

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peran internet saat ini menjadi sangat berarti di kehidupan masyarakat. Internet menjadi jajanan baru yang cukup digemari masyarakat. Peristiwa ini sangat wajar karena internet lahir dan tumbuh bersama perkembangan teknologi. Di dalam perkembangannya internet mempunyai *audience* tersendiri. Oleh karena itu internet tidak akan menyaingi perkembangan media lain namun, internet memiliki kelebihan dan kekurangan seperti halnya media lain. Kelebihannya yaitu seperti tidak adanya pengendalian dalam memberikan pendapat serta informasi yang diberikan dapat diakses sewaktu-waktu. Kekurangannya, tidak ada aturan yang mengikat secara hukum dalam penggunaannya, tidak ada identitas yang jelas dan lain-lain. Semakin konkrit kelebihan dan kekurangan tersebut ketika dilihat dengan contoh-contoh penggunaan internet dalam bidang politik, ekonomi, ataupun untuk membentuk perubahan sosial.

Perkembangan internet yang semakin pesat menjadikan internet sebagai media sosial yang digandrungi masyarakat. Internet memiliki banyak fitur dan beraneka ragam media sosial yang tidak hanya berpusat pada satu media saja. Namun internet memiliki keragaman yang memungkinkan masyarakat untuk memilih media yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Salah satu media sosial yang menjadi favorite masyarakat saat ini yaitu *Facebook, Twitter, whatsapp, line, bbm* dan *youtube*. Media sosial tersebut banyak digunakan dalam setiap aktivitas masyarakat karena di era modern ini tak sulit untuk memiliki berbagai alat canggih sebagai teman dalam setiap aktivitas. Tak jarang melihat orang yang hanya terfokus dengan alat gadget tanpa peduli dengan orang – orang di sekitar

yang lalu lalang. Hal ini yang menjadikan media sosial masuk dan menguasai media cetak maupun elektronik.

Seringkali melihat suatu program televisi yang di setiap tayangan didukung oleh media sosial baik itu *Twitter*, *Facebook*, *WebBlog*, *Youtube*, dll. Menggunakan Media sosial dalam setiap program acara karena perkembangan teknologi yang diiringi dengan konsumtif masyarakat akan informasi dan kepuasan rohani untuk memenuhi segala kebutuhan, dan mendorong dunia pertelevisian untuk menggunakan jasa media sosial sebagai sarana alternative untuk meningkatkan *Rating*, dan kualitas serta mendapatkan feedback yang cepat dari audiens. Hal ini dirasa cukup memudahkan para programmer televisi untuk mengetahui apa yang diinginkan audiens pada program tersebut.

Jumlah pengguna internet di Indonesia berdasarkan data tahun 2004 yang dikumpulkan Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII), diperkirakan mencapai 12 juta pengakses.¹ Salah satu media sosial yang digemari oleh masyarakat Indonesia yaitu *Twitter*, dimana pengguna *Twitter* di Indonesia mencapai 7 juta dan mengalahkan pengguna *Twitter* di Brazil dan Amerika.

Dalam sejarah teknologi komunikasi tidak ada media yang mampu menandingi internet dalam hal pertumbuhan jumlah penggunanya. Di Negara maju, internet mengalahkan seluruh media dengan referensi untuk mendapatkan informasi. Televisi merupakan referensi utama bagi masyarakat untuk mendapatkan hiburan tetapi menduduki tempat keempat untuk mendapatkan informasi.²

¹ Morrisan, M.A, "*Periklanan*", Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2010. Hlm. 319.

² Morrisan, M.A. *Periklanan*,, Hlm. 317

Berbagai informasi dan berita terbaru bisa didapat di *Twitter* dengan melihat *Timeline* atau melakukan pencarian dengan kata kunci yang diinginkan maka semua hasil tweet yang menyangkut kata kunci tersebut menyangkut di linimasa *Twitter*.

Banyak program acara televisi yang menggunakan *Twitter* sebagai salah satu alternatif untuk berhubungan secara langsung dengan penggemar. Penggemar atau *Follower* sering tweet ke *Twitter* program televisi yang sukai, dari sinilah peneliti mengambil penelitian **Analisis Semiotik Sikap Dukungan Pada Komentar *Follower* Program NET TV (Model Roland Barthes untuk Program Ini Talk Show Periode Januari-Maret 2015)**.

B. Fokus Penelitian

Berangkat dari latar belakang masalah diatas, serta untuk memudahkan pembahasan dalam penelitian ini, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut untuk diangkat.

1. Bagaimana penanda dan petanda dari komentar *follower* program Ini Talkshow di NET TV Periode Januari-Maret 2015?
2. Bagaimana makna denotatif dan konotatif dari komentar *follower* program Ini Talkshow di NET TV Periode Januari-Maret 2015?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan tersebut maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui penanda dan petanda dari komentar *follower* program Ini Talkshow di NET TV Periode Januari-Maret 2015.

2. Untuk mengetahui makna denotatif dan konotatif dari komentar *follower* program Ini Talkshow di NET TV Periode Januari-Maret 2015.

Tujuan penelitian ini digunakan untuk mendukung merumuskan masalah agar penelitian yang akan dilakukan peneliti pada nantinya mampu berjalan secara sistematis sehingga tidak keluar dari tema dan judul yang sudah ada.

D. Manfaat Penelitian

Setelah disebutkan fokus dan tujuan penelitian, maka dalam pembahasan ini peneliti berharap ada manfaat yang dapat diambil oleh pihak-pihak terkait dalam penelitian ini.

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat untuk mengembangkan wawasan ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi khalayak

Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan wawasan mengenai media sosial *twitter*.

- b. Bagi penulis

Penelitian ini dapat memperluas wawasan dan pemahaman antara hasil kenyataan dalam praktek dengan teori komunikasi yang dipelajari dibangku kuliah.

- c. Bagi akademisi

Penelitian ini mencoba memberikan kontribusi berupa pemikiran dan temuan temuan Empirik mengenai media sosial *Twitter* sehingga nantinya diharapkan dapat dijadikan refrensi bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian.

E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Tidak dapat dipungkiri adanya kenyataan bahwa cukup banyak karya penelitian, baik berupa buku, jurnal, skripsi, majalah, maupun hasil penelitian lain yang berbentuk karya tulis yang membahas perihal Media Sosial *Twitter* yang telah dihasilkan oleh para akedemi, pemerhati-intelektual maupun praktisi yang konsen dan mempunyai spesifikasi keilmuan dalam bidang ilmu komunikasi, namun sampai saat ini, baru penelitian saya yang menggunakan judul **“Analisis Semiotik Sikap Dukungan Komentar *Follower* Program di NET TV (Model Roland Barthes untuk Program NET TV Periode Januari-Maret)”**. Ada beberapa penelitian yang cukup berhubungan dengan penelitian ini, sehingga bisa dijadikan referensi pendukung. Untuk lebih jelasnya peneliti merangkum dan menelaah penelitian terdahulu yang masih ada kaitanya dan sebagai pendukung dalam penelitian ini, sebagaimana diuraikan dalam uraian berikut.

1. Rina Noviana, mahasiswi ilmu komunikasi Universitas Hasanuddin Makassar tentang fenomena *celebritism* di *Twitter* pada penelitian ini pokok permasalahannya adalah bagaimana fenomena pemanfaatan *Twitter* di Indonesia dan bagaimana analisis *trend celebritism* dalam pemanfaatan *Twitter* hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan *Twitter* di Indonesia memang ramai digunakan, sebagai bagian dari gaya hidup atau *life style* masyarakat urban.
2. Yang keempat yaitu Nanci Runathy Baik, dengan judul Peranan *Public Relation* PT. Pos Indonesia (Persero) melalui situs jejaring sosial *Facebook* dalam menginformasikan produk pos kepada pelanggannya. Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam menyampaikan informasi kepada pelanggan, *public relation* harus melakukan analisis

untuk mengetahui informasi apa yang dibutuhkan oleh pelanggan. Penelitian ini lebih meneliti dalam segi penyampaian informasi.

3. Yang kelima yaitu penelitian dari Muhammad Iqbal Trisanda Putra, dengan judul manfaat akun *Twitter* @infobdg dalam pemenuhan kebutuhan informasi bagi para *Followersnya* di Bandung. Penelitian ini lebih meneliti pada pemanfaatan akun *Twitter*.

F. Definisi Konsep

1. Analisis Semiotik

Pengertian semiotika secara terminologis adalah ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda. Menurut Eco, semiotik sebagai “ilmu tanda” (*sign*) dan segala yang berhubungan dengannya cara berfungsinya, hubungannya dengan kata-kata lain, pengirimannya, dan penerimaannya oleh yang mempergunakannya.

Semiotika, yang biasanya didefinisikan sebagai pengkajian tanda-tanda (*the study of signs*), pada dasarnya merupakan sebuah studi atas kode-kode, yaitu sistem apapun yang memungkinkan memandang entitas-entitas tertentu sebagai tanda-tanda atau sebagai sesuatu yang bermakna. Lebih spesifik lagi jika sebuah studi atas kode-kode tertentu memiliki kaitan dengan kehidupan, bahkan sangat fundamental jika ada kesalahan artikulasi atas kode-kode tersebut. Pemicu awal terciptanya suatu hukum bisa berawal dari kode-kode sebuah tanda yang telah disepakati dan menjadi kebudayaan menyeluruh. dapat melihat tentang bagaimana tanda-tanda tertentu berbeda makna dari orang-orang yang terbagi dalam berbagai aspek seperti, geografis, demografis, suku dan budaya.

Jadi analisis semiotika merupakan analisis yang mengkaji tentang tanda-tanda dimana tanda-tanda tersebut memiliki makna yang berkaitan dengan kehidupan.

2. Media Sosial *Twitter*

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi [blog](#), [jejaring sosial](#), wiki, forum dan [dunia virtual](#). Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Menurut [Andreas Kaplan](#) dan [Michael Haenlein](#), mendefinisikan sosial media sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran “*user-generated content*”.

a. Jenis-Jenis Media Sosial

Dua situs jejaring sosial yang paling terkenal dan banyak digunakan saat ini adalah *Facebook* dan *Twitter*.

1) *Facebook*

Facebook adalah situs jejaring sosial yang sedang populer saat ini. Didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama temannya sesama mahasiswa Universitas Harvard, Eduardo Saverin.

Salah satu keunggulan yang dimiliki oleh *Facebook* dan jarang dimiliki oleh situs jejaring sosial lain adalah beragamnya aplikasi yang dapat memanjakan pengguna, baik yang dikembangkan oleh pihak internal maupun eksternal *Facebook*.

2) *Twitter*

Twitter merupakan jenis situs jejaring sosial pertemanan yang memungkinkan para penggunanya dapat mendapatkan relasi dengan mendaftarkan dirinya pada situs tersebut. *Twitter* didirikan oleh Jack Dorsey pada bulan Maret 2006 dan secara resmi diluncurkan pada bulan Juli 2006.

Twitter dalam bahasa Inggris artinya berkicau, hal ini sesuai dengan fungsi situs *Twitter* yang memungkinkan anda untuk mengatakan apa saja yang sedang anda lakukan atau pikirkan kapan saja dan diketahui banyak orang.³

Twitter adalah jejaring sosial sejenis *micro-blogging*, blog ukuran kecil dari sisi jumlah kata yang bisa diupload (hanya 140 karakter). *Microblogging* adalah suatu bentuk blog yang memungkinkan penggunanya untuk menulis teks pembaharuan singkat (biasanya kurang dari 200 karakter) dan mempublikasikannya, baik untuk dilihat semua orang atau kelompok terbatas yang dipilih oleh pengguna tersebut. Pesan – pesan ini dapat dikirim melalui berbagai cara, termasuk sms, pengirim pesan instan, surat elektronik, web, dan lain – lain.

Mikroblog atau kadang – kadang disebut juga *microblogging* merupakan salah satu teknologi dan media jejaring sosial yang semakin banyak penggunanya di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Beberapa layanan *microblogging* yang cukup populer adalah *Twitter* (<http://Twitter.com>) dan *Plurk* (<http://plurk.com>), sedangkan yang produk lokal ada *Kronologger* (<http://kronologger.com>)⁴

³ Hanif Fakhurroja, Aris Munandar, “*Twitter Ngoceh Dapet Duit*”, Yogyakarta: Great Publisher. 2009. Hlm. 9

⁴ Fakhurroja, Munandar, “*Twitter Ngoceh Dapet Duit*”,....., Hal. 10

b. Media sosial yang paling populer digunakan di Indonesia antara lain:

1. *Facebok*
2. *Twitter*
3. *Youtube*
4. *Google Plus*

Blog juga sebenarnya masuk ke kelompok media sosial. Namun, karena blog sudah berkembang pesat hingga menjadi alternatif dalam membangun website (*web development*), maka blog dinilai "lebih tinggi" dari media sosial.⁵

3. **Komentar *Follower***

Komentar adalah catatan yang bisa Anda lampirkan ke huruf atau kata pada slide, ke gambar atau objek lain, atau ke seluruh slide. Menggunakan komentar merupakan cara yang sangat baik untuk menyediakan umpan balik kepada orang lain mengenai presentasi dari peserta lain. Reaksi tersebut merupakan komentar/tanggapan yang dapat berupa persetujuan ataupun penolakan. Komentar maupun tanggapan, baik berupa persetujuan maupun penolakan seharusnya disertai dengan alasan yang logis. Komentar artinya pendapat yang berisi uraian atau ulasan tentang suatu masalah. Selain itu, komentar yang diberikan pun harus mengarah pada perbaikan dan permasalahan yang diangkat.

Follower adalah pengikut pada *Twitter* atau akun anda, *Follower* inilah yang menerima update status dari anda. Dalam *Twitter* dikenal istilah "*Follower*" dan "*following*". *Follower* adalah akun *Twitter* yang mengikuti update *tweet* anda, sedangkan *following* adalah akun *Twitter* yang anda ikuti. biasanya, *akun* terkenal atau yang memberikan banyak inspirasi dan informasi memiliki banyak *Follower*. *Follower* tidak

⁵<http://irwansahaja.blogspot.com/2013/05/pengertian-media-sosial-manfaat-dan.html>. Tgl. 20 Oktober 2014.

saja terdapat pada *Twitter*, jika anda memiliki akun di *blogger* anda akan mengenal istilah *Follower* juga.

4. Program Ini Talk Show

Program televisi adalah semua acara yang ditayangkan di televisi melibatkan pihak lain yang bertujuan komersial, termasuk di dalamnya sinetron, kuis dan lain sebagainya.⁶

Adapun jenis-jenis program acara yaitu:

a. Program Informasi

Segala jenis siaran yang tujuannya menambah pengetahuan informasi kepada khalayak atau *audiens*.

b. Program Hiburan

Segala bentuk siaran yang dibentuk untuk menghibur *audiens* dalam bentuk musik, lagu, cerita dan permainan yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, musik dan permainan *game*.

c. Permainan atau *Game Show*

Bentuk program yang melibatkan sejumlah orang baik secara individu maupun kelompok yang saling bersaing untuk mendapatkan sesuatu, menjawab pertanyaan dan memenangkan permainan.

Ini Talkshow adalah acara *talkshow* yang dikemas dengan suasana santai. Membahas persoalan hangat yang ada di masyarakat dengan cara sederhana. Di acara ini juga akan memperlihatkan suasana rumah dan karakter-karakter yang ada di rumah tersebut. Di dalam acara ini, pemain-pemain juga bermain peran atau berakting sekaligus menanyakan bintang tamu dan persoalan di masyarakat.

⁶ Warta Ekonomi, "*Berita Ekonomi dan Bisnis*", Obor sarana Utama, Vol. 12. 2000, hlm. 42

Acara ini merupakan garapan konsep dari acara *Comedy Nights with Kapil* yang ditayangkan di [Colors](#), saluran TV di India. Ini Talkshow memiliki izin dari produksi *Comedy Nights with Kapil* untuk ditayangkan.

Acara ini juga merupakan garapan konsep dari acara [PAS Mantab](#) yang ditayangkan di [Trans 7](#) dimana konsep dan peran hampir sama.

Ini Talkshow tayang setiap hari (Senin-Minggu), dengan tayang secara *live* setiap Selasa-Jum'at. Konsep acara itu dimulai pada tanggal 23 Maret 2014 dan mengudara tanggal 29 Maret 2014, maka dari itu tanggal tersebut diabadikan menjadi hari lahir Ini Talkshow di [NET](#).⁷

5. NET TV

a. TV (Televisi)

Media televisi pada hakekatnya merupakan suatu sistem komunikasi yang menggunakan suatu rangkaian gambar elektronik yang dipancarkan secara cepat, berurutan, dan diiringi unsur audio. Walaupun demikian, pengertian ini harus dibedakan dengan media film yang merupakan rangkaian gambar yang diproyeksikan dengan kecepatan 24 bingkai per detik sehingga gambar tampak hidup. Setiap gambar dari rangkaian tersebut dengan mudah dapat di kenali dengan mata telanjang.⁸

Televisi adalah sebuah alat penangkap siaran bergambar. Televisi berasal dari kata *tele* (jauh) dan *vision* (tampak). Jadi, televisi berarti tampak atau dapat melihat dari jarak jauh. Jenis – jenis televisi adalah:

⁷http://id.wikipedia.org/wiki/Ini_Talkshow Tgl. 6 April 2015. 14:41 WIB

⁸ Sutisno, “*Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi dan Video*”, Jakarta: PT. Grasindo. 1993. Hal. 1

1. Analog, yaitu jenis televisi yang mengkodekan gambar dengan memfariasikan *voltase* atau frekuensi sinyal.
2. Digital, yaitu jenis televisi yang menggunakan modulasi digital untuk menyebarkan sinyal data ke pesawat televisi.⁹

b. NET TV

NET (singkatan dari *News and Entertainment Television*) adalah sebuah [stasiun televisi berjaringan](#) di [Indonesia](#) yang resmi diluncurkan pada [26 Mei 2013](#). NET menggantikan siaran terestrial [Spacetoon Indonesia](#) yang sebagian sahamnya telah diambil alih oleh [Indika Group](#). Berbeda dengan Spacetoon yang acaranya ditujukan untuk anak-anak, program-program NET ditujukan kepada keluarga dan pemirsa muda.

Selain melalui jaringan terestrial, NET juga menyiarkan kontennya melalui saluran komunikasi lain seperti jejaring sosial dan [YouTube](#)

Program *Grand Launching* NET ditayangkan secara langsung pada tanggal 26 Mei 2013 pukul 19.00 WIB dan disiarkan secara *streaming* melalui *Youtube* dan website resmi NET dan acara *Grand Launching* ini menampilkan penyanyi internasional seperti [Carly Rae Jepsen](#), [Taio Cruz](#) dan juga didukung oleh beberapa artis dalam negeri seperti Agnes Monica, Maudy Ayunda, Cherrybelle, Sm*sh, NOAH, Raisa, Kahitna, Dewa 19, Andien, Ungu, Reza Rahardian, Andi Rianto dan banyak lagi.

Pada tanggal 18 Mei 2014 NET merayakan ulang tahun pertamanya yang bertajuk NET ONE (*Indonesian Choice Awards 2014*)

⁹ Fauziah, "Teknologi Informasi & Komunikasi SMP", Jakarta: Media Pusindo. 2008. Hal. 1-2

G. Kerangka Pikir Penelitian

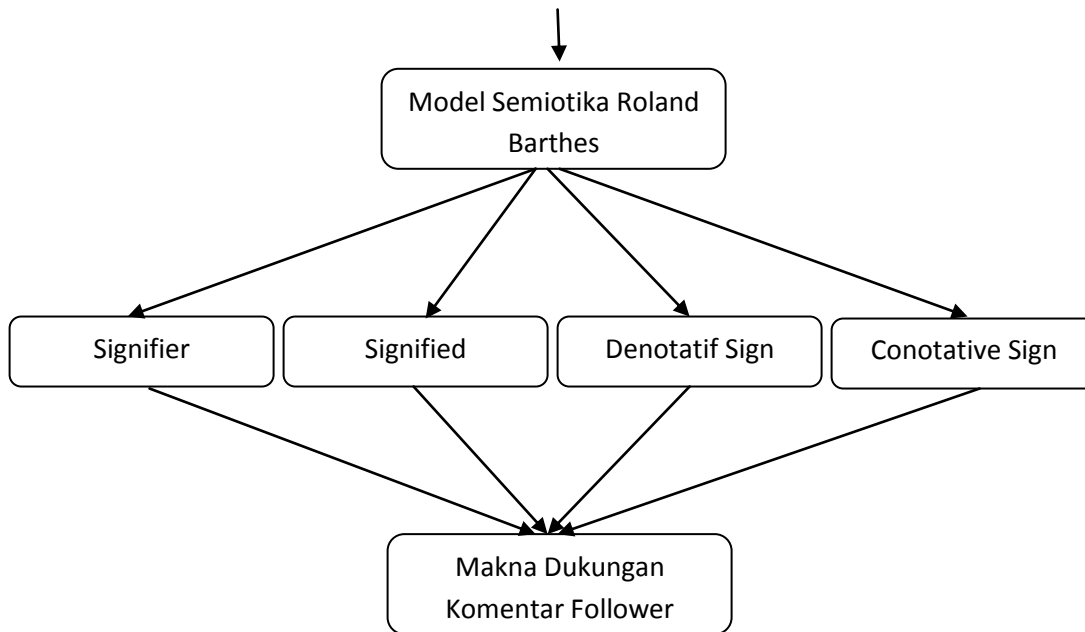
Kerangka pemikiran merupakan alur pikir yang dijadikan sebagai skema pemikiran atau dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat fokus penelitian. Dalam kerangka pemikiran ini peneliti akan mencoba menjelaskan masalah pokok penelitian. Dalam penelitian ini peneliti mencoba mengulas Analisis Semiotik Sikap Dukungan Pada Komentar *Follower* Program di NET TV (Model Roland Barthes untuk Program Ini Talk Show Periode Januari-Februari).

Model semiotika Roland Barthes ini menjelaskan tentang bagaimana menganalisis makna dari tanda-tanda. Fokus perhatiannya tertuju pada gagasan tentang signifikasi dua tahap. Pada signifikasi tahap pertama, berisi tentang hubungan antara *signifier* dan *signified* di dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal. Barthes menyebutnya sebagai denotasi, yaitu makna paling nyata dari sebuah tanda. Sedangkan konotasi adalah istilah Barthes untuk menyebut signifikasi tahap kedua yang menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaan. Oleh karena itu, denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap subyek, sedangkan konotasi adalah bagaimana menggambarannya.¹⁰

Bagan Kerangka Pikir

Analisis Semiotik

¹⁰ Ismail, Nawawi, “*Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Aplikasi Interdisipliner*”. Jakarta: Dwi Putra Pustaka Jaya. 2012. Hal. 203.



Bagan 1.1 Kerangka Pikir Penelitian

Dari bagan diatas dapat disimpulkan bahwa komentar *Follower* program NET TV yang di analisis dengan analisis semiotika model Roland Barthes akan meghasilkan *signifier* atau petanda, *Signified* atau Penanda dan dari analisis model Roland Barthes ini dapat mengetahui makna denotasi dan konotasinya dari komentar *Follower* program NET TV.

H. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis sikap dukungan komentar *Follower* program NET TV (Model Roland Barthes untuk Program Ini TalkShow Periode Januari-Maret 2015) yaitu dengan metode pendekatan paradigim kritis. Penggunaan pendekatan ini didasari pemikiran: (1) Paradigma ini mempunyai pandangan tertentu bagaimana media dan pada akhirnya iklan harus dipahami keseluruhan proses produksi

dan struktur sosialnya, (2) Salah satu sifat dasar teori kritis adalah selalu curiga dan memprtanyakan kondisi masyarkat dewasa ini.

Nyoman Kutha Ratna mengungkapkan pengertian mengenai pendekatan penelitian, yakni satu cara mendekati atau menjinakkan sehingga hakikat objek dapat diungkap se jelas mungkin. Pendekatan memegang peranan pokok dalam penelitian kualitatif dengan pertimbangan bahwa objek adalah abstraksi kenyataan yang sesungguhnya.¹¹

Jenis penelitian yang digunakan untuk menganalisis sikap dukungan pada komentar *follower* program di NET TV adalah analisis semiotika model Roland Barthes. Jenis penelitian ini digunakan dengan alasan: (1) bahwa objek yang akan dikaji untuk diungkapkan maknanya yang ada dalam sebuah komentar *follower*; (2) Model semiotika Roland Barthes adalah model yang memberikan kedalaman ketika memaknai sebuah komentar dengan mendasarkan dengan beberapa hal antara lain: petanda dan penanda; gambar, indeks, simbol; fenomena sosiologis.

2. Subjek, Objek dan Lokasi Penelitian

- a. Subjek Penelitian : Subjek yang akan dijadikan penelitian yaitu *Twitter* program @Ini_TalkShow.
- b. Objek Penelitian : Objek yang akan diteliti adalah komentar *Follower* program Ini Talk ShowNET TV yang akan diambil 10 sample dari 698rb *follower*.
- c. Lokasi Penelitian : Lokasi yang akan diteliti adalah akun *Twitter* @Ini_TalkShow.

3. Jenis dan Sumber Data

¹¹ Suharsini, Arikunto, "Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik". Jakarta: PT Rineka Cipta. 1998. Hal. 129.

Jenis Data	Bentuknya	Sumbernya di dapat dari
Primer	Komentar Follower	Observasi lapangan
Sekunder	Twitter Program Ini_Talkshow	Buku, hasil riset, berita dari media, dan sumber lain yang relevan

Tabel 1.1 Jenis dan Sumber Data

4. Tahap-tahap Penelitian

Secara umum, ada sejumlah tahapan riset semiotika sebagaimana yang dijelaskan Indriawan, tahapan itu adalah sebagai berikut¹² :

- a. Pertama – tama mencari topik yang menarik perhatian
- b. Kemudian menentukan alasan – alasan argumentatif mengapa penelitian ini perlu dilakukan
- c. Menentukan metode pengolahan data sesuai model semiotika Roland Barthes
- d. Mengklasifikasikan data yang bisa dilakukan seperti (1) indentifikasi teks (tanda-tanda) (2) memberikan alasan tanda dipilih dan perlu diidentifikasi, (3) menentukan pola semiosis yang umum dengan mempertimbangkan hierarki maupun sekuennya atau menggunakan pola sintagmatis dan paradigmatic, (4) menentukan kekhasan wacananya dengan mempertimbangkan elemen semiotika Roland Barthes

¹² Indriawan Seto W.W, *Semiotika Komunikasi edisi 2*, (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2013), h. 39

- e. Analisis data berdasarkan: (1) ideology, imterpretan peneliti, (2) lapis makna, mengaitkan makna dengan tanda – tanda yang lain, (3) menganalisis kesesuaian makna dengan sumber (kamus atau ensiklopedia) yang ada
- f. Membuat kesimpulan sesuai dengan tujuan penelitian

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu

a. Observasi

Dalam observasi ini, peneliti terjun secara langsung untuk mengamati kegiatan yang ada di akun *Twitter* program Ini Talk ShowNET TV.

b. Dokumentasi.

Tahap dokumentasi ini peneliti mencoba mengumpulkan data-data yang bersangkutan dengan penelitian ini.

6. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis semiotik yang meneliti tentang hubungan antara tanda dengan teks. Tahap pertama pada tanda denotasi dan tahap kedua pada tanda konotasi. Berikut merupakan langkah analisis yang digunakan dalam penelitian ini, adalah :

- a. Menganalisis tanda dari kata – kata yang terdapat dalam lirik lagu Sunset di Tanah Anarki.

- b. Menemukan petanda dan penanda penindasan dalam lirik lagu Sunset di Tanah Anarki.
- c. Mendeskripsikan dan menginterpretasikan tanda dalam gambaran makna yang paling nyata (denotasi).
- d. Menginterpretasikan tanda dengan perasaan atau emosi untuk menggambarkan makna yang sesungguhnya (konotasi) yang terdapat dalam setiap lirik lagu tersebut.
- e. Menguraikan dan mengkategorikan makna setiap lirik ke dalam kelompoknya.
- f. Menganalisis, menginterpretasi dan menggambarkan secara nyata dengan keadaan yang lebih mendalam tentang petanda dan penanda penindasan dalam lirik lagu Sunset di Tanah Anarki

I. Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan proposal ini agar tidak terdapat kesulitan dalam memahami ataupun dalam pembacaanya, maka perlu disusun penulisan skripsi secara ilmiah dan sistematika. Oleh karena itu maka dari penulisan perlu disebut dalam sistematika pembahasan, sebagai berikut:

1. BAB I yang berisi tentang:

Pendahuluan, yang berfungsi sebagai pengontrol dalam memahami pembahasan pada bab - bab berikutnya. Pada bab ini terdiri dari konteks penelitian, fokus masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu, definisi konsep, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

2. BAB II yang berisi tentang:

Kajian Teoretis, adalah uraian tentang landasan teori yang bersumber dari kepustakaan. Pada bab ini terdiri dari kajian pustaka dan kajian teori.

3. BAB III yang berisi tentang:

Penyajian Data, berisi tentang deskripsi umum objek penelitian serta deskripsi hasil penelitian.

4. BAB IV yang berisi tentang:

Analisis Data, yakni menganalisis hasil temuan penelitian serta konfirmasi temuan dengan teori.

5. BAB V yang berisi tentang:

Penutup. Bab ini berisi tentang simpulan, rekomendasi atau saran dari penelitian.

J. Jadwal Penelitian

No.	Penelitian	Minggu ke-						
		I	II	III	IV	V	VI	VII
1.	Pre-Survei	■						
2.	Merancang Proposal		■					
3.	Menyusun Proposal			■				
4.	Menentukan Sampel				■			
5.	Pengumpulan Data					■		
6.	Analisis Data						■	
7.	Membuat Laporan							■

Tabel 1.2 Jadwal Penelitian