

**TESIS**

**ANALISIS SEMIOTIKA PADA POSTINGAN TIKTOK @DR.ZIEE  
SEBAGAI MEDIA EDUKASI PERAWATAN KULIT WAJAH**

**SEMIOTIC ANALYSIS OF TIKTOK POST @DR.ZIEE AS A  
MEDIA FOR FACIAL SKINCARE EDUCATION**

**NINDY YULIANDA  
E022222016**



**PROGRAM PASCASARJANA ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2024**



Optimized using  
trial version  
[www.balesio.com](http://www.balesio.com)

**ANALISIS SEMIOTIKA PADA POSTINGAN TIKTOK @DR.ZIEE  
SEBAGAI MEDIA EDUKASI PERAWATAN KULIT WAJAH**

**SEMIOTIC ANALYSIS OF TIKTOK POST @DR.ZIEE AS A MEDIA  
FOR FACIAL SKINCARE EDUCATION**

**TESIS**

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Magister

Program Studi  
Ilmu Komunikasi

Disusun dan diajukan oleh :

**NINDY YULIANDA  
E022222016**

Kepada

**PROGRAM PASCASARJANA ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2024**



Optimized using  
trial version  
[www.balesio.com](http://www.balesio.com)

**TESIS**

**ANALISIS SEMIOTIKA PADA POSTINGAN TIKTOK @DR.ZIEE SEBAGAI  
MEDIA EDUKASI PERAWATAN KULIT WAJAH**

Disusun dan diajukan oleh

**NINDY YULIANDA**

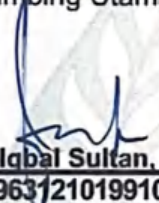
E022222016


Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam  
rangka penyelesaian Studi Program Magister Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin  
pada tanggal **18 November 2024**  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,

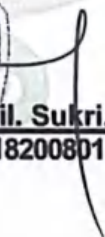
  
**Dr. M. Iqbal Sultan, M.Si**  
Nip. 196312101991031002

  
**Prof. Dr. Muh. Akbar, M.Si**  
Nip.197012311998021002

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik Universitas Hasanuddin,

  
**Prof. Dr. Muh. Akbar, M.Si**  
Nip. 196506271991031004

  
**Prof. Dr. Phil. Sukri, S.IP., M.Si**  
Nip. 197508182008011008



## PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nindy Yulianda

Nim : E022222016


Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan atau pemikiran orang lain. Apabila kemudian hari terbukti atau dapat di buktikan bahwa Sebagian atau keseluruhan tesis ini karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 12 November 2024

Yang menyatakan,



  
Nindy Yulianda



## PRAKATA

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian berjudul “Analisis Semiotika pada Postingan Tiktok @dr.ziee sebagai Media Edukasi Perawatan Kulit Wajah” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Magister (S2) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Hasanuddin.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tesis masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu penulis memohon maaf sekiranya jika terdapat kesalahan pada penulisan Tesis ini. Dalam penyusunan tesis ini, banyak rintangan dan hambatan yang penulis hadapi namun pada akhirnya penulis dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual baik langsung maupun tidak langsung, terutama kepada yang saya hormati :

1. Kedua orang tua penulis Ayahanda tercinta Herman dan Ibunda tercinta Jumartini, yang telah mensupport dan selalu mendoakan penulis untuk terus melanjutkan Pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi, memberikan motivasi dan doa, memberikan bantuan materi dan moral yang tidak ternilai, sehingga penulis dapat menyelesaikan Pendidikan Strata Dua di Universitas Hasanuddin.



Penyusunan tesis ini mendapat bimbingan dan bantuan dari Bapak Dr. H. M. Iqbal Sultan, M.Si. selaku dosen pembimbing I dan Bapak Prof. Dr. H. Muh, Akbar, M.Si.. selaku dosen

pembimbing II yang telah memberikan waktu, arahan, bantuan, dan kontribusi idenya kepada peneliti selama proses bimbingan berlangsung hingga tesis ini dapat diselesaikan. Semoga bapak senantiasa diberikan kesehatan dan umur panjang oleh Allah SWT. Peneliti ucapkan terima kasih banyak yang sebesar-besarnya.

3. Komisi Penguji, Bapak Dr. Muliadi Mau, S.Sos., M.Si, Bapak Dr. Arianto, S.Sos., M.Si, dan Bapak Dr. Syamsuddin Aziz, M. Phil., Ph.D, yang senantiasa memberikan arahan, masukan dan perbaikan dalam penyempurnaan tesis ini. Peneliti ucapkan terima kasih banyak yang sebesar-besarnya.
4. Segenap Guru Besar dan seluruh dosen Pascasarja Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin atas segala ilmu yang telah diberikan kepada peneliti. Semoga senantiasa diberikan kesehatan untuk terus mencetak civitas akademika yang berkualitas.
5. Segenap staff akademik Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin yang telah membantu dari proses perkuliahan hingga selesainya proses penelitian.
6. Teman-teman seperjuangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Pascasarjana Universitas Hasanuddin 2022 Genap “Dinamika” atas segala dukungan, motivasi, dan kebersamaannya selama ini, Khususnya sahabat-sahabat seperjuangan saya yang selalu ada dan menemani proses saya selama

perkuliahan sampai pada proses pengerjaan tesis ini yakni Amriani, Iva



Anugrahwati, dan Nurfaindah. Semoga kita semua bisa memberikan manfaat bagi orang banyak.

7. Sepupu saya yakni Erfina Aninda, Sahabat-sahabat saya yakni Mariama, Wilda Agustin dan juga pasangan saya yakni Muh. Yusuf yang selalu ada untuk membantu dan mensupport saya selama proses penyelesaian tesis ini.
8. Semua pihak yang tidak sempat penulis sebutkan Namanya satu persatu yang telah memberikan bantuan dalam rangka penyelesaian tesis ini.

Semoga Allah AWT, memberikan balasan dengan segala kebaikan dunia dan ahirat atas keikhlasan dan dan kebaikan semua pihak yang telah diberikan kepada peneliti. Harapan peneliti semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya, khususnya pengembangan untuk ilmu komunikasi. Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan ketidak sempurnaan didalam penelitian tesis ini. Untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk menyempurnakan dimasa yang akan datang.

Makassar, 12 November 2024

Nindy Yulianda



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS .....	iv
PRAKATA .....	v
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	X
DAFTAR TABEL .....	xi
ABSTRAK .....	xii
ABSTRACT .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Tujuan Penelitian.....	14
D. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
A. Penelitian Terdahulu.....	15
B. Tinjauan Konsep dan Teori.....	21
1) Analisis Isi .....	21
2) Media Massa .....	24
3) Media Baru (New Media) .....	27
4) Media Sosial.....	30
5) Tiktok .....	35
6) Semiotika .....	40
C. Kerangka Pemikiran .....	53
D. Definisi Konseptual.....	55
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	58
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	58
B. Objek Penelitian .....	59
C. Sumber Data .....	59
D. Teknik Pengumpulan Data .....	60





E. Teknik Analisis Data .....	61
F. Jadwal dan waktu Penelitian .....	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	66
A. Gambaran Umum .....	66
B. Hasil dan Pembahasan .....	70
1. Hasil Penelitian .....	70
2. Pembahasan .....	87
BAB V PENUTUP .....	109
A. Kesimpulan.....	109
B. Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA .....	114



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Media Sosial Tiktok di Dunia .....	9
Gambar 1.2 Akun tiktok @dr.ziee .....	11
Gambar 2.1 Model Semiotika Roland Barthes .....	45
Gambar 4.1 Logo Tiktok .....	66
Gambar 4.2 Profil akun tiktok @dr.ziee .....	69
Gambar 4.3 Proses pencabutan sebasius filamen .....	71
Gambar 4.4 Pencabutan sebasius filamen menggunakan masker .....	73
Gambar 4.5 Mempraktekkan dan menjelaskan waktu yang tepat menggunakan produk retinol .....	74
Gambar 4.6 Tabel efektivitas, potensi resiko, dan tips menggunakan ....	76
Gambar 4.7 Rekomendasi produk serum renewal serum .....	77
Gambar 4.8 Cuci rambut dulu baru cuci muka .....	79
Gambar 4.9 Menganggap semua sabun itu sama .....	80
Gambar 4.10 Rekomendasi produk wajah untuk kulit sensitif .....	82
Gambar 4.11 Rekomendasi sunscreen untuk remaja .....	83
Gambar 4.12 Eksfoliasi fisik menggunakan peeling gel .....	84
Gambar 4.13 Menggosok peeling dilakukan dengan lembut .....	
Gambar 4.3 Tangkapan Layar Respon Pengikut pada Kolom Komentar Postingan Tiktok @dr.ziee .....	108



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Peta Tanda Roland Bathes .....	65
Tabel 3.2 Jadwal dan waktu penelitian .....	69



## ABSTRAK

NINDY YULIANDA. *Analisis Semiotika pada Postingan Tiktok @dr.ziee sebagai Media Edukasi Kulit Wajah* (dibimbing oleh M. Iqbal Sultan dan Muh. Akbar).

Penelitian ini bertujuan menganalisis pesan edukasi, makna denotasi, makna konotasi, dan mitos mengenai perawatan kulit wajah pada postingan tiktok @dr.ziee. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Data penelitian ini sebanyak lima postingan tiktok @dr.ziee dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi pada postingan video tiktok @dr.ziee. Penelitian ini menunjukkan bahwa postingan yang diunggah dr. Ziee menampilkan elemen visual dan verbal yang jelas dalam menyampaikan pesan edukasi perawatan kulit wajah, misalnya penggunaan produk tertentu, cara penggunaan, dan penghindaran kesalahan umum yang ditampilkan secara eksplisit. Dr. Ziee memberikan informasi yang rinci tentang teknik yang benar dan produk yang sesuai, serta menekankan pentingnya mengikuti aturan perawatan kulit wajah. Dr. Ziee menggunakan tiktok sebagai *platform* yang efektif untuk mengedukasi publik terkhusus para pengikutnya di media sosial tiktok mengenai perawatan kulit tercermin dari respons positif audiensnya. Analisis berbagai pesan edukasi yang disampaikan pada postingan @dr.ziee melalui makna denotasi, konotasi, dan mitos di setiap postingan menyajikan informasi yang konkret, seperti kesalahan dalam mencuci muka, teknik eksfoliasi yang benar, dan penjelasan mengenai sebasius filamen serta produk yang tepat untuk mengatasi masalah kulit wajah. Melalui konotasi, dr. Ziee mengajak audiens untuk memahami bahwa perawatan kulit adalah bagian penting dari identitas sosial dan penampilan yang sehat sehingga dapat meningkatkan kepercayaan diri individu. Mitos yang diidentifikasi dalam setiap video menyoroti pentingnya pengetahuan dalam memilih produk dan memahami kondisi kulit. Hal ini menunjukkan bahwa perawatan kulit bukan sekadar tren, tetapi merupakan tanggung jawab individu terhadap kesehatan diri mereka.

Kata kunci: semiotika, tiktok @dr.ziee, media sosial, pesan edukasi



## ABSTRACT

NINDY YULIANDA. *Semiotic Analysis on @dzice Tiktok Posts as Facial Skin Care Education Media* (supervised by M.Iqbal Sultan and Mah.Akhar)

This study aims to analyze the educational messages conveyed on the tiktok @dee post and analyze denotation meaning, connotation meaning, and myth of educational message about facial skin care on the tiktok @dr.ziee post. The research method used was qualitative descriptive using Roland Barthes semiotic analysis. The data of this research consisted of five tiktok @drzice posts obtained using observation technique on aikok @dzice video posts. The results of this study show that the posts uploaded by Dr. Zice display clear visual and verbal elements in conveying the educational message of facial skin care. For example, the use of a particular product, how it is used, and the avoidance of common errors are explicitly displayed. Dr. Zice provides detailed information on the correct technique and suitable products, and emphasizes the importance following the rules of facial skincare. Dr. Zice uses TikTok as an effective platform to educate the public, especially her followers on social media, Tik Tok nail skin care, which is reflected in the positive response of her audience. In the analysis of various educational messages conveyed in @drnice posts through denotation meanings, connotation meanings, and myths in each post, concrete information is presented, such as mistakes in washing the face, correct exfoliation techniques, as well as explanations of the right filaments and products to overcome facial skin problems. Through connotation meanings, Dr. Ziee invites audiences to understand that skincare is an important part of social identity and that a healthy appearance can boost an individual's confidence. The myths identified in each video highlight the importance of knowledge in choosing products and understanding skin conditions, suggesting that skincare is not just a trend, but it is an individual's responsibility to their own health.

Keywords: semiotics, Tiktok @dr.zice, social media, educational messages



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Berkembangnya jaman yang semakin modern ini, segala hal pun turut berubah, salah satunya adalah komunikasi. Komunikasi memiliki arti menyebarluaskan atau memberitahu. Jika dahulu komunikasi hanya dapat berlangsung secara tatap muka (face to face), sekarang komunikasi dapat dilakukan melalui media massa, kegiatan tersebut dinamakan komunikasi massa. Menurut Bittner dalam Romli menjelaskan bahwa: "massa communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people" yaitu "sebuah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang". Media massa pun telah terbagi menjadi media elektronik dan media sosial. Munculnya beragam jenis media sosial merupakan sebuah tanda dari perkembangan teknologi dalam mencari informasi. Dalam era konvergensi media saat ini, informasi pun tidak hanya berbentuk tulisan melainkan dapat berbentuk konten seperti video maupun foto yang telah dibuat oleh seorang konten kreator dan diunggah ke kanal media sosial milik mereka (Setiawan, 2023).

Komunikasi merupakan suatu hal yang tidak dapat terpisahkan oleh kehidupan manusia yang sebenarnya. Dari manusia itu dilahirkan telah melakukan berbagai interaksi kegiatan komunikasi dan sampai kapanpun

dan kapanpun manusia akan selalu dan akan tetap melakukan kegiatan komunikasi. Karena manusia adalah makhluk sosial



yang membutuhkan manusia lainnya untuk mempertahankan hidup. Manusia satu dengan manusia lainnya saling bergantung seperti simbiosis mutualisme. Hubungan tersebut akan tercipta antar manusia jika manusia itu melakukan komunikasi, baik itu secara langsung maupun tidak langsung. Dalam kegiatan komunikasi sudah pasti ada pesan yang ingin disampaikan. Pesan yang disampaikan dalam berkomunikasi membawa informasi yang disampaikan komunikator serta pesan juga dapat memberikan makna kepada siapa saja yang menginterpretasikannya.

Manusia memiliki kemampuan yang lebih dibandingkan dengan makhluk lainnya dalam hal berkomunikasi, yaitu kemampuannya menciptakan bahasa simbolik. Tiada manusia dalam aktivitasnya sehari-hari yang tidak melakukan proses komunikasi. Inilah yang menjadi hakikat pokok komunikasi. Komunikasi ada hubungannya dengan perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan untuk berinteraksi dengan manusia lainnya. Hampir setiap orang butuh untuk mengadakan kontak sosial dengan orang lain. Kebutuhan ini dipenuhi melalui saling pertukaran pesan yang dapat menjembatani individu-individu agar tidak terisolasi. Guna memenuhi kebutuhan berinteraksi untuk mengadakan kontak dengan realitas lingkungannya, maka digunakanlah bahasa dalam komunikasi manusia, baik bahasa verbal maupun nonverbal sebagai bentuk pesan yang digunakan oleh manusia. Keduanya (bahasa verbal dan nonverbal). Seperti



ngkapkan oleh L.E. Sarbaugh dalam definisinya: "Communication  
process of using signs and symbols which elicit meanings in another

person or persons". Komunikasi merupakan proses penggunaan tanda-tanda dan simbol-simbol yang mendatangkan makna bagi orang atau orang-orang lain.

Dalam proses komunikasi manusia, penyampaian pesan menggunakan bahasa baik verbal maupun nonverbal. Bahasa terdiri dari simbol--simbol. Simbol tersebut perlu dimaknai agar terjadi komunikasi yang efektif. Manusia memiliki kemampuan dalam mengelola simbol-simbol tersebut. Kemampuan ini mencakup empat kegiatan, yakni Kenarik, miary ini yang membedakan manusia dari makhluk hidup lainnya. Selain bahasa verbal, yang tak kalah penting adalah bahasa nonverbal Sementara itu, Edward T. Hall menyebutkan fenomena nonverbal ini sebagai "silent language". Untuk memahami bahasa verbal maupun nonverbal, dibutuhkan suatu ilmu yang mempelajari hal tersebut. Dalam kaitan ini, Semiologi adalah ilmu tentang tanda-tanda. Di sinilah pentingnya kita mempelajari semiotika, terutama semiotika komunikasi.

Kaitan penting antara komunikasi dan semiotika adalah komunikasi secara sederhana didefinisikan sebagai proses pertukaran pesan. Pesan terdiri dari tiga elemen terstruktur, yaitu: tanda, simbol, bahasa, dan wacana. Pesan dalam komunikasi yang melibatkan tanda-tanda tersebut haruslah bermakna (memiliki makna tertentu bagi pemakainya). Karenanya, tanda (dan maknanya) begitu penting dalam komunikasi sebab fungsi yang

tanda (sign) adalah alat untuk membangkitkan makna.





Semiotika atau Semiologi adalah studi tentang hubungan antara tanda (lebih khusus lagi simbol atau lambang) dengan apa yang dilambangkan. Ini sebenarnya bidang ilmu lama yang kini populer kembali. Kepopulerannya sejalan dengan semakin berkembangnya media dan teknologi komunikasi. Hubungan antara Semiotika dan Ilmu Komunikasi? Berikut penjelasan hubungan antara Semiotika dan Ilmu Komunikasi.

Semiotika sama saja dengan Ilmu Komunikasi. Hanya penamaannya saja yang berbeda, juga jalur perkembangan dan konsep-konsennya, yang secara implisit juga tokoh-tokohnya. Keduanya menyangkut studi tentang hubungan antara simbol dengan apa yang disimbolkan. Simbol adalah sesuatu yang mewakili sesuatu lainnya yang sifatnya sembarang. Artinya, kita dapat menjadikan apa saja sebagai simbol sejauh itu dapat diraba dan dilihat. Hanya saja, tidak ada hubungan alamiah atau pasti antara simbol dengan apa yang disimbolkan. Misalnya tidak ada hubungan hakiki antara angka 13 dan kesialan atau antara warna merah dan keberanian, meskipun kita kadang sulit membedakan keduanya. Hubungan cair di antara simbol dan apa yang disimbolkan membuat semiotika menarik dipelajari, namun sekaligus juga pelik mengingat makna suatu simbol berkaitan dengan berbagai taktor, terutama faktor budaya. Suatu teori Semiotika boleh jadi mengklaim hubungan yang "liar" antara simbol dan disimbolkan. Seseorang dapat saja menafsirkan suatu gambar



atau teks sekehendanya, berbeda dengan apa yang dimaksudkan pembuatnya. Pandangan itu misalnya dianut Roland Barthes dengan

adagiumnya "The death of the author".

Semiotika tumpang tindih dengan Ilmu Komunikasi. Jika kedua bidang itu berimpit, ada bidang yang sama, namun ada juga beberapa potongan bidang yang berbeda. Bidang yang sama ini menyangkut pengertian bahwa keduanya merupakan studi interpretif; keduanya menuntut penelitian yang datanya kualitatif. Maka semiotika tidak mengenal metode penelitian yang bersifat deduktif-positivistik, seperti eksperimen atau survei yang menggunakan perhitungan statistik inferensial yang datanya diperoleh melalui berbagai skala pengukuran seperti Skala Bogardus, Skala Thurstone, Skala Likert, Semantik-Diferensial, dan Skala Guttman.

Semiotika adalah salah satu pendekatan atau teori dalam Ilmu Komunikasi, yang termasuk ke dalam Perspektif Interpretif, yang dapat dibedakan dengan Perspektif Kritis dan Perspektif Objektif (empiris, ilmiah, positivistik). Argumen ketiga ini saya rasa paling cocok. Maka tidaklah salah jika buku ini diberi judul Semiotika dalam Riset Komunikasi. Hanya saja berbicara tentang perspektif, sering juga disebut paradigma, pendekatan, atau tradisi, para pakar tidak selalu sepakat apa saja yang disebut perspektif Ilmu Komunikasi.

Pada penelitian menggunakan teori semiotika Roland Barthes dalam meneliti postingan tiktok dr.ziee didasarkan pada kemampuan teori ini untuk



ai dan menginterpretasikan makna di balik setiap elemen video.

Barthes mengajarkan bahwa setiap tanda memiliki makna tersendiri

yang dapat dipecah menjadi dua tingkatan yakni denotasi (makna literal) dan konotasi (makna kultural dan asosiasional). Dengan menggunakan pendekatan ini, peneliti dapat mengungkap bagaimana dr.ziee menyampaikan pesan-pesan kesehatan dengan cara yang menarik dan mudah dipahami oleh audiens yang beragam, serta bagaimana audiens memaknai dan merespons pesan-pesan tersebut.

Teori semiotika Roland Barthes memberikan kerangka kerja yang komprehensif dan mendalam untuk meneliti konten TikTok dr.ziee. Melalui analisis ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih baik tentang cara penyampaian pesan kesehatan yang efektif di media sosial, serta dampaknya terhadap kesadaran dan perilaku kesehatan masyarakat. Teori semiotika memiliki kemampuan untuk menggali makna yang terkandung dalam simbol dan tanda yang digunakan dalam komunikasi. Semiotika memungkinkan peneliti untuk menganalisis bagaimana berbagai elemen dalam postingan TikTok, seperti teks, gambar, gerakan, dan musik, berinteraksi untuk menyampaikan pesan tertentu. Dalam konteks edukasi perawatan kulit, analisis semiotika dapat membantu mengidentifikasi cara-cara di mana informasi medis disampaikan dan diterima oleh audiens.

Semiotika menurut Roland Barthes mengungkapkan bahwa bahasa merupakan sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari masyarakat tertentu dalam waktu tertentu. Roland Barthes menggunakan

significant-signifie menjadi ekspresi dan signifie menjadi isi. Menurut Barthes, ekspresi dapat berkembang dan membentuk tanda baru,



sehingga ada lebih dari satu dengan isi yang sama. Pengembangan ini disebut sebagai gejala meta-bahasa dan membentuk apa yang disebut kesinoniman/synonymy (Maladi, 2020)

Media sosial sendiri bukan hanya sekedar media dan berbeda dengan media massa yang ada. Hal ini dikarenakan media sosial mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam mengubah banyak hal dengan mempengaruhi pendapat publik. Media sosial adalah saluran yang sangat cepat dan mudah diakses yang menyebarkan berita dan, setiap detik setiap hari, sejumlah besar orang mengakses dan berinteraksi dengan berita online (Setiawati & Pratiwi, 2022).

Media sosial pun kini telah menjadi jaringan yang memudahkan pertukaran informasi antar penggunanya, baik itu dari segi hiburan, pemasaran, bahkan hingga edukasi. Hal ini didukung oleh pernyataan yang menyebutkan bahwa media sosial merupakan salah satu media di internet yang banyak digunakan untuk meningkatkan pemasaran produk atau jasa. Dengan kemampuan media sosial untuk menyambungkan interaksi orang satu dengan lainnya dalam rentang nanodetik, penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran dapat dikatakan lebih hemat dan juga efisien.

Platform media sosial merupakan sarana komunikasi yang kuat yang dapat digunakan untuk mendidik pasien dan meningkatkan kesadaran publik tentang banyak penyakit dan masalah kesehatan pada kulit. Dalam



, media sosial mengubah sifat dan kecepatan interaksi perawatan antara individu dengan tenaga ahli kesehatan kulit. Penjelasan

ini pun sejalan dengan temuan yang juga melihat bahwa media sosial kini bukan hanya alat bagi konsumen untuk berbelanja tetapi juga merupakan platform yang digunakan oleh beauty influencer dan tenaga kesehatan, termasuk dokter kulit, untuk mendidik konsumen untuk membeli dan menggunakan produk yang tepat dan untuk memberikan saran mengenai prosedur estetika yang tepat.

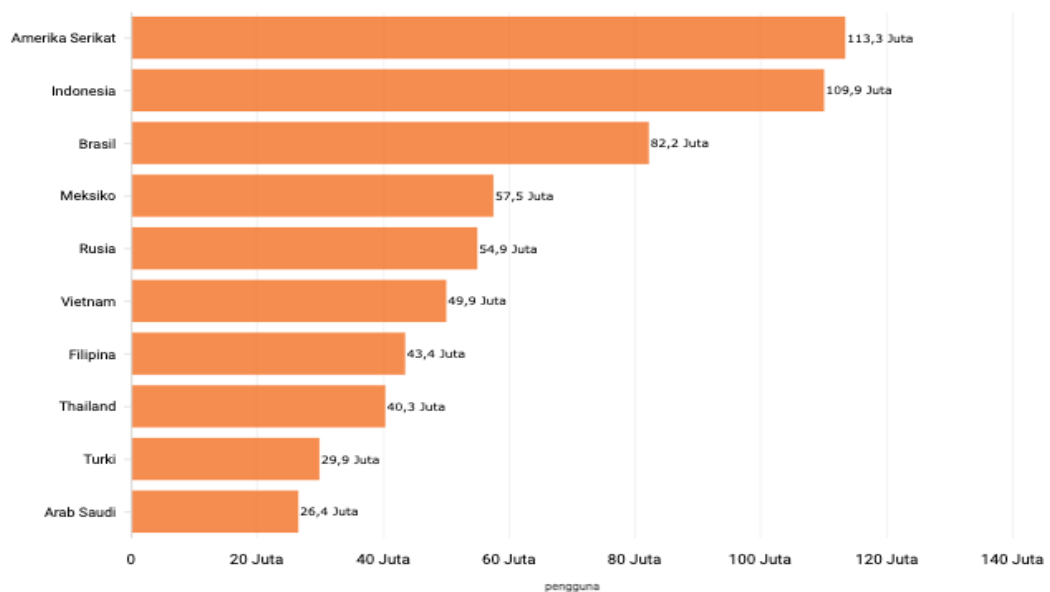
Media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat modern. Di antara berbagai platform yang tersedia, TikTok menonjol dengan popularitasnya yang terus meningkat, terutama di kalangan generasi muda. TikTok bukan hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga menjadi media yang efektif untuk berbagai tujuan edukatif, termasuk edukasi perawatan kulit. Salah satu akun yang menonjol dalam memberikan konten edukasi perawatan kulit adalah akun tiktok @dr.ziee. Konten yang disajikan oleh akun tiktok @dr.ziee memadukan pengetahuan medis dengan penyampaian yang menarik dan mudah dipahami, menjadikannya sumber informasi yang berharga bagi pengikutnya.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, media untuk berkomunikasi dalam sebuah media massa juga mengalami perkembangan. Dahulu, media yang digunakan ialah media cetak dan elektronik, dan sekarang beralih ke media berbasis internet, yang kemudian secara perlahan menjadi salah satu pemenuhan informasi yang dibutuhkan



. Beragam informasi dapat dinikmati lewat media internet yang n menjelaskan dirinya sebagai new media. New media merupakan

media yang berbasis internet, media online menggunakan teknologi, memiliki karakter fleksibel, dan juga memiliki potensi interaktif dan berfungsi secara privat maupun secara publik. Media baru new media online merupakan sarana komunikasi dimana bisa saling berinteraksi, berpendapat, tukar informasi, mengetahui berita melalui saluran jaringan internet serta informasi yang ddi dapat selalu terkini secara cepat dan lebih ringkas dalam menyampaikan informasi kepada pembava/klayaknya didapat selalu terkini secara cepat dan lebih ringkas dalam menyampaikan informasi (Kodir & Rizkianto, 2021).



**Gambar 1.1 Pengguna Media Sosial Tiktok di Dunia**

Fenomena Media Sosial Tiktok yang Populer di Seluruh Dunia, TikTok telah menjadi salah satu platform media sosial yang paling 10opular di dunia. Dalam laporan We Are Social dan Hootsuite, pada Januari 2023,

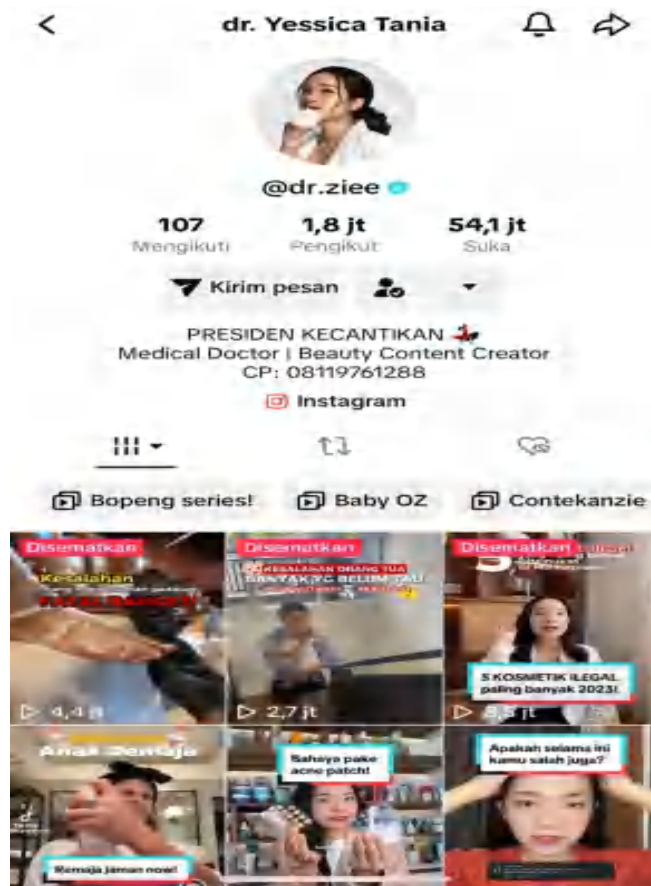


nemiliki 1,05 miliar pengguna di seluruh dunia. Jumlah pengguna gitu besar ini menempatkan TikTok di peringkat keenam sebagai

aplikasi media sosial dengan pengguna terbanyak secara global. Perlu dicatat bahwa pengguna TikTok di seluruh dunia mengalami peningkatan sebesar 18,8% dibandingkan tahun sebelumnya. Indonesia menduduki peringkat kedua dalam daftar negara dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak di dunia. Jumlah pengguna TikTok di Indonesia mencapai 109,9 juta pengguna. Fenomena TikTok telah menarik perhatian masyarakat Indonesia, terutama kalangan muda, yang gemar membuat dan menonton videopendek (Gittawati, 2023).

Tik Tok merupakan aplikasi yang berisikan video singkat dengan beragam cara penyampaian informasinya. Melalui Tik Tok, penggunanya bebas dalam berespresi dalam menyajikan suatu konten, mulai dari untuk hiburan, pengetahuan bahkan saat ini menjadi media informasi. Pada dasarnya aplikasi Tik Tok ini dapat menumbuhkan rasa kesenangan tersendiri bagi penggunanya. Kemunculan Tik Tok di mulai sebagai video lip-sync, serta beragam fitur seperti efek wajah, dll yang dimiliki Tik Tok untuk menarik perhatian. Dengan durasi yang singkat membuat penggunanya tidak akan bosan untuk scrolling untuk melihat beragam konten yang di unggah pengguna lainnya.





**Gambar 1.2 Akun tiktok @dr.ziee**

Tik Tok merupakan aplikasi yang berisikan video singkat dengan beragam cara penyampaian informasinya. Melalui Tik Tok, penggunanya bebas dalam bereskrepsi dalam menyajikan suatu konten, mulai dari untuk hiburan, pengetahuan bahkan saat ini menjadi media informasi. Pada dasarnya aplikasi Tik Tok ini dapat menumbuhkan rasa kesenangan tersendiri bagi penggunanya. Kemunculan Tik Tok di mulai sebagai video lip-sync, serta beragam fitur seperti efek wajah, dll yang dimiliki Tik Tok menarik perhatian. Dengan durasi yang singkat membuatnya tidak akan bosan untuk scrolling untuk melihat beragam yang di unggah pengguna lainnya.





Di era media sosial, pemahaman mengenai perawatan kulit semakin berkembang seiring dengan semakin banyaknya informasi yang tersedia, termasuk dari para profesional seperti Dr. Ziee, yang memberikan edukasi secara langsung di platform populer seperti TikTok. Media sosial, dalam hal ini, berperan penting sebagai sumber edukasi bagi masyarakat untuk belajar cara merawat kulit dengan benar. Namun, banyak juga informasi yang keliru atau tidak tepat yang dapat mengakibatkan salah kaprah dalam praktik perawatan kulit khususnya kulit wajah.

Perawatan kulit wajah bukan hanya sekadar tren, tetapi juga kebutuhan penting dalam menjaga kesehatan kulit serta meningkatkan rasa percaya diri. Kulit wajah yang terawat dapat membantu melindungi kulit dari paparan polusi, radikal bebas, dan kerusakan akibat sinar matahari yang berpotensi mempercepat penuaan dini dan memicu masalah kulit lainnya, seperti jerawat dan hiperpigmentasi. Dengan pendekatan semiotika, penelitian ini berupaya menganalisis bagaimana pesan-pesan edukasi tersebut dikemas dan diterima oleh audiens, serta bagaimana makna di balik perawatan kulit wajah dibentuk oleh simbol, narasi, dan standar kecantikan yang ada. Pemahaman akan makna di balik edukasi perawatan kulit wajah ini penting, mengingat bahwa persepsi dan standar kecantikan yang berkembang di masyarakat dapat memengaruhi cara orang merawat diri, kesehatan kulit mereka, dan juga kepercayaan diri.



Keunikan dari postingan tiktok Dr.Ziee adalah dalam setiap video, Dr.Ziee memberikan edukasi mengenai perawatan kulit, namun tidak secara langsung menyebutkan nama merek produk yang digunakan, meskipun produk tersebut terlihat dalam video. Produk-produk tersebut tidak di endorse oleh merek tertentu, namun Dr.Ziee memberikan rekomendasi produk yang sesuai dengan permasalahan kulit yang dibahas. Selain itu, Dr.Ziee aktif berinteraksi dengan pengikutnya melalui kolom komentar di tiktok, sering kali menjawab pertanyaan pengikutnya dengan memberikan penjelasan tambahan atau rekomendasi yang lebih spesifik. Pendekatan interaktif ini membangun kedekatan Dr.Ziee kepada pengikutnya dengan pengikutnya sehingga membuat pengikut tiktoknya merasa didengarkan. Keunikan lainnya yang penulis temukan adalah sejumlah komentar di beberapa postingan tiktok Dr.Ziee dimana Sebagian besar menyebutkan bahwa setelah mengenal konten Dr.Ziee di tiktok kondisi kulit mereka jauh lebih baik dan sehat daripada sebelumnya. Konten tiktok Dr.Ziee sangat memiliki pengaruh kepada pengikutnya di tiktok.

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana makna isi konten edukasi perawatan pada akun tiktok @dr.ziee dengan menganalisis menggunakan teori semiotika dan bagaimana isi pesan edukasi perawatan kulit pada akun tiktok @dr.ziee. Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang



“ANALISIS SEMIOTIKA PADA POSTINGAN TIKTOK @DR.ZEE SEBAGAI  
EDUKASI PERAWATAN KULIT WAJAH”

### **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana makna pesan edukasi mengenai perawatan kulit wajah yang di sampaikan melalui postingan TikTok @dr.ziee?
2. Bagaimana makna denotasi, konotasi, dan mitos dalam pesan edukasi tentang perawatan kulit wajah yang disampaikan dalam postingan TikTok @dr.ziee sebagai media edukasi ?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis makna pesan edukasi mengenai perawatan kulit wajah yang disampaikan melalui postingan TikTok @dr.ziee.
2. Untuk menganalisis denotasi, konotasi, dan mitos dalam pesan edukasi tentang perawatan kulit wajah yang disampaikan dalam postingan TikTok @dr.ziee sebagai media edukasi.

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian yang diperoleh dari penelitian ini yaitu manfaat teoritis dan praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis
  - a) Penelitian ini bisa menambah pengetahuan mengenai edukasi perawatan kulit menggunakan teori semiotika di media sosial.
  - b) Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumber referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian di bidang yang sama dengan penelitian ini.



## 2. Manfaat Praktis

- a) Penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang edukasi perawatan kulit pada akun TikTok @dr.ziee Hal ini dapat membantu semua pihak khususnya Wanita dalam pemilihan skincare dan bahan-bahan yang cocok dengan permasalahan kulit.
- b) Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dalam teori yang didapatkan selama masa perkuliahan dan membantu meningkatkan kesadaran politik di kalangan masyarakat. Dengan memahami bagaimana pesan edukasi mengenai perawatan kulit yang disampaikan melalui konten TikTok @dr.ziee dapat menjadi bermanfaat.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini tidak lepas dari penelitian terdahulu, karena dapat menjadi sumber referensi dan panduan bagi penelitian lebih lanjut terkait pengembangan penelitian yang relevan. Penelitian terdahulu menjadi sumber referensi yang berharga dan panduan yang memberikan konteks serta pemahaman mendalam terhadap studi ini. Penelitian ini bukan hanya berdiri sendiri, tetapi terintegrasi dengan hasil-hasil penelitian sebelumnya. Analisis literatur yang cermat terhadap penelitian terdahulu membantu peneliti dalam mengidentifikasi keberhasilan, kegagalan, temuan kunci, dan pendekatan-pendekatan yang telah diuji. Dengan merujuk pada kerangka kerja penelitian terdahulu, peneliti dapat mengidentifikasi kesenjangan pengetahuan, menciptakan pertanyaan penelitian yang relevan, dan merancang metode penelitian yang lebih efektif. Ada beberapa penelitian terdahulu yang ditemukan oleh peneliti sebagai dasar untuk membantu peneliti melakukan penelitian ini.

1. Penelitian pertama dilakukan oleh Anindhyta Ayu Larasati, Widiyatmo Ekoputro, dan Maulana Arief (2023) berjudul “**Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Konten Tiktok Swargaloka (Konten Video Pembuatan KTP EI)**” bertujuan untuk mengungkap makna denotasi



konotasi dalam video konten TikTok @swargaloka.sub milik penduduk Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan

pendekatan teori semiotika Roland Barthes, yang menyoroti bagaimana tanda-tanda dalam media dapat memiliki makna pada dua tingkat: denotatif (makna literal) dan konotatif (makna yang lebih dalam atau tersirat), serta bagaimana mitos terbentuk dari tanda-tanda tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan interpretif, di mana dua video TikTok dari akun @swargaloka.sub dianalisis. Konten pertama berjudul “Ngerti Ga Sih Cara Buat KTP Digital” mengandung mitos bahwa pembuatan KTP digital adalah proses yang lebih mudah dibandingkan metode konvensional.

Dalam video ini, KTP digital diwakili sebagai sesuatu yang bisa diakses dengan mudah melalui gadget yang selalu ada di genggaman, serta terdapat penggunaan kalimat bridging yang bersifat persuasif untuk mendorong warga menggunakan layanan tersebut. Konten kedua berjudul “Trauma Virus Kamu Nanya” mengandung beberapa mitos, termasuk bahwa aplikasi KNG (Kartu NIK Genggam) memudahkan warga dalam mengurus administrasi kependudukan, pegawai Dispendukcapil Kota Surabaya digambarkan sebagai ramah, serta ada kesan bahwa pegawai berhati-hati dalam menyampaikan informasi. Dari kedua video tersebut, penelitian ini mengungkapkan bagaimana pesan-pesan yang disampaikan oleh Dispendukcapil, melalui konten TikTok-nya, membentuk citra layanan yang lebih modern, efisien, dan ramah

lui konstruksi mitos-mitos tersebut.



Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa konten TikTok bisa menjadi media efektif untuk menyampaikan pesan-pesan institusi kepada publik, namun pesan-pesan tersebut dibangun di atas struktur mitos yang memperkuat narasi tertentu tentang kemudahan dan keandalan layanan yang disediakan.

2. Penelitian kedua dilakukan oleh Choirunnisa dan Hendy Setiawan (2023) berjudul "**Analisis Semiotika Standar Kecantikan Perempuan di Era Generasi Z Melalui Media Sosial TikTok: Akun TikTok Jharna Bhagwani, Nanda Arsyinta**" bertujuan untuk mengungkap bagaimana standar kecantikan perempuan di era Generasi Z direpresentasikan melalui media sosial TikTok. Penelitian ini menggunakan teori semiotika Roland Barthes, yang berfokus pada tiga level makna, yaitu denotasi (makna literal), konotasi (makna yang tersirat), dan mitos (narasi yang membentuk persepsi budaya). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis interpretatif terhadap unggahan video di dua akun TikTok terkenal, yaitu milik Jharna Bhagwani dan Nanda Arsyinta, yang merupakan influencer kecantikan populer di kalangan Generasi. Analisis semiotika Barthes berusaha memahami tanda-tanda yang digunakan dalam video tersebut untuk mengonstruksi makna kecantikan, baik pada level yang langsung terlihat (denotasi) maupun pada level yang lebih dalam dan bersifat budaya (konotasi dan mitos).



penelitian ini menunjukkan bahwa di era Generasi Z, standar kecantikan perempuan telah berubah. Perempuan Generasi Z memiliki

kebebasan untuk menentukan definisi kecantikan versi diri mereka sendiri, tanpa merasa perlu membandingkan diri dengan standar kecantikan tradisional atau dengan perempuan lain. Kecantikan tidak lagi hanya dilihat dari segi fisik atau apa yang tampak di permukaan, tetapi juga mencakup aspek internal seperti kepercayaan diri, individualitas, dan autentisitas. Ini merupakan perubahan dari konsep kecantikan yang lebih sempit pada generasi sebelumnya, yang lebih berfokus pada penampilan fisik semata. Penelitian ini juga menyoroti bahwa platform seperti TikTok memberi ruang bagi perempuan Generasi Z untuk mengekspresikan kecantikan mereka secara personal dan unik, yang mendobrak mitos-mitos kecantikan tradisional yang kaku. Konten yang diunggah oleh Jharna Bhagwani dan Nanda Arsyinta menggambarkan bahwa kecantikan dapat berasal dari keberanian untuk menjadi diri sendiri dan mencintai diri apa adanya. Adapun persamaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penggunaan metode analisis semiotika Roland Barthes untuk mencari makna di balik tanda-tanda yang muncul dalam media sosial. Namun, perbedaannya terletak pada objek penelitian: jika penelitian sebelumnya menganalisis konten TikTok dari perspektif institusi pemerintah, penelitian ini fokus pada representasi standar kecantikan perempuan di era Generasi Z melalui konten dari influencer kecantikan.





3. Penelitian ketiga dilakukan Nita Puspita Sari N dan Desy Mardhiah (2023) berjudul **"Makna Denotatif dan Konotatif Pulang Kampung oleh Pemudik (Kajian Semiotika Roland Barthes terhadap TikTok Dwiki Afrilian)"** bertujuan untuk mengungkap makna denotatif dan konotatif dari konsep "pulang kampung" yang direpresentasikan oleh pemudik dalam video TikTok karya Dwiki Afrilian. Video ini menarik untuk diteliti karena berhasil memadukan unsur hiburan dengan realitas kehidupan sehari-hari melalui ide kreatif yang sederhana namun bermakna mendalam. Video ini memenangkan penghargaan TikTok dalam kategori Best of Comedy, yang menunjukkan bahwa meskipun dikemas sebagai komedi, video ini juga membawa pesan sosial yang lebih luas. Penelitian ini menggunakan teori semiotika Roland Barthes, yang mengupas tanda-tanda dalam video untuk menemukan makna pada dua tingkat: denotasi (makna literal atau eksplisit) dan konotasi (makna implisit yang melibatkan interpretasi budaya dan sosial). Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan interpretatif, di mana video TikTok Dwiki Afrilian dianalisis untuk mengidentifikasi dan menjelaskan makna-makna yang terkandung di dalamnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa video TikTok berjudul "Suasana Subuh Pas Lagi Mudik ke Kampung" memuat beberapa lapisan makna. Pada tingkat denotatif, video ini menggambarkan aktivitas-aktivitas sederhana



terjadi di desa saat pagi hari, terutama ketika pemudik kembali ke kampung halaman mereka. Gambar-gambar yang disajikan dalam video

tersebut mengangkat momen-momen khas seperti suasana subuh yang tenang, kehidupan pedesaan yang sederhana, serta aktivitas rutin yang sering kali dianggap remeh namun memiliki nilai nostalgia yang kuat bagi pemudik. Pada tingkat konotatif, "pulang kampung" dalam video ini menunjukkan lebih dari sekadar perjalanan fisik kembali ke desa. Pulang kampung juga melambangkan interaksi sosial yang terjadi antara pemudik dengan keluarga, teman, dan lingkungan desa. Video ini secara tidak langsung menekankan pentingnya hubungan sosial, rasa keterikatan dengan akar budaya, serta kehangatan yang muncul dari reuni dengan orang-orang yang dekat. Selain itu, video ini menyiratkan nilai kebersamaan dan kerinduan yang dirasakan oleh banyak pemudik saat kembali ke kampung halaman setelah tinggal di kota. Melalui pendekatan komedi, pesan tentang pentingnya menjaga hubungan sosial dan nilai-nilai tradisional tersampaikan dengan cara yang ringan dan menghibur, tanpa kehilangan esensi makna. Penelitian ini menggarisbawahi bahwa video komedi di media sosial seperti TikTok dapat berfungsi tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai medium untuk menyampaikan pesan-pesan sosial yang lebih dalam, melalui penggunaan tanda-tanda yang sarat makna.

4. Penelitian keempat dilakukan oleh Adzkia Zahwa Azizah, Nanang Ganda Prawira, dan Gumilar Pratama (2022) berjudul **"Makna**



**ihagiaan pada Dunia Materialisme: Analisis Semiotika Barthes**  
**Video Iklan "Unsung Hero"** bertujuan adalah menentukan

denotasi, menjelaskan konotasi, dan memaparkan mitos yang terdapat dalam iklan “Unsung Hero”. Metode penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan semiotika Barthes. Data dikumpulkan dengan cara mengamati dan mencatat gambar. Data dianalisis menggunakan analisis data visual. Hasil penelitian menunjukkan terdapat 15 denotasi dan 15 konotasi. Mitos yang terdapat dalam iklan “Unsung Hero” ada 3, yaitu dunia modern erat dengan materialistis, merekonstruksi arti kebahagiaan dengan melakukan kebaikan, dan membawa isu kesehatan mental. Video iklan “Unsung Hero” merekonstruksi arti kebahagiaan dengan melakukan kebaikan. Tokoh utama dalam iklan tersebut tidak mendapatkan apa-apa, seperti menjadi terkenal atau hidup mewah, tetapi ia tetap tulus dalam melakukan kebaikan tanpa mengharapkan balasan apa-apa. Pemuda tersebut justru mendapatkan kebahagiaan yang tidak bisa dibeli dengan uang, yaitu kasih sayang dari makhluk hidup yang ia tolong.

## **B. Tinjauan Konsep dan Teori**

### **1. Analisis Isi**

#### **a. Pengertian Analisis Isi**

Analisis isi adalah teknik mengumpulkan dan menganalisis isi dari suatu teks, “isi” dalam hal ini berupa kata, arti (makna), gambar, simbol, ide, tema, atau beberapa pesan yang dapat dikomunikasi. Menurut Eriyanto

isis deskriptif adalah analisis isi yang dimaksudkan untuk menggambarkan secara detail suatu pesan atau sesuatu teks tertentu.



Desain analisis ini tidak dimaksudkan untuk menguji suatu hipotesis tertentu atau menguji hubungan diantara variabel. Analisis isi semata untuk deskripsi, menggambarkan aspek-aspek dan karakteristik suatu pesan. Analisis isi merupakan sebuah metode penelitian yang tidak menggunakan manusia sebagai objek penelitian. Analisis isi menggunakan simbol atau teks yang ada dalam media tertentu, untuk kemudian simbol-simbol atau teks tersebut diolah dan dianalisis. Analisis isi banyak dipakai dalam lapangan ilmu komunikasi, Bahkan, analisis isi merupakan salah satu metode utama dalam disiplin ilmu komunikasi. Analisis isi terutama dipakai untuk menganalisis isi media baik cetak maupun elektronik (Saefudin, M.W, 2021).

b. Tujuan Analisis Isi

Beberapa Tujuan analisis isi yaitu :

- 1) Menggambarkan karakteristik suatu pesan. Ini berarti bahwa analisis isi digunakan untuk menjawab pertanyaan mengenai apa isi dari pesan tersebut. Pertanyaan-pertanyaan seperti siapa yang menjadi sasaran pesan dan bagaimana proses komunikasi berlangsung menjadi fokus analisis ini. Pertanyaan "what" berkaitan dengan konten atau isi pesan, sedangkan pertanyaan "whom" digunakan untuk menguji hipotesis tentang isi pesan yang ditujukan kepada audiens tertentu.



- 2) Menarik Kesimpulan tentang Penyebab dalam Pesan Untuk menentukan penyebab pesan dapat dilakukan melalui analisis

konten. Maka dalam memahami motivasi di balik penciptaan dan penyebaran pesan dapat dibantu oleh analisis konten. Memberikan solusi untuk pertanyaan mengapa konten pesan disusun dengan cara tertentu adalah tujuan utama analisis konten.

Dengan demikian, analisis isi tidak hanya bertujuan untuk menggambarkan karakteristik pesan, tetapi juga untuk memahami mengapa pesan tersebut ada dan apa yang mendasarinya. Analisis ini membantu dalam mengungkapkan lebih dalam makna dan konteks pesan yang disampaikan.

#### c. Pendekatan Analisis Isi

Aspek lain dalam menyusun desain penelitian adalah pendekatan analisis isi. Apakah analisis isi dimaksudkan hanya untuk deskriptif atau lebih jauh ingin menguji hubungan diantara variabel? Merumuskan tujuan analisis isi merupakan bagian yang sangat penting dalam desain analisis isi. Penelitian yang tujuannya hanya untuk menggambarkan pesan, tentu berbeda dengan penelitian yang ingin menguji hubungan diantara variabel. Pendekatan analisis isi dibagi atas tiga bagian, yaitu:

- 1) Deskriptif Analisis isi Deskriptif adalah analisis isi yang dimaksudkan untuk menggambarkan secara detail suatu pesan, atau suatu teks tertentu. Desain analisis isi ini tidak dimaksudkan untuk menguji suatu hipotesis tertentu atau untuk menguji hubungan diantara



variabel. Analisis isi semata untuk deskripsi, menggambarkan aspek-aspek dan karakteristik dari suatu pesan.

- 2) Eksplanatif Analisis isi Eksplanatif adalah analisis isi yang didalamnya terdapat pengujian hipotesis tertentu. Analisis isi ini juga mencoba membuat hubungan antara satu variabel dan variabel lain. Analisis tidak hanya sebatas menggambarkan secara deskriptif isi dari suatu pesan, tetapi juga mencoba mencari hubungan anantara isi pesan ini dengan variabel lain.
- 3) Prediktif Analisis isi Berusaha untuk memprediksi hasil seperti tertangkap dalam analisis isi dengan variabel lain. Disini peneliti bukan hanya menggunakan variabel lain diluar analisis isi, tetapi juga harus menggunakan hasil penelitian dari metode lain seperti survei, eksperimen. Data dari dua hasil penelitian itu dihubungkan, dan dicari keterkaitannya.

## 2. Media Massa

Media Massa merupakan sarana menyebarkan informasi kepada masyarakat, media massa diartikan sebagai media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara masal dan dapat diakses oleh masyarakat banyak, ditinjau dari segi makna, media massa merupakan alat atau sarana untuk menyebarluaskan isi berita, opini, komentar, hiburan, dan lain sebagainya (Habibie, 2018).



a adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan ari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media

massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi. Perkembangan teknologi saat ini juga sangat mempengaruhi peran media massa, kebebasan media massa dan dukungan dari teknologi tersebut dapat menghadirkan dua kondisi, satu sisi akses informasi yang semakin mudah untuk masyarakat akan meningkatkan keasadaran masyarakat untuk ikut serta dalam penyelenggaraan pemerintahan yang pada akhirnya akan menciptakan kondisi yang demokratis, namun di sisi lainnya adalah kebebasan yang dimaksud tidak diiringi dengan tanggung jawab akan menimbulkan kebebasan yang tidak terarah. Teknologi memfasilitasi proses keterhubungan dalam skala yang lebih besar. Fenomena ini meningkat keterkaitan ekonomi, politik, masyarakat dan budaya dianggap sebagai globalisasi. Media disajikan sebagai alat untuk mempercepat proses ini dan menghilangkan batas.

Mc Quail (Habibie, 2018) mengemukakan beberapa asumsi pokok mengenai arti penting dari media massa seperti berikut :

- a) Media merupakan industri yang berubah dan berkembang yang menciptakan lapangan kerja, barang, dan jasa serta menghidupkan industri lain yang terkait. Contoh konkret dapat dilihat bahwa sejak reformasi tahun 1998 banyak institusi media baru, seperti jumlah televisi meningkat cepat. Sebaliknya, ditemukannya internet dan munculnya majalah digital membuat majalah Newsweek kehilangan



banyak pembacanya, dan akhirnya memutuskan untuk tidak terbit lagi.

- b) Media juga merupakan industri tersendiri yang memiliki peraturan dan norma-norma yang menghubungkan institusi tersebut dengan masyarakat dan institusi sosial lainnya. Contoh, pemberitaan media adakalanya bias atau menekankan sebuah isu dan mengabaikan isu lain karena isu ini dianggap isu yang sedang hangat dan penting untuk diketahui oleh banyak audiens.
- c) Media merupakan sumber kekuatan karena dapat digunakan sebagai alat kontrol, yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya. Contoh media dapat digunakan sebagai alat penjaga demokrasi karena berperan menyajikan berbagai opini masyarakat.
- d) Media merupakan wadah yang semakin berperan menampilkan peristiwa kehidupan masyarakat, baik yang bertaraf nasional maupun internasional. Contohnya, sering kali kita mengetahui lebih banyak tentang kegiatan pemilu di AS awal November lalu daripada tahu tentang kegiatan kampanye pilkada yang terjadi di provinsi lain di Indonesia.
- e) Media sering kali berperan sebagai wahana pengembangan kebudayaan, bukan saja dalam pengertian pengembangan bentuk seni dan simbol, tetapi juga dalam pengertian pengembangan tata cara, mode, gaya hidup, dan norma-norma.





- f) Media telah menjadi sumber dominan bukan saja bagi individu untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial, tetapi juga bagi masyarakat dan kelompok secara kolektif. Media juga menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan

### 3. Media Baru (New Media)

#### a. Pengertian Media Baru (New Media)

Media baru dideskripsikan sebagai produk teknologi komunikasi yang hadir bersamaan dengan komputer digital. Sebelum tahun 1980-an, media massa memaksimalkan penggunaan cetak dan model analog, seperti koran, televisi, sinema, dan radio. Namun sekarang hadir dengan bentuk digitalisasi.

New media (media baru/media online) memiliki kecepatan untuk melakukan sebuah interaksi, lebih efisien, lebih murah, lebih cepat untuk mendapatkan sebuah informasi terbaru dan ter-update informasinya. Kelemahannya pada jaringan koneksi internet saja jika jaringan internet lancar dan cepat maka informasi yang disampaikan kepada pembacanya dengan cepat serta harus ada juga koneksi internet dimana pun berada bersama media baru (new media/media online). Media online/media baru (New Media) masuk ke dalam kategori komunikasi massa, karena pesan yang disampaikan kepada khalayak

lewat media online / Media Baru (New Media).



b. Fungsi Media Baru (New Media)

Media baru memiliki fungsi sebagai berikut :

- (1) Sumber informasi yang cepat dan mudah diakses. Media baru memungkinkan aliran informasi untuk diakses dengan cepat dan mudah kapan pun dan di mana pun. Hal ini memudahkan individu untuk menemukan informasi yang mereka butuhkan tanpa harus mencari langsung ke sumber informasi secara fisik.
- (2) Fasilitas untuk transaksi jual beli. Media baru berperan sebagai platform untuk melakukan transaksi jual beli. Pengguna dapat dengan mudah memesan produk melalui internet atau menghubungi layanan pelanggan tanpa harus datang langsung ke toko fisik.
- (3) Sarana untuk hiburan digital. Sebagai media hiburan, media baru menyediakan berbagai jenis konten, seperti permainan daring, media sosial, video streaming, dan lain sebagainya yang dapat diakses oleh pengguna di seluruh dunia.
- (4) Media komunikasi yang efektif dan fleksibel. Media baru memungkinkan komunikasi yang lebih efisien dengan siapa saja, tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu. Bahkan, pengguna dapat melakukan video konferensi untuk berinteraksi secara real-time.
- (5) Platform untuk pembelajaran dan Pendidikan. Media baru menjadi sarana pendidikan yang praktis, misalnya dengan adanya e-book yang mudah diakses. Bagi siswa dan mahasiswa,



media ini membantu penyampaian materi belajar yang seragam, jelas, interaktif, serta menghemat waktu dan tenaga. Ini juga memungkinkan proses belajar berlangsung di mana saja dan mendukung perubahan peran guru menjadi lebih produktif.

#### d. Jenis Media Baru

Teknologi komunikasi tradisional, yang dulunya hanya terbatas pada bentuk media cetak atau elektronik sederhana, sekarang telah bertransformasi menjadi media digital yang jauh lebih interaktif dan fleksibel. Perubahan ini tidak hanya disebabkan oleh munculnya alat teknologi baru, tetapi juga oleh integrasi komputer dan jaringan siaran yang saling terkoneksi dalam membentuk suatu ekosistem informasi modern. Dengan berkembangnya internet dan world wide web (WWW), informasi dapat diakses, diproses, dan disebarakan dalam bentuk digital, yang mencakup teks, gambar, video, dan multimedia lainnya. Penggunaan media sosial adalah salah satu manifestasi paling nyata dari media baru. Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, dan YouTube memungkinkan penggunanya tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga menjadi produsen konten. Ini membuka jalan bagi partisipasi aktif dalam jejaring sosial global, di mana ide, pengalaman, dan informasi dapat dibagikan dengan cepat dan mudah. Media sosial juga memfasilitasi pembentukan komunitas digital yang tidak dibatasi

jarak geografis.



Selain media sosial, media baru juga mencakup alat teknologi lain seperti komputer, laptop, dan perangkat mobile yang memudahkan akses ke konten digital kapan saja dan di mana saja. DVD, VCD, serta pemutar media portabel juga menjadi bagian dari ekosistem media baru yang mendukung konsumsi konten digital. Sementara itu, teknologi seperti smartphone, video game, dan virtual reality memungkinkan pengalaman yang lebih imersif dan interaktif, memberikan pengguna kendali penuh atas cara mereka berinteraksi dengan informasi dan hiburan digital. Dengan demikian, teknologi yang sebelumnya terbatas pada media tradisional sekarang telah menjadi media digital yang menawarkan lebih banyak peluang untuk komunikasi dan kolaborasi.

#### 4. Media Sosial

##### a. Pengertian Media Sosial

Sederhananya, "media" mengacu pada sarana komunikasi, sedangkan "sosial" dalam "media sosial" mengacu pada realitas sosial setiap individu yang bertindak dan memberikan kontribusi kepada masyarakat secara keseluruhan. Salah satu bentuk media instan yang saat ini banyak dimanfaatkan untuk berbagai kepentingan adalah media sosial. Media massa tidak hanya digunakan sebagai metode komunikasi, tetapi juga sebagai sumber untuk memilah berbagai jenis informasi yang tersedia saat ini. Definisi media sosial telah ditetapkan

konsensus para profesional industri. Menurut pernyataan yang dibuat oleh pakar pemasaran Philip Kotler dan Kevin Keller, media



sosial adalah alat yang memungkinkan pelanggan berbagi teks, gambar, video, dan audio satu sama lain ataupun bisnis (Afarat, 2018).

Media sosial Merupakan aplikasi yang menggunakan pemanfaatan teknologi Internet. Teknologi internet sendiri juga dibangun berdasarkan teknologi Web 2.0 yang menjadikan adanya penciptaan user-granted content. Penciptaan user-granted content merupakan segala hal yang melingkupi isi yang dibuat untuk dihadirkan kembali oleh pengguna media ke pengguna media lainnya. Bisa dalam beragam bentuk seperti artikel, gambar, dan berbagai bentuk unggahan lainnya yang melekat pada media sosial seperti blog, forum, komentar pembaca, dan bentuk lain. Namun, yang perlu disadari dengan kemudahan tersebut, bahwa media sosial juga bisa dirubah berdasarkan waktu dan juga berdasarkan penciptanya atau bisa juga dirubah oleh sebuah komunitas. Media sosial juga menghadirkan dampak lain seperti kecenderungan orang berkomunikasi tanpa tatap muka, karena akan cenderung berkomunikasi melalui chat yang seringkali tersedia oleh media sosial. Keunggulan media sosial Tiktok yang bisa memberikan fasilitas kepada penggunaannya untuk memiliki medianya sendiri, membawa beberapa dampak. Salah satu dampak penggunaan media sosial Tiktok yaitu, pengguna media sosial cenderung memanfaatkan media sosial sebagai sarana eksistensi diri (Gittawati, 2023).



Internet telah berkembang menjadi platform media sosial yang  
sepanjang sejarahnya. Ada berbagai macam media sosial,

termasuk jejaring sosial, forum internet, weblog, microblogging, wiki, podcast, gambar, video, peringkat, dan bookmark sosial. Beberapa media sosial yang lebih populer termasuk TikTok, Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn, dan YouTube. media sosial adalah puncak dari kemajuan terbaru dalam teknologi berbasis web. Kemajuan ini mempermudah setiap orang untuk berkomunikasi, berpartisipasi, berbagi, dan membangun jaringan online, yang memungkinkan mereka untuk menyebarkan konten yang mereka buat secara lebih luas. Penggunaan media sosial tidak hanya mendorong dan memungkinkan penggunanya untuk terhubung dengan siapa saja, tetapi juga menyediakan alat dan layanan yang diperlukan untuk mengubah hobi menjadi sumber penghasilan. Ini dapat dicapai melalui penggunaan iklan, pemasaran afiliasi, atau penjualan suatu produk.

#### b. Fungsi Media Sosial

Media Sosial memiliki beberapa fungsi sebagai berikut :

- Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi web.
- Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience “one to many” menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak audience “many to many”.



- Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

### c. Manfaat Media Sosial

Media sosial merupakan bagian dari sistem relasi, koneksi dan komunikasi. Berikut ini sikap yang harus kita kembangkan terkait dengan peran, dan manfaat media sosial :

- Sarana belajar, mendengarkan, dan menyampaikan

Berbagai aplikasi media sosial dapat dimanfaatkan untuk belajar .melalui beragam informasi, data dan isu yang termuat di dalamnya.

Pada aspek lain, media sosial juga menjadi sarana untuk menyampaikan berbagai informasi kepada pihak lain. Konten-konten di dalam media sosial berasal dari berbagai belahan dunia dengan beragam latar belakang budaya, sosial, ekonomi, keyakinan, tradisi dan tendensi. Oleh karena itu, benar jika dalam arti positif, media sosial adalah sebuah ensiklopedi global yang tumbuh dengan cepat.

Dalam konteks ini, pengguna media sosial perlu sekali membekali diri dengan Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, Panduan Optimalisasi Media Sosial, kekritisian, pisau analisa yang tajam, perenungan yang mendalam, kebijaksanaan dalam penggunaan dan emosi yang terkontrol.



- Sarana dokumentasi, administrasi dan integrasi

Ber macam aplikasi media sosial pada dasarnya merupakan gudang dan dokumentasi beragam konten, dari yang berupa profil, informasi, reportase kejadian, rekaman peristiwa, sampai pada hasil-hasil riset kajian. Dalam konteks ini, organisasi, lembaga dan perorangan dapat memanfaatkannya dengan cara membentuk kebijakan penggunaan media sosial dan pelatihannya bagi segenap karyawan, dalam rangka memaksimalkan fungsi media sosial sesuai dengan target-target yang telah dicanangkan. Beberapa hal yang bisa dilakukan dengan media sosial, antara lain membuat blog organisasi, mengintegrasikan berbagai lini di perusahaan, menyebarkan konten yang relevan sesuai target di masyarakat, atau memanfaatkan media sosial sesuai kepentingan, visi, misi, tujuan, efisiensi, dan efektifitas operasional organisasi.

- Sarana perencanaan, strategi, manajemen

Akan diarahkan dan dibawa ke mana media sosial, merupakan domain dari penggunaannya. Oleh sebab itu, media sosial di tangan para pakar manajemen dan marketing dapat menjadi senjata yang dahsyat untuk melancarkan perencanaan dan strateginya. Misalnya saja untuk melakukan promosi, menggaet pelanggan setia, menghimpun loyalitas customer, menjajaki market, mendidik publik, sampai menghimpun respons masyarakat.





## 5. Tiktok

### a. Pengertian Tiktok

Tiktok adalah aplikasi yang memberikan special effects unik dan menarik yang dapat digunakan oleh penggunanya dengan mudah sehingga dapat membuat video pendek dengan hasil yang menarik serta dapat dipamerkan pada teman atau pengguna lainnya, dengan dukungan music yang banyak sehingga penggunaannya dapat melakukan performannya dengan tarian gaya bebas dan masih banyak lagi sehingga dapat mendorong kreativitas penggunanya menjadi content creator. Tiktok adalah platform bagi destinasi video singkat asal negeri tiongkok yang diluncurkan pada awal September 2016. Aplikasi ini mendapat banyak perhatian dari masyarakat karena merupakan aplikasi paling banyak diunduh. Tiktok pada dasarnya merupakan aplikasi sosial untuk berbagi video dengan durasi pendek dimana para pengguna adalah sebagai pembuat konten.

Dalam penguannya, ada beberapa faktor yang mempengaruhi orang menggunakan tiktok, diantaranya : faktor internal : sikap, perasaan, karakteristik individu, harapan, prasangka, fokus ( perhatian), proses belajar, minat, keadaan fisik, dan motivasi. Faktor eksternal : informasi yang didapatkan, latar belakang keluarga, latar belakang pendidikan, pengetahuan, dan kebutuhan sosial. Media berbasis web

juga bisa memuaskan mereka saat mereka memanfaatkannya, apalagi ketika mereka kehabisan tenaga dan jengkel,



kemudian mereka memainkan media online di tiktok ini, sehingga mereka merasakan perasaan itu tidak ada lagi. Sehingga bisa dikatakan media online tiktok ini bisa menjadi pengalih perhatian bagi para pelajar yang memanfaatkannya. Karenannya, eksplorasi ini menjadi bukti bahwa siswa menginvestasikan banyak energi dirumah bermain dengan ponsel mereka dengan membuat rekaman media berbasis web, tiktok. Hal ini menyebabkan mereka mengabaikan waktu belajar, selain itu mereka mengabaikan latihan yang berbeda sehingga mereka hanya mengingat apa yang mereka mainkan. Mengingat konsekuensi dari studi investigasi ini, pelajar harus memahami banyak bahwa dampak tersebut tidak berguna untuk latihan belajar mereka sehingga mempengaruhi prestasi belajar mereka menjelang akhir (Setiawati & Pratiwi, 2022).

Pengguna dapat mengunduh TikTok menggunakan aplikasi resmi Android yang tersedia di platform Google Play dan Appstore. Aplikasi TikTok telah mencapai popularitas global yang signifikan, melampaui 500 juta unduhan. Jumlah penayangan video hariannya telah mencapai angka 10 miliar, sementara basis penggunanya telah berkembang hingga 150 juta orang. Khususnya, Amerika Serikat dan Inggris adalah negara dengan jumlah pengguna aktif terbesar di platform ini. TikTok adalah platform media sosial yang baru-baru ini muncul yang memfasilitasi keterlibatan pengguna, memungkinkan individu untuk

nunjukkan identitas mereka, terlibat dalam pertukaran interaktif, mengunggah konten, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan menjalin



hubungan sosial virtual. TikTok memungkinkan pengguna untuk mengubah perangkat seluler mereka menjadi studio portabel, memfasilitasi ekspresi diri melalui materi video ringkas yang berdurasi sekitar 15 detik. Program ini menawarkan serangkaian efek khusus menawan yang menarik dan mudah digunakan, memungkinkan individu dari semua tingkat keahlian dengan mudah menghasilkan film yang mengesankan secara visual. Aplikasi ini menggabungkan beberapa peningkatan visual, termasuk efek gemetar dan menggigil dinamis yang diterapkan pada film yang diiringi musik elektronik, manipulasi warna rambut, penyisipan stiker tiga dimensi, dan atribut yang lebih dapat disesuaikan. Selain itu, produser konten memiliki kesempatan untuk meningkatkan kemampuan artistik mereka tanpa kendala apa pun dengan menggunakan beragam repertoar musik yang tersedia di TikTok. Faktor pembeda TikTok dibandingkan dengan platform media sosial lainnya adalah fasilitasnya dalam mengekspresikan diri pengguna dan menampilkan bakat.

Ada beberapa alasan platform media sosial tiktok menjadi populer di Indonesia yaitu :

- Video yang sesuai dengan realitas dan situasi umum Konten video yang disertai lagu yang dibuat oleh para konten kreator Tik Tok sesuai dengan realitas masyarakat yang dikombinasikan dengan hiburan, ngetahuan, dan fashion sehingga mudah menarik perhatian nonton.



- Layanan video pendek Dalam aplikasi Tik Tok pembuat konten dapat dengan bebas membuat konten video pendek dengan durasi 15 detik sampai 1 menit. Layanan video pendek ini dirasa lebih mudah dibuat dan lebih mudah menyebar dengan cepat dibandingkan video dengan durasi yang lebih panjang.
- Ide pemasaran yang menarik Aplikasi Tik Tok memberikan peluang pemasaran dengan menarik konsumen tanpa harus mengeluarkan biaya iklan, hanya cukup melalui meningkatkan isi konten yang menarik penonton agar video dapat menyebar dengan cepat.

#### b. Pengaruh Tiktok

Penggunaan tiktok yang mempengaruhi penggunaan tiktok terdapat dua faktor, yakni faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal seperti perasaan, sikap, karakteristik individu, perasaan, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi. Faktor eksternal seperti latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, hal-hal baru dan familiar atau ketidaksaingan suatu objek :

##### 1) Faktor Internal

Faktor internal yakni faktor yang berasal dari dalam diri seseorang seperti perasaan. Perasaan adalah suatu keadaan emosional atau peristiwa kejiwaan yang kita alami dengan senang atau tidak senang dalam hubungan dengan peristiwa mengenal dan



bersifat subyektif. Faktor internal juga bisa dikatakan sebuah proses belajar dalam penggunaan media sosial termasuk penggunaan aplikasi tiktok. Jadi dalam penggunaan media sosial seperti aplikasi tiktok tidak hanya untuk hiburan semata, tapi bisa juga untuk belajar berinteraksi terhadap orang-orang baru. Dilihat dari sisi negatifnya juga penggunaan aplikasi tiktok ini dapat membuat setiap orang memiliki rasa malas dan lupa dengan segala pekerjaan yang harusnya dilakukan.

## 2) Faktor Eksternal

Dalam aplikasi tiktok orang-orang memperoleh informasi dari berbagai video contohnya kejadian kapal tenggelam atau dalam bentuk rekaman lainnya dengan begitu cepat informasi kejadian tersampaikan kepada pengguna lainnya. Nasrullah mengatakan informasi menjadi identitas media sosial karena media sosial mengekreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Jadi, informasi adalah sesuatu yang sangat berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi tiktok.

### c. Konten Tiktok

Konten (content) merupakan informasi yang bisa berupa teks, gambar, suara, video, kata-kata yang diucapkan, simbol, music, bahasa, dan sebagainya. Konten yang berisi informasi ini biasanya



terdapat dalam suatu media atau produk elektronik yang sebagai dibuat untuk disampaikan kepada publik (Trianita Yanti, 2021).

Di era teknologi saat ini, konten adalah salah satu perwujudan dari eksistensi seseorang dalam menggunakan media sosial. Para pengguna sosial media akan mengekspresikan dirinya melalui sebuah konten yang dibuat lalu diunggah berupa video, teks, atau bentuk lainnya. Melalui suatu konten juga akan terjalin interaksi antar pengguna media sosial tersebut, biasanya berupa tanda “like” ataupun sebuah komentar yang ditujukan dalam konten tersebut. Ada 4 indikator konten yaitu :

- 1) Frekuensi pengguna media; kekerapan atau seberapa sering pengguna mengakses media sosial dan menonton konten video di tiktok.
- 2) Durasi menonton; Seberapa lama waktu yang dihabiskan pengguna saat mengakses media sosial dan menonton tiktok.
- 3) Isi Konten; konten memiliki manfaat seperti menghibur dan memberikan informasi.
- 4) Daya tarik kreator; ketertarikan yang terjadi karena adanya kesamaan antara pembuat konten dengan penonton tiktok yang mengikutinya.

## 6. Semiotika

Semiotika berasal dari bahasa Yunani yang berarti tanda. Semiotika



adalah ilmu tentang tanda. Contohnya adalah asap yang menandakan api. Bermula dari bidang bahasa, cabang ilmu semiotika

berkembang ke bidang seni dan juga desain. Semiotika merupakan kajian ilmu yang mengkaji tanda. Kajian semiotika menganggap kalau fenomena sosial dalam kebudayaan dan masyarakat adalah tanda-tanda (Shalekhah & Martadi, 2020).

Semiotika berbagai relasi itu diterjemahkan dalam pengertian “makna”. Kajian mengenai semiotika tersebut dapat dikaji melalui berbagai macam pendekatan, dimana dia menandakan bahwa kita hanya dapat berfikir dengan medium tanda. Manusia hanya dapat berkomunikasi lewat sarana tanda. Dalam hal ini, komunikasi yang terbangun adalah tanda-tanda dalam iklan yang terdapat pada Majalah Otomotif Autoexpert (Mukti et al., 2015).

Semiotika telah berkembang menjadi sebuah model sebagai suatu pembelajaran dari ilmu pengetahuan sosial yang memiliki unit dasar yang disebut tanda. Tanda terdapat dimana-mana ketika kita berkomunikasi dengan orang, memakai pakaian, makan, minum, dan ketika berbicara. Pada umumnya tanda mengandung 2 (dua) bentuk. Pertama tandamenjelaskan (baik secara langsung maupun tidak langsung tentang sesuatu dengan makna tertentu. Kedua, tanda mengkomunikasikan maksud suatu makna Tanda itu sendiri. Hal ini berkaitan dengan beragam tanda yang berbeda, seperti cara mengantarkan makna serta cara menghubungkannya dengan orang yang menggunakannya. Tanda adalah buatan manusia dan hanya bisa dimengerti oleh orang-orang yang

nakannya.



Dari gagasan batasan pengertian tersebut itu dapat diketahui adanya tiga unsur produk yang tercakup didalamnya, yakni, makna adalah hubungan antara bahasa dengan dunia luar, penentuan hubungan terjadi karena kesepakatan para pemakai, perwujudan makna itu dapat digunakan untuk menyampaikan informasi sehingga dapat saling dimengerti. Semua model makna memiliki bentuk yang secara luas serupa dan atau mirip. Masing-masing memperhatikan tiga unsur yang mesti ada dalam setiap studi tentang makna. Ketiga unsur tersebut adalah: a) tanda, b) acuan tanda, c) pengguna tanda. Tanda merupakan sesuatu yang bersifat fisik, bisa dipersepsi indera kita; tanda mengacu pada sesuatu diluar tanda itusendiri; dan bergantung pada pengamatan oleh penggunanya sehingga bisa disebut tanda. Saussure berpendapat lain, ia mengatakan: “Tanda terdiri atas bentuk fisik plus konsep mental yang terkait, dan konsep ini merupakan pemahaman atas realitas eksternal” (Fitri, 2017).

Penulis menggunakan semiotika Roland Barthes sebagai landasan teori pemaknaan dalam suatu disiplin ilmu yang mempelajari bagaimana manusia dapat memaknai hal-hal disekitarnya dengan mengkonstitusi dan mengkronstuksi dari sebuah tanda itu sendiri. Sebagai seorang penulis, Roland Barthes menggunakan dan mengembangkan analisis semiotika dari pemikir sebelumnya yaitu Ferdinand de Saussure.

. Pada sebuah metode analisis, terdapat beberapa model pendekatan



apat dilakukan untuk melakukan sebuah analisis semiotika, an model pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah



model analisis semiotika yang dikembangkan oleh Roland Barthes. tanda adalah “Kesatuan dari suatu bentuk penanda (signifier) dengan sebuah ide atau petanda (signified)” (Sultanatta & Maryam, 2019).

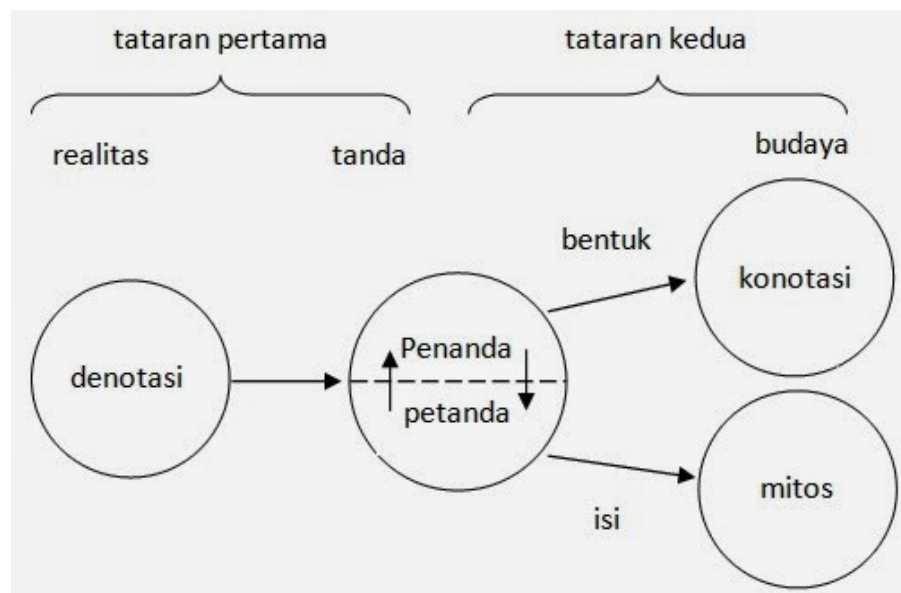
Roland Barthes meneruskan pemikiran tersebut dengan menekankan interaksi antara teks dengan pengalaman personal dan kultural penggunanya, interaksi antara konvensi dalam teks dengan konvensi yang dialami dan diharapkan oleh penggunanya. Gagasan Barthes ini dikenal dengan “order of signification”, mencakup denotasi (makna sebenarnya sesuai kamus) dan konotasi (makna ganda yang lahir dari pengalaman kultural dan personal). Di sinilah titik perbedaan Saussure dan Barthes meskipun Barthes tetap mempergunakan istilah signifier-signified yang diusung Saussure. Dalam ilmu semiotika, tanda menjadi konsep utama dalam menganalisis. Tanda dapat membantu manusia untuk memaknai pesan yang terkandung di dalamnya. Dalam sebuah tanda terdapat makna tersembunyi yang dapat dilihat melalui bentuk visual atau fisik yang mampu ditangkap oleh alat indera manusia untuk di representasikan hingga menghasilkan sebuah makna.

Teori Semiotika Barthes hampir secara harafiah diturunkan dari teori bahasa menurut Ferdinand de Saussure. Roland Barthes mengungkapkan bahwa bahasa merupakan sebuah tanda yang mencerminkan asumsi asumsi dari masyarakat tertentu dalam waktu tertentu. Teori semiotika



padangan Roland Barthes merupakan ekspresi yang dapat yang dan membentuk tanda baru, sehingga ada lebih dari satu

dengan isi yang sama. Hubungan antara penanda dan pertanda tidak terbentuk secara alamiah, melainkan bersifat arbiter. Bila Saussure hanya menekankan pada penandaan dalam tataran denotatif, maka Roland Barthes menyempurnakan semiologi Saussure dengan mengembangkan sistem penandaan pada tingkat konotatif. Barthes juga melihat aspek lain dari penandaan, yaitu "mitos" yang menandai suatu masyarakat (Wirianto & Girsang, 2016).



**Gambar 2.1 Model Semiotika Roland Barthes**

Dari gambar tersebut dapat dijelaskan bahwa signifikansi tahap pertama merupakan hubungan antara signifier dan signified yang disebut denotasi, yaitu makna sebenarnya dari tanda. Sementara itu, pada signifikansi tahap kedua, digunakan istilah "konotasi", yaitu makna yang subjektif atau paling tidak intersubjektif yang berhubungan dengan isi, tanda

nelalui "mitos". Mitos merupakan lapisan petanda dan makna yang alam.



a) Denotasi

Makna denotasi adalah makna literal (makna langsung) dari sebuah teks. Pada tahap ini menjelaskan relasi antara penanda (signifier) dan penanda (signified), dan antara tanda dengan objek yang diwakilinya (its referent) dalam realitas eksternalnya. Barthes menyebutnya sebagai denotasi. Denotasi merujuk pada apa yang diyakini akal sehat/orang banyak (common-sense), makna yang teramat dari sebuah tanda.

Makna denotasi merupakan makna pertama yang ada dalam sebuah kamus bahasa dan sesuai definisi di dalam kamus serta maknanya terbatas. Makna denotasi berada dalam makna awal dari sebuah teks, tanda, dan sebagainya. Dalam pengertian lain, makna denotasi merujuk terhadap yang diyakini akal sehat orang banyak (Riwu & Pujiati, 2018). Makna denotasi dapat disebut dengan makna yang mengacu pada apa yang dilihat oleh panca indera, bersifat murni dan realistis dari objek itu sendiri tanpa adanya tambahan apa pun. Denotasi disebut makna asli yang dimiliki oleh sebuah leksem yang serupa dengan makna leksikal. Selain itu, biasa disebut juga dengan makna sebenarnya yang tidak memiliki keterangan atau tafsiran dengan benda ataupun peristiwa lain. Imbuhan kata de pada kata denotasi memiliki makna wajar dan tetap, dengan pengertian lain yakni maknanya tetap memiliki arti yang sama dengan tulisan itu sendiri tanpa adanya imbuhan atau tambahan apa pun

idiyah, 2021).



Makna denotasi dianalogikan sebagai foto. Dalam sebuah foto terdapat suatu makna yang nampak yakni pesan tanpa kode. Pesan yang terdapat dalam sebuah foto merupakan pesan yang apa adanya tanpa tambahan apa pun, karena pemandangan yang ada difoto adalah sebuah realitas yang mudah terbaca. Namun, ketika pemindahan objek nyata ke dalam sebuah bentuk gambar, terjadi reduksi baik reduksi warna, ukuran, sudut pandang atau pun proporsi. Ketika memindahkan realitas ke dalam foto, tidak perlu membangun unit-unit terkecil layaknya kode dan objek realitas dengan perubahannya. Hal itu disebabkan karena ubahannya (gambar, foto, citra) tentu saja berbeda dengan realitas (Maulidiyah, 2021).

b) Konotasi

Berbeda dengan makna denotasi, makna konotasi merupakan makna tidak tetap, dimana kata dihadirkan pada perasaan dan pikiran penulis dan pembaca maupun pendengarnya. Makna konotasi dapat memberi muatan membawa makna mitos atau nilai budaya lewat proses sosial, yang memiliki tambahan nilai rasa, emosi, dan prasangka yang timbul melalui keterampilan berbahasa dan tak terduga. Makna konotasi merupakan makna yang sulit dimasukkan ke dalam kamus karena keluar dari makna denotasi atau makna sebenarnya dan untuk golongan tertentu. Ia ditambahkan pada makna denotasi yang berkaitan dengan

asa yang menggunakan kata tersebut (Septiana, 2019).



Pemaknaan konotasi merupakan sebuah istilah yang digunakan oleh Barthes untuk menjelaskan satu dari tiga tahapan kerja tanda, menjelaskan keterkaitan atau interaksi yang terjadi ketika sebuah tanda bertemu dengan emosi atau perasaan dari pengguna serta nilai-nilai kebudayaan dalam kebudayaan mereka. Barthes mengungkapkan bahwa faktor utama dalam konotasi adalah penanda dari sebuah tanda konotasi. Konotasi berkerja pada tingkatan subjektif sehingga kemunculannya tidak disadari oleh pengguna bahasa (Riwu & Pujiati, 2018).

Makna konotasi mengungkapkan sebuah ungkapan kata maupun kalimat yang diacunya. Acuan yang digunakan adalah makna asli yang diubah dalam bentuk kata lain. Makna ini lebih bertumpu pada nilai rasa yang beragam menurut budaya, pengalaman, dan masa. Ockham menjelaskan, *connotacion* adalah sebuah istilah yang arti primernya adalah objek yang digambarkan. Adapun konotasinya merupakan makna sekunder yang menandani subjek yang tersusun oleh penanda atau sistem pertama yakni denotasi. Seperti yang telah dijelaskan bahwa makna konotasi merupakan makna awal atau makna denotasi yang diberi tambahan dengan nilai rasa. Konotasi adalah hasil dari sebuah pengolahan terhadap realitas yang digunakan oleh penerima pesan atau masyarakat. Makna ini telah menjadi pandangan maupun pendirian



arakan mengenai apa saja yang telah disodorkan kepadanya. a konotasi bukanlah makna yang dapat dikonsumsi secara

langsung oleh masyarakat. Makna konotasi memerlukan telaah serta pemeriksaan mendetail guna mengetahui maksud sebenarnya yang diinginkan sebuah teks maupun gambar (Nurhidayah, 2017).

Munculnya teori makna denotasi dan konotasi banyak memberikan dampak positif dalam perkembangan ilmu pengetahuan. Salah satunya adalah lahirnya karya drama seperti film. Film merupakan bagian dari sebuah karya sastra. Seperti yang telah kita ketahui, film tidak terlepas dari pembahasan dan pengkajian makna. Banyak sekali makna, baik tersurat maupun tersirat, yang terkandung dalam setiap dialog yang disampaikan oleh para tokoh. Di sinilah penonton mampu menafsirkan berbagai makna yang diucapkan oleh tokoh sesuai dengan kondisi dan pikiran mereka seketika itu sehingga akan memunculkan makna konotasi dari tiap dialog yang diucapkan oleh para tokoh (Septiana, 2019).

Konotasi merupakan istilah yang digunakan Barthes untuk menjelaskan salah satu dari tiga cara kerja tanda di tahap kedua signifikasi tanda. Konotasi menjelaskan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pengguna dan nilai nilai di dalam budaya mereka. Bagi Barthes, faktor utama dalam konotasi adalah penanda tanda konotasi. Barthes berpendapat dalam foto setidaknya, perbedaan antara konotasi dan denotasi akan tampak jelas.

Denotasi adalah apa yang difoto, konotasi adalah bagaimana proses

ambilan fotonya (Nurhidayah, 2017).



Roland Barthes memaparkan dalam pernyataan “myth in fact belong to the province of a general science, coextensive with linguistic whit is semiology”. Dalam bukunya “mythologies” karya Roland Barthes, mitos diterjemakan dalam konteks modern. Barthes memaparkan beberapa pandangan mengenai fenomena-fenomena yang terjadi di Pracncis pada waktu masanya. Fenomena tersebut dilihatnya dari berbagai sisi yaitu secara logika, historis, naturan dan relitas yang ada. Hal itu dilakukanya hanya semata-mata agar orang dapat melihat kembali fungsi dan esensi yang tersembunyi (Septiana, 2019).

Roland Barthes menjelaskan cara yang kedua dalam cara kerja tanda di tatanan kedua adalah melalui mitos. Penggunaan lazimnya adalah kata-kata yang menunjukkan ketidakpercayaan penggunanya. Barthes menggunakan mitos sebagai orang yang mempercayainya, dalam pengertian sebenarnya. Mitos adalah sebuah cerita di mana suatu kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek dari realitas atau alam.

### c) Mitos

Mitos atau myth secara etimologi berasal dari Bahasa dari Yunani “mythos” memiliki arti speech, pemikiran atau cerita yang tidak diketahui keasliannya (rumor) \” menyatakan originally meant „speech” or word, but in time what the greeks called mythos was separated from, and deemed

or to logos. Laurence menambahkan dalam tulisannya pada awal orang yunani menyebut mythos terpisah dengan logos, yang



merupakan reason atau pernyataan yang lebih jelas. Konsep mitos muncul antara abad ke delapan dan keempat di mana terjadi keberagaman anggapan, dan antara mythos dan logos merupakan hal yang kontras. Roland Barthes mengartikan mitos sebagai “cara berpikir kebudayaan tentang sesuatu, sebuah cara mengkonseptualisasikan atau memahami sesuatu hal. Rolan Barthes menyebut bahwa mitos sebagai rangkaian konsep yang saling berkaitan” (Septiana, 2019).

Mitos adalah sistem komunikasi, sebab ia membawakan pesan. Maka itu, mitos bukanlah objek. Mitos bukan pula konsep ataupun suatu gagasan, melainkan suatu cara signifikasi suatu bentuk, Jika kita telusuri sejarahnya, mitos mengikuti dan berkaitan erat dengan ritual. Mitos adalah bagian ritual yang diucapkan, cerita yang dipergaan oleh ritual. Dalam suatu masyarakat ritual dilakukan oleh pemuka agama untuk menghindarkan bahaya atau mendatangkan keselamatan. Ritual adalah acara yang selalu dan setiap kali diperlukan, misalnya panan, kesuburan, hingga upacara kematian, lama kelamaan menjadi di pelajari dalam uraian dan narasi serta sistem komunikasi yang di dalamnya terdapat pesan. Kemudian muncul mitologi sebagai ilmu yang menjadi literatur sebuah mitos atau tubuh dari pewarisan mitos dari berbagai budaya. Kekayaan literatur dan budaya tersebut dapat memperluas mitologi (Septiana, 2019).



arthes memaparkan beberapa pandangan mengenai fenomena-fenomena yang terjadi di Prancis pada waktu masanya. Fenomena



tersebut dilihatnya dari berbagai sisi yaitu secara logika, historis, naturan dan relitas yang ada. Hal itu dilakukanya hanya semata-mata agar orang dapat melihat kembali fungsi dan esensi yang tersembunyi.

Roland Barthes menjelaskan cara yang kedua dalam cara kerja tanda di tatanan kedua adalah melalui mitos. Penggunaan lazimnya adalah kata-kata yang menunjukkan ketidakpercayaan penggunanya. Barthes menggunakan mitos sebagai orang yang mempercayainya, dalam pengertian sebenarnya. Mitos adalah sebuah cerita dimana suatu kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek dari realitas atau alam.

Ciri-ciri Mitos menurut Roland Barthes sebagai berikut :

- 1) *Deformatif*. Barthes menerapkan unsur-unsur Saussure menjadi form (*signifier*) concept (*signified*). Ia menambahkan *signification* yang merupakan hasil dari hubungan kedua unsur tadi. *Signification* inilah yang menjadi mitos yang mendistorasi makna sehingga tidak lagi mengacu pada realita yang sebenarnya. Mitos tidak disembunyikan; mitos berfungsi untuk mendistorasi, bukan untuk menghilangkan. Dengan demikian *form* dikembangkan melalui konteks linier (pada bahasa) atau multidimensi (pada gambar). Distorsi hanya mungkin terjadi apabila mitos sudah terkandung di dalam *form*.

- 2) *Intensional*. Mitos merupakan salah satu jenis wacana yang dinyatakan

ra intensional. Mitos berakar dari konsep historis.



3) *Motivasi*. Bahasa bersifat arbitrer, tetapi kearbitreran itu mempunyai batas, misalnya melalui afiksasi, terbentuklah kata-kata turunan baca-membaca-dibaca-terbaca-pembacaan. Sebaliknya, makna mitos tidak arbitrer, selalu ada motivasi dan analogi. Penafsir dapat menyeleksi motivasi dari beberapa kemungkinan motivasi. Mitos bermain atas analogi antara makna dan bentuk. Analogi ini bukan sesuatu yang alami, tetapi bersifat histori.

Selain teori signifikansi dua tahap dan mitologi, Barthes mengemukakan lima jenis kode yang lazim beroperasi dalam suatu teks yaitu :

- a. Kode Hermeuneutik ialah dibawah kode hermeuneutik, orang akan mendaftar beragam istilah (formal) yang berupa sebuah teka-teki (enigma) dapat dibedakan, diduga, diformulasikan, dipertahankan, dan akhirnya disikapi. Kode ini disebut pula sebagai suara kebenaran.
- b. Kode Proairetik merupakan tindakan naratif dasar (basic narrative action) yang tindakan-tindakannya dapat terjadi dalam berbagai sikuen yang mungkin diindikasikan. Kode ini disebut pula sebagai suara empirik.
- c. Kode Budaya sebagai referensi kepada sebuah ilmu atau lembaga ilmu pengetahuan. Kode ini disebut sebagai suara ilmu.
- d. Kode Semik merupakan sebuah kode relasi-penghubung (medium c code) yang merupakan konotasi dari orang, tempat, obyek yang ndanya adalah sebuah karakter (Sifat, atribut, predikat).



- e. Kode Simbolik merupakan suatu yang bersifat tidak stabil dan tema ini dapat ditentukan dengan beragam bentuk sesuai dengan pendekatan sudut pandang (Prespektif) pendekatan yang digunakan

Dalam analisis data ini, Peneliti menggunakan sistem signifikasi tiga tahap milik Roland Barthes yaitu, denotasi, konotasi, dan mitos. Dalam semiologi Roland Barthes, denotasi merupakan sistem signifikasi (pemaknaan) tahap pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua, dan mitos yang terakhir. Denotasi menggunakan makna dari tanda sebagai definisi secara literal yang nyata. Konotasi mengarah pada kondisi sosial budaya dan asosiasi personal.

### C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pikir merupakan sebuah gambaran singkat mengenai tahapan penelitian untuk memperkuat indikator dalam sebuah penelitian. Kerangka pikir adalah model konseptual tentang bagaimana sebuah teori berhubungan pada faktor masalah-masalah yang penting. Teori Sebuah teori diperoleh melalui serangkaian proses ilmiah, dengan demikian teori harus dapat diuji ulang kebenarannya. Itulah sebabnya ada suatu riset yang dilakukan bertujuan untuk menguji kebenaran suatu teori. Teori dalam kegiatan penelitian harus mampu menjelaskan, meramalkan dan mengendalikan fenomena (masalah) dan objek dalam penelitian. Seorang peneliti yang akan meneliti masalah pembelajaran maka ia harus mengkaji

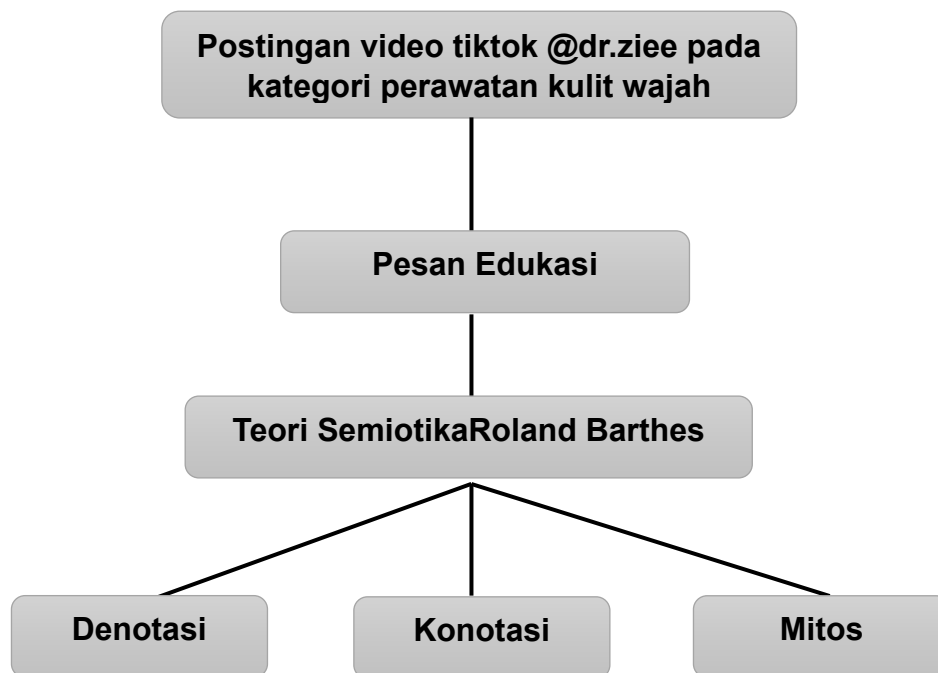


a teori perihal masalah pembelajaran bukan masalah sosial budaya politik (Surahman et al., 2020).

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Penelitian ini meneliti tentang bagaimana tampilan seksualitas pada tayangan animasi anak mempengaruhi anak-anak. Dalam mengungkap hal tersebut peneliti menggunakan analisis Semiotika Roland Barthes sehingga pembaca dapat memahami tanda pada tayangan seksualitas dengan menganalisis simbol, pemaknaan, serta denotasi dan konotasi yang terkandung dalam tayangan seksualitas tersebut.

Maksud dari kerangka berpikir sendiri adalah supaya terbentuknya suatu alur penelitian yang jelas dan dapat diterima secara. Sebuah kerangka pemikiran bukanlah sekedar sekumpulan informasi yang di dapat dari berbagai sumber-sumber, atau juga bukan sekedar sebuah pemahaman. Tetapi, kerangka pemikiran membutuhkan lebih dari sekedar data-data atau informasi yang relevan dengan sebuah penelitian, dalam kerangka pemikiran dibutuhkan sebuah pemahaman yang didapat peneliti dari hasil pencarian sumber-sumber, dan kemudian di terapkan dalam sebuah kerangka pemikiran. Pemahaman dalam sebuah kerangka pemikiran akan melandasi pemahaman-pemahaman lain yang telah tercipta terlebih dahulu. Kerangka pemikiran ini akhirnya akan menjadi pemahaman yang mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran lainnya.





#### D. Definisi Konseptual

1. Media Sosial adalah platform digital yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi, berinteraksi, dan berbagai konten, seperti teks, gambar, video, dan informasi, dengan orang lain secara daring (online). Contoh platform media sosial seperti Instagram, tiktok, facebook, dan twitter.
2. Tiktok adalah sebuah platform media sosial yang berbasis video pendek dimana pengguna dapat membuat, mengedit, dan membagikan video yang umumnya berdurasi 15 detik. Aplikasi tiktok dikenal karena penggunaannya yang cukup mudah, efek visual dan suara yang menarik, serta berbasis minat yang menampilkan video yang relevan untuk setiap pengguna tiktok.



3. Postingan tiktok @dr.ziee berupa konten edukasi mengenai perawatan kulit wajah yang di unggah guna memberikan edukasi kepada pengikutnya. Akun tiktok @dr.ziee salah satu akun tiktok yang memberikan edukasi mengenai perawatan kulit dan penelitian ini akan menganalisis konten edukasi perawatan kulit wajah, bagaimana postingan konten tiktok @dr.ziee disajikan dan bagaimana pesan-pesan edukatif dikomunikasi melalui platform media sosial tiktok.
4. Sebuah tanda dalam semiotika, tanda merujuk pada suatu elemen yang mewakili atau menggambarkan sesuatu yang lain. Konsep ini sering digunakan untuk memahami bagaimana bahasa, gambar, dan simbol berfungsi dalam komunikasi. Tanda terdiri dari sebuah penanda, yaitu bentuk atau sebuah ekspresi yang dapat dirasakan. Melalui tanda, kita dapat menguraikan bagaimana makna denotasi, konotasi, dan mitos disampaikan dan ditafsirkan dalam berbagai konteks, baik secara sosial maupun budaya. Pada peneltian ini menggunakan teori semiotika menurut Roland Barthes.

