

**ANALISIS SEMIOTIKA FOTO PADA
AKUN *INSTAGRAM* @PROUD.PROJECT**

Skripsi

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi
Konsentrasi: Penyiaran



Disusun Oleh:

Nabiellah Yustikarini

07031381520072

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2019

**ANALISIS SEMIOTIKA FOTO PADA
AKUN *INSTAGRAM* @PROUD.PROJECT**

SKRIPSI

Oleh:

NABIELLAH YUSTIKARINI

07031381520072

Komisi	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Pembimbing I	Dr. Hj. Retna Mahriani, M.Si NIP: 196012091989122001		8/7 2019
Pembimbing II	Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd NIP: 197803022002122002		12/7 2019

Telah dinyatakan memenuhi syarat
pada tanggal 15/7/..... 2019

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Sriwijaya



.....
Dr. Andries Lionardo, S.IP, M.Si
NIP: 197905012002121005

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

ANALISIS SEMIOTIKA FOTO PADA
AKUN *INSTAGRAM* @PROUD.PROJECT

SKRIPSI

OLEH

NABIELLAH YUSTIKARINI
07031381520072

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji
dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat
Pada Tanggal 25 Juli 2019

Ketua:

1. Dr. Hj. Retna Mahriani, M.Si

NIP. 196012091989122001

Anggota:

1. Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd

NIP. 197803022002122002

2. Dr. Raniasa Putra, S.IP., M.Si

NIP. 197805122002121003

3. Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si

NIP. 199208222018031001

Mengetahui,

Dekan FISIP

Ketua Jurusan Ilmu Ke

ILMU ALAT PENGABDIAN

Prof. Dr. Kiagus M. Sobri, M.Si

NIP. 196311061990031001

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si

NIP. 197905012002121005

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN PERSYARATAN PUBLIKASI

1. Skripsi yang berjudul "Analisis Semiotika Foto pada Akun *Instagram* @proud.project" ini adalah karya penelitian saya sendiri dan tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik serta tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis untuk diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis dengan acuan yang disebutkan sumbernya, baik dalam naskah karangan dan daftar pustaka. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi, baik skripsi beserta gelar sarjana saya dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. Publikasi sebagian atau keseluruhan isi skripsi pada jurnal atau forum ilmiah harus menyertakan tim promotor/pembimbing sebagai *author* dan program studi Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya sebagai institusinya. Apabila saya melakukan pelanggaran dari ketentuan publikasi ini, maka saya bersedia mendapatkan sanksi akademik yang berlaku.

Palembang, 19 Agustus 2019



Nabiellah Yustikarini

NIM. 07031381520072

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat.”

(Q.S. Al-Mujadalah : 11)

“Happiness can be found even in the darkest of times, if one only remembers to turn on the light.” —Albus Dumbledore

“Don’t compare; your journey is your own.” —Maudy Ayunda

Persembahan

Karya ini saya persembahkan untuk kedua orangtua dan kakak saya, serta teman-teman seperjuangan di jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya angkatan 2015 yang telah mendukung dan memberikan motivasi dalam penulisan karya ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah berkenan melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Semiotika Foto pada Akun *Instagram* @proud.project”. Tulisan ini dibuat dengan tujuan agar memenuhi persyaratan mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) di jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya, Palembang.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya yang telah memberikan izin dan fasilitas kampus untuk penyusunan skripsi;
2. Bapak Prof. Dr. Kgs. M. Sobri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah menyediakan fasilitas kampus untuk memudahkan penyusunan skripsi;
3. Bapak Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah menyetujui dan memberikan izin penyusunan skripsi;
4. Bapak Adi Inggit Handoko, M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing penulis selama menempuh pendidikan akademik di FISIP Universitas Sriwijaya;
5. Ibu Dr. Hj. Retna Mahriani, M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd., selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing, membantu, dan mendukung penulis dalam penyusunan laporan skripsi;
6. Bapak Dr. Andy Alfatih, MPA dan Bapak Krisna Murti, S.I.Kom., MA selaku Dosen Penguji Seminar Proposal Skripsi yang telah bersedia untuk menguji penulis sehingga penulis lebih terarah dalam penyusunan skripsi;

7. Bapak Dr. Raniasa Putra, S.IP., M.Si dan Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si selaku Dosen Penguji Ujian Komprehensif yang telah bersedia menguji penulis dan memberikan masukan serta pengarahan guna penyempurnaan penulisan laporan skripsi;
8. Segenap Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmunya kepada penulis;
9. Civitas Akademik khususnya Para Admin Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sriwijaya yang telah membantu memudahkan penulis dalam penyusunan skripsi;
10. Keluarga besar Universitas Sriwijaya, khususnya teman-teman seperjuangan di jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sriwijaya Tahun Angkatan 2015, atas semua dukungan, semangat, serta kerjasamanya;
11. Para sahabat sejak SMA, Ber-7, yaitu Rizki Oktariza, Muhammad Yanuar Afif Furqan, Muhammad Ikhsan, Nanda Septa Winarko, Kupita Debiyensi, dan Jamaica Primadara yang senantiasa memberikan semangat dan motivasi kepada penulis;
12. Para sahabat di jurusan Ilmu Komunikasi 2015, Tintan Delfani Charinta, R.A. Andina, Suci Ramadhanti, Siti Fauzia, Ulfah Wiza Zakiyah, dan Indah Larasaty yang telah menemani penulis sejak semester 1 perkuliahan hingga saat ini;
13. Para sahabat Sriwijaya, *Executive Board* AIESEC UNSRI 2018 yaitu Eva Dessyana, Muhammad Ikhlas, Donny Orlando Putra, Muhammad Rafly, Cindy Fatika Sari, M. Miftah Oktaryan, Refa Kurnia, dan Giga Widya Putra yang selalu memberikan motivasi dan inspirasi kepada penulis;
14. Keluarga besar AIESEC UNSRI *batch* 5 hingga *batch* 10 yang selalu menyemangati dan memberikan motivasi serta inspirasi selama tiga tahun terakhir; dan
15. Semua keluarga dan sahabat yang telah memberikan semangat serta doa.

Penulis menyadari laporan skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya

sehingga akhirnya laporan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan di lapangan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut.

Palembang, 25 Juli 2019

Penulis

ABSTRAK

Judul penelitian ini adalah “Analisis Semiotika Foto pada Akun *Instagram* @proud.project”. Tujuan dilakukannya penelitian adalah untuk mengetahui analisis semiotika foto jurnalistik berjenis *feature* yang diunggah pada akun *Instagram* @proud.project. Penelitian ini menggunakan teori Semiotika oleh Charles Sanders Peirce dan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data penelitian diperoleh dari hasil observasi, studi dokumentasi, dan wawancara mendalam kepada ahli fotografi. Dari hasil analisis ditunjukkan bahwa terdapat lima ciri-ciri kemiskinan yang ditemukan dalam foto pada akun *Instagram* @proud.project, yaitu (1) ketidakmampuan memenuhi kebutuhan konsumsi dasar; (2) ketiadaan akses terhadap kebutuhan hidup dasar lainnya; (3) ketiadaan akses terhadap lapangan kerja dan mata pencaharian yang berkesinambungan; (4) ketidakmampuan untuk berusaha karena cacat fisik maupun mental; dan (5) ketidakmampuan dan ketidakberuntungan sosial. Selanjutnya diharapkan untuk penelitian berikutnya agar dapat melakukan analisis foto pada akun *Instagram* @proud.project dari aspek lainnya, agar menghasilkan berbagai interpretasi yang akan semakin memperkaya dan memperluas pandangan terhadap makna foto pada akun *Instagram* @proud.project ini.

Kata kunci: Semiotika Peirce, Foto Jurnalistik, Kemiskinan, Akun *Instagram* @proud.project

Pembimbing I

Dr. Hj. Retna Mahriani, M.Si
NIP. 196012091989122001

Pembimbing II

Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd
NIP. 197803022002122002

Palembang, Juli 2019
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si.
NIP. 197905012002121005

ABSTRACT

The title of this research is "Semiotic Analysis on Photos of Instagram Account @proud.project". The purpose of the research was to find out the semiotic analysis on journalistic photos specifically feature photos uploaded on the Instagram account @proud.project. This research uses the theory of Semiotics by Charles Sanders Peirce and uses a qualitative descriptive method. Data for the research was obtained from the results of observations, documentation studies, and in-depth interviews with photographic experts. From the results of the analysis, it is shown that there are five characteristics of poverty found in the photo on Instagram account @proud.project, which are (1) inability to meet basic consumption needs; (2) lack of access to other basic life needs; (3) lack of access to employment and sustainable livelihoods; (4) inability to make efforts because of physical or mental disabilities; and (5) social inability and disadvantages. Furthermore, it is expected for the next research to be able to analyze photos on Instagram account @proud.project from other aspects, in order to create various interpretations which will further enrich and broaden the view of the meaning of the photo of Instagram account @proud.project.

Keywords: Semiotics by Peirce, Journalistic Photo, Poverty, Instagram Account @proud.project

Pembimbing I



Dr. Hj. Retna Mahriani, M.Si
NIP. 196012091989122001

Pembimbing II



Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd
NIP. 197803022002122002

Palembang, Juli 2019
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si.
NIP. 197905012002121005

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Semiotika Komunikasi.....	9
2.1.2 <i>New Media</i> (Media Baru).....	11
2.1.3 Media Sosial.....	12
2.1.3.1 Internet	12
2.1.3.2 Pengertian Media Sosial	14
2.1.3.3 <i>Instagram</i>	14
2.1.4 Fotografi.....	17
2.1.5 Fotografi Jurnalistik	17
2.1.5.1 Karakteristik Foto Jurnalistik.....	18
2.1.5.2 Foto <i>Feature</i>	20
2.1.6 Kemiskinan	20
2.1.7 Teori Semiotika Komunikasi	22

2.1.7.1 Teori Semiotika Komunikasi Menurut Ferdinand De Saussure	22
2.1.7.2 Teori Semiotika Komunikasi Menurut Umberto Eco	23
2.1.7.3 Teori Semiotika Komunikasi Menurut Charles Sanders Peirce	24
2.1.8 Teori yang Digunakan dalam Penelitian.....	29
2.1.9 Kerangka Pemikiran.....	29
2.1.10 Penelitian Terdahulu	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Desain Penelitian	38
3.2 Definisi Konsep	38
3.3 Fokus Penelitian.....	39
3.4 Unit Analisis Data.....	40
3.5 Data dan Sumber Data	40
3.5.1 Data	40
3.5.2 Sumber Data.....	40
3.5.2.1 Data Primer	41
3.5.2.2 Data Sekunder.....	41
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.6.1 Observasi.....	41
3.6.2 Studi Dokumentasi.....	41
3.6.3 Wawancara Mendalam.....	42
3.7 Teknik Keabsahan Data	43
3.8 Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV GAMBARAN UMUM.....	45
4.1 Profil <i>Proud Project</i>	45
4.2 Profil <i>Founder Proud Project</i>	46
4.3 Sejarah <i>Proud Project</i>	47
4.4 Akun <i>Instagram @proud.project</i>	50
BAB V HASIL DAN ANALISIS	51
5.1 Ketidakmampuan Memenuhi Kebutuhan Konsumsi Dasar	51
5.2 Ketiadaan Akses terhadap Kebutuhan Hidup Dasar Lainnya	56
5.3 Ketiadaan Akses terhadap Lapangan Kerja dan Mata Pencaharian yang Berkesinambungan.....	58
5.4 Ketidakmampuan untuk Berusaha Karena Cacat Fisik Maupun Mental	67

5.5 Ketidakmampuan dan Ketidakberuntungan Sosial	72
BAB VI PENUTUP	77
6.1 Kesimpulan	77
6.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	84

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran	31
------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet Indonesia	3
Gambar 1.2 Komposisi Pengguna Internet Berdasar Usia.....	3
Gambar 1.3 Pemanfaatan Internet Bidang Gaya Hidup.....	3
Gambar 1.4 Akun <i>Instagram</i> Kitabisa.com	5
Gambar 1.5 Akun <i>Instagram</i> Ketimbang Ngemis	5
Gambar 1.6 Akun <i>Instagram</i> Seribu Guru	5
Gambar 1.7 Akun <i>Instagram Proud Project</i>	5
Gambar 2.1 Diagram Saussurean.....	23
Gambar 2.2 Model Segitiga Peirce	26
Gambar 4.1 Logo <i>Proud Project</i>	45
Gambar 4.2 Trivet Sembel, <i>Founder Proud Project</i>	46
Gambar 5.1 Unggahan Foto pada Akun <i>Instagram @proud.project</i>	52
Gambar 5.2 Unggahan Foto pada Akun <i>Instagram @proud.project</i>	54
Gambar 5.3 Unggahan Foto pada Akun <i>Instagram @proud.project</i>	56
Gambar 5.4 Unggahan Foto pada Akun <i>Instagram @proud.project</i>	58
Gambar 5.5 Unggahan Foto pada Akun <i>Instagram @proud.project</i>	60
Gambar 5.6 Unggahan Foto pada Akun <i>Instagram @proud.project</i>	62
Gambar 5.7 Unggahan Foto pada Akun <i>Instagram @proud.project</i>	64
Gambar 5.8 Unggahan Foto pada Akun <i>Instagram @proud.project</i>	66
Gambar 5.9 Unggahan Foto pada Akun <i>Instagram @proud.project</i>	68
Gambar 5.10 Unggahan Foto pada Akun <i>Instagram @proud.project</i>	70
Gambar 5.11 Unggahan Foto pada Akun <i>Instagram @proud.project</i>	71
Gambar 5.12 Unggahan Foto pada Akun <i>Instagram @proud.project</i>	73
Gambar 5.13 Unggahan Foto pada Akun <i>Instagram @proud.project</i>	75
Gambar 1	84
Gambar 2.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Trikotomi Teori Semiotika Peirce	27
Tabel 2.2 Perbandingan Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1 Fokus Penelitian.....	39
Tabel 5.1 Analisis Semiotika Foto pada Akun <i>Instagram</i> @proud.project 1	52
Tabel 5.2 Analisis Semiotika Foto pada Akun <i>Instagram</i> @proud.project 2.....	54
Tabel 5.3 Analisis Semiotika Foto pada Akun <i>Instagram</i> @proud.project 3.....	56
Tabel 5.4 Analisis Semiotika Foto pada Akun <i>Instagram</i> @proud.project 4.....	58
Tabel 5.5 Analisis Semiotika Foto pada Akun <i>Instagram</i> @proud.project 5.....	60
Tabel 5.6 Analisis Semiotika Foto pada Akun <i>Instagram</i> @proud.project 6.....	62
Tabel 5.7 Analisis Semiotika Foto pada Akun <i>Instagram</i> @proud.project 7.....	64
Tabel 5.8 Analisis Semiotika Foto pada Akun <i>Instagram</i> @proud.project 8.....	66
Tabel 5.9 Analisis Semiotika Foto pada Akun <i>Instagram</i> @proud.project 9.....	68
Tabel 5.10 Analisis Semiotika Foto pada Akun <i>Instagram</i> @proud.project 10.....	70
Tabel 5.11 Analisis Semiotika Foto pada Akun <i>Instagram</i> @proud.project 11	71
Tabel 5.12 Analisis Semiotika Foto pada Akun <i>Instagram</i> @proud.project 12.....	73
Tabel 5.13 Analisis Semiotika Foto pada Akun <i>Instagram</i> @proud.project 13.....	75

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. 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) menggunakan sistem lambang atau simbol. Sarbaugh (dalam Vera, 2015) menyatakan bahwa komunikasi merupakan proses penggunaan tanda-tanda dan simbol-simbol yang mendatangkan makna bagi orang atau orang-orang lain. Menurut Samovar (dalam Vera, 2015), manusia memiliki kemampuan dalam mengelola simbol-simbol tersebut. Kemampuan ini mencakup empat kegiatan, yakni menerima, menyimpan, mengolah, dan menyebarkan simbol-simbol. Kegiatan-kegiatan inilah yang membedakan manusia dari makhluk hidup lainnya.

Dalam bukunya *Jurnalistik Foto: Suatu Pengantar*, Gani & Kusumalestari (2014) mengutip dari Sudjojo (2010), fotografi sebagai teknik adalah mengetahui cara-cara memotret dengan benar, mengetahui cara-cara mengatur pencahayaan, mengetahui cara-cara pengolahan gambar yang benar, dan semua yang berkaitan dengan fotografi sendiri. Menurut Frank P. Hoy (dalam Vera, 2015), foto jurnalistik adalah komunikasi dengan orang banyak (*mass communication*). Ini berarti pesan yang disampaikan harus singkat dan harus segera diterima orang yang beraneka ragam. Foto jurnalistik atau foto berita memiliki bahan garapan yang sangat beragam, mulai dari sebuah kampung yang kumuh hingga sebuah resepsi yang kemilau di gedung megah.

Foto jurnalistik harus memberi pengertian atau informasi baru mengenai tempat-tempat serta kejadian yang belum pernah didatangi atau diketahui publik. Itu

sebabnya pernah dilukiskan bahwa tujuan foto jurnalistik adalah ‘melihat untuk sejuta mata’. Foto jurnalistik adalah tidak lain dari sebuah berita yang disajikan dalam foto. Bisa sebagai pendamping tulisan, bisa pula secara tunggal dengan tulisan minim mendampinginya. Jumlahnya pun bisa satu dan bisa pula lebih, tergantung pada keperluan dan kelayakannya. (Zoelverdi dalam Vera, 2015)

Littlejohn (2009) mengungkapkan bahwa perkembangan internet sebagai *new media (the second media age)* menandai periode baru di mana teknologi interaktif dan komunikatif jaringan khususnya dunia maya akan mengubah masyarakat. Seperti halnya *cyberbullying*, internet bisa menyebabkan dampak-dampak negatif kepada penggunaannya seperti penipuan, kecanduan internet, pembajakan, dan lainnya. Akan tetapi, internet juga memberi kemudahan bagi penggunaannya untuk mengakses informasi dengan sistem *online*. Keberadaan internet sebagai media informasi dan komunikasi menjadi jalur alternatif bagi setiap orang yang menggunakannya.

Perkembangan internet juga mendapatkan respon positif dari masyarakat dunia termasuk Indonesia. Hal ini terbukti dari pemaparan Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII) yang telah merilis hasil riset nasional terkait jumlah pengguna dan penetrasi internet di Indonesia untuk tahun 2017. Hasil riset APJII menyebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai angka 143,26 juta dari total populasi penduduk Indonesia yang berjumlah 262 juta orang. (APJII, 2017)

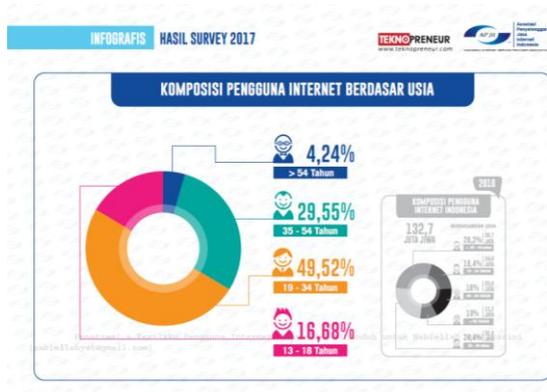


Gambar 1.1

Jumlah Pengguna Internet Indonesia

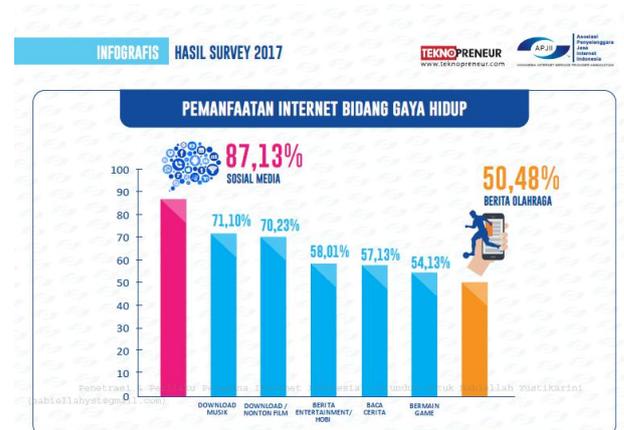
Sumber: Hasil Survey APJII 2017

Berdasarkan usia, penduduk dengan usia 19-34 tahun mencapai angka terbesar dalam menggunakan internet, yaitu 49,52%. Pertumbuhan pengguna internet ini berpengaruh terhadap pertumbuhan pengguna media sosial pula, karena seiring perkembangan internet, semakin banyak pula media sosial yang bermunculan di internet. Hasil riset APJII menyebutkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2017 mencapai 87,13%. (APJII, 2017)



Gambar 1.2

Komposisi Pengguna Internet Berdasarkan Usia



Gambar 1.3

Pemanfaatan Internet Bidang Gaya Hidup

Sumber: Hasil Survey APJII 2017

Salah satu media sosial yang populer di dunia adalah *Instagram*. Hingga April 2017, jumlah pengguna aktif bulanan media sosial *Instagram* berjumlah 800 juta pengguna, sedangkan pengguna aktif hariannya berjumlah 500 juta. Data ini didapatkan menurut keterangan Carolyn Everson, *Vice President Global Marketing Solutions Facebook*, selaku perusahaan induk *Instagram*, yang menunjukkan bahwa *Instagram* memiliki daya tarik tersendiri di mata pengguna media sosial. (Kompas.com, 2017)

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan *filter digital*, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *Instagram* sendiri. Dengan fitur-fitur tersebut, *Instagram* dimanfaatkan para penggunanya untuk membagikan foto dan video beserta teks/*caption* mengenai pengalaman *traveling*, kehidupan sehari-hari, promosi barang atau jasa, dll. (Frommer, 2010)

Berdasarkan survey oleh *Instagram* yang diumumkan pada Juli 2017, pengguna aktif *Instagram* di Indonesia mencapai 45 juta orang, dan merupakan jumlah pengguna yang terbesar di Asia Pasifik. Jumlah pengguna yang banyak ini membuat *Instagram* dimanfaatkan sebagai wadah bagi masyarakat untuk melakukan promosi, baik barang, kegiatan, acara, ataupun karya dan kreativitas. Terbukti dari banyaknya akun *online shop*, musik, makanan, dan lain lain yang ada di *Instagram*. Akan tetapi, karena setiap pengguna mempunyai preferensi masing-masing dalam mengikuti akun di *Instagram*, terdapat juga akun-akun yang berbeda topik dan bahasan, seperti akun pendidikan, informasi, komunitas-komunitas sosial, hingga akun *campaign* gerakan perubahan sosial atau yang biasa disebut dengan *social movement*.

Sebagai dampak positif internet juga, kini, gerakan sosial gencar dilakukan khususnya oleh para remaja. Berbagai komunitas sosial hadir di Indonesia, seperti Kitabisa.com, Indonesia Mengajar, Ketimbang Ngemis, Change.org, Seribu Guru,

dan juga *Proud Project*. Komunitas-komunitas ini turut mengembangkan dan menyebarkan gerakan sosialnya melalui internet khususnya media sosial.



Gambar 1.4

Akun Instagram Kitabisa.com



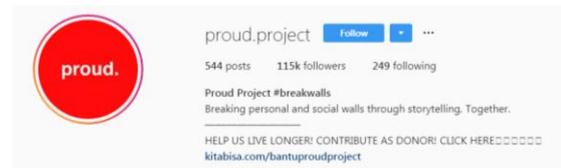
Gambar 1.6

Akun Instagram Seribu Guru



Gambar 1.5

Akun Instagram Ketimbang Ngemis



Gambar 1.7

Akun Instagram Proud Project

Sumber: Instagram

Akun Instagram @proud.project merupakan sebuah akun gerakan sosial (*social movement*) yang menggunakan Instagram sebagai wadah untuk mengembangkan gerakan sosialnya. *Proud Project* didirikan pada tahun 2015. Gerakan sosial yang dilakukan oleh akun @proud.project ini berupa proyek sosial di Instagram untuk menyebarkan kisah-kisah positif dan inspiratif ke pelosok nusantara dengan mengunggah foto narasumber beserta kisahnya pada akunnya. Narasumber-narasumber *Proud Project* merupakan masyarakat yang berasal dari berbagai kalangan, baik masyarakat kalangan atas, menengah, maupun masyarakat kalangan bawah. Trivet Sembel, *Founder* dan *President Director Proud Project*, mengatakan bahwa ia membuat akun Instagram gerakan perubahan sosial ini untuk menginspirasi masyarakat Indonesia untuk *break the boundaries*, yaitu melakukan perubahan positif dalam dirinya sendiri. (Rappler.com, 2017)

Trivet mengungkapkan bahwa konsep dari *Proud Project* adalah *first person journalism*, yaitu jurnalisme yang mengambil sudut pandang orang pertama dari narasumber yang diwawancarai. Jurnalis atau yang disebut *story hunter* pada *Proud Project* ini akan turun ke lapangan untuk mencari orang-orang yang bersedia diwawancarai mengenai kisah hidupnya. Kemudian, pada proses pengeditan teks wawancara yang akan diletakkan di kolom *caption*, *Proud Project* hanya akan mengedit bagian kalimat yang berulang-ulang sehingga lebih mudah dipahami oleh pembaca, tanpa mengurangi makna dan fakta yang ada. (Bvoiceradio.com, 2018)

Unggahan foto yang diunggah pada akun *Instagram* @proud.project termasuk kategori foto jurnalistik. Sebagian besar foto yang diunggah pada akun *Instagram* @proud.project adalah foto berjenis *feature* dalam kategori *human interest*. Salah satu jenis foto jurnalistik adalah *feature*, yaitu fotografi jurnalistik yang memvisualkan atau menggambarkan bagaimana kehidupan sehari-hari manusia baik dari kalangan atas, menengah, maupun kalangan bawah. Contoh foto *feature* adalah foto antrian para pekerja atau foto seorang anak yang memakan sisa-sisa makanan di pinggir jalan. Peristiwa ini juga bisa dicontohkan dari profesi seseorang, misalnya pedagang asongan yang sedang menawarkan jualannya di tengah-tengah kemacetan jalan raya. (Pasaribu, 2012)

Unggahan akun *Instagram* @proud.project yang berupa foto dan kisah inspiratif dari narasumber yang berasal dari berbagai kalangan memang merupakan hal yang inovatif, kreatif, dan menarik perhatian banyak orang. Akan tetapi terdapat satu hal lain yang membuat penulis tertarik kepada akun *Instagram* @proud.project ini, yakni sebagian besar foto kisah inspiratif yang diunggah oleh akun *Instagram* @proud.project adalah foto narasumber yang berasal dari kalangan menengah ke bawah yang berdomisili di kota Jakarta, sehingga akun ini secara tidak langsung memberikan gambaran terhadap kemiskinan yang terjadi di Indonesia khususnya di kota Jakarta tersebut.

Kemiskinan adalah suatu kondisi ketidakmampuan secara ekonomi untuk memenuhi standar hidup rata-rata masyarakat di suatu daerah. Kondisi ketidakmampuan ini ditandai dengan rendahnya kemampuan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan pokok baik berupa pangan, sandang, maupun papan. Kemampuan pendapatan yang rendah ini juga akan berdampak terhadap berkurangnya kemampuan untuk memenuhi standar hidup rata-rata seperti standar kesehatan masyarakat dan standar pendidikan (Suryawati, 2004). Jakarta merupakan kota yang pergerakan roda ekonominya berputar sangat pesat di masyarakat, akan tetapi hal tersebut berbanding terbalik dengan kehidupan masyarakat yang tinggal di pinggiran kota sehingga menyebabkan terbentuknya kesenjangan antar kelas sosial. Walaupun dipenuhi dengan gedung-gedung pencakar langit, teknologi yang maju, serta fasilitas yang lengkap, masih terdapat banyak masyarakat yang mengalami kemiskinan di Jakarta, sehingga hal ini membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap analisis semiotika foto pada akun *Instagram* @proud.project ini.

Gambar mempunyai peranan yang tidak kalah penting, karena dapat membangkitkan emosional terhadap orang yang melihatnya. Salah satu citra baik yang melekat pada foto yaitu dapat memaparkan ‘seribu bahasa’. Sebenarnya, dengan gambar saja sudah bisa menjelaskan dan tidak perlu memberikan keterangan-keterangan yang merepresentasikan foto tersebut dengan kata-kata (Vera, 2015). Memaknai foto juga berdasarkan persepsi tiap individu. Makna adalah arbiter, maka untuk memaknai foto jurnalistik, penulis mencoba menganalisis menggunakan analisis semiotika. Berkaitan dengan alasan-alasan yang telah disebutkan di atas, untuk penelitian ini diambillah judul **“Analisis Semiotika Foto pada Akun *Instagram* @proud.project”**.

Untuk menunjukkan berbagai makna yang ada, penulis telah mengumpulkan unggahan-unggahan foto yang terdapat pada akun *Instagram* @proud.project dan akan memilih foto-foto yang memiliki relevansi dan potensi yang cukup kuat untuk dijadikan objek penelitian, kemudian foto-foto yang memiliki kekuatan makna tersebut akan dijadikan sebagai objek penelitian tetap.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana analisis semiotika foto pada akun *Instagram @proud.project?*”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis semiotika foto pada akun *Instagram @proud.project*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi pada umumnya, terutama dalam konsentrasi penyiaran/*broadcasting*.

1.4.2 Manfaat Praktis

1.4.1.1 Bagi mahasiswa khususnya mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi, diharapkan akan dapat memberikan informasi mengenai tambahan wawasan baru agar mengerti serta memahami lebih jauh mengenai analisis semiotika foto pada akun *Instagram @proud.project*.

1.4.1.2 Bagi peneliti, diharapkan akan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan dalam rangka penerapan ilmu pengetahuan yang telah diterima selama kuliah.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Alwi, Audy Mirza. 2008. *Foto Jurnalistik: Metode Memotret dan Mengirim Foto ke Media Massa*. Jakarta: Bumi Askara.
- APJII. 2017. *Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017*.
- Atmoko, B.D. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: PT. Trans Media.
- Black, Jay dan Frederick C. Whitney. 1988. *Introduction to Mass Communication*. New York: William C. Brown.
- BKKBN. 2010. *Evaluasi Pelayanan Keluarga Berencana Bagi Masyarakat Miskin*.
- Bungin, M. Burhan. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- Devito, Joseph A. 1978. *Communicology: An Introduction to the Study of Communication*. New York: Harper & Row.
- Dominick, Joseph R. 2001. *The Dynamic of Mass Communication*. New York: Random House.
- Effendy, Onong Uchyana. 1994. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Frommer, D. 2010. *Here's How To Use Instagram*. Business Insider.
- Gamble, Michael W. Dan Teri Kwal Gamble. 1986. *Introducing Mass Communication*. New York: McGraw-Hill.
- Gani, Rita dan Ratri Rizki Kusumalestari. 2014. *Jurnalistik Foto: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Hurlock. 1999. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan. Edisi kelima (Terjemahan oleh Istiwidayanti)*. Jakarta: Erlangga.
- Ibrahim, Bachtiar. 2009. *Rencana dan Estimate Real of Cost*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.

- Ida, Rachmah. 2014. *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. Jakarta: Prenada Media Group
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium Jilid 2*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kriyantono, Rahmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT. Kencana Perdana.
- Littlejohn, Stephen W dan Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi, edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyanta, Edi S. 2007. *Teknik Modern Fotografi Digital*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Romli, Asep Syamsul M. 2012. *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Siahaan, S.M. 1991. *Komunikasi Pemahaman dan Penerapannya*. BPK Gunung Mulia: Jakarta.
- Singarimbun, Masri dan Sofyan Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survei Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, Edi. 2005. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung: Refika Aditama.
- Suryawati. 2004. *Teori Ekonomi Mikro*. UPP. AMP YKPN. Yogyakarta: Jarnasy.
- Tinarbuko, Sumbo. 2013. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Tubss, L Stewart dan Sylvia Moss. 1974. *Human Communication: Principles and Contexts*. New York: McGraw-Hill.
- Vera, Nawiroh. 2015. *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.

Peraturan Menteri:

Republik Indonesia. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 41 Tahun 2012 tentang *Pedoman Penataan dan Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima*.

Skripsi:

Karamoy, Salsabila Assyifa. 2018. *Representasi Perilaku Bermedia Generasi Milenial pada Kartun Opini Instagram (Studi Analisis Semiotika pada Kartun Opini Instagram Karya @Komikazer)*. Skripsi. Tidak diterbitkan. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Lampung: Bandar Lampung.

Ninggar, Emirullyta Harda. 2015. *Penggambaran Citra Perempuan dalam Serial Drama Komedi Malam Minggu Miko (Studi pada Serial Drama Komedi Malam Minggu Miko Season 2 di Kompas TV)*. Skripsi. Tidak diterbitkan. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Lampung: Bandar Lampung.

Usman, Nur Hikma. 2017. *Representasi Nilai Toleransi Antarumat Beragama dalam Film "Aisyah Biarkan Kami Bersaudara"*. Skripsi. Tidak diterbitkan. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar: Makassar.

Wiradinata, Galih Erlambang. 2016. *Representasi Kemiskinan Struktural dalam Video Klip (Analisis Semiotika dalam Video Klip Superglad dan Navicula)*. Skripsi. Tidak diterbitkan. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta: Yogyakarta.

Wulandari, Canceria Eka. 2018. *Representasi Nilai-Nilai Nasionalisme dalam Film "Di Balik 98"*. Skripsi. Tidak diterbitkan. Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya. Universitas Islam Indonesia: Yogyakarta.

Yuranda, Tommy. 2017. *Analisis Foto Jurnalistik dalam Konten "Citizen Journalism" pada Akun Instagram @lampuung*. Skripsi. Tidak diterbitkan. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Lampung: Bandar Lampung.

Jurnal:

Ayutiani, Difa Nurhasna dan Berlian Primadani Satria Putri. 2018. *Penggunaan Akun Instagram sebagai Media Informasi Wisata Kuliner*. Universitas Telkom dalam jurnal Profesi Humas, Volume 3, Nomor 1.

Azizurahman, Muhammad. 2017. *Representasi Narsisme dalam Iklan Sprite (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce pada Iklan YouTube Sprite Versi Kenyataan Gak Seindah Sosmed Selebriti - #OOTD)*. Universitas Telkom dalam jurnal e-Proceeding of Management: Volume 4, Nomor 3.

Sasmita, Ulin. 2017. *Representasi Maskulinitas dalam Film Disney Moana (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)*. Universitas Tadulako dalam jurnal Online Kinesik, Volume 4, Nomor 2.

Artikel Online:

B Voice Radio. 2018. *Trivet Sembel: 'Gua Percaya Storytelling Bisa Lebih Kuat dari Nuklir'*. <https://www.bvoiceradio.com/2018/09/trivet-sembel-gua-percaya-story-telling-bisa-lebih-kuat-dari-nuklir/>, diakses pada 20 April 2019 pukul 14.23 WIB.

CNBC Indonesia. 2018. *Pertumbuhan Ekonomi Tak Sepadan dengan Jumlah Lapangan Kerja*. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20180214172245-4-4427/pertumbuhan-ekonomi-tak-sepadan-dengan-jumlah-lapangan-kerja>, diakses pada 29 Juli 2019 pukul 10.04 WIB.

IDN Times. 2018. *Angka Putus Sekolah di Indonesia yang Mengkhawatirkan*. <https://www.idntimes.com/news/indonesia/helmi/angka-putus-sekolah-di-indonesia-yang-mengkhawatirkan/full>, diakses pada 29 Juli 2019 pukul 11.34 WIB.

Kompas. 2012. *Change.org, Media Sosial untuk Perubahan Sosial*. <https://tekno.kompas.com/read/2012/10/15/10090221/Change.org..Media.Sosial.untuk.Perubahan.Sosial>, diakses pada 21 April 2019 pukul 22.39 WIB.

_____. 2017. *Naik 100 Juta, Berapa Jumlah Pengguna Instagram Sekarang?*. <https://tekno.kompas.com/read/2017/09/29/06304447/naik-100-juta-berapa-jumlah-pengguna-instagram-sekarang>, diakses pada 25 Januari 2019 pukul 00.37 WIB.

Kreativv, 2019. *Merekam Kisah Manusia lewat Fotografi Human Interest*. <https://kreativv.com/fotografi/fotografi-human-interest/>, diakses pada 7 Juli 2019 pukul 21.26 WIB.

Pasaribu, Yemima. 2012. *Foto Berita (Photojournalism)*. <http://fotografi.upi.edu/home/6-keahlian-khusus/jurnalistik>, diakses pada 26 April 2019 pukul 05.47 WIB.

Rappler Indonesia. 2017. *Proud Project: Membuat Perubahan Sosial Melalui "Storytelling"*. <https://www.rappler.com/indonesia/ayo-indonesia/187506-proud-project-trivet-sembel-storytelling>, diakses pada 13 Januari 2019 pukul 22.54 WIB.

Rusma, Lita. 2008. *Sejarah Internet*. https://www.academia.edu/29726497/SEJARAH_INTERNET, diakses pada 29 Januari 2019 pukul 06.03 WIB.

Tjin, Enche. 2013. *Apa Itu Foto Human Interest?*.
<http://www.infofotografi.com/blog/2013/12/apa-itu-foto-human-interest/>,
diakses pada 4 Juli 2019 pukul 21.12 WIB.