

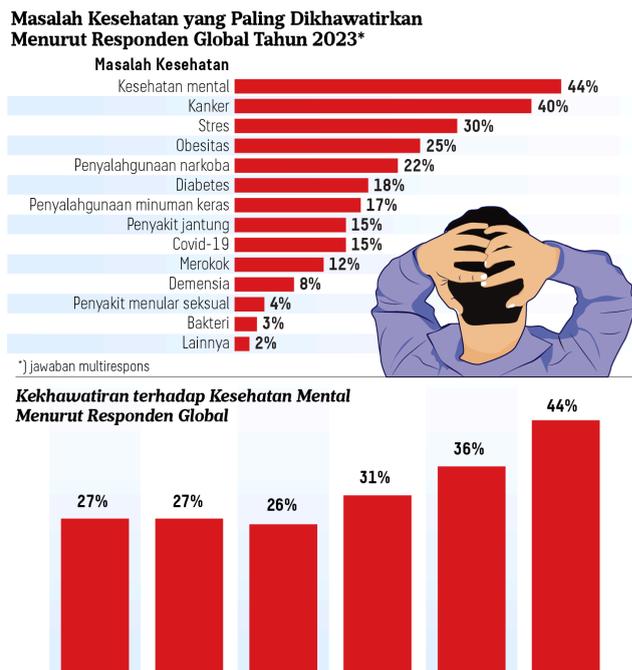
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kematian seseorang selalu meninggalkan perasaan sedih karena ditinggalkan orang yang kita sayang. Rasa yang muncul disaat kematian seseorang yaitu rasa berduka maupun kehilangan. Kehilangan itu sendiri didefinisikan oleh Potter & Perry (2014) dalam Julianti (2022) sebagai keadaan individu yang terpisah dari sesuatu atau seseorang yang sebelumnya ada kemudian, menjadi tidak ada. Sedangkan kedukaan menurut Papalia, Olds, & Feldman (2009) dalam Julianti (2022) merupakan respons dari individu secara emosional pada awal mula fase kehilangan. Menurut Harvey (1996) dalam Astuti (2016) mengatakan bahwa reaksi yang muncul setelah kematian seseorang adalah perasaan terkejut (*shock*), perasaan hampa (*feeling numb*), adanya penyangkalan (*denial*) dan perasaan yang naik turun termasuk depresi.

Kehilangan merupakan fenomena yang mempengaruhi jiwa orang yang mengalaminya, meskipun orang tersebut bertahan dengan ketahanan yang cukup besar dan mampu menimbulkan perasaan traumatik. Shear dalam Ausie & Mansoer (2020) mengartikan kedukaan sebagai, respon psikologis individu terhadap peristiwa kehilangan yang cukup kompleks karena melibatkan emosional, fisik, dan kognitif terhadap peristiwa yang terjadi. Sayangnya di Indonesia sendiri masih banyak ditemukan masyarakat atau mungkin dari orang terdekat kita yang menyangkal perasaan tersebut dan menanggapi perasaan itu sebagai hal yang tidak perlu harus berlebihan. Kondisi seperti ini yang mengakibatkan meningkatnya masalah kesehatan mental di Indonesia.



Gambar 1.1 Masalah Kesehatan yang Paling Dikhawatirkan Menurut Responden Global Tahun 2023

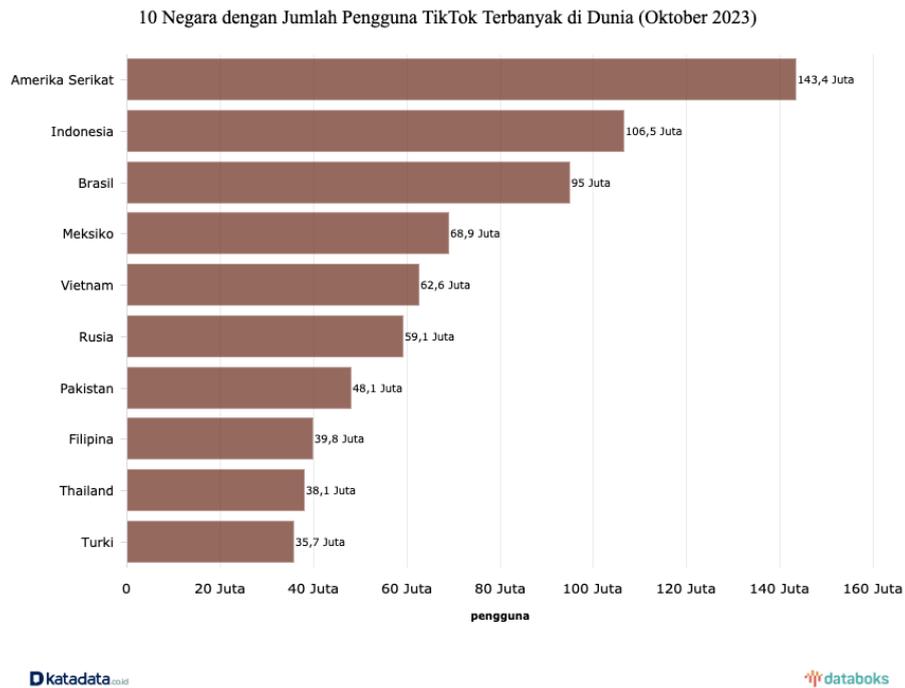
Sumber : kompas.id. diakses pada tanggal 09 Agustus 2024

Melihat data diatas bisa kita pahami bahwa masalah kesehatan menduduki peringkat pertama sebagai masalah yang dikhawatirkan menurut responden global pada tahun 2023. Kesehatan mental menjadi perhatian global, dengan laporan WHO 2019 yang menyatakan bahwa satu dari delapan orang, atau sekitar 970 juta orang di dunia, mengalami gangguan mental, terutama kecemasan dan depresi. Data 2023 dari *World Population Review* menempatkan Ukraina sebagai negara dengan tingkat depresi tertinggi, diikuti oleh Amerika Serikat, Australia, dan Estonia. Di Indonesia, terdapat 9,1 juta kasus depresi dengan prevalensi 3,7 persen, menunjukkan bahwa masalah kesehatan mental cukup serius. Data Riskesdas 2018 Kementerian Kesehatan juga mencatat bahwa satu dari sepuluh orang di Indonesia mengalami gangguan jiwa, dengan 6 persen menderita depresi dan 7 dari 1.000 orang mengalami skizofrenia.

Padahal di era yang sudah berkembang dan dalam segala aspek berubah menjadi digital memudahkan kita untuk mengakses berbagai fitur seperti layanan konseling *online* atau mencari informasi seputar kesehatan mental. Media sosial dapat digunakan sebagai sarana komunikasi yang menghubungkan pengguna secara menyeluruh. Apalagi media sosial sangat mudah diakses oleh masyarakat luas sehingga mempercepat arus informasi. Taprial dan Kanwar (2012) dalam Yuzmanizar, dkk (2020) mendefinisikan media sosial sebagai media yang digunakan seseorang untuk menjadi atau bersosialisasi secara online dengan cara berbagi konten, berita, foto, dan lain-lain kepada orang lain.

Media sosial sendiri terdiri dari beberapa aplikasi yang dapat digunakan dan dilengkapi dengan kelebihan masing-masing fitur bawaannya. Tentunya juga media sosial yang saat ini beredar di masyarakat memiliki manfaat untuk menjangkau informasi yang sekiranya tidak mudah ditemukan, seperti halnya mengenai kesehatan yang dimana biasanya dapat diketahui apabila mengunjungi rumah sakit atau berlangganan majalah-majalah tertentu. Namun, media sosial juga memiliki efek negatif, yaitu dapat menyebabkan kecanduan penggunaan media sosial, yang dapat mengubah perilaku dan cara berpikir seseorang (Drakel et al., 2018).

Salah satu media sosial yang sedang digandrungi masyarakat yaitu, Tiktok. Tiktok sendiri merupakan aplikasi jejaring sosial yang didirikan di Tiongkok, diluncurkan pada awal September 2016. Tiktok memungkinkan penggunanya membuat video musik pendek berdurasi hingga tiga menit yang dilengkapi dengan musik, filter, dan fitur kreatif lainnya. Tiktok kemudian menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh dari 2018 hingga 2019 dengan 45,8 juta unduhan, mengalahkan aplikasi populer lainnya seperti WhatsApp dan Instagram (Aji & Setiyadi, 2020). Aplikasi ini sangat banyak penggunanya di Indonesia dan bisa diperkirakan hampir setiap hari masyarakat membuka aplikasi ini diselang waktunya untuk mencari hiburan atau informasi. Pengguna Tiktok di Indonesia sendiri masuk dalam peringkat pengguna terbanyak di dunia urutan kedua setelah Amerika Serikat.



Gambar 1.3 Pengguna Tiktok Terbanyak di Dunia

Sumber : databoks.katadakta.co.id. diakses pada 28 Januari 2024

Penggunaan aplikasi Tiktok saat ini tidak hanya berfokus pada konten hiburan saja, melainkan sudah banyak konten kreator yang memulai isi kontennya pada bidang edukasi untuk menyebarkan dan memberikan *tips-tips* seputar edukasi untuk siswa hingga mahasiswa dan tentu masyarakat umum. Dokter-dokter spesialis pun juga turut terjun membuat akun Tiktok guna menyebarkan informasi mengenai masalah kesehatan melalui aplikasi Tiktok, khususnya dokter ahli psikologis mengambil jalan tengah dengan membagikan video-video yang berisikan tentang masalah-masalah kesehatan mental untuk para audiensnya.

Salah satu yang menarik dibahas dalam penelitian ini yaitu edukasi mengenai kedukaan atau *grieve* yang ada pada aplikasi Tiktok, dimana masalah kedukaan sendiri di Indonesia belum banyak dibahas lebih dalam terkait pengendalian perasaan berduka bagi siapa saja yang mengalaminya dan tanggapan dari munculnya perasaan kedukaan pada diri seseorang. Beberapa akun di Tiktok baik kreator yang berasal dari dalam negeri maupun luar, ada yang mengunggah konten seputar *grieve* atau kedukaan dengan versi yang berbeda-beda. Namun, diantara beberapa kreator tersebut mereka hanya membahas satu konten dalam satu akun mereka dimana

sebatas kata-kata bijak untuk orang yang mengalami kedukaan maupun menjelaskan *five stage of grieve*. Berbeda dengan akun Tiktok yang akan dianalisis pada penelitian ini yaitu pada akun Tiktok @thebarebear_, konten pada akun tersebut memiliki karakteristik sendiri dalam penyampaian edukasi terkait kedukaan dan dilengkapi elemen-elemen visual pendukung mengenai *grieve* atau kedukaan.

Tabel 1.1 Perbedaan Konten Kedukaan dari Beberapa Akun Tiktok

| Unsur Pembeda | The Bare Bear | Myanimation | Jiemi Ardian | Judithya Pitana |
|---------------|--|--|---|--|
| <i>Visual</i> | | | | |
| <i>Audio</i> | <i>Audio to text</i> dimana teks yang ada pada <i>video</i> menyesuaikan suara <i>dubbing</i> pada <i>video</i> | <i>Audio to text</i> teks yang dijelaskan pada <i>video</i> menyesuaikan dengan suara <i>dubbing</i> | <i>Audio to text</i> teks yang muncul sama dengan suara percakapan pembawa konten | <i>Audio to text</i> suara yang muncul ditampilkan kembali dengan teks seperti <i>subtitle</i> |
| <i>Text</i> | Tulisan pada konten menjelaskan sesuatu yang terjadi diimplementasikan dengan peradeganan beruang mengenai kedukaan. | Teks atau tulisan yang muncul pada <i>video</i> hanya menjelaskan mengenai 5 <i>stage of grief</i> dan tanpa didukung penjelasannya. | Teks pada <i>video</i> menyebutkan 5 <i>stage of grief</i> dilengkapi dengan penjelasan tahapan tersebut. | Pada akun terakhir teks yang muncul juga hanya menjelaskan mengenai tahap kedukaan dan penjelasan dari tahap tersebut. |
| Isi Konten | Edukasi mengenai kedukaan | Penggambaran psikologi secara umum | Edukasi mengenai masalah | Edukasi mengenai masalah sosial, |

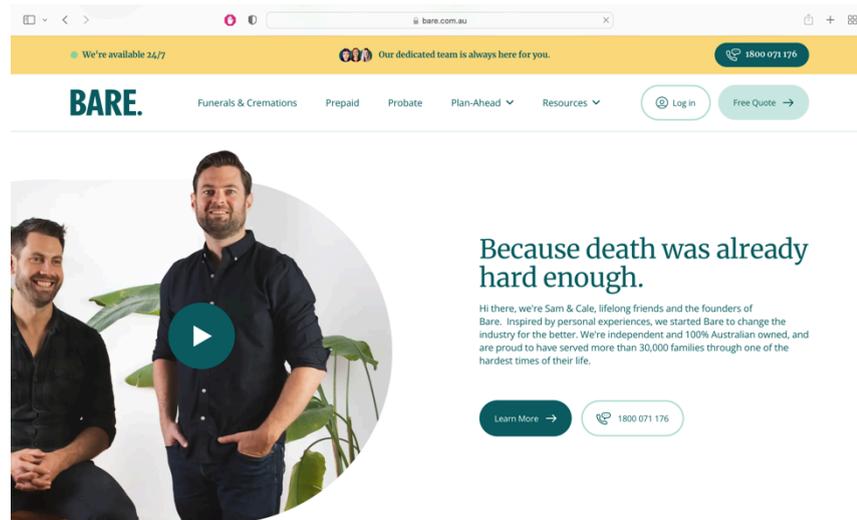
| | | | | |
|------------------------------|---|-------------------------|-------------------------------|--|
| | | | kejiwaan dan kesehatan mental | kesehatan mental dan <i>beauty influence</i> |
| <i>Followers</i> | 54.000 | 2.000.000 | 368.000 | 16.800.000 |
| Latar Belakang Akun/ Kreator | <i>Platform</i> yang berfokus seputar kedukaan dan jasa kremasi | <i>Digital animator</i> | Psikiater dan hipnoterapis | <i>Digital creator</i> |
| Pengelola Akun | TIM | Individu | Individu | Individu |

Sumber: Olahan Peneliti, 2024.

Dari tabel diatas merupakan perbandingan beberapa akun Tiktok yang akhirnya sebagai bahan pertimbangan peneliti dalam memilih objek penelitian. Pada keempat akun memiliki beberapa perbedaan yang menjadi bahan pertimbangan peneliti. Dari keempat akun hampir semuanya memiliki bahasan konten mengenai kedukaan. Namun, yang menjadi pertimbangan mengapa akun @thebarebear_ dipilih yaitu akun Tiktoknya terdapat berbagai macam konten kedukaan yang dapat diambil untuk dilakukan analisis. Selain itu *platform* The Bare Bear sendiri mendapatkan beberapa penghargaan sebagai *Customer Service Organisation of The Year* pada tahun 2021, *Finder awards 2021*, *Australian Service Excellence Awards 2020* dan *Most Innovative Company*. Pada visual yang ditampilkan pada konten akun tersebut mendukung untuk dianalisis karena elemen-elemen yang ada pada setiap konten menarik untuk dianalisis menggunakan semiotika lima kode naratif dari Roland Barthes. Selain dari segi *visual*, peneliti menyadari teks yang muncul pada konten bisa dikatakan cukup melengkapi sebagai unsur bahan pendukung penelitian.

Akun pada aplikasi Tiktok tersebut yaitu @thebarebear_ merupakan akun yang mengunggah konten-konten berisikan bagaimana cara untuk menghadapi perasaan berduka atau *grieve* dan menikmati prosesnya untuk sembuh sebagai normalisasi dari perasaan kedukaan tersebut. The Bare Bear sendiri salah satu platform yang tidak hanya berfokus pada konten tiktok , namun Bare ini merupakan salah satu jasa kremasi yang ada di Australia. Sam dan Cale merupakan sosok dibalik penemu adanya Bare ini. Mereka hadir dengan tujuan membantu seseorang yang mengalami kedukaan dengan mengubah cara pandang terhadap kematian, dari bagaimana cara

mengucapkan selamat tinggal kepada orang yang dicintai, mengelola barang peninggalannya dan bagaimana seharusnya mengatasi kesedihan bagi yang mengalaminya.



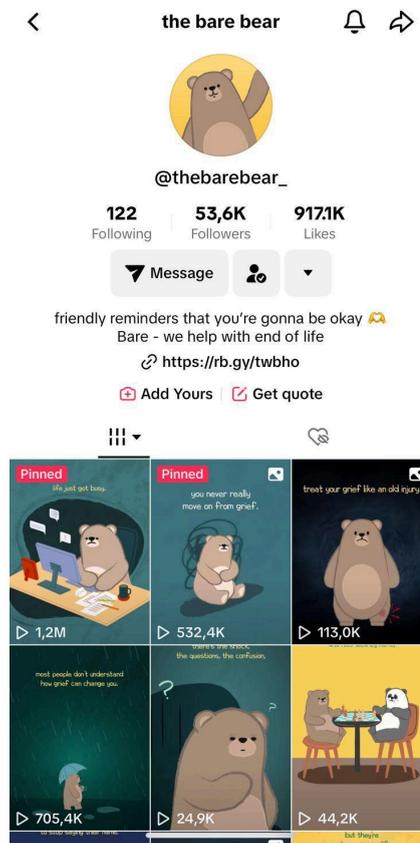
Gambar 1.4 Situs *Online* BARE

Sumber : bare.com.au. Diakses pada 30 Januari 2024

Dengan adanya media baru seperti aplikasi Tiktok ini sangat membantu seseorang dalam mencari tahu lebih dalam lagi perasaan yang ia alami saat mengalami kehilangan seseorang yang disayangi, kehilangan binatang peliharaan tersayang, maupun benda-benda yang memiliki kenangan manis bersama pemiliknya.

Hadirnya BARE pada media baru ini, yaitu aplikasi tiktok juga sangat memudahkan pengguna untuk menemukan edukasi terkait perasaan kedukaan atau *grieve*. Informasi yang diberikan oleh @thebarebear_ ini tidak semata-mata diambil dari praduga saja, namun karena mereka merupakan tim yang profesional mereka memberikan informasi berdasarkan dari klien-klien yang sudah menggunakan jasa mereka. Menariknya, konten yang mereka unggah ini tidak semata-mata hanya memberikan konten video dengan tulisan-tulisan yang mungkin kurang menarik perhatian khalayak. Pada akun @thebarebear_ mereka menggabungkan

konsep-konsep visual terkait kedukaan agar lebih mendukung konten mereka. Secara *color palette* , simbol tanda yang digunakan, dan juga objeknya pun memiliki makna sendiri.



Gambar 1.5 Akun Tiktok @thebarebear_

Sumber : Aplikasi Tiktok. Diakses pada 30 Januari 2024

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini akan berfokus menganalisis sebuah konten dibantu dengan teori semiotika dari Roland Barthes. Dalam penafsiran makna-makna yang terkandung ini menggunakan lima kode naratif dari Roland Barthes berupa kode hermeneutika, kode semantik, kode simbolik, kode aksi naratif, dan kode kultural atau referensi yang memudahkan untuk membedah satu persatu pesan atau makna yang secara tidak verbal disampaikan pada visual konten tersebut dan dalam ilmu komunikasi penafsiran makna pada semiologi berguna untuk menyampaikan pesan antar komunikator dan komunikan. Sehingga dalam dasar ilmu komunikasi, adanya pesan yang ingin disampaikan harus mudah dipahami agar komunikasi tersebut dianggap sukses.

Selain itu juga hubungan antara ilmu komunikasi dalam penerapannya terhadap lima kode naratif mampu menambah pemahaman kita mengenai komunikasi yang disampaikan dalam bentuk non-verbal dalam semiotika, bagaimana pesan-pesan tersebut disusun melalui visual dan bagaimana pesannya mampu mempengaruhi persepsi pemikiran komunikannya. Sebagaimana penelitian dengan analisis seperti ini masih jarang ditemukan karena menggunakan lima kode naratif oleh Roland Barthes. Lima kode naratif Roland Barthes ini tidak hanya memaknai tanda atau pesan berdasarkan makna denotatif, konotatif, dan mitos. Namun, lima kode naratif ini memaknai tanda dengan meneliti lebih dalam unsur-unsur pesan yang ingin disampaikan.

Dibandingkan dengan beberapa penelitian terdahulu, seperti yang sudah dilakukan oleh Nabila Ginanti (2020) dengan judul “Analisis Semiotika Pesan Moral Dalam Film Dua Garis Biru” , ia menggunakan teori semiotika Roland Barthes yang berfokus dengan teknik konotasi dan denotasi pada beberapa cuplikan *scene* film “Dua Garis Biru”. Hasil yang didapatkan pada penelitian tersebut yaitu ditemukan dari makna denotasi pesan moral pada film tersebut yaitu mengenai pentingnya orangtua memberikan edukasi seksual sangat bagi remaja sekarang yang masih dianggap tabu oleh sebagian orangtua, serta makna konotasi yang dapat diambil melalui penyampaian sang sutradara pada film yaitu peran sebuah keluarga dan sekolah yang menjadi lingkungan terdekat remaja mendapatkan edukasi hendaknya mampu memberikan edukasi seksual kepada remaja saat ini.

Penelitian lainnya dilakukan oleh (Adam et al., 2023) dengan judul “Pesan Moral dalam Konten Tiktok Polisi @hermanhadibasuki (Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure)”. Pada penelitian tersebut menggunakan teori semiotika dari Ferdinand de Saussure berfokus melihat penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) yang disampaikan pada konten tiktok tersebut. Hasil yang didapat dari penelitian tersebut yaitu peneliti menemukan pesan-pesan semiotik yang ingin disampaikan oleh kreator @hermanhadibasuki sebagai pesan moral dengan kata-kata tersurat juga dari konten yang dibuatnya secara tidak langsung ingin mengembalikan citra positif bagi instansi Polri yang kerap sekali dicap dengan stigma negatif.

Melihat adanya kekurangan pada penelitian terdahulu , maka alasan lainnya peneliti ingin melakukan penelitian analisis konten menggunakan teori semiotika

Roland Barthes dimana menjelaskan Lima Kode Naratif yang terdapat pada konten akun Tiktok @thebarebear_. Maka dari itu peneliti ingin meneliti lebih jauh terhadap pesan yang divisualkan melalui konten Tiktok dengan judul “Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Konten Tiktok @thebarebear_”.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus dibuatnya dari penelitian ini yaitu ingin mengetahui makna-makna dari lima kode naratif Roland Barthes berdasarkan unggahan konten pada akun @thebarebear_ terkait pengalaman “*Grieving*”, dimana terkait topik tersebut masih sangat awam dikalangan masyarakat Indonesia dalam hal penerimaan rasa duka yang dialami.

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis bagaimana akun Tiktok @thebarebear_ menyampaikan pesan visual mengenai kedukaan menggunakan teori 5 kode naratif Roland Barthes.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kode hermeneutika yang disampaikan akun Tiktok @thebarebear_ dalam visual video animasi?
2. Bagaimana kode semantik atau semik yang disampaikan akun Tiktok @thebarebear_ dalam visual video animasi?
3. Bagaimana kode simbolik yang disampaikan akun Tiktok @thebarebear_ dalam visual video animasi?
4. Bagaimana kode kode aksi naratif yang disampaikan akun Tiktok @thebarebear_ dalam visual video animasi?
5. Bagaimana kode referensial atau kultural yang disampaikan akun Tiktok @thebarebear_ dalam visual video animasi?

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengalaman dan wawasan yang baru bagi peneliti dibidang ilmu komunikasi khususnya terkait semiotika

- b. Mampu mengimplementasikan ilmu ataupun teori yang sudah dipelajari selama perkuliahan
- c. Memberikan pengalaman bagi peneliti dalam menyusun penelitian terkait fenomena atau topik pembahasan mengenai kedukaan melalui analisis dari konten Tiktok

1.5.2 Manfaat Praktis

- a. Penelitian berguna bagi konten kreator untuk memahami lebih dalam bagaimana simbol, narasi, dan elemen visual dapat digunakan secara efektif
- b. Hasil penelitian mampu dimanfaatkan oleh kreator agar menerapkan wawasan dari penelitian ini untuk meningkatkan kualitas konten-konten mereka.
- c. Penelitian ini menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya untuk mengeksplorasi penyampaian narasi emosional di berbagai *platform* digital.

1.6 Waktu Penelitian

1.6.1 Waktu Penelitian

Berikut waktu pengerjaan penelitian oleh peneliti :

Tabel 1.2 Timeline Penelitian

| KEGIATAN | 2023 | | | 2024 | | | | | | |
|------------------------------|------|-----|-----|------|-----|-----|-----|-----|------|------|
| | Okt | Nov | Des | Jan | Feb | Mar | Apr | Mei | Juni | Juli |
| Penelitian Pendahuluan | ■ | | | | | | | | | |
| Seminar Judul | | | ■ | | | | | | | |
| Penyusunan Proposal | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | |
| Seminar Proposal | | | | | | ■ | | | | |
| Pengumpulan Data | | | | | | | ■ | | | |
| Pengolahan dan Analisis Data | | | | | | | | ■ | ■ | ■ |
| Pendaftaran Sidang | | | | | | | | | | ■ |

Sumber : Olahan Data Peneliti, 2024