

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Waktu Penelitian .....	9
Tabel.2.1. Hasil Penelitian yang Relevan.....	18
Tabel 3.1 Unit Analisis Potongan Video Bintang Emon di Media Sosial Tiktok .....	28
Tabel 4.1 Adegan Pertama Video Tiktok Bintang Emon.....	38
Tabel 4.2. Adegan Kedua .....	39
Tabel 4.3. Adegan Keempat .....	42
Tabel 4.4 Adegan Keenam .....	45
Tabel 4.5. Adegan Kelima .....	43
Tabel 4.6 Adegan Keenam .....	45

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Aktif Aplikasi Tiktok di 8 Negara (April 2022).....	2
Gambar 1.2 Video Antara Najwa Shihab Dan Bintang Emon Di Media Sosial .....	5
Gambar 1.3 Video Antara Najwa Shihab Dan Bintang Emon Di Media Sosial .....	6
Gambar 1.4 Video Antara Najwa Shihab Dan Bintang Emon Di Media Sosial Tiktok.....	8
Gambar 2.1 Model Tanda Roland Barthes .....	11
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....	23
Gambar 3.1 Video RKUHP Tiktok Bintang Emon .....	26

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 .....	52
------------------	----

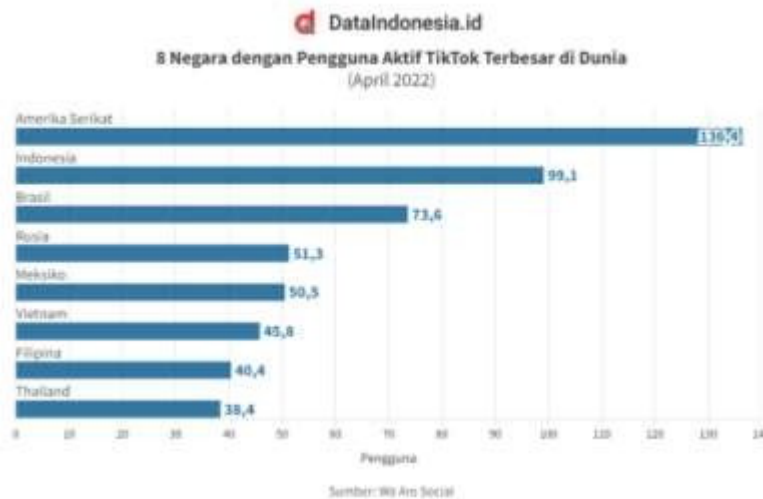
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Media adalah alat atau sasaran yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Jenis media yang kerap kali digunakan dalam proses komunikasi manusia pada umumnya ialah media yang digolongkan atas empat macam, yakni media antarpribadi, media kelompok, media public dan media massa. Jika khalayak tersebar luas tanpa diketahui di mana mereka berada, maka biasanya digunakan teori media massa. Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat – alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi.

Tiktok sebagai salah satu media sosial yang cukup marak dipergunakan dan yang viral saat ini. Tiktok yaitu media sosial yang tidak sedikit memperoleh perhatian masyarakat di seluruh dunia, khususnya Indonesia. Aplikasi bernama Tiktok merupakan media sosial yang dipergunakan untuk mengunggah video dengan waktu 15 detik hingga 60 detik, tidak hanya tempat mengunggah video Tiktok sendiri cukup digemari penggunaannya karena aplikasi ini disertai dengan berbagai fitur edit serta berbagai macam filter dan *background music* tambahan untuk video yang ingin diunduh. Di Indonesia sendiri Tiktok berkembang begitu pesat terutama sejak awal – awal masa pandemi berlangsung, karena keberadaan Tiktok semakin berkembang dengan munculnya konten – konten hiburan seperti *life hacks, tips and tricks, beauty product reviews, get ready with me*, konten bernyanyi, media untuk dijadikan promosi, *online shopping*, serta konten edukasi. Berdasarkan *AQ2grahanurdian.com* jumlah pengguna aktif bulanan Tiktok di Indonesia di bulan April 2022 mencapai 99,1 juta orang. Jumlah tersebut menjadikan Indonesia sebagai negara kedua terbesar pengguna Tiktok setelah Amerika Serikat.



**Gambar 1.1 Data Pengguna Aktif Aplikasi Tiktok di 8 Negara (April 2022)**

Berdasarkan data yang ada juga menunjukkan bahwa pengguna Tiktok di Indonesia menghabiskan waktunya untuk Tiktok 23,1 jam/ bulan. Berdasarkan data ByteDance Ads per April 2022, pengguna Tiktok mayoritas 56,1% perempuan dan 43,9% laki-laki. Di Indonesia 66% perempuan dan 65,9% di Filipina. Data lainnya dari kutipan website yang sama menunjukkan bahwa Tiktok menduduki urutan ke-7 di peringkat aplikasi media sosial pada tahun 2021. Tiktok sendiri pun berhasil mengalahkan aplikasi seperti Twitter, Snapchat, Pinterest, Reddit beserta Telegram. Berdasarkan data dari Statista yang tercatat pada bulan Juli 2021, sebanyak 22,2 juta pengguna aktif Tiktok di Indonesia per bulannya. Menurut data dari Sensor Tower, selama bulan Agustus 2020, Indonesia sebagai pengunduh terbanyak yang mencapai 11% atau 30,7 pengguna dari total unduhan Tiktok di dunia. Mayoritas pengguna aktif Tiktok yaitu anak muda yang termasuk dalam golongan remaja yang mana dikatakan generasi Z yang mana akrab dengan media digital. Data Global Web Index menunjukkan bahwa 41% pengguna Tiktok yaitu individu berusia 16-24 tahun (Pradipta, 2021). Data di web indonesiabaik.id, Tiktok menjelaskan di suatu wawancara bahwa usia rentang tersebut ada 60% pengguna perempuan (Anggraini, 2018).

Kebebasan berekspresi dan berpendapat merupakan sebuah bentuk pendukung terwujudnya negara dan masyarakat yang berkembang dan maju. Negara yang mengaplikasikan paham demokrasi, misalnya Indonesia. Bagi seseorang, kebutuhan yang berkaitan dengan kebutuhan untuk berekspresi dan berpendapat merupakan sebuah keadaan kemanusiaan yang universal. Kebebasan berekspresi dan berpendapat dinilai penting

dikarenakan empat hal yang mana mencakup: “(1) kebebasan berekspresi penting sebagai cara untuk menjamin pemenuhan diri seseorang dan juga untuk mencapai potensi maksimal seseorang; (2) untuk pencarian kebenaran dan kemajuan pengetahuan atau dengan kata lain, seseorang yang mencari pengetahuan dan kebenaran harus mendengar semua sisi pertanyaan, mempertimbangkan seluruh alternatif, menguji penilaiannya dengan menghadapkan penilaian tersebut kepada pandangan yang berlawanan, serta memanfaatkan berbagai pemikiran yang berbeda seoptimal mungkin; (3) kebebasan berekspresi penting agar orang dapat berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan, khususnya di arena politik; dan (4) kebebasan berekspresi memungkinkan masyarakat (dan negara) untuk mencapai stabilitas dan adaptasi/kemampuan beradaptasi”. Bagi negara demokrasi, isu kebebasan berekspresi dan berpendapat dikatakan penting dan signifikan dalam pembangunan negara. Mengingat pembahasan RKUHP masih bergulir penting kiranya menjelaskan juga terkait nilai HAM yang pro demokrasi, tetapi kenyataannya, beberapa pasal yang muncul tersebut justru membatasi masyarakat untuk menyatakan pendapatnya secara bebas, sehingga bermunculan kasus yang membawa para pengkritik pemerintah terancam dipenjarakan karena para pengkritik Pemerintah dianggap melanggar RKUHP tersebut.

Menurut (Jalli, 2021), dengan meluasnya popularitas Tiktok di Asia Tenggara, platform tersebut menjadi platform terbaru bagi kaum muda untuk mengekspresikan aspirasi politik mereka. Hasil penelitiannya menemukan sebuah keunikan pada algoritma Tiktok yang membantu meningkatkan jumlah view melalui iklan organik. Teknik ini membuat Tiktok berpotensi menjadi alat aktivisme politik strategis. Algoritme tersebut memungkinkan audiens di luar Asia Tenggara untuk terlibat secara aktif dengan konten tertentu, melalui berbagai interaksi dan suka melalui halaman *For You Page* (fyp). Budaya populer sendiri memiliki karakteristik, yakni budaya populer menciptakan tren, memiliki bentuk yang seragam, dapat beradaptasi dengan baik sehingga mampu dinikmati oleh publik secara luas. Meskipun begitu video atau konten yang dibuat dalam aplikasi Tiktok sendiri harus mengandung nilai – nilai positif dan bermanfaat bagi para penonton maupun penggunanya. Dari fenomena menjadi *viral* dalam Tiktok itulah komunikasi atau pesan yang ingin disampaikan oleh pihak *Creator* / pencipta dapat tersalurkan dan tersampaikan kepada *viewers*/ penontonnya. Tiktok sebagai media hiran yang memiliki pengaruh positif. Remaja bisa mengaplikasikan Tiktok sebagai seni mengeksistensikan dan mengimplementasikan diri

pada masyarakat. Selain itu juga sebagai ajak bakat dan kreativitas yang belum dapat tersalurkan dengan baik. Melalui konten kreatif Tiktok kemungkinan menjadikan orang menjadi terkenal sehingga ada kemungkinan menjadi influencer, selebgram, artis, dan You Tuber sehingga dapat menjadikan sebagai profesi yang menghasilkan uang. Menurut Deriyanto & Qorib (2018:56), Aplikasi media sosial seperti Tiktok memang tidak efektif dalam hal menyampaikan informasi dalam bentuk berita tetapi lebih kepada informasi dalam bentuk interaksi sosial, karena penggunaannya lebih banyak memandang Tiktok merupakan media sosial yang bersifat hiburan serta memperluas jejaring sosial. Kemudian media sosial seperti Tiktok dapat memengaruhi pengetahuan seseorang. Media sosial Tiktok tidak hanya digunakan untuk hiburan saja, tetapi juga dapat digunakan untuk menyampaikan aspirasi atau kritik terhadap fenomena yang dianggap penting untuk dikritisi. Serta Menurut Omar & Dequan (2020), Motif pengguna terlibat aktif dalam pemakaian TikTok salah satunya didorong oleh keperluan untuk mengekspresikan diri yaitu untuk menyampaikan pendapat bernada kritik dan sindiran terkait kondisi kehidupan sosial, budaya, dan politik.

Salah satu *Stand up Comedian* yang menggunakan media sosial Tiktok untuk mengekspresikan dirinya melalui konten-konten yang berisi satire adalah Bintang Emon. Nama asli Bintang Emon adalah Gusti Muhammad Abdurrahman Bintang Mahaputra yang lahir pada tanggal 5 bulan Mei Tahun 1996. Bintang Emon mendirikan Stand Up Indo Bandung. Ia dikenal sesudah menjuarai Stand Up Comedy Academy 3 pada tahun 2017 yang diadakan Indonesia. Ia meluncurkan suatu segmen baru di tahun 2020 yaitu Dewan Perwakilan Omel-Omel (DPO) yang berbentuk video dengan komedi yang diunggah dalam akun Instagram dengan waktu satu hingga tiga menit. Adapun tema dari konten itu bisa mencakup keresahan, peringatan, omelan, dan keluh kesah dari masyarakat sekitar. Video tersebut tidak hanya sukses dan membuat namanya terkenal namun juga sebagai perbincangan yang selanjutnya viral di media sosial.

Bintang Emon bukan hanya menggunakan Instagram untuk menyampaikan ide dan kritiknya terhadap Pemerintah, tetapi juga Bintang Emon menggunakan media sosial Tiktok untuk menyampaikan konten yang berisi Satire terhadap kebijakan-kebijakan Pemerintah. Menurut (Elyondi & Utomo), Bintang Emon merupakan salah satu bintang media sosial yang berpengaruh. Bintang Emon terkenal mulai dari media sosial tiktok. Media sosial Tiktok dijadikan Bintang Emon sebagai sarana dalam menyampaikan kritiknya dalam membangun

negara Indonesia yang lebih baik. Jurnalis terkenal Najwa Shihab yang terkenal sangat kritis terhadap Pemerintah pernah mengundang Bintang Emon di acara yang dinamakan dengan Narasi. Diundangnya Bintang Emon pada acara tersebut telah menunjukkan bahwa Bintang Emon adalah *Stand up Comedian* yang memiliki pengaruh yang besar bagi para Netizen di dunia maya di Indonesia. Pada video di Youtube Najwa Shihab yang diberi judul, Bintang Emon Soal Perebutan Kekuasaan di Atas, Bodo Amat telah ditonton sebanyak 721.304 orang dan mendapatkan komentar sebanyak 578 Komentar. Video antara Najwa Shihab dengan Bintang Emon dapat dilihat pada link berikut: [https://www.youtube.com/watch?v=rgP7lpn7M\\_E](https://www.youtube.com/watch?v=rgP7lpn7M_E). Salah satu pembahasan yaitu mengapa Bintang Emon menggunakan media sosial seperti Tiktok untuk menyampaikan kritik terhadap Pemerintah adalah media sosial Tiktok dianggap lebih praktis, penyebaran bisa massif, dan menjangkau semua kalangan. Walaupun, penyebaran media sosial melalui Tiktok juga memiliki konsekuensi karena video tersebut bisa saja terkena UU ITE,serta dampak keamanan bagi Bintang Emon sendiri dan orang-orang terdekatnya. Gambar video antara Najwa Shihab dan Bintang Emon di media sosial Youtube dapat dilihat dibawah ini.



**Gambar 1.2 Video Antara Najwa Shihab Dan Bintang Emon Di Media Sosial Youtube ([https://www.youtube.com/watch?v=rgP7lpn7M\\_E](https://www.youtube.com/watch?v=rgP7lpn7M_E)).**



Berdasarkan percakapan antara Najwa Shihab dan Bintang Emon di dalam video tersebut, Bintang Emon menyatakan bahwa penyampaian kritik dan ide yang ia sampaikan bisa saja membawa dampak yang tidak baik baginya, tetapi Bintang Emon sudah memikirkan dengan matang konsep dan hukumnya agar ia tidak dapat terjerat UU ITE. Salah satu contohnya, untuk 1 menit video yang ia buat membutuhkan 4 hari untuk mempersiapkan. Salah satu yang harus Bintang Emon pikirkan adalah gaya bahasa sindiran yang harus digunakan dalam video yang akan dishare ke Tiktok.



**Gambar 1.3 Video Antara Najwa Shihab Dan Bintang Emon Di Media Sosial**

Youtube (<https://www.youtube.com/watch?v=jD8aXJiJMI&t=820s>)

Jurnalis Najwa Shihab juga menyebutkan dan memperkenalkan pada salah satu video nya yang berjudul RKUHP SAH Begini Cara Bintang Emon, Joko Anwar, dan Abigail Bersuara Mata Najwa di Youtube pada link berikut : <https://www.youtube.com/watch?v=jD8aXJiJMI&t=820s> Bintang Emon sebagai salah satu komika Satire yang ikut turut serta aktif dalam menyuarakan keluh kesah dan kritiknya kepada pemerintah melalui video – video komikanya. Mengingat jam terbang serta peran penting Najwa Shihab dalam menyampaikan kritik dan apresiasinya melalui media masa maupun jurnalistik di Indonesia kepada para tokoh – tokoh penting di Indonesia. Bintang Emon yang terpilih sebagai salah satu komika yang diundang dalam acara RKUHP SAH yang diadakan oleh tim Najwa Shihab menjadi bentuk bukti nyata akan karya komikanya di kalangan khalayak luas Indonesia. Dalam video tersebut juga tidak lupa disebutkan oleh

Najwa Shibab bahwa jenis komika yang dilakukan oleh Bintang Emon adalah jenis keritik dalam bentuk Satire. Salah satu video yang menjadikan ia viral adalah saat Bintang Emon menyindir kasus penanganan Penyiraman air keras terhadap Novel Baswedan di media sosial yang berbunyi: *“Katanya enggak sengaja tapi kok bisa kena muka. Kan kita tinggal di bumi, gravitasi pasti ke bawah. Nyiram badan nggak mungkin meleset ke muka. Kecuali pak Novel Baswedan memang jalannya handstand”* kata Bintang Emon dalam videonya. *“Bisa lho protes, Pak hakim, saya niatnya nyiram badan. Cuma gara-gara dia jalannya bertingkah jadi kena ke muka. Bisa. Masuk akal. Sekarang tinggal kita cek, yang enggak normal cara jalannya Novel Baswedan atau hukuman buat kasusnya?”* tutur Bintang Emon. (<https://nasional.kompas.com/read/2020/06/17/07035591/bintang-emon-diserang-setelah-kritik-kasus-novel-komentar-istana-hingga>). Bintang Emon menggunakan gaya bahasa sindiran atau satire untuk mengkritik Pemerintah dalam melakukan penanganan kasus penyiraman air keras terhadap Novel Baswedan karena penggunaan gaya bahasa sindiran dapat membuat orang tertarik untuk mendengarkan dan melihat video tersebut.

Sindiran yang ditinjau dari pemakaian kata-kata sindiran memiliki kedudukan sentral dalam aktivitas komunikasi, secara verbal sebagai sarana menjalankan fungsi emotif bahasa. Fungsi yang dimaksud yaitu fungsi dalam menyatakan perasaan yang dirasakan yang mana dalam hal tersebut disebabkan adanya perasaan tidak senang ataupun tidak suka, dendam, benci, jengkel dan lainnya yang dipaparkan lewat kata-kata sindiran. Salah satu video yang menjadi contoh dan viral tersebut merupakan salah satu konten berbentuk sindiran atau satire yang pernah dibuat oleh Bintang Emon. Tetapi tidak berhenti disitu terlepas dari kritikan baru yang datang dari buzzer akibat video – video nya, Bintang Emon masih tersebut membuat konten – konten komika serupa dan salah satunya adalah Video Tiktok yang akan diteiliti oleh penulis yang berjudul *“Rkuhp penghinaan?”* yang di undah pada laman Tiktok Bintang Emon. Dan hasil komika pada Video Tiktok ini pun yang menjadikan Bintang Emon salah satu tamu penting dalam acara Najwa Shibab yang memiliki tema yang serupa yaitu telah di Sah kan nya RKUHP di Indonesia.



**Gambar 1.4 Video Antara Najwa Shihab Dan Bintang Emon Di Media Sosial Tiktok (<https://vt.tiktok.com/ZSLLBegen/?t=1>)**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian berfokus pada penggunaan gaya bahasa satire Bintang Emon dalam video kritiknya tentang hasil keputusan sidang atas disahkan nya RKUHP.

## 1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan penjabaran latar belakang penelitian yang telah diuraikan maka dapat temukan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana makna denotasi dari dalam video tiktok “RKUHP” Bintang Emon?
2. Bagaimana makna konotasi dari dalam video tiktok “RKUHP” Bintang Emon?
3. Bagaimana mitos parodi satire dalam video tiktok “RKUHP” Bintang Emon?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian, maka peneliti mengajukan tujuan penelitian:

1. Mengetahui makna denotasi dari dalam video tiktok “RKUHP” Bintang Emon?

2. Mengetahui makna konotasi dari dalam video tiktok “RKUHP” Bintang Emon?
3. Mengetahui mitos parodi satire dalam video tiktok “RKUHP” Bintang Emon?

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, kegunaan penelitian ini adalah:

a. Bagi Para *Content Creator*

Bagi para Content Creator bisa menggunakan hasil penelitian ini sebagai bahan dalam mempertimbangkan gaya bahasa satire apa yang akan digunakan untuk membuat kontennya lebih menarik dan sesuai dengan topik pembahasan.

b. Bagi Peneliti

Bagi peneliti bisa menggunakan hasil penelitian sebagai syarat untuk lulus sebagai sarjana Ilmu Komunikasi dan pengembangan ilmu pengetahuan yang didapat di perkuliahan.

c. Bagi Peneliti lainnya

Bagi peneliti lain bisa menggunakan hasil penelitian sebagai sumber untuk mendukung penelitian yang memiliki kajian yang relevan.

#### 1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di tempat kegiatan berlangsung, yaitu di Jakarta dan Bandung, Jawa Barat. Penelitian dimulai dari tahap pra penelitian di Bulan Oktober.

**Tabel 1.1 Waktu Penelitian**

No.	Tahapan Penelitian	Pencarian Tema dan Pra Penelitian	Menyusun BAB I, II, dan III	Desk Evaluation	Menyusun BAB IV dan V	Sidang Skripsi
1.	Oktober 2022					
2.	November 2022					
3.	Desember 2022					
4.	Januari 2023					
5.	Februari 2023					
6.	Maret 2023					
7.	April 2023					
8.	Mei 2023					
9.	Juni 2023					
10.	Juli 2023					

(Sumber: Olahan Peneliti, 2023)

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Rangkuman Teori**

##### **2.1.1. Media Massa**

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat – alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi. Berdasarkan pengertian ini dapat dijabarkan karakteristik dari media massa ialah sebagai berikut :

- a. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
- b. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau toh terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
- c. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, di mana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.
- d. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan sebagainya.
- e. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan di mana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.

##### **2.1.2. Gaya Bahasa**

Gaya bahasa sebagai retorika yaitu menggunakan kata dalam menulis dan berbicara yang bertujuan memberikan pengaruh bagi pendengar dan pembaca (AlMa'ruf,2009:15). Sehingga gaya bahasa bertujuan sebagai metode dalam mempengaruhi ataupun meyakinkan pendengar dan pembaca.

Keraf (2008:143) menjelaskan gaya sindiran sebagai acuan individu yang ingin menjelaskan suatu hal dengan maksud lain, yang mana meliputi antifrasis, innuendo, satire, sarkasme, sinisme dan ironi. Sudjiman (1993:3) menjelaskan bahwa gaya bahasa sebagai metode memakai bahasa dalam konteks untuk individu dan maksud tertentu. Satire yaitu mencakup kata-kata untuk menolak ataupun menertawakan suatu hal (Keraf, 2008:144). Satire juga mengandung kritik pada kelemahan individu dan mengharapkan perbaikan tertentu.