertama kali dikemukakan oleh seorang sosiolog yang berasal dari Kanada bernama Erving Goffman dalam bukunya yang berjudul '*The Presentation of Self in Everyday Life*' mengatakan bahwa presentasi diri merupakan sebuah analisis dari interaksi interpersonal dan upaya seseorang memproyeksikan visual sosok diri yang ingin ditampilkan dalam sebuah panggung yang menampilkan sisi depan dan belakang. Ketika berada di depan panggung, seseorang memainkan peran yang sudah ditentukan dan kembali menjadi diri sendiri ketika berada di belakang panggung. (Nastiti & Purworini, 2019)

Media massa merupakan sebuah alat komunikasi dan informasi yang digunakan untuk penyebaran secara menyeluruh dan dapat diterima oleh masyarakat secara bersama. (Setiawan & Audie, 2020) Internet merupakan salah satu contoh dari media massa, karena pesan yang diterima melalui internet dapat diterima oleh banyak orang. Dikutip dari DataIndonesia.id, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 212 juta pada Januari 2023, ini berarti sekitar 77% dari populasi Indonesia telah menggunakan internet. Dengan perkembangan jejaring sosial yang tumbuh secara cepat, hal tersebut memberikan pengaruh pada interaksi antar individu. (Agustin & Aji, 2023) sehingga menjadi penting bagi pengguna media dalam menunjukkan presentasi diri yang baik di media sosial karena pengguna media sosial memiliki kontrol yang besar atas tindakan atau perilaku presentasi diri mereka dibandingkan dengan komunikasi secara langsung. Media sosial sendiri menjadi peluang bagi individu untuk menampilkan presentasi diri, pada media sosial pengguna tidak memiliki batasan untuk mempresentasikan atau menampilkan diri mereka. Salah satu media sosial yang digunakan untuk mempresentasikan diri ialah Instagram. Media sosial seperti Instagram dapat membentuk visualisasi seseorang dengan segala aktivitasnya (Setiawan & Audie, 2020) Instagram dapat dikatakan sebuah media sosial untuk mempresentasikan diri yang paling fenomenal diantara media sosial lainnya seperti facebook, twitter, dan sebagainya. Hal ini dibuktikan sesuai dengan yang dituliskan di Katadata.co.id, Indonesia memiliki jumlah Instagram User

terbanyak keempat di dunia. Hampir dari seperempat populasi penduduk Indonesia menggunakan Instagram untuk mempresentasikan diri mereka. Menurut laporan *We Are Social* dan *Hootsuite*, Pada awal tahun 2023, Indonesia menjadi negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak ke 4 di dunia, yakni 89,15 juta pengguna.

Instagram merupakan aplikasi yang berbasis gambar yang dapat memberikan layanan dan kemudahan bagi setiap penggunanya untuk bisa berbagi foto dan video. Setelah diluncurkan pada 6 Oktober 2010, pengguna aplikasi ini semakin berkembang pesat karena instagram juga terus berinovasi sehingga memiliki fitur-fitur yang menarik bagi penggunanya. Hal tersebut menjadi keunggulan instagram dapat bertahan dan menjadi media sosial yang dipakai masyarakat luas.. Terdapat beberapa fitur yang menunjang pengguna instagram dalam menampilkan informasi diri dalam bentuk foto maupun video, diantaranya *instagram-stories*, IG TV, IG Reels, *hashtag* dan fitur *direct message* yang digunakan pengguna untuk berinteraksi secara privat.

Adanya fitur *followers* menjadi tolak ukur perbedaan antar pengguna instagram. Akun instagram yang secara rutin dan konsisten mengunggah foto/video dan menuliskan pesan yang menarik akan menghasilkan impresi yang baik bagi pengikut akun tersebut dan tentu saja akun tersebut akan mudah diingat dan pengikut bisa jadi bertambah. Sehingga muncullah istilah *influencer* untuk pengguna instagram yang memiliki pengikut yang cukup banyak dibanding pengguna lain. *Influencer* adalah seseorang atau figur di media sosial yang mempunyai jumlah pengikut yang cukup banyak dan jumlahnya juga signifikan, dan hal-hal yang mereka sampaikan juga dapat mempengaruhi perilaku dari pengikutnya. (Agustin & Aji, 2023) Dikutip dari Redcomm.co.id pada tahun 2023 terdapat lima tingkatan *influencer* dimulai dari yang paling besar hingga terkecil, yakni *mega influencer* dengan jumlah pengikut lebih dari satu juta, *macro influencer* dengan jumlah pengikut sekitar 500.000-1.000.000, *mid-tier influencer* dengan jumlah pengikut sekitar 100.000-500.000, *micro influencer* dengan jumlah pengikut sekitar 10.000-100.000, dan *nano influencer* dengan jumlah pengikut sekitar 1.000-10.000. Bisa dikatakan semua *influencer* yang ada sekarang memulai akun dengan menjadi nano atau *micro influencer*. Disitulah mereka memaksimalkan potensi dan strategi dalam presentasi diri untuk menambah *followers* secara organik sesuai dengan *passion point* atau konten *influencer* tersebut.

B. Mengungkap Strategi *Fashion Influencer*: Seni Menampilkan Diri di Instagram

Fashion influencer menjadi salah satu jenis konten yang memiliki banyak perhatian dan pengikut di media sosial. Fokus konten *fashion influencer* tentu saja untuk mengenai *review* pakaian, sepatu, dan aksesoris lainnya yang menunjang dalam berpakaian. *Fashion influencer* biasanya menawarkan ulasan produk, informasi mengenai *trend fashion*, memberikan tips cara berpakaian seperti *mix and match* atau *fashion hack* lain dan bisa juga mempromosikan suatu produk atau *brand*. Seringkali *brand fashion* memanfaatkan para *fashion influencer* sebagai bagian dari strategi pemasaran dan mencari *fashion influencer* yang sesuai dengan identitas *brand* tersebut.

Menurut survei yang dilakukan DataBooks pada tahun 2023 terhadap 100 jumlah responden perempuan Indonesia yang berusia 17-31 tahun dan yang aktif menggunakan Instagram sebagai media sosial utama. Sebanyak 88,2% responden mengikuti setidaknya satu akun Instagram *fashion influencer*. Sebagian dari responden juga terpengaruh terhadap konten-konten yang disajikan *fashion influencer* seperti rekomendasi *outfit* dan bahkan langsung melakukan pembelian. Hal tersebut dikarenakan *fashion influencer* menjadi inspirator bagi pengikutnya dan terlebih lagi ketika presentasi diri yang ditampilkan *fashion influencer* terlihat unik dan kredibel.

Presentasi diri adalah suatu proses dimana individu menyeleksi dan mengontrol perilaku mereka sesuai dengan situasi dimana perilaku itu ditunjukkan serta menunjukkan kepada orang lain sesuai *image* yang diinginkannya. Media sosial sendiri menjadi peluang bagi individu untuk menampilkan presentasi diri, yang bertujuan membuat seseorang disukai dan menarik di mata *followers*. Seperti halnya *influencer*, apabila seorang mereka ingin menjalin komunikasi dan memiliki kesan yang baik terhadap *followers* maka mereka harus mengatur kesan pada konten-konten yang mereka unggah.

Pola interaksi yang dapat *influencer* lakukan dapat dilakukan dengan berbagai model komunikasi seperti menggunakan teks biasa, memposting pembaruan status, menulis komentar, dan berbagai gambar. Tetapi pastinya setiap *influencer* memiliki strategi masing-masing dalam mempresentasikan diri di Instagram, mereka akan melihat hal apa saja yang disukai *followers* dan memunculkan *image* tersebut dalam diri mereka. Tentunya *fashion influencer* akan menampilkan berbagai konten dengan bertujuan menampilkan kesan dan presentasi diri yang diinginkan kepada *followers* dengan berbagai strategi. Dari mulai perilaku, penulisan *caption* sampai *tren fashion* yang diikuti.

Hadirnya Instagram memudahkan para *micro fashion influencer* untuk mengaktualisasikan dan mempresentasikan dirinya sebagai media pribadi. Melalui Instagram pribadinya mereka diberikan ruang untuk menampilkan visualisasi diri sebaik mungkin. Para *micro influencer* cenderung melakukan *self presentation* dengan menunjukkan *ideal self* melalui foto dan video yang diunggah dan dibagikannya.

Para *micro influencer* mempresentasikan dirinya di panggung depan dengan perencanaan dan pengelolaan yang mencakup sikap dan perilaku dengan mengharapkan penilaian dari *followersnya* sama dengan apa yang diinginkan.

Setiap individu adalah aktor yang memerankan perannya pada panggung sandiwara, maka dalam Tulisan ini media sosial Instagram menjadi panggung (*front stage*) bagi para penggunanya. Dalam hal ini panggung depan (*front stage*) terbagi menjadi dua unsur, yaitu *setting* dan *front personal*. Selanjutnya *front personal* terbagi lagi menjadi dua, yaitu *appearance* dan *manner*.

Instagram adalah media bagi banyak orang agar dapat berinteraksi dengan orang lain. Dalam kehidupan sehari-hari, menurut Goffman seseorang akan menampilkan diri mereka sebagaimana seorang aktor menampilkan sebuah karakter dalam pertunjukan. Dalam hal ini para *micro influencer* membentuk suatu konsep ideal yang akan diperankan di panggung depan, yakni Instagram. Peran yang dimainkan akan berbeda antara satu dengan yang lain. Hal ini berdasarkan pada karakter apa yang mereka ingin perankan. Harapannya adalah para *followers* memandangi, menilai dan menerima mereka seperti apa yang mereka harapkan. Ini dapat dilihat dari bagaimana para informan mengelola pesan berdasarkan tampilan fisik serta sikap dan perilaku pada saat memainkan karakter masing-masing di panggung depan Instagram.

Adapun pada tahap *setting* para *micro fashion influencer* kerap melakukan berbagai persiapan untuk tampil di panggung depan yaitu tampilan Instagram. Usaha yang dilakukan sebagai persiapan adalah dengan memilih foto atau video yang dianggap paling bagus diantara yang lain dan konsisten dengan gaya berpakaian yang memiliki karakteristiknya masing-masing. Dari hasil Tulisan menunjukkan bahwa Kana Zahra lebih memiliki gaya berpakaian yang *casual* sedangkan Adinda Valda memiliki gaya berpakaian yang feminim.

Kemudian akan dicantumkan *caption* yang menarik serta memberikan beberapa kata-kata motivasi sebagai usaha untuk menarik perhatian *followers*. Ditambah lagi interaksi yang dilakukan melalui fitur komentar serta *QnA (Question and Answer)* sehingga mereka dapat membentuk kesan positif

dengan cara membalas komentar yang masuk. Seperti menanyakan dimana mereka membeli produk *fashion* yang mereka kenakan, merekomendasikan produk yang berguna. Selain itu, kesan yang diharapkan informan adalah mereka bisa menjadi sahabat *online* bagi para *followersnya*, apa adanya, elegan dan *positive thinking*.

Usaha lain yang dilakukan informan dipanggung belakang untuk mempertahankan eksistensinya di media sosial yaitu persiapan lokasi yang digunakan sebagai latar belakang. Kedua informan akan mengunjungi tempat/cafe yang sedang viral kemudian diunggah pada laman instagram. Hal tersebut dapat membentuk suatu citra diri pada diri informan, bahwa informan adalah seorang *influencer* yang *up to date*, dan estetik.

Lebih lanjut pada tahap *appearance*, masing-masing informan melihat konsep dirinya dan memaknainya melalui *fashion*. Hasilnya terlihat bahwa beberapa dari mereka memiliki gaya busana sendiri yang dianggap telah mampu menunjukkan karakter dan kepribadiannya. Ada yang memiliki gaya tersendiri saat berfoto sehingga identik dengan dirinya. Kana Zahra memiliki gaya berpakaian yang terkesan lebih *casual*, sedangkan Adinda memiliki *style* yang lebih *girly/feminim*. Selain itu, informan memaksimalkan foto yang akan diunggah melalui proses *editing*. Baik itu memberi filter, menambah kecerahan, atau sekedar mengedit dengan efek efek tertentu. Hal tersebut dilakukan untuk menambah nilai tampilan ataupun menghilangkan kekurangan pada foto.

Sementara, pandangan para penonton (*followers*) menunjukkan bahwa mereka memberikan *feedback* yang baik pada akun @kanzahr dan juga @adindavid karena bisa menjadi inspirasi dan referensi gaya berbusana. Melalui wawancara dengan informan pendukung juga dapat dilihat bahwa kesan yang diharapkan para pelaku foto cukup tersampaikan. Mereka menaruh kesan *positive* pada kedua *influencer* tersebut dari cara mengelola akun instagram yang sangat menarik, hingga gaya komunikasi dan interaksi dari kedua *influencer* tersebut yang membuat mereka merasa seolah menjadi teman dekatnya.

Membuat konten dan mempostingnya di akun instagram milik mereka sebagai salah satu bagian yang dapat memberikan dampak dalam meraih apa yang ingin dicapainya. Pada dasarnya pengaruh terbesar dalam pencapaian yang diinginkan *influencer* yaitu untuk mengenalkan diri dan dikenal oleh khalayak cara presentasi diri dalam meraih pencapaian yang diinginkan di media Instagram pada dasarnya adanya proses pembentukan kesan dari *Influencer* tersebut karena dengan adanya kesan maka setiap konten yang dipostingnya secara langsung membagikan pengalaman baru bagi *followersnya*.

Sehingga dengan secara terus menerus memposting konten yang menjadi ciri khasnya akan mendapatkan kesan baik dari para *followers* karena karakteristik dan ciri khas yang ditonjolkan itulah yang membuat *influencer* tersebut dapat dikenal dan mudah mempengaruhi minat *followers* nya.

Pada strategi *ingratitation*, hal yang dibangun oleh kedua informan sebagai seorang *micro influencer* adalah dengan membuat konten yang menarik juga informatif dan bermanfaat. Postingan dari kedua informan tidak lepas dari keterampilan dan karakter dirinya. Pada akun instagram keduanya juga kerap membagikan hal positif pada para *followers*-nya seperti membalas komentar, memberi semangat, motivasi, serta membalas pujian yang diberikan serta sesekali melakukan *give away* sebagai bentuk apresiasi kepada *followers* sudah memberikan *support* terhadap dirinya.

Pada strategi *self promotion*, masing-masing informan akan menunjukkan kemampuan yang dimiliki pada akun instagramnya khususnya tentang hal hal yang berhubungan dengan kemampuannya pada bidang *fashion* yaitu *mix & match outfit*, serta kegiatan lain seperti *journaling* dan tips *productivity*. Pada strategi *intimidation*, hal yang dilakukan oleh kedua informan memberi ancaman atau menunjukkan kemarahan pada akun palsu yang mengatas namakan akun Instagramnya untuk menipu. Hal ini ia informasikan lewat *story* Instagramnya dengan cara memberikan informasi kepada *followers*-nya bahwa akun tersebut palsu dan meminta bantuan kepada *followersnya* untuk *report* akun tersebut, dan memberikan edukasi untuk lebih berhati hati terhadap akun akun tidak bertanggung jawab.

Pada strategi *exemplification*, hal yang dilakukan oleh Kana Zahra ialah menunjukkan bahwa dirinya bermoral dan berintegritas dengan cara selalu bertutur kata yang baik dan tidak pernah menggunakan kata kata kasar, tidak pernah memberikan ujaran kebencian, serta dalam menunjukkan integritasnya Kana selalu memberikan *review* yang jujur terhadap produk yang akan dipromosikan. Hal tersebut juga dilakukannya untuk menumbuhkan kepercayaan *followers* terhadap dirinya.

Pada tahap strategi yang terakhir yaitu *supplication*, hal yang dilakukan Kana yaitu menunjukkan kesedihannya akan sesuatu hal seperti *insecurity*. Hal tersebut dibagikan pada *story* instagramnya dan mengemasnya dengan bentuk *QnA* agar bisa berinteraksi dengan para *followers* dan saling bercerita tentang kesedihan yang dihadapi, hal ini dilakukan dengan tujuan bisa membantu orang yang sedang mengalami hal yang sama dan bisa membuat mereka merasa lebih kenal dengannya.

Dalam mempresentasikan dirinya kedua informan menampilkan kompetensinya di Instagram yang disuguhkan secara estetik sekaligus menerapkan metode komunikasi dengan memanfaatkan fitur komentar,

direct massage, instastory, dan membuat *QnA (question and answer)* dan gaya komunikasi yang diterapkan di Instagram sangatlah asertif. Berkat hal tersebut kedua informan mampu mendapatkan respon baik dan memiliki kesan yang positif dalam dirinya. Respon tersebut dapat dilihat dari jumlah *followers, like*, komentar, serta rekomendasi dari akun lain terhadap dirinya.

C. Instagram sebagai Panggung Depan: Seni Mengelola Citra Diri di Era Media Sosial

Berdasarkan hasil Tulisan dan pembahasan, maka Penulis menarik kesimpulan bahwa Instagram merupakan panggung depan sebagai media untuk berbagi foto, gambar maupun video. Instagram dianggap sebagai media sosial yang paling sesuai untuk membentuk citra diri informan. Analisis pada panggung depan informan menunjukkan bahwa komponen komponen panggung depan adalah sarana untuk mempresentasikan diri melalui busana, warna, sikap, dan latar panggung depan. Alasan aktor melakukan citra diri adalah karena aktor ingin dipandang sebagai sosok yang ideal dihadapan penontonnya. Aktor akan mempresentasikan diri sesuai dengan kesan yang ingin ia bangun pada diri penontonnya. Dramaturgi panggung depan merupakan penampilan pilihan yang disuguhkan oleh *micro influencer* yang menunjukkan citra diri mereka masing-masing.

Selain itu penulis juga mendapatkan kesimpulan bahwa kedua informan menerapkan lima jenis strategi *online* yang dilakukan dalam pengelolaan sosial media. Beberapa strategi diantaranya strategi dalam mengelola penampilan, *iingrartation, self promotion, intimidation, exemplification, dan supplication*. Para informan menggunakan Instagram sebagai salah satu media untuk mempresentasikan diri, dimana media tersebut sebagai salah satu aplikasi yang banyak digunakan masyarakat, Instagram juga sebagai salah satu media yang paling diminati masyarakat dimana mayoritas masyarakat memiliki akun Instagram, Instagram juga sebagai media sosial yang tepat dalam mengekspresikan diri.

REFERENSI

- Agustin, V., & Aji, G. G. (2023). Strategi Presentasi Diri Fashion Influencer Di Media Sosial Instagram. *Commercium, 6*, 74-86.
- Aiyuda, N., & Syakarofath, N. A. (2019,i). Presentasi diri Online di Sosial Media (Instagram dan Facebook). *Pshycopolytan Jurnal Komunikasi, 02*.
- E. Luik, J. (2019). Media Sosial dan Presentasi Diri. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 11-16*.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of self In Everyday Life*. Doubleday Anchor Books.

- Luik, Jandy E. (2013). *Media Sosial Dan Presentasi Diri. Jurnal*. Fakultas Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi. Universitas Kristen Petra.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Penerbit Salemba Humaika.
- Moleong, L. (2019). *Metodologi Tulisan Kualitatif*. Bandung: Remaja, Rosdakarya.
- Nastiti, A. D., & Purworini, D. (2019, Juli). Pembentukan Harga Diri: Analisis Presentasi Diri Pelajar SMA di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 33-47.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2011). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja. Rosdakarya.
- Sari, S. E., & Suherman, M. (2021). Presentasi Diri Influencer di Instagram. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 7, 264-269.
- Setiawan, R., & Audie, N. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Presentasi Diri Pada Mahasiswi Pendidikan Sosiologi Fkip Untirta. 6, 11-13.
- Sugiyono. (2016). *Metode Tulisan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

MENAFSIR MAKNA

KOMUNIKASI DALAM MEDIA

Bunga Rampai dengan judul Menafsir Makna Komunikasi dalam Media merupakan sebuah Buku yang ditulis oleh beberapa Mahasiswa dan Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Buku ini berisikan hasil pemikiran dan refleksi terhadap fenomena yang terjadi dalam ranah komunikasi saat ini, baik teoritis maupun praktis yang dituangkan dalam bentuk penulisan penelitian skripsinya.

Pada Era kontemporer saat ini, Komunikasi sebagai sebuah bidang keilmuan sangat adaptif dan fleksibel karena mampu menyesuaikan diri dengan keilmuan lain dan dinamika kehidupan sosial dari masa ke masa.

Maka dari itu, pada bunga rampai ini tertuang hasil pemikiran mahasiswa berkenaan dengan Fenomena sosial yang merupakan aplikasi dari keilmuan komunikasi dikolaborasikan dan dikombinasikan dengan keilmuan lain seperti politik, bisnis, sastra, sinematografi, fotografi, dan lain sebagainya.

Harapannya, bunga rampai ini mampu menjadi wadah pengetahuan serta aplikasi keilmuan yang sudah diampu oleh para Mahasiswa selama proses Pembelajaran di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

