

**ANALISIS PESAN KRITIK SOSIAL PADA KONTEN
INSTAGRAM ULOKGRAM**

Skripsi

Diajukan Oleh:

BURNAWI

NIM. 160401074

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2021 M/1442 H**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Oleh

**BURNAWI
NIM. 160401074**

Disetujui oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

**Drs. Baharuddin AR, M.Si
NIP. 19651231 199303 1 035**

**Dr. Ade Irma, B. H.Sc., MA
NIP. 19730921 200003 2 004**

UIN
AR - RANIRY

SKRIPSI

Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah Program Studi
Komunikasi dan Penyiaran Islam

Diajukan Oleh

**BURNAWI
NIM. 160401074**

Pada Hari / Tanggal

**Senin, 25 Januari 2021 M
12 Jumadil Akhir 1442 H**

**di
Darussalam - Banda Aceh
Panitia Sidang Munaqasyah**

Ketua,


**Dr. Ade Irma, B. H. Sc., M. A
NIP. 19730921 200003 2 004**

Sekretaris,


**Drs. Baharuddin AR, M. Si
NIP. 19651231 199303 1 035**

Anggota I,


**Zainuddin T, S.Ag., M. Si
NIP. 19701104 200003 1 000**

Anggota II,


**Arif Ramdan, M. A
NIDN. 20310780001**

Mengetahui,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry


**Dr. Fakhri S. Sos., MA
NIP. 196411291998031001**



PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Burnawi
NIM : 160401074
Jenjang : Strata Satu (S-1)
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 8 Desember 2020
Yang Menyatakan,



Burnawi

A R - R A N I R Y

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Kritik Sosial Pada Konten Instagram Ulokgram”. Shalawat beriring salam tidak lupa kita curahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh umatnya menjadi generasi yang terbaik di muka bumi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa kemampuan penulis dalam penelitian masih berada di level pemula. Namun, berkat bantuan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Yang istimewa untuk kedua orang tua tercinta yang telah membesarkan dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang dan kesabaran, juga yang tak henti-hentinya mendoakan, memberikan semangat serta dukungannya yang luar biasa, sehingga penulis mampu menyelesaikan pendidikan hingga sampai jenjang sarjana. Begitu juga kepada keluarga besar dan sanak saudara yang ikut mendoakan kemudahan dan kelancaran dalam penyusunan skripsi ini.
2. Dr. Fakhri S.Sos, M.A. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Drs. Yusri M.LIS selaku Wakil Dekan I Zainuddin T. M.Si. selaku Wakil Dekan II, dan Dr. T Lembong Misbah, M.A. selaku Wakil Dekan III.
3. Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Dr. Hendra Syahputra, ST., MM beserta Sekretaris prodi, Anita S. Ag., M. Hum.
4. Pembimbing I sekaligus penasehat akademik, Drs. Baharuddin AR, M.Si yang telah meluangkan waktu serta sabar dalam memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis, mulai dari awal semester hingga penulis menyelesaikan penelitian ini.

5. Pembimbing II Dr. Ade Irma, B.H.Sc., M.A. yang selalu memberikan semangat dan motivasinya.
6. Para dosen dan asisten dosen serta karyawan selingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
7. Kepada Kak Rahmi Fitriyah yang telah meluangkan waktu serta membantu penulis baik dalam berbagai hal.
8. Kepada abang sekaligus teman penulis, Ahmad Syafawi yang telah banyak membantu penulis selama kuliah di Universitas UIN Ar-Raniry.
9. Sahabat-sahabat penulis, Maulana Arifan, Samsul Bahri, Mabror, Ilham Maulana, Irfan Habibi, Ahmad Sayuti, Nur Apriana serta tiga orang senior penulis yaitu Adhuen Mufti Tamren, Siti Masyitah dan Husna. Rasa terimakasih penulis ucapkan juga kepada seluruh mahasiswa KPI angkatan 2016.
10. Kepada bang Oki Nabawi dan juga Mimin pemilik akun Ulokgram yang menjadi kajian penelitian penulis.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang terlibat membantu dalam penulisan skripsi ini. Semoga Allah yang nantinya membalas semua kebaikan.

Penulis menyadari bahwa penelitian masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk masukan berupa kritik dan saran yang membangun dari semua pihak agar kedepannya peneliti dapat menyelesaikan karya tulis dengan lebih baik lagi. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis sendiri dan juga semua pihak. Mohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja.

Banda Aceh, 8 Desember 2020
Penulis,

Burnawi

DAFTAR ISI

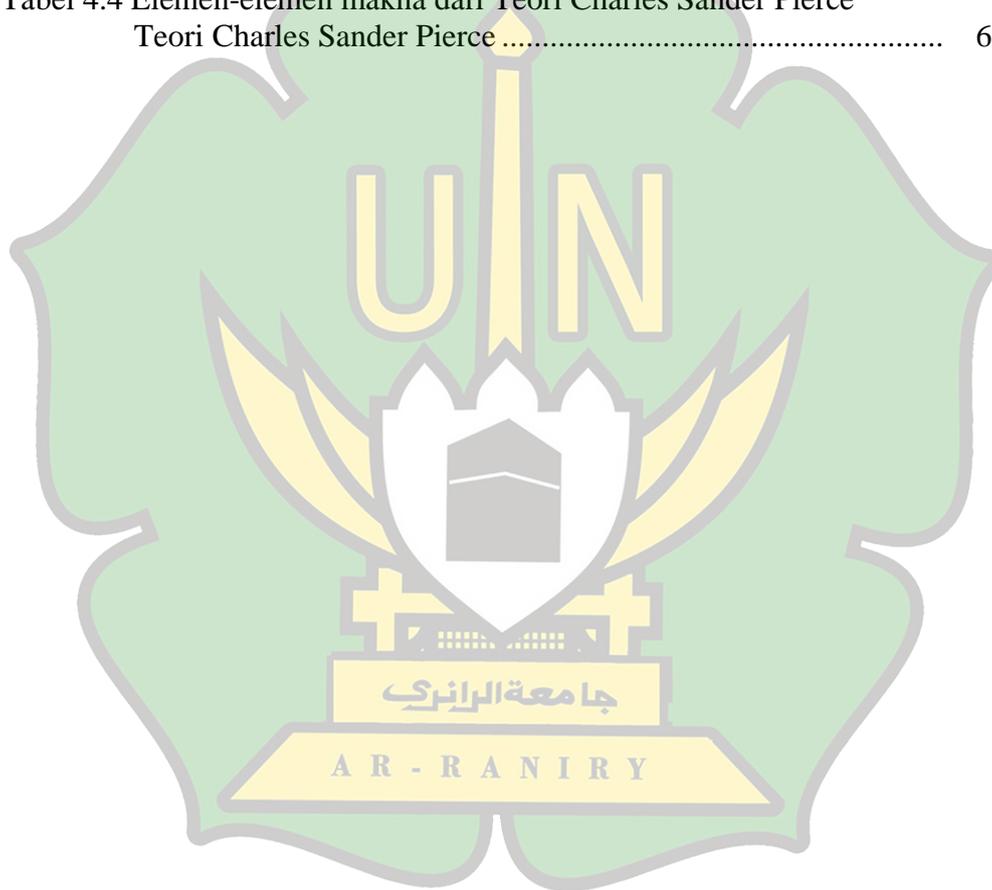
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI	
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
ABSTRAK	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Batasan Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN TEORETIS	
A. Penelitian Terdahulu.....	8
B. Videografi.....	10
C. Media Baru (New Media).....	11
D. Media Sosial	13
E. Instagram	14
F. Konsep Pesan dan Kritik Sosial.....	16
1. Pesan (The Message).....	16
2. Kritik Sosial.....	17
G. Kajian Ilmu Semiotika.....	29
1. Teori Semiotika Charles Sander Pierce.....	30
2. Penyebutan Tanda Dalam Al-Qur'an	35
BAB III METODELOGI PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	37
B. Unit Analisis	39
C. Objek dan Subjek Penelitian.....	40
D. Teknik Pengumpulan Data	41
E. Teknik Analisis Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Profil Ulokgram	44
B. Pembahasan dan Hasil Penelitian	46
1. Video Dengan Judul “Narsis”.....	47
2. Video Dengan Judul “Pakek”.....	53
3. Video Dengan Judul “Solucion”.....	59

4. Video Dengan Judul “Ikut Trend”	65
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	72
B. Saran	73
DAFTAR KEPUSTAKAAN	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Media Massa (Lama) dengan Media Baru.....	12
Tabel 4.1 Elemen-elemen makna dari Teori Charles Sander Pierce Teori Charles Sander Pierce	49
Tabel 4.2 Elemen-elemen makna dari Teori Charles Sander Pierce Teori Charles Sander Pierce	55
Tabel 4.3 Elemen-elemen makna dari Teori Charles Sander Pierce Teori Charles Sander Pierce	62
Tabel 4.4 Elemen-elemen makna dari Teori Charles Sander Pierce Teori Charles Sander Pierce	68



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Elemen-elemen makna dari Pierce.....	32
Gambar 4.1 : Cuplikan video dengan judul Narsis	47
Gambar 4.2 : Cuplikan video dengan judul Pakek.....	53
Gambar 4.3 : Cuplikan video dengan judul Solucion	59
Gambar 4.3 : Cuplikan video dengan judul Ikot Trend	65



ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Analisis Pesan Kritik Sosial pada Konten Instagram Ulokgram”. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui makna dan jenis pesan kritik sosial yang disampaikan dalam konten Instagram *Ulokgram*. Penulis memilih empat konten populer yang diberi judul *Narsis*, *Pakek*, *Solucion*, dan *Ikot Trend*. Penelitian ini berjenis kualitatif yang menggunakan pendekatan paradigma kritis, yaitu suatu cara pandang terhadap realitas sosial yang dalam konteks kesejarahannya (historis) senantiasa diliputi rasa curiga dan kritis terhadap realitas tersebut. Dalam proses penelitian, penulis menggunakan pendekatan semiotika struktural Charles Sander Pierce untuk mengungkapkan tanda-tanda pesan kritik sosial beserta makna dari tanda tersebut. Hal ini juga penulis kaji dari latar belakang konten yang mengangkat isu realitas sosial masyarakat, khususnya Aceh. Sebagaimana hasil wawancara dengan Oki Nabawi, salah seorang teman dekat pemilik akun Instagram Ulokgram. Berdasarkan hasil penelitian, jenis kritik sosial pada video yang berjudul *Narsis* dan *Pakek* adalah kritik sosial masalah moral. Sedangkan jenis kritik sosial pada video *Solucion* dan *Ikot Trend* mengangkat masalah budaya. Sementara bentuk penyampaian kritik sosial pada keempat video tersebut disampaikan secara tersirat atau tidak langsung.

Kata kunci: *Kritik Sosial, Analisis Pesan, Konten Instagram*



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Al-Qur'an menyebut komunikasi sebagai salah satu fitrah manusia. Untuk mengetahui bagaimana manusia seharusnya berkomunikasi. Al-Qur'an memberikan kata kunci (*keyconcept*) yang berhubungan dengan hal itu. Al-Syaukani,¹ misalnya mengartikan kata kunci al-bayan (penjelas) sebagai kemampuan berkomunikasi.² Komunikasi sendiri merupakan salah satu cara manusia melakukan interaksi dengan manusia lainnya, baik itu perorangan (antarindividu) ataupun kelompok kecil bahkan khlayak ramai sekalipun.

Secara umum, komunikasi dapat dimaknai sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) "Komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan dan berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami".³ Secara etimologi, komunikasi berasal dari bahasa latin, yaitu *communis*, yang berarti sama (*common*). Dari kata *communis* berubah menjadi kata kerja *communicare*, yang berarti menyebarkan atau memberitahukan informasi kepada pihak lain guna mendapatkan pengertian yang sama.⁴

¹ Muhammad Asy-Syaukani adalah seorang ulama besar, Qadhi, ahli fikih, dan mujaddid dari Yaman.

² Jalaluddin Rahmat, *Efektivitas Berkomunikasi dalam Islam*, (Cet. I; Bandung: Mizan, 1999), hlm. 71

³ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001), Edisi III, hlm. 79.

⁴ Wursanto, *Dasar-Dasar Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2005), hlm. 153.

Sedangkan dalam Bahasa Inggris, komunikasi dikenal dengan istilah *communication* yang mempunyai banyak arti.

Seiring berkembangnya ilmu pengetahuan, berbagai pendapat terus bermunculan dalam mendefinisikan kata “Komunikasi”. Barulah pada tahun 1948 dalam sebuah artikel klasik yang berjudul “*The Structure and Function of Communication in Society*” muncul salah satu pendapat paling populer yang dikemukakan oleh *Harold D. Laswell* yang mengatakan bahwa cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut “*Who says what and with channel to whom with what effect?*” Atau siapa yang mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana?⁵

Berdasarkan pendapat tersebut, para ahli mulai mengkaji kembali sehingga dapat diuraikan beberapa unsur penyusun dalam komunikasi itu sendiri, di antaranya sebagai berikut:

1. *Source* (Sumber)

Source atau sumber adalah seseorang yang membuat keputusan untuk berkomunikasi. Sering disebut juga dengan pengirim (*sender*), penyandi (*encoder*), komunikator, pembicara (*speaker*).

2. *The Message* (pesan)

Pesan adalah apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal maupun nonverbal yang berisi ide, sikap dan nilai komunikator. Pesan memiliki tiga komponen yaitu;

⁵ H. Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 1998), hlm. 17-18.

- a. Makna,
- b. Simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna,
- c. Bentuk atau organisasi pesan.

3. *The Channel* (Saluran)

Saluran adalah alat atau wahana yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesannya kepada penerima.

4. *The Receiver* (Penerima)

The receiver adalah orang yang menerima pesan. Penerima sering disebut juga dengan sasaran/ tujuan (*destinationion*), penyandi balik (*decoder*), khalayak (*audience*), pendengar (*listener*), atau penafsir (*interpreter*).

5. *Feedback* (Umpan Balik)

Feedback adalah reaksi dan respon pendengar atas komunikasi yang dilakukan oleh komunikator. *Feedback* bisa dalam bentuk komentar, pujian ataupun tanggapan lainnya.

Dengan berkembangnya ilmu pengetahuan bidang komunikasi diiringi dengan kemajuan teknologi dan informasi, teknik penyampaian pesan dan pemanfaatan media/saluran penyampaian pesan juga semakin bervariasi. Ada dua jenis pesan yang umum diketahui, yaitu pesan verbal (langsung) dan nonverbal (tidak langsung). Pesan verbal menggunakan bahasa yang tertata (baik itu dalam bentuk lisan maupun tulisan) sehingga lebih mudah dipahami. Sedangkan pesan nonverbal tidak menggunakan bahasa yang tertata, sehingga dibutuhkan ilmu khusus untuk memahami pesan jenis ini. Akan tetapi, pesan nonverbal memberikan lebih banyak makna dan pengaruh yang besar juga tentunya. Di era

4.0 ini, sudah banyak pemuda-pemuda pintar yang melahirkan ide kreatif. Pemilihan penggunaan pesan juga sudah jauh lebih baik dibandingkan abad sebelumnya. Seperti yang dipraktikkan oleh pemilik akun Instagram “Ulokgram” yang memanfaatkan *New Media* (Instagram) sebagai sarana penyampaian pesan kepada masyarakat.

Ulokgram merupakan salah satu akun Instagram yang dibuat dengan tujuan utama untuk menghibur *follower*-nya maupun pengguna akun Instagram lain pada umumnya. Sejak tahun 2015 lalu, akun ini sudah mulai viral di jagat maya Instagram. Tidak heran jika pengikutnya kian hari semakin bertambah saja. Selain itu, konten yang ditawarkan juga cukup menghibur dan mampu mengocok perut penontonnya. Sebagaimana tujuannya, tentu saja konten yang ditawarkan bergenre humor atau dikemas dalam bentuk konten lucu baik itu dalam bentuk video maupun gambar atau meme lucu.

Tema konten yang diangkat juga dekat dengan masyarakat dan merupakan peristiwa yang sering terjadi baik itu di daerah Aceh sendiri maupun Indonesia pada umumnya. Hingga tahun 2020 ini, konten Ulokgram masih banyak peminatnya baik dari kalangan remaja kekinian sampai orang dewasa sekalipun. Hal ini Penulis sampaikan berdasar pada banyaknya *story* atau status di media sosial Instagram dan Whatsapp yang menggunakan konten hasil produksi pemilik akun Ulokgram ini. Sejauh pantauan penulis sampai saat ini, masih banyak yang tertarik dengan karya milik Ulokgram ini, terutama kawula muda.

Disamping itu, dari sederetan karya yang disuguhkan Ulokgram, terdapat beberapa konten video yang berisi “pesan kritik sosial” tersirat menyatu dalam

alur cerita miliknya. Tentu tidak semua orang dapat memahami maksud dari pesan kritikan tersebut. Karena kebiasaan ketika dihadapkan dengan sesuatu yang lucu menghibur, manusia hanya tertawa tanpa merasa perlu memahami maksud yang terkandung di dalamnya. Hal inilah yang memicu ketertarikan penulis untuk mengkaji dan menemukan makna pesan kritik sosial yang disampaikan dalam konten terkait. Terlebih lagi akhir-akhir ini pesan kritikan tersirat cukup populer di kalangan parlemen, lingkungan politisi, dan juga di lingkungan universitas ataupun lingkungan berpendidikan lainnya yang mungkin saja kita alami.

Menurut penulis, kritikan tersirat jauh lebih baik daripada kritikan secara langsung. Pemahaman maknanya pesan jenis ini yang hanya mampu dipahami oleh orang yang cerdas atau berpendidikan akan memperjelas sarasannya. *Feedback* pesan tersirat lebih terarah dibandingkan dengan pesan langsung yang dapat diketahui oleh semua orang termasuk orang awam yang bahkan belum dapat mencerna pesan langsung dengan baik. Dengan tingkat pola pikir yang sudah lebih baik, maka menjadikan pesan tersirat lebih unggul dan sering digunakan pada masa sekarang.

Jika berkaca pada masa lalu, tidak perlu heran kalau terkadang mendengar kritikan secara langsung diutarakan dimuka umum yang mungkin dapat memicu perselisihan. Penyebabnya tentu saja kurangnya ilmu pengetahuan pada pelakunya. Wajar saja, dahulu lebih sulit mendapatkan ilmu pengetahuan agama maupun umum. Alasannya bervariasi, mulai dari tidak tertarik dengan ilmu pengetahuan, tidak sempat menuntut ilmu karena pekerjaan, bertentangan dengan kepercayaan leluhur dan berbagai pendapat lainnya. Akan tetapi, sekarang lebih

mudah mendapatkan berbagai jenis ilmu pengetahuan baik itu melalui buku maupun *searching* di internet.

Tingkat pengetahuan inilah yang memberi pengaruh pada cara menyampaikan kritikan terhadap orang lain. Seperti halnya pada media sosial misalnya, juga telah hadir berbagai macam model kritikan seperti lewat meme, quote/kata-kata mutiara, video atau dalam bungkus film sekalipun. Apapun bentuk pesan yang disampaikan, tentu pelakunya sudah menentukan sasarannya. Apakah itu orang cerdas atau orang awam. Pola pikir inilah yang menentukan bagaimana karya akan muncul. Namun dikarenakan sekarang adalah era ilmu pengetahuan maju, maka pesan kritik tersirat yang lebih dominan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi fokus permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana makna pesan kritik sosial pada konten Ulokgram?
2. Apa jenis pesan kritik sosial dalam konten Ulokgram dan bagaimana bentuk penyampaian pesan tersebut?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penulis menyimpulkan tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui makna pesan kritik sosial pada konten Ulokgram.
2. Mengetahui jenis kritik sosial yang disampaikan dalam konten Ulokgram dan bagaimana bentuk penyampaiannya pesan tersebut.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi masyarakat dan pengembangan ilmu pengetahuan komunikasi dalam memahami pesan-pesan tersirat berupa kritikan sosial.

2. Secara Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua masyarakat supaya lebih peka terhadap pesan tersirat berupa kritikan sosial, agar dapat lebih memahami situasi yang ada nantinya.

E. Batasan Penelitian

Penting untuk mengingatkan bahwa penelitian ini memiliki batasan khusus. Batasan yang dimaksud adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan penelitian baik pada teori maupun hasil penelitiannya. Hal ini dibuat agar penelitian lebih terarah dan tidak melebar ke arah yang tidak ada kaitannya dengan tujuan penelitian. Maka dalam penelitian ini hanya membahas pesan kritik sosial yang disajikan dalam konten Ulokgram pilihan peneliti.

Adapun batasan kritik sosial yang dibahas dalam penelitian ini adalah kritik sosial yang berdasarkan pada kenyataan-kenyataan sosial. Dengan kata lain, kenyataan sosial yang dianggap menyimpang dalam suatu masyarakat dan dalam kurun waktu tertentu. Melalui penelitian ini, peneliti bermaksud menganalisis masalah-masalah sosial yang muncul pada budaya tertentu di masyarakat, khususnya masyarakat Aceh dengan latar belakang waktu, tempat, dan budayanya. Di luar konteks ini, maka bukan bagian dari penelitian (yang artinya di luar kewajiban dan tanggung jawab peneliti).

BAB II KAJIAN TEORETIS

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan bagi penulis dalam melakukan penelitian ini. Selain itu, penelitian terdahulu dapat memperkaya teori dan pengetahuan yang relevan, sehingga dapat digunakan dalam mengkaji penelitian yang sedang dilakukan. Se jauh pengetahuan dan pengamatan penulis, hingga saat ini sudah ditemukan beberapa penelitian atau karya tulis yang membahas tentang “Pesan Kritik Sosial”, baik itu dalam bentuk gambar atau meme, foto, video, dan bahkan film. Namun, untuk mengetahui posisi penulis dalam melakukan penelitian ini, penulis melakukan *review* terhadap beberapa literatur yang ada kaitannya dengan masalah yang menjadi objek penelitian ini.

Skripsi dengan judul “Representasi Kritik Sosial Melalui Tokoh Jin Dalam Iklan - Iklan Djarum 76”,⁶ karya Al Muhlas dari Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga. Dalam skripsinya ini, Al Muhlas mengungkapkan bahwa setiap iklan- iklan yang dilakukan oleh Djarum 76 terdapat tiga unsur pokok sebagai ciri dari strategi iklannya. Yang pertama, penggunaan unsur budaya lokal, yaitu budaya Jawa sebagai pendekatannya, yang kedua terdapat kritik-kritik sosial sebagai unsur atau isi pesan yang tertuang dalam iklan tersebut, dan yang ketiga adalah penggunaan tokoh Jin Jawa sebagai ikon atau tokoh utama dalam iklan Djarum 76 sebagai strategi iklannya.

⁶ https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/2012/1/xT1_362007076_Judul.pdf, di akses pada 9 Oktober 2020.

Skripsi dengan judul “Analisis Semiotik Dalam Film Alangkah Lucunya Negeri Ini”,⁷ karya Hidayati Shofiyani dari Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengungkap masalah tersebut secara menyeluruh dan mendalam. Dalam penelitian menggunakan metode penelitian kritis dan semiotika struktural Charles Sander Pierce, yang digunakan untuk memberikan gambaran dan makna yang sesuai mengenai simbol-simbol pesan kritik sosial serta makna dari simbol-simbol pesan kritik sosial. Dari hasil penelitian yang dipaparkan terungkap makna bahwasanya pesan kritik sosial yang ada dalam film Alangkah Lucunya Negeri ini yaitu: Pertama, Kritik tentang pemerintahan yang kebanyakan wakil rakyat tidak menjalankan tugasnya dengan baik. Meskipun diberikan fasilitas yang lengkap namun tidak dipergunakan untuk masalah permasalahan rakyat dan mencari solusi untuk penanggulangannya. Kedua, kritik tentang para koruptor yang saat ini menjadi sebuah budaya di Negara kita ini, parahnya Kebanyakan koruptor berasal dari wakil rakyat yang berpendidikan tinggi. Ketiga, kritik tentang pendidikan yang tidak menjamin kesejahteraan, hal ini terbukti bahwa banyak sarjana yang menjadi pengangguran sedangkan orang yang tidak berpendidikan bisa sukses. Keempat, kritik tentang para anak terlantar dan fakir miskin yang seharusnya dikelola oleh pemerintah. Namun, dalam kenyataannya masih banyak kita melihat di perkotaan para gepeng yang mengemis di jalanan, pusat keramaian, lampu merah, rumah ibadah, sekolah maupun kampus, dan selalu meningkat setiap tahun.

⁷ <http://repository.unpas.ac.id/13432> diakses pada 9 Oktober 2020

B. Videografi

Videografi merupakan sebuah media yang digunakan untuk merekam kejadian atau momen yang kemudian akan dirangkum ke dalam satu gambar maupun suara. Kemudian hasilnya bisa kita nikmati dengan lebih menarik karena lebih seru, apalagi jika nanti diedit dengan beberapa penambahan suara atau efek melalui aplikasi edit video. Selain itu, videografi juga digunakan untuk sebuah kajian maupun dibuat untuk kemudian dilihat di kemudian hari. Sekarang videografi sudah merambah ke semua kalangan dan sudah banyak digunakan sesuai dengan kepentingan atau keperluan masing-masing.

Kemajuan teknologi berkembang sangat pesat, begitu juga dengan teknik videografi sehingga dapat dinikmati dengan berbagai macam cara dan format. Sekarang sudah ada dua jenis videografi yang mungkin beberapa orang belum mengetahui istilahnya, seperti analog dan digital. Seseorang yang mengambil atau melakukan sebuah videografi dinamakan videografer. Mereka dikelompokkan menjadi dua bagian. Seorang videografer profesional atau sudah berpengalaman lama dan seorang videografer amatir. Namun sebenarnya dua hal ini merupakan istilah yang diada-adakan dan hanya bertujuan untuk membedakan untuk kemampuan seseorang dalam videografi. Biasanya videografer amatir lebih berfokus membuat video untuk konsumsi pribadi dan tidak untuk diperjualbelikkan. Namun untuk videografer yang profesional, mereka bahkan diminta oleh seseorang untuk membuat sebuah videografi yang menarik dan harganya pun juga terkadang lumayan mahal.⁸

⁸ <https://nesabamedia.com/pengertian-videografi>, Diakses pada 21 November 2020

C. Media Baru (*New Media*)

Denis McQuail mendefinisikan *New Media* atau media baru sebagai perangkat teknologi elektronik yang berbeda dengan penggunaan yang berbeda pula. Media elektronik baru ini mencakup beberapa sistem teknologi seperti: sistem transmisi (melalui kabel atau satelit), sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan pencarian informasi, sistem penyajian gambar (dengan menggunakan kombinasi tanda dan grafik secara lentur), dan sistem pengendalian (oleh komputer).⁹

Pergeseran teknologi yang tradisional ke teknologi digital juga membawa perubahan besar dalam cara manusia berkomunikasi. Sebelumnya khalayak dikendalikan oleh informasi dari lembaga media massa. Namun, ketika perubahan teknologi itu terjadi ke arah digitalisasi, maka terjadi pula perubahan pada pola distribusi konten media yang kini dapat berpindah ke posisi khalayak. Dominasi media massa sebagai penyedia konten tidak lagi menjadi satu-satunya sumber informasi. Sekarang khalayak juga dapat menciptakan konten media itu sendiri melalui kreativitas dan tetap memperhatikan fakta yang ada dilapangan.

Media baru memungkinkan orang untuk membuat, memodifikasi, dan berbagi dengan orang lain, menggunakan alat yang relatif sederhana yang sering gratis atau murah. Media baru membutuhkan komputer atau perangkat *mobile* dengan akses internet.¹⁰ Selain itu, daya kirim yang amat cepat dan jangkauannya yang luas menjadikan internet langsung digemari masyarakat hingga sekarang.

⁹ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa suatu pengantar*, diterjemahkan oleh Agus Dharma dan Aminuddin Ram, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1987), hlm. 16

¹⁰ Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), hlm. 89

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Media Massa (Lama) dengan Media Baru

Media Lama	Media Baru
Memproduksi dan mendistribusikan pesan	Selain memproduksi dan mendistribusikan pesan, juga melakukan pertukaran dan penyimpanan atas pesan-pesan tersebut
Bergerak dalam ruang publik, karenanya terikat oleh aturan-aturan tertentu	Selain bergerak dalam ruang publik juga ke ruang privat individu yang menggunakannya
Media massa berada dalam sebuah organisasi yang kompleks	Organisasinya tidak kompleks bahkan satu atau dua orangpun dapat menjalankannya
Biaya sangat mahal	Biaya relatif murah
Meliputi media cetak, radio, dan televisi	Meliputi media <i>online</i> , seperti media cetak yang diubah dalam format <i>digital</i> , <i>TV online</i> , dan <i>radio streaming</i>
Informasi selalu bersifat formal dan dapat dipertanggungjawabkan	Informasi pada situs tertentu tidak bersifat formal sehingga kredibilitas informasi tidak dapat dipertanggungjawabkan
Harus menunggu informasi pada jam yang telah dijadwalkan	Mudah dalam pencarian informasi yang ingin didapatkan dan tidak terbatas pada jadwal tertentu
Khalayak tidak terhubung pada media dan sesama pengguna	Para pengguna dapat terhubung secara langsung
Umpan balik bersifat tertunda dan tidak langsung	Umpan balik dapat disampaikan secara langsung, seperti “komentar”

Sumber: Nawiroh Vera (2016)

Media baru menyatukan semua yang dimiliki oleh media lama, jika surat kabar hanya dapat dibaca dalam media kertas, radio hanya dapat didengar, televisi hanya menyatukan audio dan visual. Melalui internet semua dapat disatukan baik tulisan, suara dan gambar hidup. Pengguna internet kini dapat membaca *blog*, *website*, dapat mendengar radio melalui internet, dapat menonton berita melalui siaran *streaming* atau mengunduh (*download*) video.

1. Jenis *New Media*

Perkembangan teknologi yang sebelumnya berupa media tradisional menjadi media baru telah dilengkapi dengan teknologi digital. Tumbuhnya pemusatan telekomunikasi modern ini terdiri dari komputer dan jaringan penyiaran. Masyarakat mulai dihadapkan pada gaya baru pemrosesan dan penyebaran digital informasi, internet, WWW (*world wide web*), dan fitur multimedia.¹¹

Media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Path*, dan *YouTube* merupakan jenis-jenis media baru yang termasuk dalam kategori *online media*. Jenis-jenis media baru ini memungkinkan orang biasa berbicara, berpartisipasi, berbagi dan menciptakan jejaring secara online.¹² Selain itu, masih ada jenis *New Media* lainnya seperti: komputer atau *notebook*, *DVD*, *VCD*, *portable media player*, *smartphone*, *video game* dan *virtual reality*.

D. Media Sosial

Media sosial atau disebut juga jejaring sosial adalah suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang diikat dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, status hubungan, pandangan politik, bakat dan minat.¹³ Dalam analisis jaringan sosial, aktor individu dipandang sebagai simpul dalam

¹¹ Rahma Sugihartati, *Perkembangan Masyarakat Informasi dan Teori Sosial Kontemporer*, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 87.

¹² Anis Hamidati, *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi* (Yogyakarta: Mata Padi Pressindo, 2011), hlm. 13

¹³ M. Leo Agung, *Berinternet dengan Facebook dan Twitter untuk Pemula*, (Yogyakarta: Penerbit ANDI & Madcoms, 2011), hlm. 2

jaringan hubungan sosial, sedangkan hubungan antarindividu disebut sebagai ikatan. Jadi terdapat kesinambungan antara simpul dan ikatan jaringan sosial.

Sejak berkembangnya teknologi komputer yang dapat memudahkan komunikasi melalui internet, banyak upaya yang dilakukan agar jejaring sosial dapat mendukung komunikasi antarkomputer. Situs jejaring sosial diawali oleh *classmates.com* pada tahun 1995 disusul kemudian ada *SixDegrees.com* pada tahun 1997. Kedua situs jejaring sosial tersebut menghubungkan antara mantan teman sekolah melalui ikatan tidak langsung. Setelah itu, situs jejaring sosial terus berkembang dan banyak digunakan oleh penggunanya, sehingga jejaring sosial menjadi bagian dari strategi bisnis pada tahun 2005. Sampai saat ini, diperkirakan terdapat 200 lebih situs jejaring sosial. Beberapa di antaranya adalah *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Plurk*, *Tumblr*, *Path*, dan lain sebagainya.¹⁴

E. Instagram

Instagram atau sering disebut IG atau Insta adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram sendiri masih merupakan bagian dari Facebook. Selain itu, Media sosial Instagram juga dikatakan sebagai suatu alat penyampaian pesan (aplikasi) untuk bisa berkomunikasi dengan khalayak secara luas dengan saling berbagi foto atau video. Di dalamnya juga terdapat fitur-fitur lain seperti *upload* (Foto/Video), *comment*, *love* dan lain-lain.

¹⁴ M. Leo Agung, *Berinternet dengan Facebook dan Twitter untuk Pemula*, (Yogyakarta: Penerbit ANDI & Madcoms, 2011), hlm. 3

1. Fitur Instagram

Instagram memiliki beberapa fitur yang berbeda dengan jejaring sosial lainnya, seperti beberapa fitur yang umum dijumpai berikut ini:

a. *Upload* (Foto/Video)

Upload adalah fitur untuk mengunggah dan berbagi foto atau video kepada pengguna lainnya. Unggahan tersebut dapat diambil melalui kamera ataupun *file* dari perangkat *smartphone*.

b. *Caption*

Setiap foto atau video yang diunggah di Instagram, biasanya akan disertai dengan deskripsi singkat atau disebut *caption*. Keterangan tersebut dapat menjelaskan maksud dari foto atau video yang diunggah.

c. Arroba (@)

Seperti Twitter dan Facebook, Instagram juga memiliki fitur untuk menyinggung pengguna lain juga dengan menambahkan tanda arroba (@) dan memasukkan nama akun Instagram dari pengguna tersebut. Para pengguna tidak hanya dapat menyinggung pengguna lainnya di dalam judul foto, melainkan juga pada bagian komentar foto.

d. *Like* (*Love*)

Like atau tanda suka di Instagram memiliki kesamaan dengan yang disediakan Facebook, yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukainya. Berdasarkan dengan durasi waktu dan jumlah suka pada sebuah foto di dalam Instagram, hal itulah yang menjadi faktor khusus yang mempengaruhi foto tersebut terkenal atau tidak.

e. *Comment*

Comment atau komentar merupakan salah satu fitur pada unggahan yang dapat di akses untuk memberikan pendapat, pujian dan lain-lain. Fitur ini juga lebih dikenal sebagai kolom komentar.

f. *Direct Message*

DM atau *Direct Message* adalah pesan yang dikirim langsung kepada seseorang (pengiriman pesan secara pribadi). Layanan ini digunakan dengan tujuan menjaga privasi orang-orang yang berkomunikasi, sehingga percakapannya tidak diketahui oleh publik.

F. Konsep Pesan dan Kritik Sosial

1. Pesan (*The Message*)

Pesan pada dasarnya adalah produk dari komunikator yang disampaikan kepada komunikan (publik), baik secara langsung maupun melalui media. Pesan biasanya diikuti oleh motif komunikator. Berarti setiap pesan yang bersifat intensional mempunyai tujuan. Tujuan tersebut digunakan mencapai kekuasaan, baik kekuasaan secara sosial, politik, ekonomi dan budaya.¹⁵

Pesan dalam Bahasa Perancis ditulis *message* (baca: *mesaz*), berasal dari bahasa latin “*missus*” artinya mengirim. Kata *message* digunakan sejak akhir abad ke XI oleh para penutur atau partisipan komunikasi untuk mengatakan “sesuatu yang kita kirimkan” (*ce que l'on transmet*, baca: *Dictionnaire de Petit Robert*). Pesan terdiri atas sekumpulan tanda-tanda yang dikelola berdasarkan kode-kode

¹⁵ Andrik Purwasito, “*Analisis Pesan*”, (Jurnal The Messenger, Volume 9, Nomor 1, Edisi Januari 2017). Diakses pada 21 November 2020

tertentu yang dipertukarkan antara komunikator dan komunikan melalui saluran (*ensemble de signaux organises selon un code et qu'un emetteur transmet a un recepateur par l'intermediare d'un canal*). Untuk kontanda di Negara Perancis, pengertian “*message*” selalu dihubungkan dengan *semiology* (ilmu tentang tanda) dan *cybernetique* (ilmu tentang dunia maya).

2. Kritik Sosial

Secara umum, kritik sosial dipahami sebagai sindiran, yaitu tanggapan yang ditujukan pada suatu fenomena yang terjadi di kehidupan bermasyarakat manakala terdapat konfrontasi dengan realitas berupa kecacatan atau kebrobrokan perilaku. Kritik sosial diangkat ketika kehidupan dinilai tidak selaras dan tidak harmonis. Ketika masalah-masalah sosial tidak dapat diatasi dan perubahan sosial mengarah kepada dampak disosiatif dalam masyarakat. Selain itu, kritik sosial juga berarti sebuah inovasi sosial dalam arti kritik sosial menjadi sarana penyampaian gagasan-gagasan baru sembari menilai gagasan-gagasan lama untuk suatu perubahan sosial.

Kata “kritik” berasal dari bahasa Yunani “*krinein*“ yang berarti mengamati, membanding, dan menimbang. Dalam Ensiklopedia Indonesia, kritik didefinisikan sebagai penilaian (penghargaan), terutama mengenai hasil cipta karya.¹⁶ Kata sosial dalam hal ini berhubungan dengan interaksi antarindividu maupun kelompok. Interaksi yang dilakukan warga masyarakat mengacu pada permasalahan yang melibatkan banyak orang dan sering disebut dengan kepentingan umum.

¹⁶ Henry Guntur Tarigan, *Prinsip-Prinsip Dasar Sastra*. (Bandung: PenerbitAngkasa. 1985), hlm. 187

Dalam Soekanto,¹⁷ kata “kritik” bermakna suatu penilaian yang dikemukakan, baik dalam bentuk tulisan maupun lisan tentang suatu hal. Sedangkan “sosial” adalah suatu hal berkenaan dengan perilaku interpersonal atau berkaitan dengan proses sosial. Kata “sosial” berkaitan dengan nilai-nilai yang menyangkut perilaku antara pribadi yang satu dengan pribadi yang lain.

a. Jenis-jenis Kritik Sosial

Kritik sosial pada penelitian ini diklasifikasikan menjadi tujuh aspek utama dengan didasarkan pada pembagian lembaga-lembaga kemasyarakatan yang meliputi: politik, moral, pendidikan, agama, rumah tangga, ekonomi dan kebiasaan. Aspek-aspek ini kemudian dikembangkan lagi menjadi sembilan aspek dengan membagi aspek kebiasaan menjadi dua, yaitu aspek kebudayaan dan aspek gender. Sebab gender dan budaya merupakan aspek yang sama-sama berakar pada kebiasaan masyarakat. Aspek ekonomi dikembangkan menjadi dua, yakni ekonomi dan teknologi. Sebab teknologi terlahir seiring dengan perkembangan ekonomi dan industri. Masalah-masalah yang ada sebenarnya adalah bagian dari lembaga-lembaga kemasyarakatan yang muncul karena ketidakstabilan kondisi baik itu individu maupun kelompok.

1) Kritik Sosial Masalah Politik

Sistem politik adalah aspek masyarakat yang berfungsi untuk mempertahankan hukum dan keterlibatan di dalam masyarakat dan

¹⁷ Soerdjono Soekanto, *Kamus Sosiologi*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada. 1993), hlm. 464

untuk mengetahui hubungan-hubungan eksternal di antara dan di kalangan masyarakat.¹⁸ Dalam mempertahankan pemerintahannya, manusia harus menjalankan suatu mekanisme yang sesuai sehingga tidak terjadi ketimpangan-ketimpangan yang akan merugikan masyarakat. Ketimpangan bisa terjadi apabila mekanisme politik tidak dijalankan sesuai dengan porsi skala prioritas masing-masing aspek tersebut.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kritik sosial masalah politik merupakan kritik yang muncul seiring dengan terjadinya ketimpangan pada aspek-aspek politik yang meliputi pengaruh, kekuasaan, dan kewenangan.

2) Kritik Sosial Masalah Ekonomi

Menurut Karl Marx,¹⁹ ekonomi merupakan instansi determinan yang paling berpengaruh terhadap masyarakat, meskipun sebagai determinan, namun ia tidak dominan. Masalah-masalah ekonomi merupakan persoalan-persoalan yang menyangkut cara bagaimana manusia memenuhi kebutuhan materinya dari sumber daya yang terbatas jumlahnya, bahkan dari sumber daya yang langka adanya.²⁰

¹⁸ Stephen K Sanderson. *Sosiologi makro sebuah pendekatan terhadap realitas sosial*, (Jakarta : Rajawali , 1993), hlm. 295

¹⁹ Peter Beilharz, 2003. *Teori-teori Sosial*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar), hlm. 2

²⁰ Nursid Sumadma, *Perspektif Studi Sosial*, (Bandung: Penerbit Angkasa. 1980), hlm. 77

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kritik sosial masalah ekonomi adalah kritik yang muncul akibat adanya ketimpangan ekonomi di masyarakat, misalnya pengangguran, tingginya harga bahan pokok, dan kurangnya lapangan pekerjaan.

3) Kritik Sosial Masalah Pendidikan

Pendidikan secara luas merupakan pembentukan kepribadian, kemajuan ilmu, kemajuan teknologi dan kemajuan kehidupan sosial pada umumnya.²¹ Baik buruknya pendidikan sangat dipengaruhi oleh faktor pendidik, baik pendidik dalam keluarga, sekolah maupun masyarakat. Sedangkan faktor lainnya yaitu masalah yang bersumber pada anak didik itu sendiri.

Masalah dari faktor pendidik antara lain: masalah kemampuan ekonomi, kemampuan pengetahuan dan pengalaman, kemampuan (*skill*), kewibawaan, kepribadian, sikap (*attitude*), sifat, kebijaksanaan, kerajinan, tanggung jawab, kesehatan, dan sebagainya. Adapun permasalahan yang berasal dari faktor peserta didik sendiri meliputi: masalah kemampuan ekonomi keluarga, intelegensi, bakat dan minat, pertumbuhan dan perkembangan, kepribadian, sikap, sifat, kerajinan dan ketekunan, pergaulan, dan kesehatan. Jadi dapat disimpulkan bahwa kritik sosial masalah pendidikan merupakan kritik yang disebabkan oleh faktor pendidik dan anak didik itu sendiri.

²¹ Nursid Sumadma, *Perspektif Studi Sosial*, (Bandung: Penerbit Angkasa. 1980), hlm. 89

4) Kritik Sosial Masalah Kebudayaan

Menurut Koentjaraningrat,²² kebudayaan adalah keseluruhan sistem gagasan, tindakan, dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik bersama dengan belajar. Timbulnya kebudayaan disebabkan karena interaksi manusia sebagai anggota masyarakat dengan lingkungan sosialnya. John M. Charon memberikan definisi lain tentang kebudayaan. *Culture is a pattern that develops every time there is ongoing interaction* (kebudayaan adalah sebuah pola yang mengembangkan adanya interaksi setiap saat dan secara terus menerus).²³

Selanjutnya dikemukakan mengenai empat unsur pokok kebudayaan, antara lain:

- (a) ide tentang kebenaran (*truth*),
- (b) ide tentang apa yang bernilai (*values*),
- (c) ide tentang apa yang dianggap khusus untuk mencapai tujuan tertentu (*goals*),
- (d) ide tentang bagaimana manusia melakukan sesuatu yang berkaitan dengan norma (*norm*).²⁴

²² Koentjaraningrat, *Pengantar Ilmu Antropologi*. (Jakarta: PT. Rineka Cipta. 2002), hlm. 180

²³ John M. Charon, *Sociology, A Conceptual Approach Third Edition*, (United States of America: Alin & Bacon. 1992), hlm. 193

²⁴ John M. Charon, *Sociology, A Conceptual Approach Third Edition*, (United States of America: Alin & Bacon. 1992), hlm. 196

Bronislaw Malinowski sebagai salah seorang pelopor teori fungsional membagi unsur pokok kebudayaan menjadi empat komponen, namun menggunakan arahan yang berbeda dengan pendapat Charon, antara lain: sistem norma, organisasi ekonomi, alat-alat dan lembaga atau petugas pendidikan, serta organisasi kekuatan.²⁵ Kebudayaan yang berkembang di dalam masyarakat dipengaruhi oleh unsur-unsur kebudayaan seperti di atas, salah satunya adalah unsur norma. Oleh sebab itu, kebudayaan di suatu daerah tertentu akan berbeda dengan daerah lainnya karena pengaruh unsur norma tersebut. Misalnya dalam budaya masyarakat barat, perilaku seks bebas dianggap suatu hal yang lazim. Akan tetapi tidak semua orang Barat setuju dengan pendapat tersebut.

Masyarakat yang tinggal di pedesaan justru masih menganggap hal tersebut sebagai sesuatu yang tabu dan larangan. Hal ini dipengaruhi oleh norma-norma yang masih berlaku di daerah tersebut, termasuk norma agama. Berbagai pendapat baik yang pro maupun kontra terhadap suatu hasil kebudayaan tersebut dapat menimbulkan permasalahan dalam masyarakat. Dapat disimpulkan bahwa kritik sosial masalah budaya merupakan kritik yang muncul akibat adanya masalah-masalah yang terjadi akibat penyimpangan terhadap unsur-unsur kebudayaan. Selain itu kebiasaan pribadi yang

²⁵ Soerdjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Rajawali Press. 1990), hlm. 153

buruk dan terus menerus dilakukan juga dapat memicu kritik sosial di masyarakat.

5) Kritik Sosial Masalah Moral

Moral adalah ajaran tentang baik dan buruk yang diterima umum mengenai perbuatan, sikap, kewajiban dan sebagainya: akhlak, budi pekerti, susila.²⁶ Penilaian terhadap baik dan buruk sesuatu bersifat relatif, artinya suatu hal yang dianggap benar seseorang, belum tentu dianggap benar juga oleh orang lain atau bangsa lain.²⁷ Moral merupakan sistem nilai tentang bagaimana kita harus hidup secara baik sebagai manusia. Sistem nilai tersebut terbentuk dari nasihat, wejangan, peraturan, perintah dan semacamnya yang diwariskan secara turun menurun melalui agama dan kebudayaan tertentu tentang bagaimana manusia harus hidup.²⁸

Dari beberapa definisi di atas dapat diketahui bahwa moral pada prinsipnya mengacu pada penilaian baik dan buruk terhadap sesuatu. Ukuran dan penilaian tentang hal baik dan buruk tidak dapat ditentukan begitu saja. Penilaian tersebut juga dipengaruhi oleh etika yang berkembang dalam masyarakat atau apa yang diyakini oleh suatu kelompok masyarakat, tergantung dimana mereka tinggal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kritik sosial masalah moral

²⁶ Poerwodarminto, W.J.S. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Tim Penyusunan Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan. 1990), hlm. 592

²⁷ Burhan Nurgiyantoro, *Teori Pengkajian Fiksi*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press. 2000), hlm. 321

²⁸ Burhanudin Salam, *Etika Sosial, Asas Moral dalam Kehidupan Manusia*, (Jakarta: Rineka Cipta. 1997), hlm. 3

adalah kritik yang bertujuan untuk menyampaikan nilai-nilai kebenaran dan nilai-nilai moral yang tidak memperhatikan segi kemanusiaan serta norma-norma yang ada dalam suatu masyarakat.

6) Kritik Sosial Masalah Keluarga

Keluarga adalah organisasi terkecil dalam masyarakat. Dalam interaksinya dengan sesama anggota keluarga, terdapat hak dan kewajiban yang harus dipenuhi dan dihargai. Pendapat tersebut sesuai dengan definisi keluarga yang dikemukakan oleh John M. Charon.²⁹ *Family is a primary group living together in one household, responsible for the socialization of children, and usually build around one man, one women, and one children* (Keluarga adalah kelompok primer yang hidup bersama dalam suatu rumah tangga, bertanggung jawab untuk mendidik anak-anaknya dan biasanya terdiri dari seorang laki-laki, seorang perempuan dan anak-anak.

Menurut Soekanto,³⁰ disorganisasi keluarga adalah perpecahan keluarga sebagai suatu unit, karena anggotanya gagal memenuhi kewajibannya sesuai dengan peranan sosialnya. Disorganisasi keluarga dapat terjadi dalam masyarakat kecil yaitu keluarga, ketika terjadi konflik sosial atas dasar perbedaan pandangan atau faktor ekonomi. Kritik sosial masalah keluarga

²⁹ John M. Charon, *Sociology, A Conceptual Approach Third Edition*, (United States of Amerika: Alin & Bacon. 1992), hlm. 466

³⁰ Soerdjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Rajawali Press. 1990), hlm. 44

adalah kritik yang muncul akibat adanya disorganisasi dalam keluarga. Disorganisasi dalam keluarga muncul akibat adanya konflik sosial akibat adanya perbedaan pandangan atau faktor ekonomi.

7) Kritik Sosial Masalah Agama

Agama berfungsi mengisi, memperkaya, memperhalus, dan membina kebudayaan manusia, tetapi kebudayaan itu sendiri tidak dapat memberi pengaruh apa-apa terhadap pokok-pokok ajaran yang telah ditetapkan oleh agama.³¹ Maksudnya, agama sebagai norma yang abadi dapat berpengaruh terhadap perkembangan budaya dalam masyarakat, akan tetapi kebudayaan tidak dapat mempengaruhi ajaran agama. Ajaran agama digunakan sebagai petunjuk dalam mengembangkan kebudayaan dan aspek kehidupan lainnya.

Pada dasarnya sifat dan sasaran agama adalah meletakkan dasar ajaran moral, supaya manusia dapat membedakan mana perbuatan yang baik dan mana perbuatan yang tercela. Secara ideal, manusia sebagai makhluk Tuhan yang Maha Esa harus senantiasa taat dengan cara bertaqwa kepada-Nya. Namun pada kenyataannya masih banyak orang yang menyelewengkan agamanya, karena sifat agama yang tidak memaksa dan memberi kebebasan kepada umatnya untuk menentukan sikap. Manusia atau umat yang memiliki pondasi iman yang kuat akan berusaha untuk melaksanakan perintah

³¹ Burhanudin Salam, *Etika Sosial, Asas Moral dalam Kehidupan Manusia*, (Jakarta: Rineka Cipta. 1997), hlm. 182

Tuhan dan menjauhi larangan-Nya. Sebaliknya manusia yang tidak memiliki pondasi iman yang cukup kuat akan melakukan penyelewengan terhadap ajaran agama tersebut. Penyelewengan ini bisa menimbulkan masalah-masalah sosial. Upaya mengurangi masalah-masalah agama dapat dimanifestasikan pengarang dalam karyanya yang berupa kritik.

Kritik sosial masalah agama adalah kritik yang muncul akibat lemahnya pondasi iman manusia, sehingga manusia tidak mampu untuk menjalankan perintah tuhan dan menjauhi larangannya, ketidakmampuan ini dapat menimbulkan penyelewengan yang mengakibatkan masalah-masalah sosial.

8) Kritik Sosial Masalah Gender

Menurut Mansour (2001),³² perbedaan gender merupakan interpretasi sosial dan kultural terhadap perbedaan jenis kelamin. Jadi, gender mengacu pada peran dan kedudukan wanita di masyarakat dalam rangka bersosialisasi dengan masyarakat lain. Sebenarnya, perbedaan gender tidaklah menjadi masalah ketika tidak menyebabkan ketidakadilan gender. Salah satu aspek yang dapat dilihat untuk mengetahui adanya ketidakadilan gender adalah dengan memandangnya melalui manifestasi subordinasi. Pandangan gender yang bias ternyata dapat mengakibatkan subordinasi terhadap wanita. Wanita dianggap lemah dan tidak bisa memimpin. Anggapan

³² Mansour Fakih. *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*, (Yogyakarta : Pusaka Pelajar. 2001), Hal. 12

ini kemudian memunculkan sikap untuk menomorduakan wanita. Kedudukan wanita dianggap inferior, dalam artian posisinya selalu berada di bawah laki-laki yang dianggap superior.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kritik sosial masalah gender merupakan kritik yang muncul akibat adanya subordinasi terhadap wanita, yakni wanita dianggap lemah dan tidak bisa memimpin, serta wanita diposisikan di bawah laki-laki.

9) Kritik Sosial Masalah Teknologi

Istilah *tecnology* mulai menonjol pada abad ke-20 seiring dengan bergulirnya revolusi industri ke dua. Dalam kamus Mirriam-Webster terdapat definisi tentang *technology* yakni *the practical application of knowledge* (Kemampuan yang diberikan oleh terapa praktis, khususnya dalam dalam ruang lingkup tertentu) dan *a capability given by the practical application of knowledge* (Kemampuan yang diberikan oleh terapan praktis pengetahuan). Ursula Franklin, daam karyanya dari tahun 1989 dalam kuliah “*Real World of Technology*”, memberikan definisi lain konsep ini, yakni *practice, the way we do things around here* (praktis, cara kita membuat ini semua di sekitaran sini).

Secara umum, teknologi dapat disimpulkan sebagai entitas, benda maupun tak benda yang diciptakan secara terpadu melalui perbuatan dan pemikiran untuk mencapai suatu nilai. Dalam penggunaan ini, teknologi merujuk pada alat dan mesin yang digunakan untuk menyelesaikan masalah-masalah di dunia nyata.

Dengan adanya teknologi manusia memperoleh serangkaian kemudahan. Akan tetapi apabila manusia terlalu bergantung pada teknologi dan kurang memberdayakan diri sendiri, maka manusia dapat mengalami penurunan performa. Hal ini lah yang menarik seseorang untuk melakukan kritik terhadap masalah teknologi.

b. Bentuk Penyampaian Pesan Kritik Sosial

Bentuk penyampaian pesan kritik sosial dalam sebuah karya baik itu gambar maupun video, dapat bersifat langsung atau tidak langsung. Secara langsung pembaca dapat melihat dengan jelas kritik yang ingin disampaikan penulis. Secara tidak langsung pesan tersirat dalam cerita, sehingga pembaca harus menafsirkan sendiri apa yang dimaksud oleh pengarang.

1) Bentuk Penyampaian Pesan Langsung

Bentuk penyampaian pesan yang bersifat langsung yaitu proses penyampaian pesan dengan menunjukkan secara jelas arah dari yang disampaikan. Dengan begini pembaca (penonton) tidak kesulitan menafsirkan pesan yang disampaikan melalui karyanya itu, karena komunikasinya secara langsung mendiskripsikan pesan tersebut. Biasanya pesan langsung bersifat menggurui pembaca, memberikan nasehat, atau petuahnya.

2) Bentuk Penyampaian Pesan Tidak Langsung

Bentuk penyampaian pesan yang bersifat tidak langsung yaitu proses penyampaian pesan dengan menggunakan tanda atau

pengkodean. Pesan ini hanya disampaikan secara tersirat dalam cerita, berpadu, koherensif dengan unsur-unsur cerita yang lain. Untuk dapat memahami pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator, pembaca (penonton) harus menafsirkan sendiri apa maksud dari pengarang. Bentuk penyampaian ini memang dianggap kurang komunikatif, karena pembaca belum tentu dapat menangkap apa sesungguhnya yang dimaksudkan oleh pengarang. Kemungkinan kesalahan tafsir berpeluang besar. Namun dalam kasus tertentu, penyampaian tidak langsung boleh jadi akan sangat tepat.

G. Kajian Ilmu Semiotika

Kata “semiotika” berasal dari bahasa Yunani “*seme*”, seperti dalam *semeiotikos*, yang memiliki makna penafsir tanda. Ada juga yang menyatakan bahwa semiotika berasal dari kata “*semeion*”, yang berarti tanda. Sebagai suatu disiplin ilmu, semiotika merupakan ilmu analisis tanda atau studi tentang bagaimana system penandaan itu berfungsi. Perintis awal disiplin ilmu adalah Plato yang memeriksa asal-muasal bahasa dalam “*Cratylus*”, dan juga Aristoteles yang mencermati kata benda dalam bukunya yang berjudul “*Poetic*” dan “*On The Interpretation*”. Dengan demikian, maka semiotika sering disebut sebagai ilmu yang mengkaji tentang tanda-tanda. Dimana fenomena social dan kebudayaan dianggap sebagai sekumpulan tanda-tanda. Lebih jelasnya, semiotika merupakan ilmu yang mengkaji tentang peran tanda sebagai bagian dari kehidupan sosial.³³

³³ Dony Burhan Noor Hasan, “Kajian Semiotika Dalam Penafsiran al-Qur’an”, (Jurnal Prosiding Konferensi Nasional Bahasa Arab II, Malang, 15 Oktober 2016), hlm. 550

Dalam pemahaman ilmu komunikasi, semiotika juga dikaji sebagai bidang ilmu yang mempelajari tanda-tanda baik verbal, nonverbal ataupun linguistik. Secara etimologis, istilah semiotika berasal dari kata dalam Bahasa Yunani yaitu “*Semeion*” yang berarti tanda. Tanda itu sendiri dikatakan sebagai suatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain.

Tanda pada awalnya dimaknai sebagai suatu hal yang menunjuk pada adanya hal lain. Secara terminologis, semiotika dapat diidentifikasi sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda.³⁴ Semiotika bisa dikatakan sebagai cabang ilmu yang berhubungan dengan tanda, mulai dari sistem tanda, dan proses yang berlaku bagi penggunaan tanda pada akhir abad ke-18.³⁵

1. Teori Semiotika Charles Sander Peirce

Charles Sander Peirce adalah salah seorang ahli logika dan filsafat. Secara keilmuan, ia adalah seorang ilmuwan praktisi ahli geodesi, astronomi, dan kimia Universitas Harvard. Menurut teorinya, semiotika didasarkan pada logika, karena logika mempelajari bagaimana orang bernalar, sedangkan penalaran menurut Peirce dilakukan melalui tanda-tanda (*sign*). Tanda-tanda ini menurut Peirce memungkinkan kita berpikir, berhubungan dengan orang lain dan memberi makna pada apa yang ditampilkan oleh alam semesta.³⁶

³⁴ Indiwani Seto Wahyu Wibowo, *Semiotika Komunikasi - Aplikasi Praktis Bagi Penelitian Dan Skripsi Komunikasi*, (Jakarta : Penerbit Mitra Wacana Media, 2013), hlm. 7

³⁵ Ambarani AS dan Nazia Maharani Umayu, *Semiotika Teori dan Aplikasi pada Karya Sastra*, (Semarang: IKIP PGRI Semarang Press, t.t), hlm. 27

³⁶ <https://pakarkomunikasi.com>, diakses pada 01 Desember 2020

Dalam hal ini manusia mempunyai keanekaragaman akan tanda-tanda dalam berbagai aspek di kehidupannya. Di mana linguistik dan seluruh tanda yang muncul menjadi salah satu yang terpenting. Dalam teori Semiotika ini fungsi dan kegunaan dari suatu tanda itulah yang menjadi pusat perhatian. Tanda sebagai suatu alat komunikasi merupakan hal yang teramat penting dalam berbagai kondisi serta dapat dimanfaatkan dalam berbagai aspek komunikasi.

Bagi Charles Sanders Peirce, prinsip mendasar sifat tanda adalah sifat representatif dan interpretatif. Sifat representatif tanda berarti tanda merupakan sesuatu yang lain, sedangkan sifat interpretatif adalah tanda tersebut memberikan peluang bagi interpretasi bergantung pada pemakai dan penerimanya. Semiotika memiliki tiga wilayah kajian:

- 1) Tanda itu sendiri. Yakni studi tentang berbagai tanda yang berbeda, cara-cara tanda yang berbeda itu dalam menyampaikan makna dan cara tanda terkait dengan manusia yang menggunakannya.
- 2) Sistem atau kode studi yang mencakup cara berbagai kode yang dikembangkan guna memenuhi kebutuhan masyarakat atau budaya.
- 3) Kebudayaan yang merupakan tempat kode dan tanda bekerja bergantung pada penggunaan kode dan tanda-nya.³⁷

Teori semiotika Charles Sanders Peirce sering kali disebut “*Grand Theory*” karena gagasannya bersifat menyeluruh, deskripsi struktural dari semua penandaan. Peirce ingin mengidentifikasi partikel dasar dari tanda dan menggabungkan kembali komponen dalam struktural tunggal.³⁸

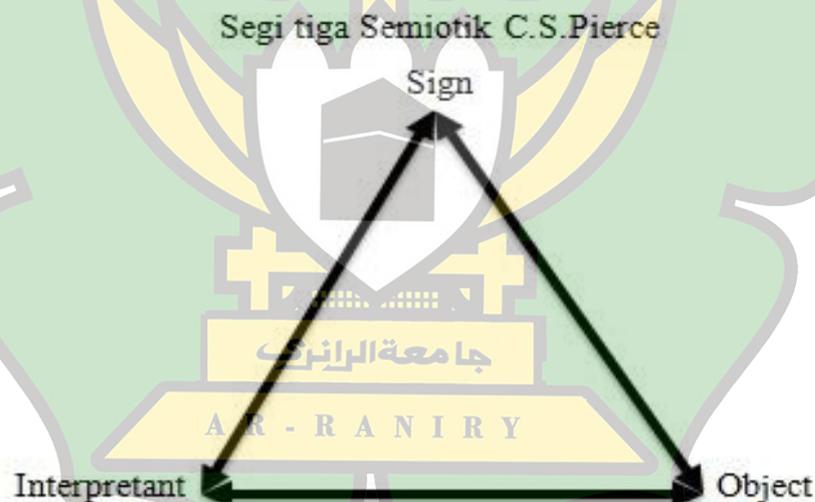
³⁷ John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Cet II; Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2012), hlm. 66-67

³⁸ Indriawan Seto Wahyu Wibowo, *Semiotika Komunikasi*, (Jakarta; Mitra Wacana Media, 2011), hlm. 13

Charles Sanders Pierce dikenal dengan model *Triadic* dan konsep trikotominya yang terdiri atas berikut ini:

- 1) *Sign (Representamen)* adalah bentuk yang diterima oleh tanda atau berfungsi sebagai tanda.
- 2) *Object* merupakan sesuatu yang merujuk pada tanda. Sesuatu yang diwakili oleh representamen yang berkaitan dengan acuan.
- 3) *Interpretant* adalah tanda yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang yang dirujuk sebuah tanda.

Untuk memperjelas model *Triadic* Charles Sanders Pierce dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2.1 : Elemen-elemen makna dari Pierce

a. Beberapa Klasifikasi Tanda Menurut Pierce

1) Berdasarkan *Ground*

Sign (Representamen) merupakan bentuk fisik atau segala sesuatu yang dapat diserap pancaindra dan mengacu pada sesuatu,

yakni berkaitan dengan sesuatu yang membuat suatu tanda dapat berfungsi. Dalam hal ini Pierce mengklasifikasikan *Ground* ke dalam tiga hal yakni sebagai berikut :

(a) *Qualisign* adalah tanda yang menjadi tanda berdasarkan sifatnya

atau lebih mudah dipahami sebagai kualitas dari suatu tanda.

Misalnya kualitas kata-kata yang digunakan dalam menyertai tanda tersebut seperti kata-kata yang keras, kasar ataupun lembut. Tak hanya kata-kata yang menentukan kualitas dari pada suatu tanda, dapat pula berupa warna yang digunakan bahkan gambar yang menyertainya. Misalnya sifat warna merah adalah *qualisign*, karena dapat dipakai tanda untuk menunjukkan cinta, bahaya, atau larangan.

(b) *Sinsign* adalah eksistensi dan aktualitas atas suatu benda atau peristiwa terhadap suatu tanda. Semua ucapan yang bersifat individual bisa merupakan *sinsign* suatu jeritan, dapat berarti heran, senang atau kesakitan.

(c) *Lesisign* adalah norma yang terkandung dalam suatu tanda. Hal ini berkaitan dengan apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan.

Misalkan tanda dilarang merokok menunjukkan bahwa dilarang merokok pada lingkungan di mana tanda itu berada. Yang lebih umum lagi tentu saja adalah rambu lalu lintas, yang menunjukkan hal-hal yang boleh dan tidak boleh kita lakukan saat berkendara.

2) Berdasarkan Objeknya

Objek tanda diklasifikasikan menjadi *icon*, (ikon), *index* (indeks), dan *symbol* (simbol).

(a) Ikon adalah tanda yang menyerupai bentuk objek aslinya aslinya. Dapat diartikan pula sebagai hubungan antara tanda dan objek yang bersifat kemiripan. Dalam hal ini, ikon memberikan pesan akan bentuk aslinya. Contoh yang paling sederhana adalah pada sebuah peta dengan wilayah geografis yang digambarkannya, foto, dan lain-lain.

(b) Indeks adalah tanda yang sifat tandanya tergantung pada keberadaannya suatu denotasi. Dalam terminologi Pierce disebut suatu *secondness*. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa indeks merupakan suatu tanda yang mempunyai kaitan maupun kedekatan dengan apa yang diwakilinya atau tanda yang berkaitan dengan hal yang bersifat kausal. Dalam hal ini, tanda memiliki hubungan dengan objeknya secara sebab akibat. Tanda tersebut berarti akibat dari suatu pesan. Contoh yang umum misalkan asap sebagai tanda dari api.

(c) Simbol adalah suatu tanda di mana hubungan tanda dan denotasinya ditentukan oleh suatu peraturan yang berlaku umum atau ditentukan oleh suatu kesepakatan bersama. Misalkan saja lampu merah yang berarti berhenti. Semua orang tahu dan sepakat bahwa lampu merah menandakan berhenti.

3) Berdasarkan *Interpretant*

Interpretant, tanda yang dibagi menjadi *rheme*, *dicisign*, dan *argument*.

- (a) *Rheme* adalah tanda yang memungkinkan ditafsirkan dalam pemaknaan yang berbeda-beda atau sebuah *first* dan makna tanda tersebut masih dapat dikembangkan. Misalnya saja orang yang matanya merah, maka bisa jadi dia sedang mengantuk, atau mungkin sakit mata, iritasi, bisa pula ia baru bangun tidur atau bahkan bisa jadi dia sedang mabuk.
- (b) *Dicent sign* atau *dicisign* adalah tanda yang sesuai dengan fakta dan kenyataannya. Misalnya di suatu daerah (jalan) yang rawan kecelakaan. maka dipasang rambu hati-hati rawan kecelakaan.
- (c) *Argument* adalah tanda yang berisi alasan tentang sesuatu hal, Dengan kata lain suatu tanda dan interpretannya mempunyai sifat yang berlaku umum (merupakan *thirdness*).³⁹ Misalnya tanda larangan merokok di SPBU, hal tersebut dikarenakan SPBU merupakan tempat yang mudah terbakar.

2. Penyebutan Tanda Dalam Al-Qur'an

Dalam Islam, semiotika juga berperan dalam al-Qur'an. Pada prinsipnya al-Qur'an sebagai teks dan seluruh agama Islam merupakan wilayah subur bagi analisis semiotik.⁴⁰ Letak urgensi semiotika sebagai pendekatan terhadap teks-teks

³⁹ Nawiroh Vera, *Semiotika dalam Riset Komunikasi*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2015), hlm. 25-26

⁴⁰ Khusnul Khotimah, "Semiotika: Sebuah Pendekatan dalam Studi Agama", (Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Vol.2 No.2 Jul-Des 2008 pp.277-289 | ISSN: 1978-126), hlm. 2

bahasa agama adalah karena adanya proses signifikasi, yaitu sebuah usaha untuk memberikan makna terhadap dunia sebagai tanda. Seperti yang disebutkan pada surat An-Nahl ayat 16.

وَعَلَّمْتِ بِالنَّجْمِ هُمْ يَهْتَدُونَ

Artinya :

“Dan (dia ciptakan) tanda-tanda (penunjuk jalan). dan dengan bintang-bintang Itulah mereka mendapat petunjuk.”

Menurut Tafsir Jalalayn, ayat ini memiliki makna “(Dan Dia ciptakan, tanda-tanda) dengan melaluinya kalian mendapat petunjuk arah jalan yang kalian lalui, seperti gunung-gunung dan sungai-sungai. (Dan dengan bintang-bintang itulah) yang dimaksud adalah bentuk jamak sekalipun lafalnya mufrad (mereka mendapat petunjuk) jalan dan arah kiblat di waktu malam hari.”⁴¹

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat dipahami bahwa Islam sendiri melalui kitab Al-Qur’an mengakui keberadaan tanda. Dalam Al-Qur’an, Tanda disebutkan sebanyak 152 kali yang memiliki penafsiran berbeda-beda pada setiap katanya tergantung susunan kalimat pada ayat-nya. Apabila semiotika dipahami sebagai ilmu tentang tanda, maka Al-Qur’an khususnya konsep *langue* atau *lughah* yang historis menjadi bidang subur bagi analisis semiotik, bukan *parole*⁴² atau firman yang a-historis.

⁴¹ Al-Qur’an Tafsir Jalalyn, Surat An-nahl ayat 16

⁴² Parole merupakan istilah dalam ilmu linguistik yang dikemukakan oleh Ferdinand de Saussure dalam buku *Cours de Linguistique Generale* (Pengantar Linguistik Umum)

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

Metodologi adalah proses, prinsip, dan prosedur yang digunakan untuk menjawab masalah dan mencari jawaban. Dengan ungkapan lain, metodologi adalah suatu pendekatan umum untuk mengkaji topik penelitian.

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan paradigma kritis yang merupakan suatu cara pandang terhadap realitas sosial yang dalam konteks kesejarahannya (historis) senantiasa diliputi rasa curiga dan kritis terhadap realitas tersebut. Paradigma kritis (*critical paradigm*) adalah semua teori sosial yang mempunyai maksud dan implikasi praktis dan berpengaruh terhadap perubahan sosial. Meskipun terdapat beberapa variasi teori kritis seperti; *feminisme*, *cultural studies*, *posmodernisme* yang tidak dikategorikan pada golongan kritis. Namun kesemuanya aliran tersebut memiliki tiga asumsi dasar yang sama.

1. Semuanya menggunakan prinsip-prinsip dasar ilmu interpretif. Ilmuan kritis harus memahami pengalaman manusia dalam konteksnya. Secara khusus khusus paradigma kritis bertujuan untuk menginterpretasikan dan memahami bagaimana berbagai kelompok sosial dikekang dan ditindas.
2. Paradigma ini mengkaji kondisi-kondisi sosial dalam usaha untuk mengungkap struktur-struktur yang sering kali tersembunyi. Kebanyakan teori-teori kritis mengajarkan bahwa pengetahuan adalah kekuatan untuk memahami bagaimana seseorang ditindas sehingga dapat mengambil tindakan untuk mengubah kekuatan penindas.

3. Paradigma kritis secara sadar berupaya untuk menggabungkan teori dan tindakan (praksis). “Praksis” adalah konsep sentral dalam filsafat kritis ini. Menurut Habermas praksis bukanlah tingkah-laku atas naluri belaka, melainkan tindakan dasar manusia sebagai makhluk sosial. Asumsi dasar yang ketiga ini bertolak dari masalah bagaimana pengetahuan tentang masyarakat dan sejarah bukan hanya teori belaka, melainkan mendorong praksis menuju perubahan sosial yang humanis dan mencerdaskan.

Di dalam penelitian yang berjudul “**Analisis Pesan Kritik Sosial Pada Konten Instagram Ulokgram**”, paradigma diperlukan untuk mengungkapkan sebuah makna pesan di balik unsur-unsur pada konten video tersebut, baik dari segi dialog atau bahasanya, maupun dari segi *gesture*/perilaku *talent*-nya yang teratur rapi dalam membentuk alur cerita. Dengan begitu, peneliti dalam menerapkan paradigma kritis, menggunakan daya pikir dalam menginterpretasi untuk mendapatkan pesan, makna, di mana interpretasi tersebut disesuaikan dengan realitas berdasarkan referensi atau pengalaman.

Sesuai dengan paradigma kritis, untuk itu peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif. Artinya data yang digunakan merupakan data kualitatif (data yang tidak berupa angka-angka). Jenis penelitian ini juga memberi peluang yang besar bagi dibuatnya interpretasi-interpretasi alternatif. Data penelitian ini dideskripsikan oleh peneliti dengan rujukan, acuan, atau referensi secara ilmiah.

Adapun alasan peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif adalah:

1. Penelitian ini bermanfaat untuk mendeskripsikan bagaimana makna yang disampaikan pesan kritik sosial disampaikan.

2. Penelitian berusaha menampilkan secara utuh yang membutuhkan kecermatan dalam pemaparan, sehingga hasil penelitian bisa dipahami secara menyeluruh.
3. Permasalahan begitu kompleks, sehingga tidak memungkinkan dilokalisasi dalam bentuk varian-varian sederhana.

Guna mendukung proses penelitian, peneliti juga menggunakan pendekatan semiotika struktural Charles Sander Pierce. Karena dalam penelitian ini peneliti ingin mengungkapkan tanda-tanda pesan kritik sosial beserta makna dari tanda tersebut. Hal ini dikaji dari latarbelakang konten yang mengangkat isu realitas sosial masyarakat, khususnya Aceh pada masanya.

Alasan inilah peneliti menggunakan pendekatan semiotika struktur, sehingga peneliti dapat mengungkapkan tanda-tanda pesan kritik sosial lebih dalam dengan melihat struktur bahasa serta model pengungkapan pesan lisan yang digunakan oleh para pelaku dalam konten tersebut.

B. Unit Analisis

Unit analisis adalah pesan yang akan diteliti melalui analisis isi. Pesan yang dimaksud berupa gambar, adegan dalam konten atau keseluruhan isi pesan. Unit analisis dalam penelitian ini adalah audio dan visual. Untuk audio yaitu berupa dialog. Sedangkan untuk visual termasuk gambar, teks, *setting*, dan *gesture/perilaku talent* dalam konten Ulokgram. Kemudian untuk langkah-langkah dalam unit analisis ini yaitu dengan mencari dan mengumpulkan data yang berupa audio dan visual, serta mengelompokkan tanda-tanda kritik sosial yang ada pada konten tersebut sesuai dengan penelitian yang kemudian dianalisis.

Dalam hal ini, pemilihan konten kritik sosial Ulokgram berdasarkan pengamatan peneliti sendiri sampai menemukan yang paling menarik untuk dikaji.

C. Objek dan Subjek Penelitian

Penelitian ini memiliki batasan dalam mendapatkan data-data yang diperlukan terhadap karya ilmiah ini. Adapun batasan sebagai berikut:

1. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah variabel penelitian yaitu sesuatu yang merupakan inti dari problematika penelitian. Menurut Arikunto⁴³, objek penelitian merupakan sesuatu yang sangat penting kedudukannya di dalam penelitian. Oleh sebab itu, objek penelitian dalam sebuah karya ilmiah haruslah jelas dan tepat sasaran. Maka objek dalam penelitian ini adalah pesan kritik sosial yang terdapat di dalam konten Instagram Ulokgram.

2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber data utama penelitian, yaitu yang memiliki data mengenai variabel-variabel yang diteliti. Subjek penelitian pada dasarnya adalah yang akan dijadikan sasaran penelitian. Apabila subjek penelitiannya terbatas dan masih dalam jangkauan sumber daya, sehingga dapat dilakukan studi populasi yaitu seluruh subjek secara langsung.⁴⁴ Pengambilan sampel dalam penelitian bersumber dari akun instagram Ulokgram. Dalam hal ini, subjek penelitian adalah semua orang yang terlibat di dalamnya seperti pemilik akun, *crew*, dan juga penonton.

⁴³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 152

⁴⁴ Haries Hardiansyah, *Metode penelitian kualitatif*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2001), hlm. 106

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian merupakan langkah yang paling strategis untuk mendapatkan data. Adapun pengumpulan data dapat dilakukan dengan primer dan sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Bagian-bagian data primer adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Dalam penelitian, peneliti menggunakan jenis wawancara *in-depht interview*, jenis wawancara secara mendalam dan dalam pelaksanaan lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Selanjutnya peneliti akan mendengarkan secara teliti dan mencatat informasi yang dibutuhkan.⁴⁵ Data yang didapat akan peneliti rangkum tanpa mengurangi inti dari informasi tersebut.

b. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data yang sudah ada lalu mengambil sampel/gambar dengan fitur *screenshot* pada *smartphone* yang digunakan untuk menghimpun data penelitian. Dalam penelitian penulis melakukan observasi pada akun Instagram Ulokgram untuk mendapatkan data sesuai kebutuhan dan kehendak peneliti.

⁴⁵ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta Sutopo, H.B. 2015), hlm. 73.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.⁴⁶

E. Teknik Analisis Data

Metode penelitian kualitatif memperoleh data dari berbagai sumber dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bervariasi. Ada tiga hal dalam analisis data, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

1. Reduksi data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu.⁴⁷ Dari semua tanda yang didapatkan, peneliti rangkum dan memilih sendiri fokus permasalahan yang akan dibahas.

2. Penyajian data

Penyajian data upaya menyusun, pengumpulan informasi kedalam suatu matrik atau konfigurasi yang mudah dipahami. Dengan demikian peneliti akan lebih mudah memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan.

⁴⁶ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta Sutopo, H.B. 2015), hlm. 137

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta. 2008), hlm. 338

Penyajian data dilakukan agar laporan hasil penelitian mudah dipahami melalui tahap pengkodean⁴⁸ terhadap bagian-bagian tertentu.

3. Penarikan kesimpulan

Langkah yang ketiga adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan awal yang didapatkan masih bersifat sementara dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data. Kesimpulan tersebut yang nantinya akan menjadi hasil dalam penelitian ini.



⁴⁸ Maksud di sini adalah menerjemahkan analisa ke dalam bahasa yang mudah dipahami

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Ulokgram

Akun instagram Ulokgram pertama kali dibuat pada tahun 2015 secara individu oleh seorang konten kreator yang akrab disapa Mimin (anonim) dalam sebuah kelompok Aceh Vidgram. Nama Ulokgram diambil dari Bahasa Aceh bahasa daerah Aceh yang memiliki makna “konten lucu di Instagram”. Dari keterangan Oki Nabawi, sahabat dari pemilik Akun Ulokgram itu mengungkapkan bahwa Mimin adalah teman yang humoris dan pandai dalam mencairkan suasana ketika berkumpul bersama teman-temannya. Ia bercerita keseharian Mimin yang memiliki banyak ide cemerlang, salah satunya seperti yang dituangkan dalam konten Instagram bernama Ulokgram.

Sepulang merantau dari Medan, Mimin kembali ke kampung halamannya yang terletak di Kabupaten Pidie. Berawal dari pengamatan terhadap kreatifitas anak muda di Medan dalam menghasilkan karya videografi, ia pun termotivasi untuk ikut membuat video lalu mengunggahnya ke media sosial. Lalu ia memutuskan untuk membuat akun dengan nama Ulokgram di media sosial Instagram dengan tujuan sebagai sarana hiburan. Ketika itu durasi video Instagram masih dibatasi maksimal hanya 15 detik saja.

Konten yang awalnya disajikan hanya sekedar hiburan dan mengisi waktu luang semata. Namun tak disangka, respon masyarakat ternyata cukup positif dan mendukung dibuktikan dengan banyaknya *viewers* yang menonton hingga viral di kalangan muda-mudi Aceh. Ketika konten Ulokgram mendapat respon positif dari

viewers, di Aceh belum banyak *content creator* dan hanya ada beberapa seperti Hadi Ramnit, Awien Syuib dan Teuku Noval. Mereka bernaung di bawah Aceh Vidgram. Disaat yang sama lahirlah konten Ulokgram dengan ciri khas logat Aceh yang kental. Kemudian, seiring berjalannya waktu, dengan sendirinya lahirlah kata-kata dalam Bahasa Aceh yang sampai saat ini menjadi ciri khas pada konten Ulokgram seperti “brat ipoh watee masa konflik” dan “arakate”. Kata-kata tersebut sebenarnya pernah digunakan oleh orang tua jaman dahulu, hanya saja kita tidak menyadarinya. Oki Nabawi sendiri menyebutkan, dua kata tersebut dipilih untuk mengenang sejarah yang pernah terjadi di Aceh.

Konten Ulokgram sendiri dengan ciri khasnya sering muncul di *story* media sosial remaja dan dianggap sesuai dengan keadaan saat itu. Hal inilah yang membuat akun ini kian terkenal dari hari ke hari. Berselang sebulan akun Ulokgram sudah mencapai sebanyak 10 K atau 10.000 *viewers*. Dengan jumlah *viewers* yang terus meningkat, tidak heran jika *follower*-nya juga terus bertambah, hingga saat ini sudah lebih dari 300 K lebih dengan 4.245 postingan.⁴⁹

Sahabat Admin Ulokgram Oki Nabawi juga Ras Taufik merupakan saksi yang melihat langsung latar belakang terbentuknya Ulokgram dari awal hingga bisa menjadi seperti sekarang ini. Bersama kedua sahabatnya dan juga dukungan dari teman-teman Vidgram Aceh serta pengikutnya, Mimin mengembangkan kontennya hingga lahir beberapa vidio kritikan halus dengan tujuan menyadarkan masyarakat terhadap perilaku yang menyimpang dan merugikan diri sendiri.⁵⁰

⁴⁹ Hasil survei terhadap akun Instagram Ulokgram pada 31 Desember 2020,

⁵⁰ Data didapat dari hasil wawancara dengan Oki Nabawi yang merupakan sahabat pemilik akun Ulokgram

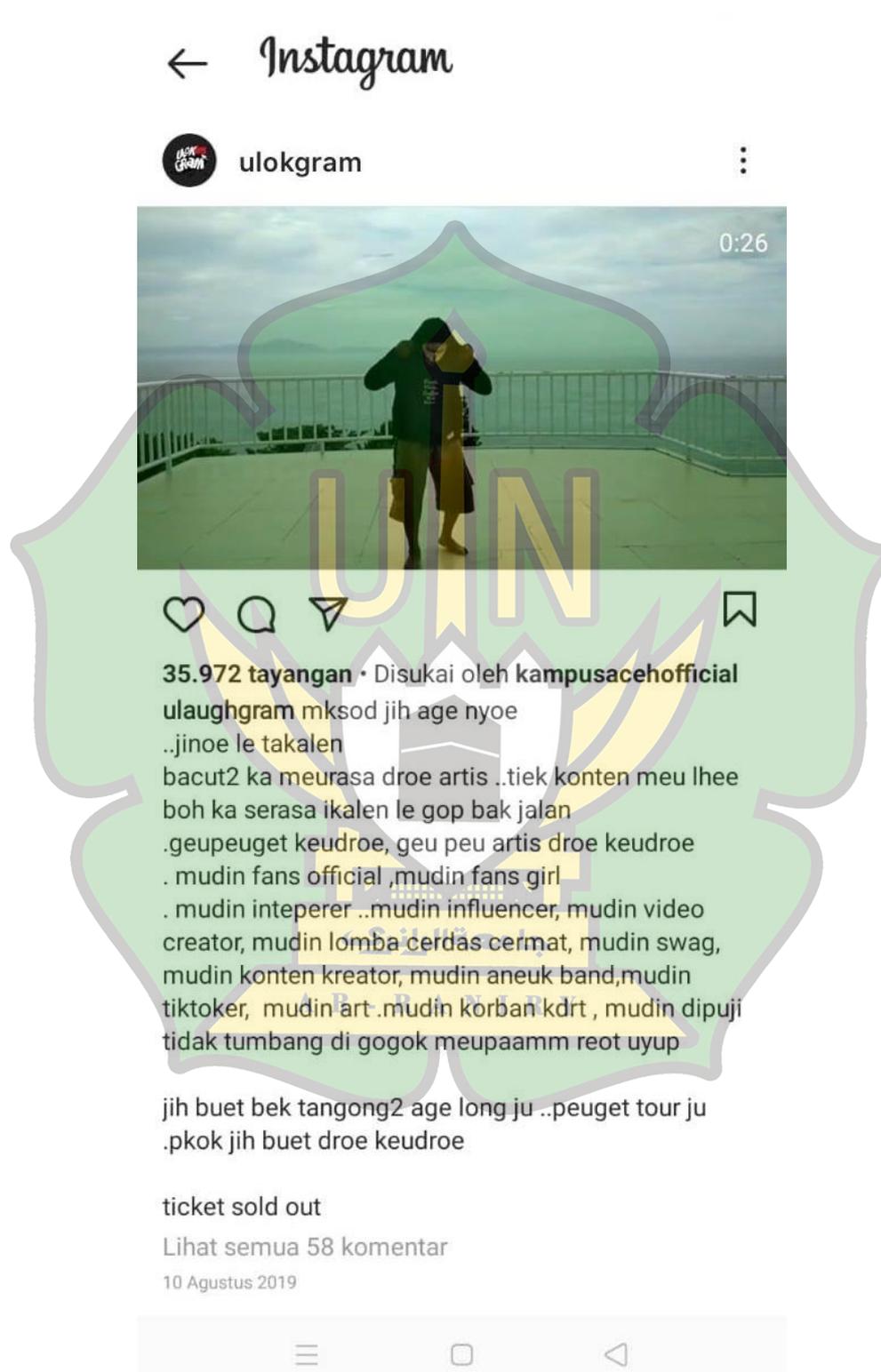
B. Pembahasan dan Hasil Penelitian

Dalam bab ini, peneliti akan membahas tentang makna dan jenis kritik sosial dari konten video Ulokgram. Namun sebelumnya perlu diketahui bahwa hingga 31 Desember 2020, akun Ulokgram telah mengunggah sebanyak 4.244 postingan yang isinya sebagian besar ditampilkan dalam bentuk video. Dari sejumlah video yang diposting, secara keseluruhannya bersifat humoris dengan tujuan semata-mata sebagai hiburan.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih empat video yang mengandung unsur kritik sosial. Keempat video tersebut adalah video bertema “Narsis”, “Pakek”, “Ikut Tren”, dan “Solotion”. Penyebutan tema tersebut peneliti maksudkan untuk mempermudah proses analisis. Hal itu disebabkan karena video yang di-*upload* rata-rata tidak berjudul, hanya sebatas menyampaikan maksud dari video tersebut. Keempat video tersebut dipilih berdasarkan jumlah *viewers* dan tingkat kepopulerannya di masyarakat.

Untuk mengetahui pesan kritik sosial yang terkandung dalam keempat video tersebut, peneliti menggunakan teori Charles Sander Pierce yang disajikan dalam bentuk tabel. Namun sebelumnya peneliti membuat deskripsi terlebih dahulu, baik secara visual maupun dalam bentuk narasi terkait dengan video yang menjadi objek dalam penelitian ini. Tujuannya adalah untuk memudahkan proses analisis. Selanjutnya adalah menganalisis keempat video tersebut berdasarkan judul masing-masing. Analisis dilakukan untuk menjawab rumusan masalah dalam skripsi ini. Rumusan masalah tersebut mencakup jenis dan bentuk penyampaian pesan kritik sosial. Selain itu, peneliti juga bermaksud untuk mencari tahu makna pesan kritik sosial yang ingin disampaikan oleh pembuat konten melalui video tersebut.

1. Video Dengan Judul “Narsis”



Gambar 4.1 : Cuplikan video dengan judul Narsis

Peneliti memberi nama video ini dengan judul “Narsis”. Pemilihan judul didasarkan pada caption yang tertulis pada postingan tersebut. Dalam caption itu terdapat kalimat “Meurasa Droë Artis” (artinya: merasa diri artis). Menurut pandangan penulis, hal itu menunjukkan narsistik, yang kemudian peneliti ambil dan menerapkan judul tersebut agar lebih mudah mengingat ketika melakukan penelitian. Menurut peneliti, judul ini juga sesuai dengan isi yang tunjukkan dalam video ini.

Video berdurasi 29 detik ini bercerita tentang seseorang pemuda yang sedang menari *breakdance* karena ingin terlihat kekinian dalam balutan video yang keren. Disebut kekinian karena *breakdance* merupakan salah satu tarian yang digemari oleh kawula muda dan dianggap sebagai sesuatu yang modern. Sejak diunggah pada 10 Agustus 2019 lalu, video ini telah ditonton oleh lebih dari 35.915 viewers dan terus bertambah sampai saat ini. Dari video tersebut, penonton dapat merasakan sendiri perbandingan jauh antara ekspektasi dan realita yang terjadi di balik tayangan *breakdance* yang diperagakan. Adegan dalam video tersebut diperankan oleh seorang pemuda yang merupakan admin Ulokgram sendiri, ia memerankan beberapa adegan tarian *breakdance* ala pemuda kekinian.

Tentu konten itu sudah diedit dengan cukup baik, namun terlihat jelas seorang *talent* yang tidak ahli dan terlalu memaksakan diri dalam melakukan tariannya. Ia hanya menunjukkan tingkah nyeleneh dengan gerakan tidak beraturan dalam usahanya melakukan tarian *breakdance* di tempat yang berbeda-beda.⁵¹ Selanjutnya pada akhir video ditutup dengan potongan adegan dari seorang aktor

⁵¹ <https://www.instagram.com/p/B0-fOSmF5Un/?igshid=3tgqsm9pgxgk> diakses pada 2 Oktober 2020

komedian Kanada James Eugene Carrey yang terlihat menunjukkan ekspresi seperti ingin muntah sebagai salah satu ciri khasnya.⁵²

Selanjutnya, untuk mengetahui makna pesan kritik sosial dalam konten ini, peneliti menggunakan rumus segitiga dari teori Charles Sander Pierce yang disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 4.1 Elemen-elemen makna dari Teori Charles Sander Pierce

Tanda	Objek	Interpretasi
Gerakan tari yang tidak beraturan	Seorang <i>talent</i> sedang berusaha memperagakan tarian <i>breakdance</i>	Tarian <i>breakdance</i> sebagai gambaran suatu hal yang menjadi tren
Reaksi ingin muntah	Seorang laki-laki seolah-olah ingin muntah	Reaksi ingin muntah sebagai pandangan ejekan penonton terhadap video tersebut

Berdasarkan analisis peneliti, dalam konten ini pihak Ulokgram memunculkan ketidakmampuan *talent* dalam melakukan tarian *breakdance* sebagai suatu tanda yang mewakili sebuah kritikan. Selanjutnya adegan ingin muntah James Eugene Carrey sebagai makna perwakilan dari pandangan masyarakat terhadap perilaku *talent* dalam video. Dua hal ini menjadi tanda kunci yang mendasari kritik sosial dalam konten karya Ulokgram dengan judul “Narsis”.

Dalam hal ini, kedua tanda tersebut sudah mewakili kritikan dalam video itu. Tanda inilah yang kemudian menjadi acuan dari interpretasi peneliti, sehingga peneliti dapat menafsirkan makna kritik sosial pada konten ini sebagai suatu

⁵² Ekspresi ini merupakan pandangan orang lain terhadap konten tersebut sekaligus sebagai penjelasan tentang bagaimana ekspresi orang lain melihat video tersebut.

perilaku narsis yang dilakukan oleh seorang *talent* dalam video. Narsis mungkin termasuk salah satu tanda gangguan kepribadian atau mental ketika seseorang secara berlebihan lebih mementingkan dirinya sendiri, selalu ingin dipuja dan diperhatikan. Namun apabila tidak ia dapatkan, maka ia akan tersinggung, marah atau terluka perasaannya.⁵³

Dilihat dari alur cerita dan tanda yang terdapat dalam video tersebut, maksud dan tujuan Ulokgram yaitu mencoba mengkritik tingkah laku yang terlalu narsis di media sosial atau berkaitan dengan moral pelakunya tersebut. Sikap narsis tersebut dianggap sebagai kecacatan moral atau kebobrokan perilaku di kehidupan sosial masyarakat saat ini, sehingga harus direspon dengan kritikan yang sesuai. Dengan tujuan kritikan untuk menyadarkan orang yang memiliki perilaku serupa.

Selain itu, Ulokgram juga menampilkan pandangan orang lain terhadap tingkah laku tersebut. Ketika orang yang bersinggungan melihat video ini dengan sendirinya akan sadar bahwa yang dilakukannya merupakan hal memalukan terutama untuk dirinya sendiri. Pesan kritik sosial dalam konten ini adalah menjelaskan bahwa perilaku narsis tersebut merupakan bentuk perilaku yang dapat menimbulkan kesenjangan sosial di masyarakat, sehingga akan lebih baik bila ditinggalkan.

Dalam hal ini, peneliti melihat bahwa kritikan yang ditampilkan Ulokgram dalam video tersebut merupakan bagian dari realitas sosial yang terjadi di masyarakat. Realitas atau kenyataan sosial yang dikritik adalah fenomena yang

⁵³ <https://www.alodokter.com/anda-termasuk-orang-narsis-pastikan-di-sini> diakses pada 20 Desember 2020

dianggap menyimpang di suatu masyarakat dalam kurun waktu tertentu. Sebab dalam budaya masyarakat, suatu hal yang saat ini dianggap tabu, bisa jadi di masa yang akan datang hal tersebut diterima oleh masyarakat atau mungkin menjadi sebuah profesi yang dibanggakan.

Berdasarkan pada pembahasan terkait jenis kritik sosial yang terdapat pada bab sebelumnya, peneliti menilai bahwa video ini mengkritik tentang masalah moral. Sebuah perilaku yang dianggap tidak sesuai di kehidupan sosial saat ini. Penilaian tersebut juga dipengaruhi oleh etika yang berkembang dalam masyarakat atau apa yang diyakini oleh suatu kelompok masyarakat, tergantung di mana mereka tinggal. Pengaruh inilah yang menjadi landasan dari sebuah kritikan dalam video Narsis ini.

Hasil yang peneliti dapat juga sejalan dengan latar belakang ide video itu sendiri yaitu didasari oleh fenomena kehidupan kawula muda. Fenomena yang dimaksud adalah perilaku layaknya artis, yakni sering mengekspos kehidupan pribadi dalam bentuk foto atau video melalui media sosial seperti Instagram ataupun Youtube. Konten yang diunggah biasanya menampilkan aktivitas sehari-hari, mulai dari makan, berwisata, dan sebagainya.⁵⁴ Perilaku ini dianggap tidak baik dan dapat menjadi contoh buruk pula bagi generasi yang akan datang.

Dengan kata lain, konten dengan judul “Narsis” menggunakan jenis kritik sosial masalah moral. Kritik sosial masalah moral adalah jenis kritik sosial yang bertujuan untuk menyampaikan nilai-nilai kebenaran dan nilai-nilai moral yang tidak memperhatikan segi kemanusiaan, serta norma-norma yang ada dalam suatu

⁵⁴ Ungkapan dari Oki Nabawi sahabat pemilik akun Ulokgram

masyarakat. Kritikan jenis ini mengacu pada penilaian baik dan buruk terhadap sesuatu.⁵⁵ Melalui video inilah, Ulokgram berupaya menyadarkan kawula muda akan perilaku yang dianggap tidak baik tersebut dengan menkontruksikan realitas itu dalam kontennya.

Setelah peneliti mencoba memahami lebih dalam, peneliti menemukan bahwa konten “Narsis” ini memakai kritikan dalam bentuk video dengan isi pesan tidak langsung, karena dalam alur cerita video itu, kritikan tersebut ditampilkan secara tersirat dan tidak bersifat menggurui. Dengan kata lain yaitu menggunakan bentuk kritikan tidak langsung atau pesan kritik tersirat. Hal ini didasarkan pada tidak adanya penyebutan secara langsung nama, lokasi, dan lainnya. Namun yang disebutkan di sini hanyalah kritikan untuk masyarakat pada umumnya yang berperilaku serupa. Hal ini dilakukan agar tidak ada pihak yang tersinggung dan merasa dirugikan.

Dalam hal mengkritik, memang seharusnya dilakukan dengan cara yang baik sebagaimana diajarkan dalam Islam. Namun menurut hemat penulis, penggunaan teknik kritikan juga harus dilakukan secara tepat berdasarkan target atau sasaran yang dituju. Misalnya pada konten yang menjadi kajian pembahasan peneliti ini. Bila diperhatikan dengan seksama maka akan dilihat bahwa konten dengan judul Narsis ini mengkritik dengan bahasa audio visual. Hal ini dianggap tidak asing di kehidupan milenial saat ini, sehingga cocok untuk dijadikan sebuah media kritikan.

⁵⁵ Lihat bab II, pembahasan kritik sosial masalah moral, hlm 24

2. Video Dengan Judul “Pakek”



Gambar 4.2 : Cuplikan video dengan judul Pakek

Konten ini berkisah tentang sesuatu kebiasaan yang sering terjadi di Aceh khususnya. Bentuk *angle* video ini dibuat dalam penglihatan dari mata aktor utama (pelaku). Dibuka dengan kata “pakek inan ju lee beh dari pelaku, adegan dalam video memperlihatkan seorang pemuda yang memanfaatkan kebaikan temannya untuk membayarkan minuman. Lebih parahnya lagi, ia juga meminta rokok milik temannya. Konsep video ini merupakan sebuah peristiwa yang berulang. Terjadi di warung kopi, ketika sudah selesai melakukan percakapan, si pelaku selalu mengatakan ingin pulang. Lalu menghabiskan minumannya sembari mengeluarkan kata-kata “pakek inan ju lee beh” lantas ia pergi meninggalkan temannya.

Alur ceritanya juga dibuat berulang, setiap kali ia nongkrong di warung kopi, ia selalu pergi dan berkata “pakek inan ju lee beh”. Akhir cerita, temannya dengan terpaksa harus mencuci gelas milik sebuah warung kopi atau warkop tempat di mana biasa mereka datang. Anehnya, mengetahui hal itu bukannya membuat pelaku sedih, tapi tanpa rasa malu ia malah memesan minuman lagi dan masih tetap melimpahkan bayaran pada temannya tersebut. Di akhir video ini ditutup dengan adegan pelaku memesan lagi minumannya atas tanggungan temannya yang harus mencuci gelas milik warung kopi itu.⁵⁶

Jika memperhatikan videonya, maka dapat dilihat bahwa Ulokgram sengaja menggambarkan dengan jelas sosok seorang teman yang memanfaatkan temannya sendiri, agar lebih mudah mengingat karakter pelaku tersebut. Setelah diposting oleh pihak Ulokgram pada 1 November 2019 lalu, kata “pakek inan ju

⁵⁶ <https://www.instagram.com/p/B4UkIVMIVey/?igshid=se4o3bhs1dnbm> diakses pada 2 Oktober 2020

lee beh” arti dalam bahasa Indonesia “pakai milik (uang) kamu dulu ya” menjadi viral dan kian marak digunakan di kalangan pemuda, baik secara langsung maupun via *story* di media sosial. Fenomena seperti pada video dengan judul “Pakek” ini sangat menarik untuk dibahas. Bahkan peneliti sendiri juga pernah mengalami langsung peristiwa dimanfaatkan oleh teman sendiri. Hal ini juga yang mendasari peneliti untuk mengkaji peristiwa terkait seperti yang ditunjukkan dalam konten tersebut.

Selanjutnya untuk mengetahui makna pesan kritik sosial dalam konten ini, peneliti menggunakan rumus segitiga dari teori Charles Sander Pierce yang tersaji dalam tabel berikut :

Tabel 4.2 Elemen-elemen makna dari Teori Charles Sander Pierce

Tanda	Objek	Interpretasi
Kata “Pakek inan ju lee beh”	<i>Talent</i> dalam video (aktor utama)	Seorang teman yang memanfaatkan kebaikan dari temannya sendiri atau dapat disebut penganut parsitisme
Mencuci gelas di warkop	<i>Talent</i> dalam video (aktor kedua)	Sebagai salah satu jalan membayar minuman

Tabel di atas merupakan unsur penting yang penulis dapat pada konten ini. Dengan unsur yang ada peneliti akan menjelaskan bagaimana Ulokgram mengkritik dalam konten dengan judul “Pakek” ini. Jadi, yang pertama peneliti bahas adalah perilaku aktor utama dalam video. Pada video tersebut, pelakunya selalu pamitan lebih awal ketika sedang nongkrong dengan temannya itu. Tidak hanya sekedar pamit, tetapi ia menanggukhan minuman yang ia pesan kepada

temannya. Peristiwanya terus berulang dan ia juga meminta rokok milik temannya, lalu pergi.

Selanjutnya adalah kata “pakek inan ju lee beh”⁵⁷ yang merupakan tanda paling dominan dalam konten yang berdurasi 58 detik itu. Dengan melihat video ini, kata “pakek inan ju lee beh” digunakan untuk meminta temannya membayar minuman yang telah ia pesan. Sebenarnya, kata tersebut merupakan salah satu kata yang paling sering dipakai, sehingga sudah membudaya di masyarakat Aceh khususnya.⁵⁸ Hal ini dapat dibuktikan juga dengan mengamati pada beberapa warung kopi yang ada di Aceh. Dikarenakan dilakukan terus-menerus, dalam hal ini peneliti beranggapan bahwa pelaku merupakan parasit bagi temannya dengan mengambil keuntungan untuk diri sendiri. Peneliti melihat bahwa pelaku memiliki sifat parasitisme yaitu memanfaatkan orang lain untuk kepentingannya sendiri, sederhananya ia mempraktekkan simbiosis parasitisme. Mirisnya, pelaku tetap melancarkan aksinya walaupun ia sudah tahu bahwa temannya itu tidak memiliki cukup uang untuk membayar semua yang telah mereka pesan.

Selain kata “pakek inan ju lee beh”, peneliti juga menemukan tanda lain yaitu pada adegan menjelang akhir video. Adegannya merupakan kegiatan mencuci gelas milik warkop yang dilakukan oleh teman pelaku. Mencuci gelas di sini dapat diberi makna sebagai isyarat bahwa temannya tidak memiliki cukup uang untuk membayar minuman pelaku yang dilimpahkan kepadanya. Dengan

⁵⁷ Yaitu kata yang menjadi kunci dan fokus utama kritik sosial dalam konten dengan judul “Pakek” ini

⁵⁸ Secara terminologis, semiotika dapat diidentifikasi sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda. Lihat bab II, pembahasan Semiotika, hlm 31

terpaksa ia harus menebusnya dengan mencuci gelas milik warung kopi. Tanda ini juga mengandung pesan tersirat kepada penontonnya agar tidak memanfaatkan teman sendiri untuk kepentingan pribadi. Karena mungkin saja teman itu terlalu baik sampai tidak berani berkata bahwa ia tidak mampu, memaksa ia mengorbankan dirinya untuk kepentingan orang lain.

Dengan demikian, peneliti melihat tanda-tanda ini sebagai landasan dari kritikan yang disampaikan oleh Ulokgram dalam konten ini. Dapat diartikan bahwa makna kritik sosial dalam konten Ulokgram dengan judul “Pakek” ini adalah penjelasan tentang perilaku memanfaatkan teman untuk kepentingan sendiri. Hal ini diperjelas dalam video agar penonton dapat menyadari dengan cepat perilaku parasit tersebut. Dikarenakan sifat parasitisme menguntungkan pelaku dan merugikan korbannya, tentu sifat demikian bukanlah sesuatu yang cocok untuk diterapkan dalam kehidupan sosial.

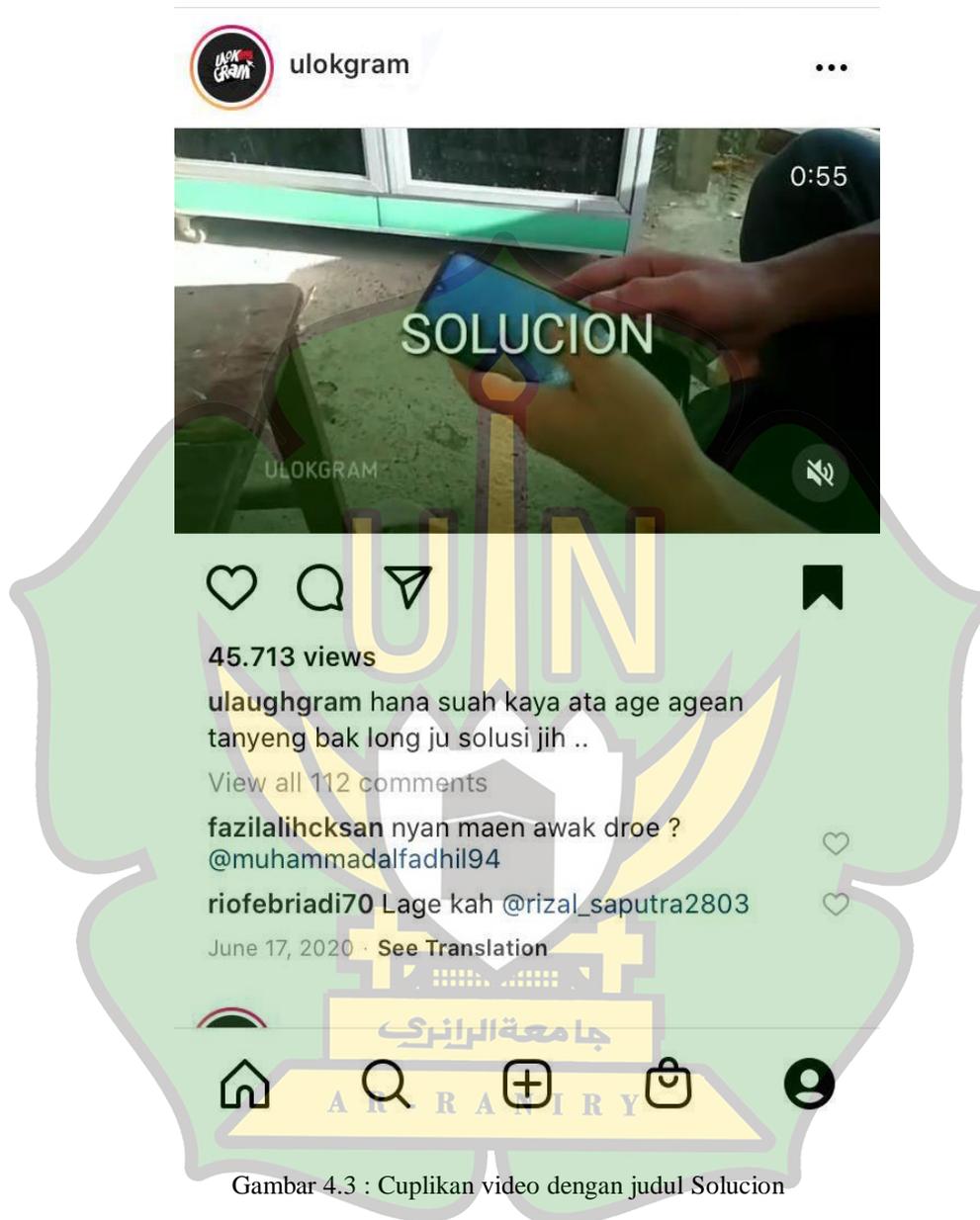
Menurut peneliti perilaku inilah yang mengundang Ulokgram untuk mengkritik dengan menunjukkan langsung contoh kronologi kisah serupa yang dapat membuat penonton berpikir dan sadar bahwa perilaku tersebut bukanlah sesuatu yang patut untuk dibiasakan. Maka berdasarkan alur cerita dan merujuk pada tanda yang telah ditemukan, peneliti melihat bahwa perilaku parasit inilah yang menjadi sasaran dari kritikan dalam konten ini. Peneliti beranggapan bahwa perilaku tersebut merupakan sesuatu yang berhubungan dengan moral manusia. Dengan kata lain, konten video dengan judul “Pakek” ini menggunakan jenis kritik sosial masalah moral.

Pesan moral ini diangkat dalam konten “Pakek” ini adalah sebuah kisah tentang seseorang yang seringkali memanfaatkan temannya yang baik dan lugu untuk kepentingannya sendiri. Ia tetap melanjutkan kehendaknya walaupun sudah mengetahui bahwa temannya tidak mampu dan sudah banyak berkorban untuk dirinya. Tentu tidak semua masalah moral melanggar hukum, akan tetapi perilaku parasitisme seperti yang ditunjukkan pelaku dalam konten ini merupakan sikap yang tidak memperhatikan segi humanisme, sehingga harus dikritik.

Selain kritik sosial masalah moral, kata “pakek inan ju lee beh” yang dapat kita temui di berbagai daerah yang di Aceh, sudah menjadi suatu kebiasaan dari masa kemasa. Secara tidak langsung kebiasaan ini juga dapat dikatakan sebagai suatu budaya yang sudah melekat pada masyarakat Aceh khususnya. Dalam hal ini peneliti menambahkan bahwa konten ini bersinggungan dengan hal yang berkaitan dengan budaya. Akan tetapi bukan budayanya yang dikritik, melainkan kebiasaan memanfaatkan kebudayaan sebagai senjata untuk kepentingan diri sendiri.

Namun demikian, di antara apa yang telah peneliti paparkan diatas, peneliti juga menemukan bahwa konten yang berjudul “Pakek” ini menyampaikan pesan secara tersirat atau dalam bentuk pesan tidak langsung. Karena pesan kritikan yang disampaikan dalam alur cerita video tersebut hanya dapat kita pahami jika diperhatikan dengan baik. Hal ini juga didasari pada tidak adanya penyebutan secara langsung nama, lokasi, dan lainnya secara khusus. Namun yang ditampilkan di sini hanyalah kritikan untuk masyarakat pada umumnya yang berperilaku serupa.

3. Video Dengan Judul “Solucion”



Gambar 4.3 : Cuplikan video dengan judul Solucion

Peneliti memberi nama video ini dengan judul “Solucion”. Pemilihan judul didasarkan pada tulisan yang muncul ketika video tersebut diputar. Selain itu video ini juga menyertakan *caption* yang menerangkan konten dengan kalimat “*Hana suah kaya ata age agean, tanyeng bak long ju solusi jih*”, dalam bahasa Indonesia memiliki arti “Tidak harus kaya untuk hal yang demikian, tanya terus

sama saya solusinya”. Maksud kata “*Hana suah kaya ata age agean*” atau “Tidak harus kaya untuk hal yang demikian” adalah sesuatu yang merujuk pada permasalahan yang ada dalam video.

Konten dengan judul “Solucion” ini berdurasi selama 55 detik. Video pendek ini bercerita tentang seorang pemuda yang yang penulis sebut sebagai aktor utama. Ia galau karena tidak ada seorang teman pun yang menghubungi atau mengirim pesan kepadanya. Lantas ia curhat kepada satu-satunya teman yang ada di dekatnya. Karena pengambilan gambar menggunakan *angle* dari sudut pandang temannya, jadi video itu hanya terdengar suaranya saja tanpa diperlihatkan siapa temannya yang memberi solusi tersebut. Namun dalam hal ini peneliti lebih memfokuskan pada kata-kata yang dipakai dalam konten ini.

Video pada konten “Solucion” ini dimulai dengan sebuah kalimat keluhan dari Udin (nama samaran dari penulis) “*Hai, pakoen lee long hana soe wa sagai. Peu karena long gasin, tan peng, tan sapue?*” dalam Bahasa Indonesia berarti “Hei, kenapa sama sekali tidak ada yang mengirim pesan wa (whatsapp) ke saya, apakah karena saya miskin, tidak punya uang, tidak punya apa-apa!” Pertanyaan itu direspon oleh temannya Johan (nama samaran dari penulis) dengan kata “*Oe jih hana meucheh, miseue kaya baroe na soe wa. hana jih*” yang berarti “Oe, tidak harus demikian, misal kaya baru ada yang wa. Tidak seperti itu”. Lalu percakapan pun berlanjut.

Udin : *Jadi kiban cit?* (Jadi bagaimana juga?)

Johan: *Na solusi bak long.* (Ada solusi sama saya)

Udin : *Kiban?* (Bagaimana?)

Kemudian Johan mengirim sebuah video pendek melalui aplikasi whatsapp. Video tersebut merupakan rekaman *jackpot* atau hasil kemenangan *game online* “Higgs Domino” yang sedang viral kala itu. Ia menyarankan agar video kirimannya diunggah pada *story* whatsapp. Lalu Udin pun mengunggah video itu di *story* Whatsapp miliknya sesuai saran Johan. Tidak berselang lama, telepon genggam milik Udin mulai berdering tanpa henti untuk sementara waktu. *Story* yang baru diunggah kebanjiran pesan masuk dari teman-temannya. Ia pun kaget setelah mendapatkan banyak pesan masuk ke wa miliknya. Karena ia tidak tahu tentang video yang dikirimkan temannya itu.

Udin : *Pue video nyoe lee?* (Video apa ini?)

Johan: *Hana mau tahu peu video nyan, yang penteng na awak chat. Oe kon?*

(Tidak perlu tahu video apa itu, yang penting ada yang *chat*. Ya kan?)

Udin : *Ha ek ta balah nyoe* (Tidak sanggup ku balas pesannya kalau seperti ini)

Video berakhir dengan kata “*Balah ju saboeh-saboeh*” dari Johan. Kata “*Balah ju saboeh-saboeh*” dalam bahasa Indonesia dapat diartikan “balas saja terus satu-persatu”.⁵⁹

Selanjutnya, untuk mengetahui makna pesan kritik sosial dalam konten ini, peneliti menggunakan rumus segitiga dari teori Charles Sander Pierce yang sudah dibahas pada bab II sebelumnya. Teori Pierce ini akan membantu mempermudah peneliti dalam melakukan analisis dengan lebih cepat, tepat dan terarah. Maka rumusan tersebut akan peneliti disajikan dalam tabel berikut lengkap dengan hasil penafsirannya.

⁵⁹ <https://www.instagram.com/p/CBiJTVWFyYw/?igshid=1dzyagio639by> diakses pada 02 Oktober 2020

Tabel 4.3 Elemen-elemen makna dari Teori Charles Sander Pierce

Tanda	Objek	Interpretasi
Kata “Hai, pakoen lee long hana soe wa sagai. Peu karena long gasin, tan peng, tan sapue ?	Seorang <i>talent</i> yang terlihat gelisah dalam video	Kata “Hai, pakoen lee long hana soe wa sagai. Peu karena long gasin, tan peng, tan sapue? mewakili kegelisahan <i>talent</i> . Ia gelisah karena tidak ada yang menghubungi/mengirimkan pesan singkat kepadanya. Hal itu membuat ia merasa dijauhkan oleh temannya
Gim “Higgs Domino”	Video yang diunggah di <i>story</i> wa milik <i>talent</i>	Adalah video kemenangan atau <i>jackpot</i> dari salah satu <i>game online</i> yang sedang viral. Mewakili informasi terbaru saat itu

Berdasarkan analisis peneliti, dalam konten ini pihak Ulokgram menunjukkan perilaku seorang *talent* (Udin) yang gelisah karena tidak ada seorang teman pun yang menghubungi/mengirimkan pesan singkat kepadanya. Penafsiran ini peneliti lakukan atas dasar ungkapan *talent* yang mengatakan “*Hai, pakoen lee long hana soe wa sagai. Peu karena long gasin, tan peng, tan sapue?*” yang dalam bahasa Indonesia memiliki arti “Hai, kenapa sama sekali tidak ada yang mengirim pesan wa ke saya, apakah karena saya miskin, tidak punya uang, tidak punya apa-apa?”

Dalam paragraf ini peneliti akan membahas tentang kedua makna dari tanda yang ada dalam video dengan judul “Solucion” itu. Yang pertama menjadi pemabahasan adalah perilaku gelisah *talent*. Perilaku tersebut mewakili makna dari sebuah kesedihan, karena dengan tidak adanya yang mengirim pesan wa kepadanya, ia merasa telah dianggap tidak penting dan dijauhkan oleh teman-temannya. Tanda selanjutnya adalah video yang diunggah ke *story* wa milik *talent*

yang merupakan tanda kunci pesan kritik sosial dalam video yang berdurasi 55 detik itu. Video berisi rekaman kemenangan atau *jackpot* dari *game* “Higgs Domino”. *Game online* tersebut merupakan perwakilan dari kemajuan teknologi.

Dikarenakan “Higgs Domino” adalah salah satu dari *game* yang sedang viral di Aceh saat itu. Dengan demikian, peneliti berpendapat bahwa siapapun masyarakat Aceh yang tidak mengetahuinya dapat dikatakan sebagai orang yang ketinggalan informasi. Ini dalam konteks mengetahui saja, terlepas dari ia ikut memainkan atau tidak. Jadi, makna video yang berisi rekaman kemenangan atau *jackpot* dari *game* “Higgs Domino” adalah sebagai penjelasan ketertinggalan informasi yang menimpa Udin dalam video ini.⁶⁰ Ketinggalan tersebutlah salah satu sumber penyebab yang membuat temannya enggan untuk berkomunikasi, mengirim pesan atau menghubungi *talent* (Udin).

Dalam hal ini, kedua tanda tersebut peneliti menurut peneliti mewakili kritikan dalam video itu. Tanda inilah yang kemudian menjadi acuan dari interpretasi peneliti, sehingga peneliti dapat menafsirkan makna tanda tersebut sebagai kegelisahan *talent* yang diabaikan oleh teman-temannya dikarenakan oleh kurangnya pengetahuan terhadap informasi terbaru. Hal ini sering disebut juga tidak peka informasi.

Dilihat dari alur cerita dan merujuk pada tanda yang terdapat dalam video tersebut, maksud dan tujuan Ulokgram yaitu mencoba mengkritik *talent* yang tidak peka informasi terhadap suatu budaya baru yang ada di sekitarnya. Budaya baru yang penulis maksud adalah *game* “Higgs Domino”, karena sudah dimainkan

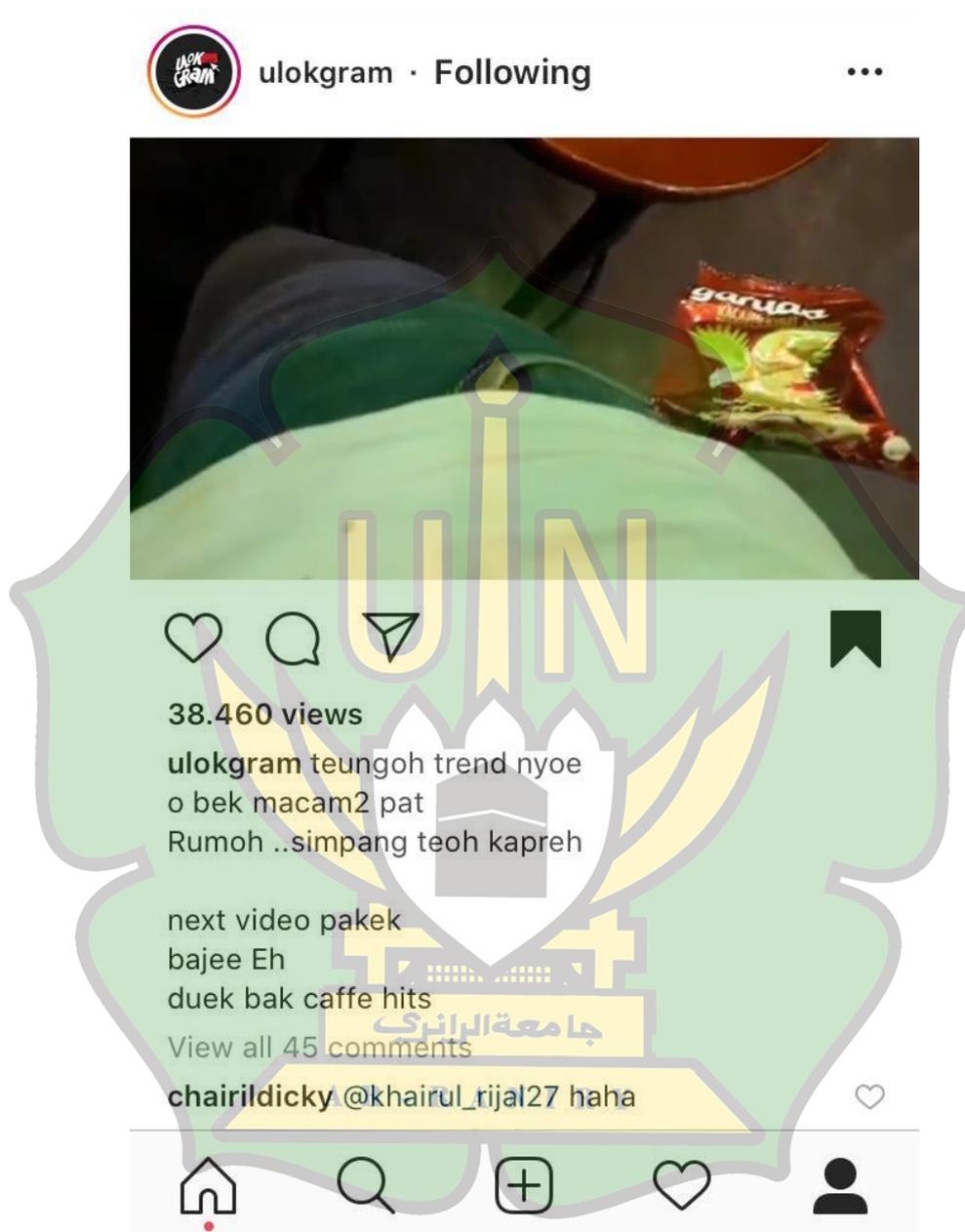
⁶⁰ poin inilah yang mengandung kritik sosial atau dapat disebut ketertinggalan informasi yang dialami talent menjadi sasaran kritikan Ulokgram.

oleh sebagian besar masyarakat Aceh saat itu, mulai dari usia remaja hingga dewasa. Dengan alasan inilah peneliti menyatakan bahwa dalam konten ini Ulokgram mengkritik kebiasaan atau budaya tidak peka informasi pada masyarakat yang diwakili oleh Udin dalam video. Sebagai tambahan, ketinggalan informasi ini di masyarakat sering diucapkan dengan sebutan “kudet” yang berarti kurang *update* informasi. Jika saja seseorang ketinggalan atau tidak mengetahui arus informasi, maka tentu akan berpengaruh pada kehidupannya dalam berinteraksi di masyarakat.

Jadi, konten dengan judul “Solucion” menggunakan jenis kritik sosial masalah kebudayaan. Kebudayaan atau budaya merupakan suatu kebiasaan yang terus dilakukan, baik itu sesuatu yang diakui maupun tidak diakui, baik yang lama maupun yang baru. Kebiasaan inilah yang memberi pengaruh terhadap kualitas hidup suatu kelompok masyarakat. Namun, kebiasaan yang tidak baik seperti tidak peka informasi yang berarti tidak peduli dengan informasi tidak seharusnya dibiasakan. Konsep kebiasaan seperti ini memang sudah seharusnya diingatkan akan dampaknya, baik itu melalui kritikan seperti yang dilakukan oleh Ulokgram melalui kontennya.

Sementara bentuk penyampaian pesan kritik sosial dalam konten “Solucion” ini adalah bentuk tidak langsung, karena sindiran tersebut ditampilkan secara tersirat dalam alur cerita video itu. Hal ini didasarkan pada tidak adanya penyebutan secara langsung nama, lokasi, dan lainnya. Namun yang disebutkan di sini hanyalah kritikan untuk masyarakat pada umumnya yang berperilaku serupa (umum). Selain itu, pesan yang disampaikan juga tidak menggurui, melainkan hanya sebuah penampakan dari perilaku yang menyimpang saja.

4. Video Dengan Judul “Ikut Trend”



Gambar 4.4 : Cuplikan video dengan judul Ikot Trend

Konten ini bercerita tentang seorang yang mengikuti gaya hidup atau budaya baru yang sedang ramai di masyarakat pada masanya. Dalam video tersebut dimulai dengan percakapan biasa dari dua orang pemuda, dengan *angle*

sudut pandang aktor utamanya (*talent/pelaku*). Namun demikian, dalam pembahasannya terarah pada aksesoris yang bergelantungan di sisi saku celana. Menariknya, dalam video itu aktor utamanya tidak memakai aksesoris asli seperti gantungan boneka atau apapun yang sedang hit di kalangan pelakunya. Menariknya, aksesoris yang digunakan adalah plastik bekas dari bungkus plastik cemilan lokal.

Percakapan dibuka oleh Johan (nama samaran dari penulis) dengan sebuah pertanyaan, “*Hai, si nyan hoe ka? Si Muril.*” Yang jika diubah ke dalam Bahasa Indonesia memiliki arti, “Hai, kemana dia, si Muril?”. Di sini sosok si Muril tidak ikut dalam cerita, hanya nama saja yang dipakai pada awal video. Setelah percakapan awal, dilanjutkan ke permasalahan utama dalam video ini. Berawal ketika temannya Arie (nama samaran dari penulis) melontarkan pertanyaan “*Ma nyan pue lam keeh ha?*” (Lantas apa itu yang ada di saku?) Spontan Johan/pelaku (nama samaran dari penulis) bertanya balik, “*toh?*” (yang mana?) dan percakapan berlanjut.

Arie : *Nyan yang lam keeh!* (Itu yang ada di saku)

Johan: *Oe nyoe* (Oe ini) - sambil melihat ke arah saku

Teungoh tren nyoe inoe, sak lam keeh age nyoe! (Sedang tren ni disini, taruh di saku begini)

Arie : *Hana age nyan sit tren, kon sampe plastik. Ghob boneka ie culok kon plastik!* (Tidak seperti itu juga tren, bukan sampai plastik juga. Orang boneka dipakai bukan plastik)

Johan: *Oe boneka?* (Oe boneka?)

Arie : *Nyan pue an, ata pat meuteumeu?* (Itu apa, dapat dari mana?)

Johan: *Bo... boneka biasa?* (Boneka biasanya?) - mulai kebingungan

Ha, galak-galak long lah. long ku gantung nyoe keureutah. Teungoh tren nyoe, teungoh tren! (Ha, suka-suka saya lah. Saya pakai gantungan kertas plastik. Sedang tren ni, sedang tren! – jawabnya kesal

Arie : *Iya, teungoh tren kon age nyan sit!* (Iya, tren bukan seperti itu juga!)

Johan: *Bek pakat meulhoe, ku sak nyoe lam keeh teuk!* (Jangan ngajak rebut, ku masukan ini ke dalam saku nanti!) - dengan nada tinggi

Arie : *Boneka lah, pane tren age nyan. Nyan kon nge tren nyan!* (Boneka lah, mana ada tren seperti itu. Bukan tren seperti itu!) - tegas

Johan: *pue sit nyoe?* (Apa juga ini?) “mulai kebingungan”

Arie : *Saket* (Sakit)

Johan: *Saket?* (Sakit?)

Arie : *Saket* (Sakit) - dengan tertawa kecil

Kemudian Johan mulai sadar dan mencoba bertanya untuk memastikan lagi “*Brati kon tren nyoe?*” (berarti bukan tren ini?). “*Kon*” (bukan) jawab temannya sambil tertawa lagi. Lalu akhir video itu ditutup dengan pertanyaan pelaku “*Boneka payah long? Jih sak lam kunci honda atau kiban?*” (boneka harusnya saya pakai? Dia/bonekanya masukin ke kunci kereta atau bagaimana ?⁶¹

Selanjutnya untuk mengetahui makna pesan kritik sosial dalam konten ini, peneliti menggunakan rumus segitiga dari teori Charles Sander Pierce yang tertuang dalam tabel berikut :

⁶¹ <https://www.instagram.com/p/CET8CV5F6QP/?igshid=1138uy1g821kg> diakses pada 2 Oktober 2020

Tabel 4.4 Elemen-elemen makna dari Teori Charles Sander Pierce

Tanda	Objek	Interpretasi
Sampah plastik yang diperlihatkan bergelantungan di saku celana	Sampah plastik cemilan lokal	Sebagai pengganti aksesoris gantungan kunci kendaraan karena dianggap sama-sama kurang manfaatnya
“Saket”	Kata “saket” dari teman pelaku	“Saket” dalam bahasa Indonesia yaitu “sakit” yang merupakan kondisi tubuh yang tidak normal sekaligus penegasan bahwa perilaku tersebut tidak normal

Tabel di atas menunjukkan beberapa unsur penting dalam konten ini. Unsur tersebut yang akan dipakai untuk mengetahui bagaimana makna kritik sosial yang terdapat di dalamnya. Yang pertama peneliti bahas adalah sampah plastik cemilan lokal yang dipakai dalam konten tersebut. Sampah plastik ini merupakan benda yang dipakai pengganti dari aksesoris sebenarnya. Pihak Ulokgram sengaja memilih sampah sebagai pengganti aksesoris asli dengan maksud memberikan makna pesan tersirat bahwa aksesoris gantungan itu sesuatu tidak bermanfaat layaknya sampah.⁶² Selanjutnya perilaku memperlihatkan aksesoris (yang telah diganti dengan sampah plastik) di saku celana melambangkan makna dari sikap pamer yang dilakukan oleh pelaku (Johan).

Selain yang sudah peneliti sebutkan di atas, kata “*saket*” yang diucapkan oleh teman pelaku (Arie) juga memiliki makna yang mendalam. Jika diartikan ke dalam bahasa Indonesia, kata “*saket*” berarti “sakit” yang mengarah pada kondisi tubuh yang tidak normal. Dikarenakan kata “*saket*” dipakai teman pelaku sebagai

⁶² Tanda ini mengisyaratkan kritikan yang disampaikan pihak Ulokgram

pernyataan terhadap perilaku tren memperlihatkan aksesoris bergelantungan di saku celana oleh pelaku dalam video. Maka kata “*saket*” di sini memiliki makna pernyataan tidak normal terhadap perilaku tersebut. Tanda inilah yang menjadi dasar dari analisis peneliti, sehingga peneliti dapat memahami dan menafsirkan makna kritik sosial pada video tersebut.

Menurut penafsiran penulis, berdasarkan hasil analisis yang telah dihimpun, maka makna kritik sosial dalam konten yang berjudul “Ikot Trend” ini adalah sebuah penegasan terhadap tren yang tidak normal serta tidak bermanfaat. Tren tersebut yaitu perilaku memperlihatkan aksesoris kunci kendaraan yang diperlihatkan bergelantungan di saku celana. Jika dilihat lebih teliti lagi, perilaku itu melambangkan kesombongan karena memperlihatkan sesuatu miliknya dengan suatu nilai yang tidak semua orang dapat memperolehnya. Dengan kata lain disebut pamer kekayaan. Sebab kebiasaan yang buruk akan memberi pengaruh buruk pula terhadap sikap, perilaku, moral pelaku dan orang-orang disekitarnya. Inilah yang menjadi perhatian Ulokgram, sehingga melahirkan konten kritikan untuk mengembalikan kestabilan sosial masyarakat.

Dilihat dari alur cerita konten dan juga merujuk pada tanda yang terdapat dalam video tersebut, maksud dan tujuan pembuat konten (pihak Ulokgram) yaitu mencoba mengkritik tingkah laku yang berkaitan dengan moral dari pelaku yang terlalu eksis mengikuti tren tanpa memahami terlebih dahulu manfaat dan mudharat yang melekat pada tren tersebut. Menurut peneliti, video yang berdurasi 43 detik itu mengkritik sesuatu yang dianggap sebagai perilaku panjat sosial dengan sengaja memperlihatkan aksesoris kunci kendaraan bergelantungan di

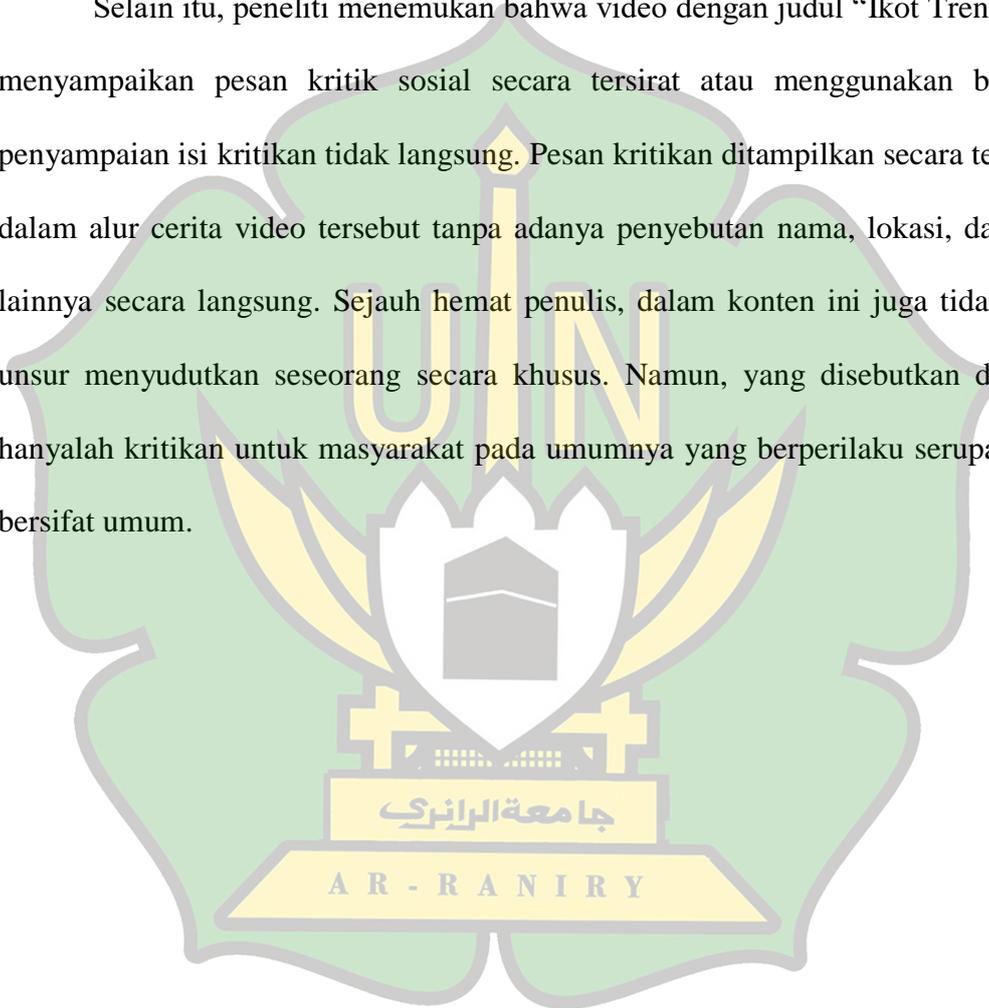
saku celananya. Hal tersebut merupakan salah satu perilaku pamer yang diperlihatkan oleh sebagian pelakunya. Sayangnya perilaku serupa terus terjadi hingga sekarang ini. Hampir di setiap kafe ataupun warung kopi dapat ditemui bagaimana macam-macam aksesoris diperlihatkan, walaupun sebagian lainnya pelaku tidak memiliki niat untuk pamer.

Setelah menonton video secara berulang, peneliti melihat kecacatan moral yang terkandung dalam konten dengan judul “Ikot Trend” ini. Kemudian hasil dari analisis peneliti menyatakan bahwa konten ini mengkritik masalah moral dari pelakunya yang kebanyakan remaja sampai usia menginjak dewasa. Jadi, dengan kata lain konten video dengan judul “Ikot Trend” ini menggunakan jenis kritik sosial masalah moral. Dengan tujuan untuk menyampaikan nilai-nilai kebenaran dan nilai-nilai moral, serta norma-norma yang ada dalam suatu masyarakat. Bukan tanpa alasan, hasil analisis peneliti buat dengan upaya memantau pada beberapa kafe dan warung kopi ketika melakukan penelitian. Hasil analisis ini juga dapat dikatakan sejalan dengan latar belakang yang peneliti dapat dari wawancara dengan Oki Nabawi sahabat pemilik akun Ulokgram.

Latar belakang konten ini berawal dari fenomena masyarakat yang sengaja memperlihatkan aksesoris dari kunci mobil mereka dengan tetap membiarkannya bergelantungan di sisi saku, untuk menegaskan atau memamerkan di hadapan umum bahwa ia mempunyai mobil. Tidak dipungkiri, akhir-akhir ini tren serupa kian marak di Aceh. Tak heran jika menjadi buah bibir dikalangan pemuda bahkan masyarakat umum. Ulokgram sendiri melihat fenomena demikian sebagai sebuah peluang yang membentuk ide untuk konten Instagaaam-nya. Namun

demikian, perilaku tersebut bukanlah sebuah tindakan yang melanggar hukum ataupun sesuatu yang merugikan orang lain. Akan tetapi, sikap demikian dapat merusak moral pelakunya, sehingga perlu dikritik agar pelaku paham bahwa yang dilakukannya bukanlah sesuatu kebiasaan yang baik untuk dipertahankan.

Selain itu, peneliti menemukan bahwa video dengan judul “Ikot Trend” ini menyampaikan pesan kritik sosial secara tersirat atau menggunakan bentuk penyampaian isi kritikan tidak langsung. Pesan kritikan ditampilkan secara tersirat dalam alur cerita video tersebut tanpa adanya penyebutan nama, lokasi, dan hal lainnya secara langsung. Sejauh hemat penulis, dalam konten ini juga tidak ada unsur menyudutkan seseorang secara khusus. Namun, yang disebutkan di sini hanyalah kritikan untuk masyarakat pada umumnya yang berperilaku serupa atau bersifat umum.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini memperjelas pesan kritik sosial pada konten Ulokgram terhadap perilaku yang tidak biasa di masyarakat Aceh khususnya, sehingga pembaca dapat lebih memahami pesan yang terkandung dalam konten video pilihan peneliti tersebut. Peneliti paham, tingkat pemahaman pembaca berbeda-beda. Oleh sebab itu, penelitian ini sengaja dibuat dalam bahasa dan konteks yang sederhana agar lebih mudah dicerna oleh semua kalangan.

Jadi, berdasarkan data yang telah dihimpun dan dianalisa oleh penulis, maka terkait pokok permasalahan penelitian ini dapat diformulasikan ke dalam dua rangkaian sub masalah. Kemudian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Konsep dalam beberapa konten pilihan penulis yaitu pada konten video dengan tema “Narsis”, “Pakek”, “Ikut Trend”, “Solucion”. Lahir berdasarkan konteks sosial budaya di masyarakat terutama remaja/pemuda.
 - a. Pesan kritik sosial dalam video dengan judul “Narsis” bermakna penjelasan tentang suatu perilaku narsis yang dilakukan oleh seseorang yang menggunakan jenis kritik sosial masalah moral.
 - b. Pesan kritik sosial dalam konten yang berjudul “Pakek” bermakna penjelasan tentang perilaku memanfaatkan teman untuk kepentingan sendiri atau yang penulis sebut sebagai parasit. Kemudian, pesan kritik sosial dalam video ini menggunakan jenis kritik sosial masalah moral.

c. Kritik sosial dalam video dengan judul “Solucion” bermakna penjelasan tentang seorang kurang *update* informasi sehingga ia diabaikan oleh teman-temannya. Selain itu video ini menggunakan jenis kritik sosial masalah budaya. Dalam hal ini budaya yang dimaksud adalah sebuah kebiasaan yang tidak peduli/peka terhadap informasi disekitarnya.

d. Pesan kritik sosial dalam video yang dengan judul “Ikot Trend” bermakna penegasan tentang suatu tren yang dianggap tidak normal serta tidak bermanfaat baik bagi masyarakat. Kemudian dalam video ini menggunakan jenis kritik sosial masalah budaya. Budaya yang dimaksud adalah kebiasaan mengikuti tren yang kurang dari segi nilai sosialnya.

2. Keempat konten pilihan tersebut menjadi objek penelitian ini yang sarat akan pesan-pesan dan kritik sosial, baik yang berhubungan dengan masalah moral, sosial, budaya dan lain-lain.

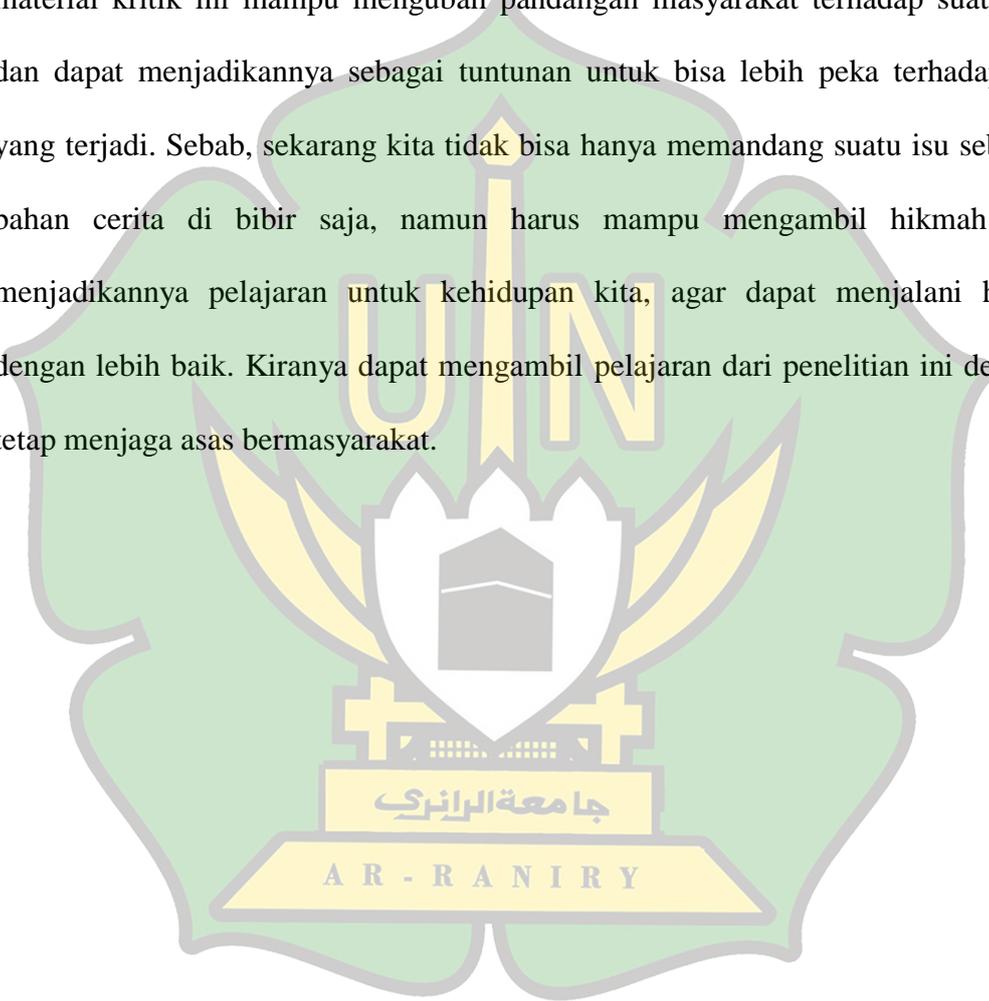
B. Saran

1. Saran Untuk Ulokgram

Dalam hal ini, penulis menyarankan agar pada setiap konten ulokgram menggunakan kata-kata yang baik dengan disertakan terjemahan dalam Bahasa Indonesia, agar masyarakat yang belum paham Bahasa Aceh dapat memahami konten dengan mudah. Terutama pada konten yang terdapat pesan kritik sosial. Jangan pernah berhenti menghibur penonton dan teruslah berkarya dengan tujuan yang baik pula.

2. Saran Untuk Umum

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat kepada masyarakat secara umum khususnya pemuda dan orang-orang yang bersinggungan dengan gambaran seperti pada konten video Ulokgram pilihan peneliti tersebut. Semoga dengan material kritik ini mampu mengubah pandangan masyarakat terhadap suatu isu dan dapat menjadikannya sebagai tuntunan untuk bisa lebih peka terhadap isu yang terjadi. Sebab, sekarang kita tidak bisa hanya memandangi suatu isu sebagai bahan cerita di bibir saja, namun harus mampu mengambil hikmah dan menjadikannya pelajaran untuk kehidupan kita, agar dapat menjalani hidup dengan lebih baik. Kiranya dapat mengambil pelajaran dari penelitian ini dengan tetap menjaga asas bermasyarakat.



DAFTAR PUSTAKA

Kitab :

Al-Qur'an Tafsir Jalalyn,

Buku :

Agung, M. Leo. *Berinternet dengan Facebook dan Twitter untuk Pemula*, Yogyakarta: Penerbit ANDI & Madcoms. 2011.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta. 2010

AS, Ambarani dan Umaya, Nazia Maharani. *Semiotika Teori dan Aplikasi pada Karya Sastra*, Semarang: IKIP PGRI Semarang Press, t.t. 2010.

Beilharz, Peter. *Teori-teori Sosial*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2003.

Cangara, H. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada. 1998.

Charon, John M. *Sociology, A Conceptual Approach Third Edition*, United States of Amerika: Alin & Bacon. 1992.

Fakih, Mansour. *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*, Yogyakarta: Pusaka Pelajar. 2001.

Fiske, John, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Cet II; Jakarta: PT Rajagrafindo Persada. 2012.

Hamidati, Anis. *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi*, Yogyakarta: Mata Padi Pressindo. 2011.

Hardiansyah, Haries. *Metode penelitian kualitatif*, Jakarta: Salemba Humanika. 2001.

Koentjoroningrat. *Pengantar Ilmu Antropologi*, Jakarta: PT. Rineka Cipta. 2002.

McQuail, Denis . *Teori Komunikasi Massa suatu pengantar*, diterjemahkan oleh Agus Dharma dan Aminuddin Ram, Jakarta: Penerbit Erlangga. 1987.

Nurgiyantoro, Burhan. *Teori Pengkajian Fiksi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. 2000.

- Poerwodarminto, W.J.S. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Tim Penyusunan Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan. 1990.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka. 2001. Edisi III.
- Rahmat, Jalaluddin. *Efektivitas Berkomunikasi dalam Islam*, Cet. I; Bandung: Mizan. 1999
- Salam, Burhanudin. *Etika Sosial, Asas Moral dalam Kehidupan Manusia*, Jakarta: Rineka Cipta. 1997.
- Sanderson, Stephen K. *Sosiologi makro sebuah pendekatan terhadap realitas sosial*, Jakarta: Rajawali. 1993.
- Soekanto, Soerdjono. *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta: Rajawali Press. 1990.
- Soekanto, Soerjono. *Kamus Sosiologi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada. 1993.
- Sugihartati, Rahma. *Perkembangan Masyarakat Informasi dan Teori Sosial Kontemporer*, Jakarta: Kencana. 2014.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta Sutopo, H.B. 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta. 2008.
- Sumaadmaja, Nursid. *Perspektif Studi Sosial*, Bandung: Penerbit Angkasa. 1980.
- Tarigan, Henry Guntur. *Prinsip-Prinsip Dasar Sastra*. Bandung: Penerbit Angkasa. 1985.
- Vera, Nawiroh. *Komunikasi Massa*, Bogor: Ghalia Indonesia. 2016.
- Vera, Nawiroh. *Semiotika dalam Riset Komunikasi*, Bogor: Ghalia Indonesia. 2015.
- Wibowo, Indiwanto Wahyu. *Semiotika Komunikasi - Aplikasi Praktis Bagi Penelitian Dan Skripsi Komunikasi*, Jakarta : Penerbit Mitra Wacana Media. 2013.
- Wibowo, Indiwanto Wahyu. *Semiotika Komunikasi*, Jakarta; Mitra Wacana Media. 2011.
- Wursanto. *Dasar-Dasar Ilmu Komunikasi*, Yogyakarta : CV. Andi Offset. 2005.

Jurnal :

Andrik Purwasito, “Analisis Pesan”, (Jurnal THE MESSENGER, Volume 9, Nomor 1, Edisi Januari 2017).

Dony Burhan Noor Hasan, “*Kajian Semiotika Dalam Penafsiran al-Qur’an*”, (Jurnal Prosiding Konferensi Nasional Bahasa Arab II, Malang, 15 Oktober 2016).

Khusnul Khotimah, “Semiotika: Sebuah Pendekatan dalam Studi Agama”, (Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Vol.2 No.2 Jul-Des 2008 pp.277-289 | ISSN: 1978-126), hlm. 2

Zainuddin Soga & Hadirman, “*Semiotika Signifikansi: Analisis Struktur dan Penerapannya dalam al-Qur’an*”, (Jurnal Aqlam – Journal of Islam and Plurality - Volume 3, Nomor 1, Juni 2018).

Instagram :

<https://www.instagram.com/p/B0-fOSmF5Un/?igshid=3tgqsm9pgxgk>
diakses pada 2 Oktober 2020

<https://www.instagram.com/p/B4UklVMIVey/?igshid=se4o3bhs1dnbm>
diakses pada 2 Oktober 2020

<https://www.instagram.com/p/CBiJTVWFyYw/?igshid=1dzyagio639by>
diakses pada 2 Oktober 2020

<https://www.instagram.com/p/CET8CV5F6QP/?igshid=1138uy1g821kg>
diakses pada 2 Oktober 2020

Referensi Lain :

https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/2012/1/xT1_362007076_Judul.pdf, diakses pada 9 Oktober 2020.

<http://repository.unpas.ac.id/13432>, diakses pada 9 Oktober 2020

<https://nesabamedia.com/pengertian-videografi>, diakses pada 21 November 2020

<https://www.republika.co.id/berita/pw6mtq458/tanda-bekas-sujud>. diakses pada 28 Desember 2020.

<https://pakarkomunikasi.com>, diakses pada 01 Desember 2020

<https://www.alodokter.com/anda-termasuk-orang-narsis-pastikan-di-sini>
diakses pada 20 Desember 2020

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
Nomor: B.1871/Un.08/FDK/KP.00.4/07/2020

Tentang
Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Semester Genap Tahun Akademik 2019/2020

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi.
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.
- Mengingat : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 tahun 2015 tentang Statuta UIN Ar-Raniry;
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam lingkungan UIN Ar-Raniry
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2021, Tanggal 23 November 2020

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.
Pertama : Menunjuk Sdr. 1) Drs. Baharuddin AR, M. Si.....(Sebagai PEMBIMBING UTAMA)
2) Ade Irma, B. H.Sc., M. A.(Sebagai PEMBIMBING KEDUA)

Untuk membimbing KKK Skripsi:

Nama : Burnawi
NIM/Prodi : 160401074/Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Judul : *Analisis Pesan Kritik Sosial pada Akun Instagram Ulokgram*

- Kedua : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2021;
Keempat : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.
Kutipan : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 14 Juli 2020 M
23 Zulkaidah 1441 H

a.n. Rektor UIN Ar-Raniry,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi,


Fakhri

- Tembusan:
1. Rektor UIN Ar-Raniry.
2. Kabag. Keuangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry.
3. Pembimbing Skripsi.
4. Mahasiswa yang bersangkutan.
5. Arsip.
Keterangan:
SK berlaku sampai dengan tanggal: 13 Juli 2021

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

1. Nama : Burnawi
2. Tempat / Tgl. Lahir : Lhang / 8 Desember 1996
3. Jenis Kelamin : Laki - Laki
4. NIM / Jurusan : 160401074 / Komunikasi dan Penyiaran Islam
5. Agama : Islam
6. Alamat
 - a. Desa : Lamgapang
 - b. Kecamatan : Krueng Barona Jaya
 - c. Kabupaten : Aceh Besar
 - d. Provinsi : Aceh
7. Kebangsaan : Indonesia
8. Instagram : burnawi_Sy
9. E-Mail : burnawi.sy@gmail.com

Riwayat Pendidikan

10. MI / SD / Sederajat : Lulus Tahun 2008
11. MTs / SMP / Sederajat : Lulus Tahun 2011
12. MA / SMA / Sederajat : Lulus Tahun 2014

Orang Tua / Wali

13. Nama Ayah : Syarkawi
14. Nama Ibu : Haslinar
15. Pekerjaan Orang Tua : Petani
16. Alamat Orang Tua
 - a. Desa : Lhang
 - b. Kecamatan : Setia
 - c. Kabupaten : Aceh Barat Daya
 - d. Provinsi : Aceh
17. Kebangsaan : Indonesia

Banda Aceh, 28 Desember 2020

Salam Penulis

Burnawi