

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Berkembangnya teknologi saat ini semakin cepat menghasilkan kemajuan dalam berbagai bidang, baik itu ekonomi, pendidikan, komunikasi maupun sosial. Seiring dengan kemajuan tersebut meningkat pula gaya hidup masyarakat dalam menyesuaikan diri dengan kecepatan itu sendiri (Salvinus dalam Khairunnisa et al., 2019). Era modern ini tentunya membuat masyarakat terpapar dengan media. Seiring berjalannya perkembangan zaman, kehadiran media semakin berkembang dan semakin beragam pula. Dari awalnya komunikasi dalam media berjalan satu arah, dimana arti penikmat media hanya bisa menikmati konten yang disajikan sumber media. Namun seiring perkembangan jaman, orang awam sebagai penikmat media tidak lagi hanya bisa menikmati konten dari media yang terpapar padanya, namun sudah bisa ikut serta mengisi konten di media tersebut (Watie, 2011)

Perkembangan teknologi memudahkan masyarakat mengakses hal apa saja dalam sehari-hari salah satunya melalui internet. Menurut (Oetomo, 2020), internet merupakan singkatan atau kependekan dari *international network*, yang didefinisikan sebagai suatu jaringan komputer yang sangat besar, dimana jaringan komputer tersebut terdiri dari beberapa jaringan-jaringan kecil yang saling terhubung satu sama lain. Ini menjelaskan bahwa jaringan komputer mencakup jaringan seluruh dunia. Salah satunya situs yang ada di internet yaitu Youtube.

Youtube merupakan situs berbagi media yang melengkapi penggunanya untuk saling berbagi media dalam bentuk video maupun audio. Youtube menjadi salah satu platform menonton video yang sangat populer saat ini. Saat ini masyarakat banyak menggunakan youtube dalam mencari informasi, melihat video trending, bahkan juga untuk menonton video hiburan seperti menonton film, vlog, podcast, mendengarkan lagu, ataupun menonton video tutorial.

Youtube sebagai situs berbagi video yang sangat populer dan terbuka. Peran youtube terus meningkat dalam publikasi konten video. Saat ini youtube merupakan platform yang masih aktif dalam *Social Media*. Peranan youtube sebagai *social media* paling aktif di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun.



**Gambar 1. 1 Survei Platform Social Media Paling Aktif di Indonesia**

sumber : <https://hootsuite.com>  
(diakses pada 1 Desember 2022, Pukul 22.00 WIB)

Kehadiran youtube menjadi salah satu media sosial yang banyak digemari oleh masyarakat masa kini. Pembaruan sumber daya periklanan google menunjukkan bahwa youtube memiliki 139,0 juta pengguna di Indonesia pada awal 2022. Angka ini berarti jangkauan iklan YouTube 2022 setara dengan 50,0 persen dari total penduduk Indonesia di awal tahun.

Untuk menempatkan angka-angka itu dalam perspektif, iklan youtube mencapai 67,9 persen dari total basis pengguna internet Indonesia (tanpa memandang usia) pada Januari 2022. Saat itu, 46,9 persen penonton iklan youtube di Indonesia adalah perempuan, sedangkan 53,1 persen adalah laki-laki. sumber: (<https://gaungmedia.com/2022/07/26/pengguna-sosial-media-dan-internet-indonesia-2022/>) (diakses pada 1 Desember 2022, Pukul 22.17 WIB)

Adanya interaksi antar pengguna youtube melalui *vlog* yang diunggah. *Vlog* adalah kependekan dari video *blog*. Jika blog berisi konten seperti artikel disertai gambar dan dibuat dengan cara ditulis, maka *vlog* merupakan konten berupa video yang dibuat dengan cara direkam (<https://jsp.co.id/apa-itu-vlog-pengertian-dan-jenis-vlog/>) *Vlog* digunakan sebagai sarana mengekspresikan diri dan membentuk citra mulai dari kebiasaan yang dilakukan, makanan yang disukai, cerminan diri, hingga berkunjung ke tempat mana saja. Seperti halnya, *vlog* milik Andre Taulany sebagai channel youtube, Taulany TV hadir memberikan konten-konten yang informatif dan

menghibur. Taulany TV adalah perusahaan milik pengisi acara sekaligus comedian Andre Taulany. Produksi dari Taulany TV mencakup konten yang berisikan konten komedi, video sehari-hari, video klip, dan lain-lain.

Salah satu konten dari channel youtube Taulany TV yang berjudul “Sidak Rumah Baru Kiky Saputri , Sukses Berkat Lapor Pak”. *Vlog* ini memberikan inspirasi dan motivasi yaitu perjuangan seorang Kiky Saputri merintis karir di masa muda. *Vlog* ini menceritakan hasil kerja keras seorang Kiky Saputri yang akhirnya membuat rumah baru untuk tempat tinggal yang diimpikannya selama ini.

Kiky Saputri adalah seorang komedian yang lahir di Garut, pada tanggal 22 Oktober 1993 merupakan anak pertama dari tiga bersaudara. Kiky Saputri terlahir dari keluarga sederhana yang terus menjadi juara kelas pada masa sekolahnya. Kejuaraan kelas di masa sekolah, Kiky Saputri meminta agar hadiahnya ditukar menjadi pengurangan biaya uang sekolah. Banyaknya lika-liku kehidupan seorang Kiky Saputri dari masa sekolah sampai saat ini. Awal merintis karir, Kiky Saputri pernah menjadi guru honorer hingga sampai sepulang kerja merasakan kegalauan percintaan, ia mencari hiburan dengan menonton *Open Mic* di *Cafe*. Ia merasakan kagum dengan para komika yang bisa menghibur orang lewat kesusahan hidupnya yang dialami.

Pengalaman Kiky Saputri yang awalnya merasakan tidak peraya diri saat *Open Mic* hingga akhirnya merasakan kenyamanan saat menjadi komika. Kiky Saputri mulai bergabung di komunitas *Stand Up Comedy* di Jakarta Pusat sampai mengikuti perlombaan dan memenangkannya. Akhirnya pada tahun 2018, Kiky Saputri ikut sebagai finalis *stand up comedy* musim ke 4. Walaupun tidak menjuarai dipertandingan tersebut, tapi dari sini banyak tawaran datang padanya, seperti: sinetron Masjid Yang Dirindukan pada tahun 2019, pada tahun 2020 ia menjadi pembawa acara di Dahsyatnya Raden Ayu, Dahsyatnya Ramadhan 2020, Dahsyatnya 2020, menjadi Ko-presenter Susi Cek Ombak, dan Ko-presenter The Sultan. Lalu ia juga bermain film di: *Imperfect: Karier, Cinta & Timbangan* dan *Imperfect The Series* (<https://www.dontsad.com/2021/03/profil-terlengkap-kiky-saputri-masa.html>). Saat ini Kiky Saputri menjadi pemain di Lapor Pak dimana sebuah acara komedi kriminal yang tayang pada *Channel TV* Trans 7 sejak 22 Februari 2021.

Kiky Saputri juga dikenal dengan komika yang jago *roasting* dan disebut ratu *roasting* dengan menyentil banyak pejabat maupun artis tanah air. Pada konten

Youtube Taulany TV “Sidak Rumah Baru Kiky Saputri, Sukses Berkat Lapor Pak”, kedatangan Andre Taulany sebagai komandan yang juga berperan sebagai komandan acara Lapor Pak dalam video vlog tersebut menunjukkan Rumah Baru Kiky Saputri yang didapatkan dari pendapatan karisnya sejak awal merintis sampai saat ini yang berkarir di acara TV Trans 7 “Lapor Pak”. *Vlog* ini menceritakan bagian rumah Kiky Saputri yang baru selesai dibangun.

*Vlog* Sidak Rumah Baru Kiky Saputri memperlihatkan Kiky Saputri melayani tamu dengan bagaimana mestinya dan sopan seperti penyambutan yang hangat dan guyonan ringan. Kiky Saputri juga memperlihatkan seisi rumah barunya yang elegan, bersih dan minimalis modern. Tak hanya itu, konten *vlog* ini memberi inspirasi dari kesuksesan yang didapatkan Kiky. Dilihat dari umur yang masih muda, Kiky Saputri dianggap gigih dalam bekerja dan hasil kerja kerasnya tersebut dipuji oleh Andre Taulany sampai terkagum melihat rumah Kiky sangat bagus.

Dalam *vlog* ini terlihat bahwa hasil kerja keras yang gigih dan inspiratif yang dimana usaha tidak mengkhianati hasil. Lewat Penelitian ini penulis ingin menulis representasi citra diri komedian Kiky Saputri yang terkandung dalam *vlog* ini. Pesan yang mempresentasikan inspirasi dan motivasi dari *vlog* tersebut akan dilihat dari tanda-tanda visual dan tanda-tanda verbal yang ditampilkan pada tokoh-tokoh yang terdapat pada *vlog* tersebut. Maka dari itu, tanda-tanda dan simbol yang terdapat pada *vlog* ini dapat dilihat atau diteliti dengan studi semiotika.

Tanda visual akan memberikan arti dan makna bagi para khalayaknya. Semiotika adalah ilmu tentang tanda, lambang, bahasa, fungsi tanda, dan produksi tanda. Studi semiotik mencakup tanda-tanda yang ada didalamnya, penggunaan tanda beserta hal yang berkaitan dengan tanda. Dengan kata lain, menurut Hegel (dalam Trabaut Jurgen, 1996) Biasanya tanda atau bahasa hanya disisipkan sebagai catatan dalam psikologi atau logika tanpa memperhatikan kepentingan dan keterikatannya dalam sistem aktivitas intelegensia. Sebuah tanda seharusnya ditempatkan pada suatu posisi, di mana intelegensia menghasilkan sesuatu yang bermakna dan meliputi unsur waktu dan unsur ruang, yang kemudian membentuk suatu gambaran mengenai suatu benda. Gambaran inilah yang kemudian direalisasikan dalam bentuk suatu benda yang nyata yang juga meliputi unsur waktu, unsur ruang, dan suatu pandangan. Dalam hal ini, tidak digunakan makna yang sebenarnya, karena suatu benda mempunyai makna

tambahan dan demikian pula halnya dengan pesan yang ingin disampaikan melalui suatu tanda.

Representasi berasal dari bahasa Latin yaitu *repraesentare* yang merupakan gambaran dari suatu keadaan dimana simbol, gambar dan hal lainnya yang berkaitan yang memiliki makna tertentu. Dalam kajian representasi terdapat jenis yang seringkali dihubungkan dengan kehidupan manusia. Representasi dalam kehidupan manusia berpacu pada kelompok masyarakat dan kebiasaan setiap manusia yang berbeda daripada individu lainnya. Representasi biasanya tercermin dalam kehidupan sehari-hari kita.

Citra diri adalah gambaran atau image yang dimiliki oleh orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi, dan produk. Citra diri dapat diartikan gambaran diri ataupun pandangan publik. Adanya citra diri merupakan gambaran diri yang diciptakan maupun diberikan oleh seseorang. Dimana citra diri tersebut sangat berpengaruh terhadap pola pikir dan pola tingkah lakunya dalam kehidupan sehari-hari dalam hubungannya dengan lingkungan sekitar.

Adapun keterkaitan yang tak terpisahkan antara representasi citra diri seseorang dengan public relations. Dimana representasi juga menggambarkan seseorang maupun suatu dengan makna yang diberikan sehingga kaitannya dengan public relations ialah proses menggali gambaran ataupun perilaku diri seseorang untuk memberikan citra maupun merek kepada audiens agar dapat diingat menjadi suatu merek atau *brand*. Dapat dikatakan representasi citra diri beriringan dengan cara seseorang mempengaruhi audiensnya agar memiliki nama dan dapat dikenal oleh publik.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik meneliti representasi Kiky Saputri dari tanda-tanda yang terkandung dalam *vlog* Taulany TV “Sidak Rumah Baru Kiky Saputri, Sukses Berkat Lapor Pak” menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes. Dalam analisis Barthes mencakup struktur makna yang meliputi makna denotasi dan konotasi. Denotasi dimengerti sebagai makna harfiah, makna yang sesungguhnya. Sedangkan konotasi, identik dengan operasi ideologi, makna yang berada diluar kata sebenarnya atau makna kiasan dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi makna-makna tersebut. Sedangkan mitos, Sedangkan, mitos pengkodean makna dan nilai-nilai sosial sebagai sesuatu yang dianggap alamiah. Sebaliknya, makna mitos selalu ada motivasi dan analogi.

Menurut penelitian terdahulu, dengan judul “Representasi Nasionalisme sebagai Personal Branding Suporter Bulutangkis Haryanto di Media Sosial” (Prasetyo et al., 2020) dengan hasil penelitian simbol-simbol yang merepresentasikan delapan konsep *personal branding* Haryanto sebagai supporter bulutangkis di Media Sosial. Personal branding Haryanto sesuai dengan delapan elemen pembentukan *personal branding* Peter Montoya. Melihat dari penelitian terdahulu, peneliti tertarik untuk menggunakan semiotika Roland Barthes dengan objek yang berbeda. Dimana peneliti menganalisis citra diri seorang Kiky Saputri sebagai seorang komedian.

Berdasarkan teori semiotika “Roland Barthes, peneliti tertarik meneliti representasi citra diri Komedian Kiky Saputri dalam *vlog* “Sidak Rumah Kiky Saputri, Sukses Berkat Lapor Pak”. Dalam penelitian ini peneliti membagi unit analisis menjadi 11 potongan gambar dan akan dianalisis menggunakan metode kualitatif pendekatan semiotika Roland Barthes.

### **1.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah yang telah diuraikan dapat ditemukan identifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana representasi citra diri komedian Kiky Saputri pada *vlog* Taulany TV “Sidak Rumah Kiky Saputri, Sukses Berkat Lapor Pak” dalam tingkat pemaknaan denotasi.
- b. Bagaimana representasi citra diri komedian Kiky Saputri pada *vlog* Taulany TV “Sidak Rumah Kiky Saputri, Sukses Berkat Lapor Pak” dalam tingkat pemaknaan konotasi.
- c. Bagaiman representasi citra diri komedian Kiky Saputri pada *vlog* Taulany TV “Sidak Rumah Kiky Saputri, Sukses Berkat Lapor Pak” dalam tingkat pemaknaan mitos.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai penulis melalui penelitian ini berdasarkan identifikasi masalah adalah:

- a. Mengetahui representasi citra diri komedian Kiky Saputri pada *vlog* Taulany TV “Sidak Rumah Kiky Saputri, Sukses Berkat Lapor Pak” dalam tingkat pemaknaan denotasi.

- b. Mengetahui representasi citra diri komedian Kiky Saputri pada *vlog* Taulany TV “Sidak Rumah Kiky Saputri, Sukses Berkat Lapor Pak” dalam tingkat pemaknaan konotasi.
- c. Mengetahui representasi citra diri komedian Kiky Saputri pada *vlog* Taulany TV “Sidak Rumah Kiky Saputri, Sukses Berkat Lapor Pak” dalam tingkat pemaknaan mitos.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Sebagaimana penelitian ini dibuat peneliti berharap, penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada dua aspek, yaitu manfaat akademis dan manfaat praktis.

##### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Secara akademis penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam kajian digital public relations khususnya bagi mahasiswa dengan konsentrasi *public relations* yang berkaitan dengan bagaimana menganalisa *vlog* dengan metode analisis semiotika dan menambah kontribusi literatur penelitian kualitatif khususnya yang berkaitan dengan representasi dan analisis semiotika.

##### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Secara praktis penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber referensi bagi pembaca dalam memaknai tata bahasa dalam konten *vlog* youtube.

Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat membantu pembaca untuk lebih peka dalam menyikapi sebuah tayangan di media massa terutama dalam konten *vlog* di youtube.

#### **1.5 Waktu dan Periode Penelitian**

Penelitian ini dilakukan secara sistematis menggunakan konten *vlog* youtube “Sidak Rumah Baru Kiky Saputri , Sukses Berkat Lapor Pak” sebagai objek penelitian serta memfokuskan kepada pemaknaan tanda-tanda dan pesan yang diinginkan dalam konten *vlog* tersebut.

Penulis juga melakukan analisis dengan teori Semiotika Roland Barthes terhadap objek untuk mendapatkan hasil dari penelitian yang dilakukan. Setelah nya peneliti mampu menyimpulkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Berikut merupakan tabel waktu dan periode penelitian:

**Tabel 1.1 Waktu dan Periode Penelitian**

Kegiatan	2022																2023															
	SEPT				OKT				NOV				DES				JAN				FEB				MAR							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Pengajuan pembimbing				■			■																									
Menentukan Topik Penelitian								■																								
Penelusuran Literature									■																							
Penulisan Proposal										■			■	■	■																	
Pra Riset											■		■	■	■	■	■	■	■	■												
Observasi																	■	■	■	■												
Pengajuan Proposal																					■											
Pengumpulan Data																					■	■										
Penelitian																						■	■									
Pengolahan Hasil Penelitian																						■	■									
Sidang Akhir																													■			