

TAGAR #KaburAjaDulu DI MEDIA SOSIAL X
DALAM ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES

Skripsi
Diajukan untuk Memenuhi Sebagian
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Agama (S.Ag) dalam
Program Studi Aqidah dan Filsafat Islam



Oleh:
AHMAD HILMI ALWAN
NIM: 07020121029

PROGRAM STUDI AQIDAH DAN FILSAFAT ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN DAN FILSAFAT
UNIVERSITAS NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
2026

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Hilmi Alwan

NIM : 07020121029

Prodi : Aqidah dan Filsafat

Judul Skripsi : “Tagar #KaburAjaDulu di Media Sosial X dalam Analisis Semiotika Roland Barthes”

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil

Penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sebenarnya

Surabaya, 2 Desember 2025

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular postage stamp. The stamp is yellow and green, featuring a portrait of a man and the text '4000', 'METERAN', 'PENJEL', and '1875000X218740332'.

Ahmad Hilmi Alwan

NIM . 07020121029

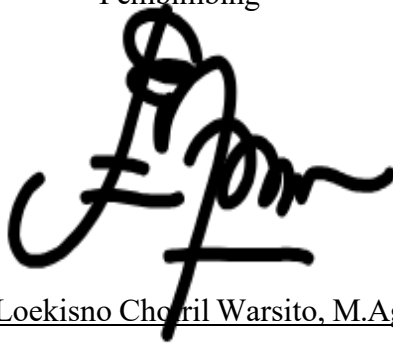
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul **“TAGAR #KaburAjaDulu DI MEDIA SOSIAL X
DALAM ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES”**, yang ditulis

oleh Ahmad Hilmi Alwan ini telah disetujui pada tanggal 26 November
2025

Surabaya, 26 November 2025

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Loekisno', written over a horizontal line.

Dr. Loekisno Choiril Warsito, M.Ag.

196303271993031004

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul “Tagar #KaburAjaDulu di Media Sosial X dalam Analisis Semiotika Roland Barthes” yang ditulis oleh Ahmad Hilmi Alwan ini telah diuji di depan Tim Penguji pada tanggal 6 Januari 2026

Tim Penguji:

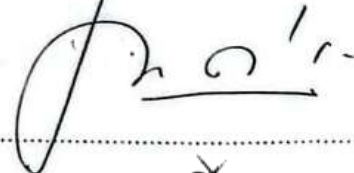
Dr. Loekisno Choiril Warsito, M.Ag.



Dr. Anas Amin Alamsyah, M.Ag.



Dr. Isa Anshori, M.Ag



Muhammad Nikmal Anas Alhadi, M.Ag



Surabaya, 6 Januari 2026

Dekan, Fakultas Ushuluddin dan Filsafat



Prof. Dr. Abdul Kadir Riyadi, Ph.D

NIP. 197008132005011003.

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ahmad Hilmi Alwan
NIM : 07020121029
Fakultas/Jurusan : Ushuluddin & Filsafat / Adidah & Filsafat Islam
E-mail address : achmadalwan97@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Tagar & Kabur Aja Dulu di Media Sosial X dalam Analisis
Semiotika Roland Barthes.

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 5 Januari 2026

Penulis



Alwan.

(nama terang dan tanda tangan)

ABSTRAK

Judul : Tagar #KaburAjaDulu di Media Sosial X dalam Analisis Semiotika Roland Barthes

Penulis : Ahmad Hilmi Alwan

Prodi : Aqidah dan Filsafat Islam

Pembimbing : Dr. Loekisno Choiril Warsito, M.Ag.

Penelitian ini mengkaji fenomena tagar #KaburAjaDulu di media sosial X (sebelumnya Twitter) yang muncul masif pada awal 2025 sebagai respons terhadap kegelisahan generasi muda Indonesia akibat kondisi ekonomi, ketenagakerjaan, ketidakpastian masa depan, dan isu brain drain, yang memicu perdebatan mengenai nasionalisme serta kritik sosial terhadap negara. Penelitian ini berfokus utama yakni, pola penggunaan tagar tersebut di platform X, dan analisis semiotikanya menurut Roland Barthes. Metode kualitatif deskriptif menerapkan teknik dokumentasi purposif terhadap unggahan primer (teks, dan screenshot) sejak 2025 dan data sekunder, dengan analisis bertahap: denotasi (keinginan literal meninggalkan kondisi sulit), konotasi (pro: kekecewaan dan kritik sosial-ekonomi; kontra: kurangnya patriotisme), serta mitos (normalisasi eskapisme pro versus nasionalisme ideal kontra). Hasil menunjukkan tagar tersebut memiliki makna berlapis yang merefleksikan ketegangan ideologis antara aspirasi individu dan loyalitas negara, sehingga berfungsi sebagai simbol ekspresi kolektif dalam ruang publik digital

Kata Kunci: Tagar #KaburAjaDulu, Media Sosial, Semiotika Roland Barthes

<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>

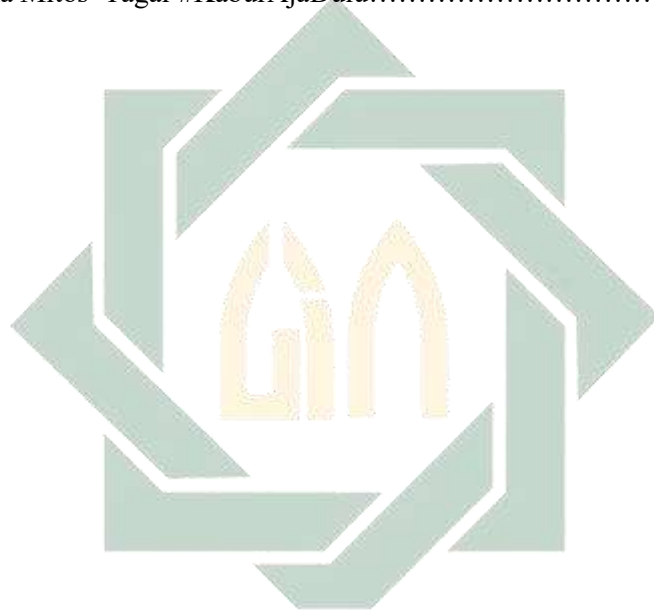
Daftar Isi

PERNYATAAN KEASLIAN	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	x
BAB I PENDAHULUAN.....	12
A.Latar Belakang.....	12
B Rumusan Masalah.....	16
C.Tujuan	16
D.Manfaat Penelitian	16
E.Kajian Terdahulu.....	17
F.Kajian Teori.....	20
G.Metode Penelitian	21
H. Sistematika Pembahasan.....	23
BAB II MEDIA SOSIAL DAN SEMIOTIKA ROLANDBARHES	25
A. Media Sosial	25
1.Definisi Media Sosial	25
2. Sejarah Perkembangan Media Sosial	26
3. Jenis-Jenis Media Sosial.....	29
B. Tagar	32
1.Definisi Tagar	32
http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/	

2. Asal Usul Perkembangan Tagar	33
3. Fungsi Tagar	35
C. Semiologi dan Semiotika Roland Barthes	36
BAB III DATA TAGAR #KABURAJADULU	53
A. Data Tweet Pro terhadap Tagar #KaburAjaDulu	53
B. Data Tweet Kontra terhadap Tagar #KaburAjaDulu	55
C. Perbedaan Data Tweet Pro dan Kontra terhadap Tagar #KaburAjaDulu	57
BAB IV ANALISIS DATA	58
A. Makna Denotasi Tagar #KaburAjaDulu	58
B. Makna Konotasi Tagar #KaburAjaDulu	59
C. Mitos dalam Tagar #KaburAjaDulu	61
BAB V PENUTUP	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran	64
Daftar Pustaka	66

Daftar Tabel

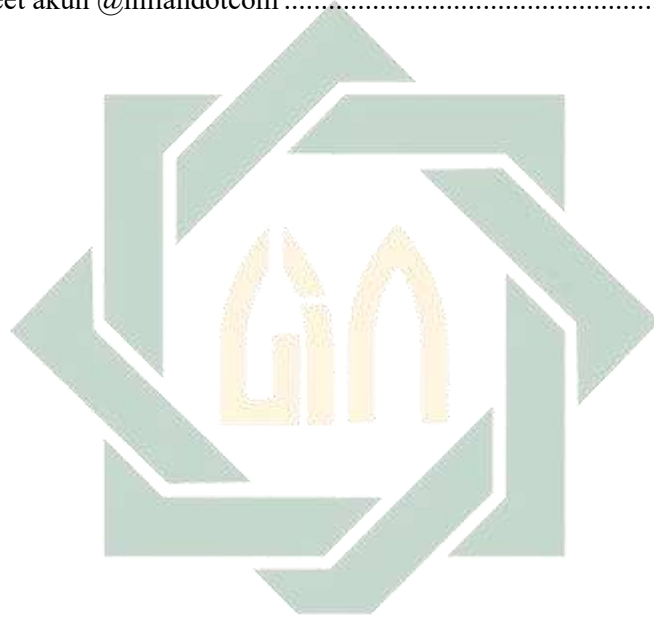
Tabel 1. 1 Mapping Kajian Terdahulu	17
Tabel 4. 1 Makna Denotasi Tagar #KaburAjaDulu.....	59
Tabel 4. 2 Makna Konotasi Tagar #KaburAjaDulu	61
Tabel 4. 3 Makna Mitos Tagar #KaburAjaDulu.....	62



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Daftar Gambar

Gambar 2. 1 Tingkatan Makna Roland Barthes.....	44
Gambar 2. 2 Kerangka Konsep.....	51
Gambar 3.1 Tweet @BarengWarga.....	53
Gambar 3. 2 Tweet akun @inilahdotcom	55



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Daftar Pustaka

Aditya, G. N. (2015). *Analisis pengaruh media sosial Twitter terhadap pembentukan brand attachment* (Tesis). Universitas Indonesia.

Adlin, A. (2012). *Semiotika dan hipersemiotika: Kode, gaya dan matinya makna*. Bandung: Matahari.

Agus, H. (2017). *Teknologi komunikasi dan informasi*. Yogyakarta: Andi Publisher.

Bakry, U. S. (2017). Pemanfaatan metode etnografi dan netnografi dalam penelitian hubungan internasional. *Jurnal Global & Strategis*, 11(1), 15–22.

BarengWarga.(2025).[Tweet].X.<https://x.com/i/status/1889570774199181785>

Barthes, R. (1967). *Elements of semiology*. New York: Hill and Wang.

Barthes, R. (1972). *Mythologies* (A. Lavers, Trans.). New York: Hill and Wang.

Barthes, R. (2004). *Mitologi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.

Barthes, R. (2007). *Membedah mitos-mitos budaya massa*. Yogyakarta: Jalasutra.

Barthes, R. (2007). *Petualangan semiologi Roland Barthes*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Barthes, R. (2012). *Elemen-elemen semiologi*. Yogyakarta: Jalasutra.

Budiman, K. (2004). *Analisis wacana: Dari linguistik sampai dekonstruksi*. Yogyakarta: Kanak.

Budiman, K. (2011). *Semiotika visual: Konsep, isu, dan problem ikonitas*.

Yogyakarta: Jalasutra.

Bungin, B. (2011). *Komunikasi dalam teori dan praktik*. Jakarta: Prenada Media.

Eco, U. (1976). *A theory of semiotics*. Bloomington: Indiana University Press.

Fuchs, C. (2014). *Social media: A critical introduction*. London: Sage.

Ghifary. (2018). Cyber-snob. *Jurnal Universitas Negeri Surabaya*, 4.

Handayani, T. (2019). *Pemasaran digital di era media sosial*. Bandung: Alfabeta.

Handoko, R. (2023). Nasionalisme digital dan mobilitas global di kalangan generasi muda Indonesia. *Jurnal Nasionalisme*, 9(1), 14–28.

Herlina, S. (2018). *Komunikasi digital: Perspektif media sosial*. Malang: UMM Press.

Hidayat, A. A. (n.d.). *Filsafat bahasa: Mengungkap hakikat bahasa, makna, dan tanda*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Imron. (n.d.). *Semiotika Al-Qur'an*.

InilahDotCom.(2025,20Februari).[Tweet].X.<https://x.com/i/status/1892474035247993194>

Kottler, P., & Keller, K. L. (2016). *Handbook of research of effective advertising strategies in the social media age*. Cambridge: IGI Global.

Lim, M. (2021). Freedom to hate: Social media, algorithmic enclaves, and the rise of tribal nationalism in Indonesia. *Critical Asian Studies*, 53(4), 473–491.

Muzakki, A. (2007). *Kontribusi semiotika dalam memahami bahasa agama*.

Malang: UIN Malang Press.

<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>

- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, R. (2018). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Natasha, C. (2016). Representasi meme jomblo dalam situs jejaring sosial Twitter (Analisis semiotika Roland Barthes). *Jurnal KOM FISIP*, 3(2), 1–8.
- Pradopo, R. D. (1998). Semiotika: Teori, metode dan penerapannya. *Humaniora*, 7, 44–56.
- Prasetyo, B. (2020). *Digital marketing: Peluang dan tantangan di era 4.0*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Pratomo, A. (2020). Digital youth culture and the rise of hashtag activism in Indonesia. *Journal of Media and Society*, 8(3), 44–58.
- Rahmawati, D., & Pratama, A. (2022). Peran media sosial dalam pembentukan opini publik di Indonesia. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 6(2), 133–145.
- Rahmawati, I. (2020). *Strategi konten di media sosial*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Ramadhan, F., & Lestari, M. (2023). Ekspresi sosial generasi muda di media sosial pada era krisis. *Jurnal Sosioteknologi*, 22(1), 56–70.
- Ratna, N. K. (2007). *Estetika sastra dan budaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rondonuwu, Y. C. (2014). Analisis tanda dalam iklan rokok pada koran Manado Post tahun 2012. *Jurnal Elektronik Fakultas Sastra Universitas Sam Ratulangi*, 1(2).

Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. Jakarta: KBM Indonesia.

<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>

- Saputra, E., & Amalia, F. (2021). Representasi ketidakpastian ekonomi dalam wacana digital generasi muda Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial*, 19(3), 201–215.
- Sari, D. (2017). *Media sosial dan komunikasi digital*. Jakarta: Prenada Media.
- Shakila, T., Putri, L. R., & Kuncoro, W. (2024). Pemanfaatan media sosial Harian Bhirawa dalam meningkatkan minat baca masyarakat. *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi*, 4(2), 31–38.
- Sobur, A. (2013). *Semiotika komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sobur, A. (2018). *Komunikasi digital: Perspektif media sosial*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Syafrida Hafni Sahir. (2021). *Metodologi penelitian*. Jakarta: KBM Indonesia.
- Yulianti, N., & Hidayat, R. (2022). Hashtag activism dan kritik sosial di media sosial Indonesia. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 25(1), 77–90.
- Zaidhary. (2018). Mengulas sejarah dan asal-usul hashtag. Diakses dari Google pada 31 Desember 2018