

BIJAK DALAM BERMEDIA SOSIAL
(Analisis Semiotika Roland Barthes Akun Instagram
@lambe_turah)



SKRIPSI
Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H.
Saifuddin Zuhri Purwokerto Sebagai Syarat Untuk Pengajuan Skripsi

Oleh:

ANA SOPIATUN ATIKAH

NIM 1817102050

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
JURUSAN KOMUNIKASI ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UIN PROF.K.H.SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
2023

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ana Sopiatur Atikah

NIM : 1817102050

Jenjang : Strata 1

Progam Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah

Menyatakan bahwa naskah yang berjudul "Bijak Dalam Bermedia Sosial pada Akun Instagram @lambe_turah" secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya sendiri, kecuali bagian-bagian tertentu yang telah di rujuk sebelumnya.

Purwokerto, 16 Januari 2023

Saya yang menyatakan,



Ana Sopiatur Atikah

NIM. 1817102050



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH**

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553, www.uinsaizu.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

BIJAK DALAM BERMEDIA SOSIAL

(Analisis Semiotika Roland Barthes Akun Instagram @lambe_turah)

Yang disusun oleh **Ana Sopiatus Atikah** NIM. **1817102050** Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam Jurusan Manajemen dan Komunikasi** Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifudin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu** tanggal **18 Januari 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.sos) dalam (Ilmu Komunikasi)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

Muridan, M.Ag.

NIP. 19740718 200501 1 006

Sekretaris Sidang/Penguji II

Ulul Aedi, M.Ag

NIP. 19870507 202012 1 006

Penguji Utama

Dr. Umi Halwati, M.Ag

NIP. 19840819 201101 2 011

Mengesahkan,

Purwokerto, ... **26-1-2023** ..

Dekan,



Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag.

NIP. 19691219 199803 1 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan arahan dan perbaikan seperlunya terhadap penulisan skripsi dengan :

Nama : Ana Sopiatun Atikah
NIM : 1817102050
Jenjang : Strata 1
Jurusan : Manajemen dan Komunikasi
Progam Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Bijak Dalam Bermedia Sosial (Analisis Semiotika Roland Barthes Akun Instagram @lambe_turah)

Dengan naskah skripsi ini, dapat diajuk an kepada Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diajukan dalam sidang munaqosyah.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 11 Januari 2023
Pembimbing,



Muridan, M. Ag
NIP. 19740718 200501 1 006

BIJAK DALAM BERMEDIA SOSIAL
(Analisis Semiotika Roland Barthes Akun Instagram @lambe_turah)

Ana Sopiatur Atikah

NIM.1817102050

ABSTRAK

Pesatnya Perkembangan teknologi pada era digital menciptakan ragam aktivitas bermasyarakat yang tak lepas dari media elektronik, salah satunya dalam bermedia sosial pada Instagram. Instagram menjadi salah satu pusat media sosial yang sampai sekarang terus berkembang dan diminati oleh masyarakat, Instagram banyak digunakan sebagai sumber informasi salah satunya adalah akun @lambe_turah yang merupakan akun yang mengunggah konten informasi yang sedang populer di masyarakat terkait dunia para artis dan berita viral. Pengikut @lambe_turah mencapai 11 juta dengan jumlah *postingan* sebanyak 14,9 ribu. Melalui konten tersebut muncul berbagai permasalahan terkait konten yang tidak bijak di media. Hal ini yang menarik peneliti untuk meneliti konten *postingan* pada akun Instagram @lambe_turah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bijak dalam bermedia sosial pada konten akun @lambe_turah dalam pemanfaatan teknologi yang canggih melalui media Instagram pada konten *postingan* @lambe_turah. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian literare. Metode pengambilan data yang penulis gunakan adalah metode dokumentasi dan menggunakan teknik analisis teori semiotika Roland Barthes guna mengetahui makna bijak bermedia yang tersusun dari sebuah tanda, denotasi, konotasi dan mitos pada *postingan* @lambe_turah.

Hasil dari analisis semiotik terhadap konten di akun @lambe_turah yang dikemas dalam bentuk screen shot foto dan video memperlihatkan bahwa adanya *postingan* yang bijak dalam bermedia dimana akun @lambe_turah memanfaatkan konten untuk memposting informasi yang bermanfaat dan tidak hanya memberikan ruang gosip.

Kata Kunci : Bijak, Media Sosial, Instagram @lambe_turah, Semiotika Roland Barthes

MOTTO

“Memuliakan manusia, berarti memuliakan penciptanya. Merendahkan dan menistakan manusia berarti merendahkan dan menistakan penciptanya.”¹

-Gus Dur-



¹ Abdul Wahid, *Karena Kau Manusia*, (Yogyakarta: Diva Press, 2018, h.87).

² Tongkotow Liedfray, Fanny J. Waani & Jouke J Lasut, “Peran Media Sosial Dalam

PERSEMBAHAN

Berkat rahmat dan karunia Allah SWT, saya diberi kesempatan untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Karya ini saya persembahkan untuk orang-orang tersayang yang selalu memberikan dukungan, memberikan doa, semangat dan motivasi. Semoga ini menjadi langkah awal menuju pintu kesuksesan. Karya ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, serta Mba Nur Halimah dan Mas Mahmud Fauzi sebagai Kakak tercinta.

Skripsi ini saya persembahkan, dengan rendah hati saya berterima kasih dan memohon maaf atas segala kesalahan dan kekhilafan semoga ini bisa memberikan manfaat bagi orang banyak.



KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai tugas akhir. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Baginda nabi Muhammad SAW beserta keluarganya, sahabatnya dan umatnya sampai akhir zaman.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. K.H. Moh. Roqib, M.Ag. Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Abdul Basit, M.Ag. Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Uus Uswatusholihah, S.Ag., M.A. Ketua Jurusan Manajemen Komunikasi Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.
4. Dedy Riyadin Saputro, M.I.Kom. Koordinasi Prodi Komunikasi Penyiaran Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.
5. Muridan, M.Ag. Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan dengan penuh kesabaran, serta memberikan motivasi sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Segenap dosen, karyawan dan seluruh civitas akademika UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah membekali berbagai ilmu pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman selama menempuh studi di Fakultas Dakwah.
7. Kedua orang tua yang tidak ada hentinya selalu memberikan doa, nasihat, dan dukungan serta kerja kerasnya untuk membiayai pendidikan anak-anaknya. Hal ini menjadi motivasi besar bagi penulis untuk bisa membahagiakan mereka.
8. Nur Halimah dan Mahmud Fauzi sebagai kakak yang telah memberikan motivasi.

9. Keluarga besar K.H. Cholil dan Alm. Muhroji yang telah memberikan doa dan dukungan.
10. Mei Dwi Yantoko Sebagai penyemangat yang telah ada di kehidupan saya dan selalu memberikan *support* dalam menyusun skripsi ini, semoga hal baik selalu menyertai.
11. Seluruh teman-teman Progam Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam kelas B Angkatan 2018 yang senantiasa selalu memberikan motivasi untuk lulus tepat waktu.
12. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Semoga Allah memberikan balasan yang terbaik.

Ucapan terima kasih penulis haturkan kepada semua pihak yang sudah membantu dalam penyusunan skripsi. Semoga Allah SWT memberikan kebaikan kepada semuanya. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan bagi para pembacanya.

Hormat saya,
Penulis



Ana Sopiatus Atikah
NIM. 1817102050

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	0
PERNYATAAN KEASLIAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
ABSTRAK	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah.....	8
1. Bijak.....	8
2. Media Sosial.....	9
3. Akun Instagram @lambe_turah.....	10
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan Penelitian dan Manfaat.....	10
1. Tujuan Penelitian	10
2. Manfaat secara Praktis	10
E. Kajian Pustaka	11
F. Sistematika Penulisan	13
BAB II	15

A. Bijak	15
1. Definisi Bijak	15
2. Indikator bijak dalam bermedia	16
B. Media Sosial.....	18
1. Definisi media sosial.....	18
2. Sejarah Media Sosial.....	19
3. Etika Bermedia Sosial.....	21
4. Jenis – jenis Media Sosial	22
5. Indikator Media Sosial	24
C. Instagram.....	25
1. Definisi Instagram.....	25
2. Sejarah Instagram.....	26
3. Menu dan fitur dalam instagram	27
D. Akun Instagram @lambe_turah	33
E. Semiotika.....	34
1. Pengertian Semiotika	34
2. Semiotika <i>Roland Barthes</i>	35
BAB III.....	40
A. Jenis dan pendekatan penelitian.....	40
1. Jenis penelitian.....	40
2. Pendekatan Penelitian	40
B. Subjek dan Objek Penelitian	41
2. Objek Penelitian.....	41
C. Sumber Data	42
1. Sumber Data Primer.....	42
2. Sumber data sekunder	44
3. Metode Pengumpulan Data	45
4. Analisis Data	46
BAB IV	48
A. Gambaran Umum Instagram @lambe_turah	48

B. Gambaran Umum Bijak Dalam Bermedia	48
C. Analisis Bijak Bermedia	52
BAB V	66
A. Kesimpulan	66
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	68



DAFTAR TABEL

- Tabel 3.1 jumlah *postingan* akun @*lambe_turah* tahun 2022
- Tabel 3.2 10 *postingan* akun @*lambe_turah* yang paling populer tahun 2022
- Tabel 4.1 *Postingan* akun @*lambe_turah* 30 Juni 2022
- Tabel 4.2 *Postingan* akun @*lambe_turah* 10 Agustus 2022
- Tabel 4.3 *Postingan* akun @*lambe_turah* 2 Oktober 2022
- Tabel 4.4 *Postingan* akun @*lambe_turah* 10 November 2022
- Tabel 4.5 *Postingan* akun Lmabe Turah 3 September 2022
- Tabel 4.6 *Postingan* akun @*lambe_turah* 21 Mei 2022
- Tabel 4.7 *Postingan* akun @*lambe_turah* 25 Januari 2022
- Tabel 4.8 *Postingan* akun @*lambe_turah* 24 April 2022
- Tabel 4.9 *Postingan* akun @*lambe_turah* 14 Maret 2022
- Tabel 4.10 *Postingan* akun @*lambe_turah* 28 Maret 2022



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Instagram Pada Tahun 2022

Gambar 1.2 *Profil* Akun Instagram @lambe_turah

Gambar 2.1 Logo Instagram

Gambar 2.2 Pola Semiotika Roland Barthers



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang mumpuni hampir sudah menjalar di seluruh dunia, banyak penduduk sudah tersambung dengan teknologi internet. Perubahan teknologi dan komunikasi khususnya di negara Indonesia meledak dengan pesat. Internet memberikan efektivitas dan efisiensi dalam hal waktu, biaya dan tenaga. Teknologi internet memudahkan masyarakat untuk memperoleh informasi secara luas. Hal tersebut menjadikan perkembangan teknologi internet cepat untuk berevolusi di era milenial sekarang manusia mampu mencari informasi dan berkomunikasi hanya dengan membuka ponsel.

Berbagai informasi dari penjuru dunia dengan cepat akan terakses maka tidak heran jika di era digital saat ini, setiap orang memiliki ponsel untuk mengakses internet. Dari perkembangan media sekarang, menuntut media cetak untuk mengikuti alur perkembangan teknologi dengan mengkonversikan media massa cetak menjadi media massa *modern* atau *new media* yang sering di sebut juga sebagai media sosial (*medsos*). Media sosial sendiri merupakan teknologi yang berbasis web dan pengguna di dalamnya mamapu berpartisipasi dengan berbagi informasi dari satu dengan yang lain.²

Tujuannya tidak lain agar informasi yang di sampaikan melalui internet mampu menjangkau ke pelosok daerah.³ Semakin pesatnya perkembangan teknologi dan informasi dalam bentuk media *online*, memungkinkan untuk terciptanya media baru yang di gunakan untuk

² Tongkotow Liedfray, Fonny J. Waani & Jouke J Lasut , “Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara,” *Jurnal Ilmiah Society* Vol.2, no 1 (2022):2.

³ Adam Muhammad Nur, Armando Satriani Hadi, “Relasi Appraisal Dalam Aspek Attitude Pada Media *Online* Instagram,” *Jurnal Sasindo Unpam* Vol. 3 , No. 2 .(Desember 2016) : 15-16.

sarana berkomunikasi dan sumber informasi.⁴ Semakin berkembangnya teknologi mulai bermunculan aplikasi *online* seperti Youtube, Facebook, twitter dan Instagram. Salah satu yang masih populer di masyarakat dari tahun 2010 sampai sekarang yaitu aplikasi instagram. Instagram merupakan salah media *sharing* foto dan vidio yang di pegang oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger .⁵

Pada bulan April 2012 instagram resmi berpindah alih ke tangan Facebook yang mampu dibeli senilai 1 Miliar, sehingga aplikasi instagram kini mampu di *download* semua orang melalui play store.⁶ *We Are Social Hootsuite* menyatakan lewat risetnya, aplikasi instagram menduduki urutan ke tiga jejaring sosial terpopuler di masyarakat Indonesia. Pada tahun 2021 pengguna instagram di Indonesia mencapai angka 85 juta jiwa (86,6%) dari keseluruhan populasi totalnya masing masing jejaring sosial instagram perempuan 52,4% dan laki-laki 47,6%.⁷ Ditambahkan data hasil survei yang dilakukan oleh *Global Web Index (GWI)*, Aplikasi instagram menjadi aplikasi terpopuler untuk generasi Z usia 16-23 tahun.⁸

⁴ Punguh Kurniawan, “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Moderen Pada Batik Dan Burneh” *Jurnal Kompetensi* 11, No. 2 (Oktober 2017) : 217.

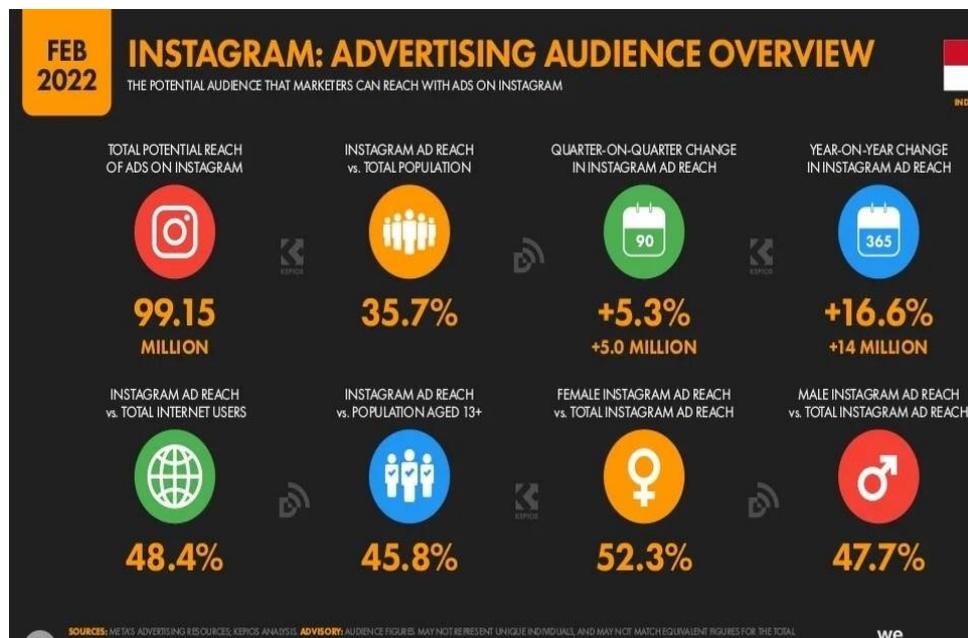
⁵ M.Rjal Ul Haq, “ Makna Pesan Dakwah Di Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Pesan Dakwah Visual pada akun instagram @dakwahquransunnah). *Skripsi*. 2021. hlm 12.

⁶ Mohammad Soffillah” Perilaku Keberagaman Pengikut Akun @Jilbaber_Masakini di Instagram IAIN Kudus. *Skripsi*, Institut Agama Islam Negri Kudus. 2022.

⁷ Andi Dwi Riyanto, Hootsuite (We Are Social) : Indonesian Digital Report 2021, data bersumber dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-Indonesian-digital-report-2021/> ,(Diakses pada 10 Juni 2022. Pukul 22.07 WIB)

⁸ Vika Azkiya Dhini, Instagram, Media Social Favorit Generasi Z di Dunia, data bersumber dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-Indonesian-digital-report-2021/> , (Diakses pada 10 Juni 2022. Pukul 22. 30 WIB)

Ringkasan Pengguna Instagram pada tahun 2022



Gambar 1: Pengguna Instagram Pada Tahun 2022

Menurut riset dari *We Are Social Hootsuite* Akses instagram yang sangat mudah dan luas menjadikan peminat instagram khususnya masyarakat Indonesia meningkat cukup fantastis, di tahun 2022 pengguna instagram mencapai 99,15 juta pengguna setara dengan 35,7 juta populasi penduduk di awal tahun.⁹ Dengan prosentase pengguna perempuan berkisar 52,3% sedangkan pengguna berjenis kelamin laki-laki 47,7%. Namun disamping banyaknya pengguna instagram, maka banyak pula peluang untuk timbulnya dampak negatif dari instagram. Banyak dari pengguna internet di Indonesia yang menyalahgunakan media instagram untuk hal yang tidak bermanfaat, Seperti memposting berita bohong (*Hoax*), kejahatan pornografi, konten ilegal, selisih informasi, cacian dan hinaan salah satunya berasal dari konten gosip instagram *@lambe_turah*.¹⁰

⁹Nur Muhamad Arrosyid.” Efektivitas Akun Instagram @UIN_satu dalam pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa uin Sayyid Ali Ramatullah Tulungagung “. *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, 2022 hlmn 3

¹⁰Syafi’ Junadi, Rani Karomatul Laili” Fenomena Bahasa Gaul Sebagai Fenomalitas Linguistik Dalam Media Sosial Instgaram Dalam Era Milenial” *Jurnal PENEROKA.*, Vol.1, No.1 Januari 2021.



Gambar 2: Profil Akun Instagram @lambe_turah

@lambe_turah merupakan salah satu akun gosip yang pertama muncul di Instagram di mana pada akun tersebut mengungkap sisi lain dari kehidupan para artis. @lambe_turah yang di ambil dari kata bahasa Jawa Lambe yang artinya “Bibir” sedangkan Turah artinya “Berlebihan”,¹¹ @lambe_turah di anggap sebagai julukan untuk orang-orang yang suka bergosip, menggunjing dan penyebar berita tidak sedap di media sosial. Jadi @lambe_turah merupakan banyak membicarakan orang lain sehingga informasinya menjadi “Tumpah – tumpah”. Nama dari @lambe_turah menjadi icon penting yang familiar di kalangan masyarakat khususnya pengguna Instagram.¹² Dengan menggunakan semboyan yang di cantumkan pada bio Instagramnya yaitu Gosip Adalah Fakta Yang Tertunda menjadikan @lambe_turah memiliki daya tarik tersendiri.

@lambe_turah yang di buat pada tanggal 24 Desember 2015, yang di dalamnya memuat *postingan* terkait kehidupan selebritis hingga berita yang sedang viral di jagat maya.¹³ Tidak heran jika *Postingan* yang di unggah oleh Akun Instagram @lambe_turah di anggap sebagai akun gosip

¹¹ Baiq Dwi Intan Cahyani, Burhannudin, Symsyinas Jafar. “Bentuk Dan Fungsi Bahasa slang pada Keterangan Foto Akun @lambe_turah Di Media Sosial Instagram”. *Jurnal Bastindo*, Universitas Matram., Vol. 1, No.2. Desember 2020. 188

¹² Muhammad Fahrurrozi. “Pengaruh Postingan Akun Instagram @lambe_turah Terhadap Tingkat Kepercayaan Mahasiswa Pekalongan Di Daerah Istimewa Yogyakarta.” *Skripsi*. Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019.

¹³ Muhammad Fahrurrozi. “Pengaruh Postingan Akun Instagram @lambe_turah Terhadap Tingkat Kepercayaan Mahasiswa Pekalongan Di Daerah Istimewa Yogyakarta.” *Skripsi*. Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019.

ter *Up Date*, mengingat pengikut @lambe_turah di tahun 2022 mencapai 11 Juta dan terus bertambah setiap harinya. Sehingga @lambe_turah dijadikan acuan kebenaran pada suatu gosip, banyaknya pengikut memudahkan @lambe_turah untuk mengiring warganet untuk masuk dalam ranah yang disajikan oleh @lambe_turah, khususnya masyarakat yang Indonesia yang menikmati konten kehidupan para artis dan konten yang sedang viral.¹⁴ Hal tersebut didukung dengan banyaknya muncul akun-akun gosip demi untuk memenuhi kepuasan informasi gosip¹⁵

Tingginya tingkat ketertarikan masyarakat terhadap konten gosip mampu dibuktikan melalui banyaknya komentar yang tembus hingga 1000 komentar pada setiap *postingannya*, respon tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia sangat menikmati konten dari @lambe_turah. Walaupun @lambe_turah mengklaim bahwa akun @lambe_turah bukan termasuk akun gosip, pada kenyataannya pemberitaan yang di sediakan melalui konten instagramnya mampu menggiring opini publik. Tidak heran semua orang mampu membuat suatu pemberitaan yang dengan mudah viral tetapi tidak semua orang bisa menanggapi hal yang telah viral tersebut.

Terlebih mengenai bagaimana cara menyikapi suatu persoalan yang sedang menjadi pembahasan hangat dan diperbincangkan oleh masyarakat luas karena banyak orang masih menyukai berita yang mengedepankan sensasi belaka ketimbang harus memilih berita yang mengedukasi pembacanya. Tak dipungkiri semua orang mengerti tentang pemberitaan di media, tetapi tidak semua orang mengerti bagaimana cara bersikap untuk bijak dalam bermedia karena tidak semua masyarakat paham bagaimana menggunakan media dengan baik dan bijak.¹⁶

¹⁴ Mutiara Rahmi Pratiwi. "Pemberitaan Masalah Rumah Tangga Selebritia Sebagai Media Spectacle(Guy Debord)." *Jurnal Komunikasi*. Universitas Dian Nuswantoro Semarang.vol 9, No 1. Oktober 2014.

¹⁶ Ekki Ventinila Manandhie."Kecenderungan Isi Pesan *Netizen* Dalam Merespon Informasi Pemberitaan Non-Artis Di Akun Instagram @lambe_turah". *Skripsi*. Universitas Negri Malang,2019.

Isi konten dari @lambe_turah yang kerap membuat geger terlebih seputar dunia selebritis dan kasus – kasus yang tengah ramai di Indonesia. @lambe_turah membingkai berita berupa foto atau video yang amatir dengan sedikit tulisan atau *caption* yang ambigu sehingga kerap kali memancing warganet yang mengikuti akun instagram @lambe_turah terpancing untuk berkomentar di setiap *postingannya*. Sangat biasa jika kolom komentar dipenuhi dengan ribuan kata-kata yang tidak senonoh, bersifat kasar, menghakimi, menyudutkan dan berujung pada perilaku yang mengintimidasi salah satu pihak kemudian terjadilah *bullying* melalui kolom komentar dunia maya atau yang biasa dikenal sebagai *cyber bullying*.

Melihat karakter masyarakat Indonesia yang kurang bijak dalam bermedia sosial, tidak heran jika negara Indonesia di katakan sebagai negara yang tingkat kesopannya terendah di Asia Tenggara.¹⁷ Menurut riset *Digital Civitily Index (DCI)* yang di kemukakan oleh *Microsoft* ada beberapa hal penting yang menjadi faktor yang menyebabkan warga Indonesia tidak sopan dalam bermedia banyaknya *hoax* dan penipuan di angka 47 persen. Ke dua adalah ujaran kebencian sebesar 25 persen dan yang terakhir adalah Diskriminasi sebesar 13 persen, hal tersebut yang menjadi pemicu mirisnya kesopanan dalam bermedia sosial.¹⁸ Hal tersebut juga dapat terjadi karena rendahnya literasi digital pada masyarakat.¹⁹

Indonesia yang menjadi negara hukum didalamnya memiliki rangkaian aturan ketat, tentang kehidupan bermedia sosial yang harus di patuhi oleh warga negara Indonesia. Aturan tersebut tercantum pada Undang – Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yaitu dalam Undang – Undang Nomor 11 Tahun 2008 berisi Informasi dan

¹⁷ Dari internet [http:// www.unpad.ac.id](http://www.unpad.ac.id) di akses pada 07 Maret 2021.

¹⁸ Dimas Ongko Wijoyo & Anne Maryani, Analisis Media Sosial Mengenai Issu Indonesia Sebagai Negara Paling Tidak Sopan di Asia Tenggara <http://procediang.unisba.ac.id> 2022

¹⁹ Haifa Firyal Iswanto, DKK, “ Pelatihan Bijak Bermedia Sosial Sebagai Upaya Pendidikan Karakter Pada Remaja,” *Jurnal Abdimas* Vol. 25 , no 2 (Desember 2021): 198.

Transaksi Elektronik Pada Pasal 27 tentang penyebaran media yang memiliki muatan pelanggaran pencemaran nama baik, kesusilaan, pemerasan berita bohong (*hoax*) melalui media elektronik yang bertujuan untuk menimbulkan rasa benci dan permusuhan baik individu atau kelompok berdasarkan agama, suku, ras, dan antar golongan.

Tentang penyebran *hoax* Undang – Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi Serta Transaksi Elektronik, diantaranya pada Pasal 28 Ayat (1) yang berisi “ Setiap orang dengan sengaja dan tanpa adanya hak menyebarkan berita bohong serta dapat menyesatkan seseorang yang dapat berdampak kerugian seseorang dalam pelaksanaan transaksi elektronik”, Pasal 28 ayat (2) yang berisi “Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan kebencian serta permusuhan baik individu maupun kelompok masyarakat tertentu berdasarkan Suku, Agama, Ras, dan antar Golongan (SARA).

Ketentuan pidana atas UU ITE berisi rincian ancaman pidana bagi penyebar berita bohong yaitu terdapat pada pasal 45 UU ITE yang berbunyi “seseorang yang memenuhi unsur dalam pasal 28 ayat (1) dan (2) akan didenda paling banyak sebesar Rp 1 Miliar atau dipidana penjara paling lama enam tahun.” Dengan adanya peraturan bermedia sosial yang ada, seharusnya para pengguna mampu lebih bijak dalam bermedia sosial, sehingga mampu mendistribusikan informasi di media sesuai etika dan hukum.²⁰ Namun tidak semua pengguna instagram mampu menerapkan nilai - nilai yang telah di cantumkan dalam UU ITE.

Banyak sekali aturan – aturan yang di buat oleh negara yang dimuat pada UUIE yang ditunjukan bagi masyarakat agar lebih bijak dalam bermedia sosial seperti berbahasa yang sopan, benar dan tidak mengandung SARA, dll. Sebagai umat islam tentunya sudah mengetahui bahwasanya agama islam mengajarkan untuk lebih baik diam jika tidak bisa mengeluarkan kata- kata yang baik, karena hal tersebut mampu menimbulkan keributan. Bahkan sebagai umat islam yang *modern* dengan

²⁰ Dari Internet <http://www.its.ac.id> di akses pada 04 Agustus 2022. 09:08

banyaknya fasilitas yang canggih semestinya mampu lebih bijak dalam bermedia sosial seperti tidak memberikan kabar buruk dan tidak membuka aib saudaranya. Hal ini terdapat pada QS. Al- Hujurat:12

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعضُكُمْ بَعضًا ؕ أَيُّبُ
أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْنَاهُ ؕ وَأَتَّقُوا اللَّهَ ؕ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan purba-sangka (kecurigaan), karena sebagian dari purba-sangka itu dosa. Dan janganlah mencari-cari keburukan orang dan janganlah menggunjingkan satu sama lain. Adakah seorang diantara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima Taubat lagi Maha Penyayang”.

Dari pembahasan di atas dapat diketahui bahwa setiap konten yang diberikan akun instagram @lambe_turah memiliki daya tarik yang kuat dalam mengumpulkan Netizen untuk ikut terjun kedalam ranah berita yang di sajikan, kurangnya sikap bijak dalam bermedia sangat terlihat dalam setiap postingan @lambe_turah. Maka peneliti tertarik untuk menganalisis konten @lambe_turah. Jadi, berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti mengambil judul “Bijak Dalam Bermedia Sosial Pada Akun Instagram @lambe_turah.”

B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kekeliruan dan kesalahpahaman dalam memahami maksud dan istilah dalam penelitian ini, maka perlu di berikan penjelasan dari istilah-istilah yang digunakan. Adapun istilah yang di maksud adalah

1. Bijak

Menurut Baltes bijak diartikan sebagai keahlian dalam mengatasi suatu permasalahan yang mendasar berkaitan dengan perilaku seseorang dan makna hidup.²¹ Bijak dalam bermedia sosial

²¹ J.Jordan & Sternberg, R. (2005). *A Handbook of Wisdom: Psychological Perspectives*. Cambridge University Press.

memiliki arti cara bertindak dan mengambil keputusan dengan hati – hati ketika bersosialisasi di media sosial. Bijak bermedia mampu di terapkan dengan menghindari hal yang bersifat menyimpang seperti pornografi, isu SARA dan kekerasan. Bijak bermedia diartikan juga dengan memperhatikan penggunaan bahasa, tidak mengumbar informasi yang tidak jelas, memeriksa kebenaran berita hal lainnya juga harus memerhatikan etika ketika berselancar di berbagai *platform* media sosial tersebut.²²

2. Media Sosial

Media berasal dari bahasa latin *median* jamak dari kata *medium* yang memiliki arti alat, perantara, penghubung dan penyambung, yang berarti sesuatu yang mampu menjadi alat untuk tercapainya suatu tujuan.²³ Menurut Taprial dan Kanwar media sosial adalah media yang digunakan individu agar menjadi sosial atau menjadi sosial secara daring dengan cara berbagi isi, berita, foto dan lain-lain dengan orang lain.²⁴ Canagra berpendapat bahwa media merupakan suatu alat atau sarana sebagai perantara untuk menyampaikan pesan melalui komunikator kepada khalayak.

Media sosial merupakan bagian dari *New Media* yang menawarkan *development of network* dengan memberikan hak bagi pengguna terkait keamanan privasi, pembuatan pesan, penyampaian, menyaring informasi secara selektif, hingga melakukan banyak berbagai pilihan-pilihan yang diinginkan dengan penawaran fitur yang tersedia. Hal tersebut juga tidak lepas dari media sosial yang akan menjadi objek penelitian yang penulis teliti sendiri yaitu Instagram.²⁵

²² Haifa Firyal Iswanto, DKK, “ Pelatihan Bijak Bermedia Sosial Sebagai Upaya Pendidikan Karakter Pada Remaja,” *Jurnal Abdimas*. 25 , no 2 (Desember 2021): 204.

²³ Hamzah Yaqub, *Politik Islam*, Buku. (Bandung: Diponegoro, 1992),99.

²⁴ Jeperson Hutahaean.dkk, *Literasi Digital: Bijak Dalam Berekspresi Dan Bermedia* .Buku. (Yayasan Kita Menulis, 2022), 2.

²⁵ Errika Dwi Setya Watie, Komunikasi dan Media Sosial, *Jurnal THE MESSENGER*, Vol. 3, No.1 (2011), Hal. 70-71.

3. Akun Instagram @lambe_turah

Akun instagram @lambe_turah merupakan salah satu akun gosip pertama yang ada di instagram yang bergabung bersama instagram mulai dari 24 Desember 2015.²⁶ Akun gosip yang terus berkembang yang saat ini sudah memuat 14,8 ribu *postingan* dengan jumlah *follower* sebanyak 11 Juta. Pada akun tersebut rutin meng *upload* konten lebih dari satu kali dalam sehari, akun tersebut dimanfaatkan untuk memberitakan gosip selebritis dan berita yang sedang viral. dalam konten yang di unggah dapat berupa foto dan vidio amatir yang dibingkai dengan semenarik mungkin agar para *Netizen* tertarik dengan informasi yang di bagikan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang saya susunan yaitu Bagaimana akun instagram @lambe_turah berdasarkan analisis semiotika Roland Barthes ?

D. Tujuan Penelitian dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

Pada penelitian ini tujuan yang akan dicapai peneliti adalah untuk mendeskripsikan Bijak Dalam Bermedia Pada Instagram Pada Akun Instagram @lambe_turah.

a. Manfaat Penelitian

1) Manfaat secara Teoritis

- a) Dapat memberikan gambaran terkait manfaaat media instagram sebagai sarana edukasi pada mahasiswa.
- b) Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi para akademisi.

2. Manfaat secara Praktis

- a) Bagi Peneliti

²⁶ Cholidah Astri Pertiwi¹ , Edi Prihantoro² , Yeni Nuraeni³ “Motif Penggunaan dan Terpaan Media Akun Instagram Terhadap Persepsi Khalayak” .*Artikel* .Universitas Guna Darma.Desemeber.2015

Dengan penelitian ini, diharapkan peneliti mampu menambah pengalaman, kemampuan serta ketrampilan dalam mengaplikasikan ilmu yang telah didapatkan.

b) Bagi Mahasiswa Dakwah

Penelitian ini mampu menjadi gambaran bagi mahasiswa terkait bijak dalam menggunakan media instagram.

c) Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan mampu menjadi bahan refrensi bagi pihak - pihak lain yang ingin melakukan penelitian terkait bijak dalam bermedia.

E. Kajian Pustaka

Berdasarkan penelusuran terhadap penelitian terdahulu, ada penelitian dalam skripsi maupun jurnal. Selain berfungsi sebagai eksplorasi mendalam terhadap temuan terkait penelitian yang dilakukan, juga dapat dijadikan acuan untuk melihat celah yang belum pernah diteliti oleh peneliti terdahulu.

Pertama, skripsi yang disusun oleh Amalia Zulfa Elmaslakah tahun 2022 dengan judul “*Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Tiktok Dakwah @Basyasman00 Terhadap Perilaku Bijak Bermedia (Studi Pada Akun Tiktok @Basyasman00)*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh intensitas mengakses akun tiktok dakwah @Basyasman00 terhadap perilaku bijak bermedia kemudian populasi pada penelitian ini adalah semua pengikut dari akun instagram @Basyasman00, sedangkan sampel pada penelitian ini yaitu 100 orang pengikut akun tiktok @Basyasman00 yang dianggap telah memenuhi syarat peneliti. Persamaan peneliti dengan penelitian sebelumnya adalah pada sama – sama membahas tentang bijak dalam bermedia sedangkan

perbedaan dengan penelitian terdahulu terletak pada metode penelitiannya yaitu kuantitatif.²⁷

Kedua, Skripsi yang di susun oleh M. Izzatul Siddiq tahun 2022 dengan judul “*Analisis Etika Bermedia Sosial Dalam Pemanfaatan Instagram Oleh Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau (Studi Kasus Mahasiswa Audio Visual FIKOM)*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui etika bermedia sosial dalam pemanfaatan instagram oleh mahasiswa komunikasi. Perbedaan dalam penelitian ini dengan kajian terdahulu terletak pada Subjek dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa Komunikasi Universitas Islam Riau yang aktif di dalam Unit Kegiatan Mahasiswa Audio Visual FIKOM. Sedangkan persamaan dalam penelitian ini adalah sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan sama – sama membahas terkait bermedia sosial instagram.²⁸

Ketiga, Skripsi yang di susun oleh Ikrima Nursaibah Fiddiny tahun 2020 dengan judul “*Pesan Dakwah Pada Iklan Masyarakat Bijak Dalam Bermedia Sosial TransTV*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pesan dakwah pada iklan layanan masyarakat “bijak dalam bermedia sosial” transtv serta mengetahui makna dari iklan bijak dalam bermedia. Objek pada masyarakat dan Subjek dalam penelitian ini adalah iklan layanan masyarakat. Persamaan dalam penelitian ini terletak pada menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dan sama membahas terkait bijak bermedia, sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada subjeknya.²⁹

²⁷ Amalia Zulfa Elmaslakah, “Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Tiktok Dakwah @Basyasman00 Terhadap Perilaku Bijak Bermedia .*Skripsi*. (Studi Pada Akun Tiktok @Basyasman00. ” (IAIN Salatiga,2022),9

²⁸ M. Izzatul Siddiq,” Analisis Etika Bermedia Sosial Dalam Pemanfaatan Instagram Oleh Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau. *Skripsi*. (Studi Kasus Mahasiswa Audio Visual FIKOM).”(Universitas Islam Riau,2022),53-54.

²⁹ Ikrima Nursaibah Fiddiny, “Pesan Dakwah Pada Iklan Masyarakat Bijak Dalam Bermedia Sosial TransTV.” *Skripsi*. (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2020),31

Keempat, Skripsi yang disusun oleh Tri Lestari Tahun 2021 yang berjudul “*Etika Komunikasi Dalam Menekankan Pentingnya Bijak Berkomentar di Media Sosial Instagram Perspektif Hadist Nabi*”. Penelitian ini bertujuan untuk Menjelaskan bagaimana Etika Komunikasi Dalam Menekankan Pentingnya Bijak Berkomentar di Media Sosial Instagram Dalam Perspektif Hadist Nabi. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu sama – sama menggunakan penelitian kualitatif dan membahas terkait bijak dalam bermedia. Perbedaannya terletak pada subjek penelitiannya.³⁰

F. Sistematika Penulisan

Laporan penelitian ini disusun secara sistematis agar dapat mempermudah dalam membaca dan memahami, terdiri dari lima bab, yaitu sebagai berikut :

Bab I, Pendahuluan

Berisi tentang pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah yang mendasari mengapa penulis mengangkat tema tersebut menjadi sebuah penelitian, penegasan istilah yaitu untuk menghindari kesalahpahaman dalam penafsiran judul, maka perlu adanya penegasan istilah yang menjadi pokok bahasan dalam penelitian ini, rumusan masalah yaitu berdasarkan latar belakang di atas dan untuk memperjelas penelitian ini maka penulis merumuskan masalah yang akan di jawab pada bab IV, selanjutnya tujuan dan manfaat penelitian yang dilakukan, kajian Pustaka merupakan kajian terdahulu untuk menghindari kesamaan dan untuk menghindari plagiasi dengan penelitian lain yang sejenis dan sistematika pembahasan yaitu rancangan sistematika penulisan dalam penelitian.

Bab II, Kerangka Teori

Berisi tentang landasan teori dalam penelitian ini yang terdiri dari Pengertian bijak pengertian media sosial dan akun @*lambe_turah*

Bab III, Metodologi Penelitian

³⁰ Tri Lestari, “Etika Komunikasi Dalam Menekankan Pentingnya Baijak Berkomentar di Media Sosial Instagram Presoektif Hadist Nabi” *Skripsi*. (IAIN Kediri, 2021) 32.33.

Berisi tentang metode penelitian yang penulis gunakan untuk melakukan penelitian yakni terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, sumber data (sumber data primer dan sumber data sekunder), metode pengumpulan data dan analisis data.

Bab IV, Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berisi tentang temuan data penelitian, analisis data, penyajian data penelitian.

Bab V, Penutup

Bab ini berisi penutup yang meliputi kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, kemudian saran atau rekomendasi kepada pihak yang terkait dalam penelitian ini dan diakhiri dengan daftar pustaka serta lampiran – lampiran.



BAB II

KERANGKA TEORI

A. Bijak

1. Definisi Bijak

Definisi Bijak menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), bijak adalah suatu tindakan yang selalu menggunakan akal budinya, pandai dan mahir. Bijak mampu dikatakan bahwa suatu cerminan sikap dan perilaku seseorang terhadap sesuatu apa yang dilihat berdasarkan pada apa yang dipikirkannya secara tepat dalam situasi dan kondisi seperti apapun yang bersifat objektif serta mampu mengambil makna dan pelajaran penting dari apa yang dilakukannya³¹

Definisi bijak menurut Balthes yaitu bijak dikatakan sebagai suatu keahlian mengatasi permasalahan mendasar yang berkaitan dengan perilaku dan makna hidup. Kebijakan menurut Balthes adalah perpaduan dari intelek dan karakter. Intelek sendiri merupakan pengetahuan tentang aspek emosi, kognitif dan motivasi dalam perilaku dan pemaknaan hidup. Pembahasan tentang kebijakan tentu tidak terlepas dari karakteristik orang yang bijaksana bahwa orang yang dipandang bijaksana biasanya memiliki karakter pribadi yang penuh dengan kedamaian dan belas kasih terhadap manusia dan dunia.³²

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa bijak adalah menempatkan sesuatu pada tempatnya. Bijak merupakan sikap dan perilaku seseorang terhadap sesuatu. Perilaku bijak yang dimaksud yaitu mampu mengambil makna dan pelajaran penting yang mampu menjadi hikmah dari apa yang dilakukannya. Namun semakin berkembangnya teknologi semakin banyak pula penggunaanya

³¹ KBBI *Online* (n.d) intensitas. Kamus Besar Bahasa Indonesia. (*Online*). (<http://kbbi.web.id/intensitas>)

³² Sternberg, R. & J. J. (2005). *A Handbook of Wisdom: Psychological Perspectives*. Cambridge University Press.

khususnya jejaring sosial versi maya menjadikan masyarakat hilang arah dalam mengambil pola pikir dan sikap saat bermedia sosial.

Walaupun bermedia sosial sudah jelas terdapat kode etik dalam bermedia mengenai keberadaan Undang – Undang No 19 Tahun 2016 Terkait Informasi Dan Transaksi Elektronik yang merupakan salah satu produk hukum yang membatasi kebebasan dari para pengguna media sosial agar lebih bijak dalam penggunaannya namun mereka kerap mengacuhkan aturan tersebut.³³

2. Indikator bijak dalam bermedia

a. Menjaga Informasi Privat

Privasi merupakan satu hal penting yang perlu dijaga keamanannya. Khususnya pengguna media sosial lebih teliti dalam berbagi informasi yang bersifat privasi seperti alamat, email, KTP, nomor *handphone* dan nomor rekening. Ketika data jatuh di tangan orang yang salah dikhawatirkan bocornya data oleh karena itu lebih hati-hati dalam menjaga data yang bersifat pribadi.

b. Menjaga Etika Berkomunikasi

Berkomunikasi dengan baik dalam dunia nyata maupun maya. Karena di dalamnya sama-sama terdapat anggota yang mampu menerima dan membagikan apa yang kita tulis. Jangan karena menulis sesuatu yang tidak sopan hingga timbul unsur SARA. Meskipun tidak langsung, tapi komentar mampu dilihat orang lain.

c. Bijak Dalam Memilih Teman di Media

Media sosial memudahkan orang untuk menjalin hubungan dan bertemu teman bahkan ketika mereka berada diseluruh dunia. Dalam bermedia harus lebih cermat memilih teman media sosial. Mungkin sulit untuk mengenal kenalan baru yang di temui secara

³³ Ivan Fauzani Raharja, “Bijak Menggunakan Media Sosial Dikalangan Pelajar Menurut Undang – Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik.”, *Jurnal Selat*, Jambi: Universitas Jambi. Vol.6, No.2, Mei 2019. hlm 238.

online karena belum pernah bertemu secara langsung, oleh karena itu dibutuhkan banyak waktu dan upaya untuk memahami sudut pandangnya. Di media sosial, jauhi pengguna atau teman yang berbahaya.

d. *Postingan Bermanfaat*

Di media sosial, setiap orang dapat memposting berbagai *item*, termasuk aktivitas sehari-hari serta gambar dan *video*. Jejak digital sangat sulit untuk dihapus, oleh karena itu bukan berarti tidak boleh bermedia tapi dalam bermedia harus hati – hati, hindari memposting sesuatu secara sembarangan. Perlu memperhitungkan apa yang layak dan tidak layak untuk konsumsi publik.

e. Mencari Kebenaran dan Mencantumkan Sumber Konten

Terlepas dari kemajuan teknologi, tidak semua informasi yang dibagikan di media sosial dijamin akurat. Disarankan untuk meneliti informasi di akun media sosial atau entitas publik yang bereputasi baik untuk menghindari *hoax* (berita palsu). Untuk menghindari pelanggaran hak cipta, selalu sertakan sumber asli konten saat membagikan konten apa pun, termasuk konten tertulis, foto dan *video*.

f. Waspada

Penggunaan media sosial membutuhkan kewaspadaan dan kehati-hatian yang konstan, yang tidak dapat diabaikan. Bahkan, para penjahat yang kurang bertanggung jawab terus menggunakan berbagai cara untuk merugikan orang lain. Orang yang berinteraksi dengan kita secara *online* mungkin memberikan informasi palsu dalam upaya meyakinkan orang lain bahwa informasi itu akurat. Oleh karena itu, berhati-hatilah saat

menerima undangan atau penawaran dari kontak *online* yang tidak dikenal.³⁴

Penjelasan di atas mengarah pada kesimpulan bahwa menjaga privasi informasi, menjunjung tinggi etika komunikasi, memilih teman media sosial yang tepat, memposting konten yang bermanfaat dan positif, mencari kebenaran untuk mencegah hoaks, dan tetap selalu waspada terhadap media sosial hal merupakan upaya bijak bermedia.

B. Media Sosial

1. Definisi media sosial

Media sosial yaitu sarana atau saluran bersosialisasi secara *online* di dunia maya. Pengguna menggunakan media sosial ini sebagai media dalam melakukan komunikasi, interaksi, saling berkirim pesan maupun membentuk jaringan satu sama lain. Media sosial ini menjadi salah satu fasilitas internet bagi individu maupun masyarakat. Pada media sosial tersebut diciptakan untuk memudahkan para pengguna berinteraksi dengan pengguna lainnya³⁵

Media Sosial adalah laman atau aplikasi yang memungkinkan pengguna dapat membuat dan berbagi isi atau terlibat dalam jaringan sosial. Gohar F. Khan dalam bukunya *Social Media For Government* menyatakan bahwa secara sederhana, media sosial adalah sebuah *platform* berbasis internet yang mudah digunakan sehingga memungkinkan para pengguna untuk membuat dan berbagi konten (informasi, opini, dan minat) dalam konteks yang beragam (informatif, edukatif, sindiran, kritik, dan lain sebagainya) kepada khalayak yang lebih banyak lagi tanpa adanya batasan dan jarak.³⁶

³⁴ Vera, Yunii. 6 Cara Bijak Menggunakan Media Sosial, Jaga Etika dan Privasi. *Artikel*. Idn Times. (Online). 2022.

³⁵ Fonny, Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara, *Jurnal Ilmiah Society*, Vol. 2 No. 1. Hlm 2 (2022)

³⁶ Atik Faozi, Isi Pesan Dakwah Dalam Tayangan “Tauhid Dan Toleransi” Di Channel Youtube Adi hIdayat Official, *Skripsi*. (Purwokerto: UIN Saifuddin Zuhri, 2021), h. 35

Sudut pandang lain menegaskan bahwa media sosial adalah *platform online* yang mendorong keterlibatan sosial dan memanfaatkan teknologi berbasis web untuk mengubah komunikasi menjadi wacana interaktif. Seperangkat instrumen baru untuk komunikasi dan kerja tim yang memungkinkan berbagai interaksi yang sebelumnya di luar jangkauan orang awam adalah definisi media sosial.³⁷

Dengan sebutan *social networking site* atau yang sering kita kenal dengan sebutan media sosial, merupakan sebuah media yang berperan sebagai medium berbagi untuk mempresentasikan diri sebagai wujud eksistensi, profil, aktivitas, berinteraksi, berkomunikasi hingga membentuk jalinan ikatan sosial secara *virtual* antar pengguna dalam bentuk *postingan* konten serta fitur yang mendukung di dalamnya.³⁸ Dari penjelasan terkait media sosial dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan *platform* yang mampu menyambungkan pengguna dengan menggunakan fasilitas yang telah di sediakan.

2. Sejarah Media Sosial

Media sosial ini memiliki peran yang penting dalam kehidupan. Dimana media sosial tersebut sekedar digunakan menjadi media bergaul dan melakukan interaksi antar pengguna.³⁹ Dalam perkembangan dari zaman ke zaman, media sosial digunakan sebagai kepentingan, misalnya berbagi sosial maupun berbagi pengetahuan. Pada tahun 1920, *Oxford English Dictionary* mulai berbicara mengenai media massa dan juga satu generasi. Selanjutnya pada tahun 1950, awal dimana orang-orang berbicara mengenai peredaran

³⁷ Tongkotow Liedfray, Fonny J. Waani & Jouke J Lasut 3, "Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara," *Jurnal Ilmiah Society* 2, no 1 (2022):2

³⁸ Rully Nasrullah, *Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya dan Sositoteknologi di Internet*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media), Hal. 11.

³⁹ Rina Juwita, Media Sosial dan Perkembangan Komunikasi, *Jurnal Penelitian Komunikasi*, Vol. 20 No.1 (2017).

komunikasi. Akan tetapi, ketertarikan pada media komunikasi itu sangat jauh lebih tua daripada itu. Retorika merupakan study mengenai seni berbicara dengan lisan maupun tertulis, serta telah mendapatkan kedudukan yang dihormati pada masa Romawi Kuno dan Yunani. Kemudian pada abad pertengahan seni berbicara ini dipelajari dengan ambisius lagi di zaman *Renaissance*.⁴⁰

Terciptanya media sosial pertama kali yaitu pada tahun 1978 ditemukan sistem papan bulletin oleh Ward Christensen dan Randy Suess, yang media sosial tersebut memungkinkan orang untuk mengunggah maupun menerima informasi, bisa melakukan komunikasi melalui surat elektronik dengan internet yang koneksinya masih tersambung dengan saluran telepon menggunakan modem. Tahun 1997 munculah situs guna membuat blog pribadi yang biasa disebut *blogger*. Situs itu memberi pengguna kemampuan agar dapat membuat halaman web mereka sendiri yang memungkinkan pengguna *blogger* ini dapat mengunggah apa saja. Munculnya *blogger* bisa dikatakan dengan tonggak berkembangnya jejaring sosial. Sejak perkembangan jejaring sosial, internet masuk ke Indonesia pada tahun 1990. Ketika itu jejaring di Indonesia disebut dengan *network*.⁴¹

Semenjak tahun 1988, internet mulai digunakan di Indonesia yang memanfaatkan *CIX* (Inggris) dan *Compuserve* (AS) agar internet dapat diakses. Terdapat tokoh-tokoh legendaris pada awal pendirian internet Indonesia yakni tahun 1992-1994. Dari setiap individu menyumbangkan kemampuan dan kontribusinya dalam membangun cuplikan sejarah jaringan komputer di Indonesia. Kemudian pada saat itu keberadaan jaringan internet di Indonesia dimuat dalam media cetak KOMPAS dengan judul “ Jaringan Komputer biaya murah

⁴⁰ Kurniawan, Infografik Sejarah Dalam Media Sosial: Tren Pendidikan Sejarah Publik, *Jurnal Sejarah dan Budaya*, Vol. 14 No. 2, Hlm. 15 (2020).

⁴¹ Sartono. Pemanfaatan Blog Sebagai Media Pembelajaran Alternatif di Sekolah, *Jurnal Transformatika*, Vol.12 No. 1 (2016), Hlm 122

menggunakan radio” pada bulan November 1990. Dan juga dimuat di beberapa artikel terkait di Majalah Elektron ITB pada tahun 1989.⁴²

3. Etika Bermedia Sosial

Media sosial ini digunakan tidak sekedar digunakan pada waktu luang saja. Akan tetapi, digunakan pada waktu penting atau utama sebab dimanfaatkannya menjadi media dalam bekerja. Dengan adanya waktu yang terbatas, ruang maupun jangkauan akan menjadi hilang, sehingga aksesnya menjadi luas tanpa pemisah seperti pada efek media konvensional. Dengan demikian, saat menggunakan media sosial harus diperhatikan sebab akibatnya itu sulit diperkirakan. Apabila ada konten yang melanggar kepatuhan etika, nilai-nilai bermasyarakat maupun dengan budaya dan norma hukum.⁴³

Media sosial ini telah menjadi bagian dalam kehidupan masyarakat Indonesia dan memegang perananan sangat penting dalam komunikasi *modern*. Meluasnya penggunaan internet dan perangkat teknologi komunikasi, misalnya *tablet* dan *smartphone*, telah bersatu diantara kekuatan pendukung dibalik perkembangan situs pertemanan dan situs web informasi yang ada. Terdapat tiga aspek harus diingat saat menggunakan akun media sosial.

Pertama, gunakan dengan bijak agar tidak ada pihak yang dirugikan, setidaknya kita perlu memahami etika atau nilai yang baik dalam memakai media sosial. Kedua, gunakan secara hati-hati agar tidak menjadi korban dan penyalahgunaan media sosial. Itu bisa berhati-hati dengan melapisi perlindungan untuk keamanan akun sehingga orang yang tidak bertanggung jawab tidak dapat meretas akun kita. Ketiga, pengguna media sosial harus selalu melakukan

⁴² Siti Rohaya, Internet: Pengertian, Sejarah, Fasilitas dan Koneksinya, *Jurnal Fihris*, Vol. 3 No. 1 (2017)

⁴³ Uud Wahyudin, Etika Komunikasi Di Media Sosial, *Jurnal Prosiding Nasional Komunikasi*, Vol. 53 No. 1 (2016)

crosscheck dan *recheck* terhadap informasi yang aneh dan tidak masuk akal apalagi harus berakhir dengan uang.⁴⁴

4. Jenis – jenis Media Sosial

kajian literatur menjadi sumber utama munculnya pembagian dari jenis-jenis media sosial. Pembagian jenis-jenis media sosial ada yang berdasarkan model jaringan yang terbentuk, karakteristik penggunaannya, hingga berdasarkan *file* atau berkas yang disebarakan antar pengguna. Terdapat enam jenis-jenis media sosial:⁴⁵

a. Media jejaring social (*social networking*)

Jenis media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat yaitu jejaring sosial. Pada jenis media ini memiliki sarana sehingga pemakainya dapat saling terhubung sehingga menimbulkan hubungan sosial, munculnya dunia *virtual* menjadi efek dari munculnya hubungan sosial. Situs jaringan sosial memiliki sebuah karakter utama yaitu bagi para pengguna dapat membuat sebuah pertemanan baik itu teman yang dikenal secara nyata ataupun teman baru. Facebook menjadi contoh dari media jejaring sosial.

b. Jurnal *online* (blog)

Jenis media sosial selanjutnya yaitu blog, pada jenis ini pengguna dapat mengunggah aktivitasnya, berkomentar satu sama lain, berbagi link, tautan atau informasi lainnya. Jorn Berger menjadi orang yang memperkenalkan blog pada tahun 1977, namun pada awalnya istilah blog berawal dari kata “weblog” yang mengarah pada jurnal pribadi *online*. Awal mulanya blog hanya dimiliki oleh situs pribadi dan berisikan tentang kumpulan tautan dari situs satu ke situs lain yang dianggap menarik dan akan diperbarui pada setiap harinya, namun pada

⁴⁴ D. Prasanti, Etika Komunkasi Dalam Media Sosial, *Jurnal Komunikasi*, Vol. 10 No. 01 (2017)

⁴⁵ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*, Buku. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), hlm 39-46

perkembangannya blog banyak diisi dengan jurnal pemilik media dan sudah terdapat fitur komentar yang bisa diisi oleh pengunjung blog.

Blog memiliki karakter lain pada penggunaannya yaitu pribadi dan konten yang diunggah oleh pemilik blog tersebut. Pada awalnya penggunaan blog hanya digunakan atau dikelola secara individu, namun sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan banyak perusahaan yang menggunakan blog. Adapun konten yang dimiliki oleh individu-individu hanya berisi pengalaman pemilik blog, sedangkan blog pada perusahaan berisi konten tentang perusahaan.

c. *Microblogging*

Jenis *microblogging* dengan jurnal *online* atau blog tidak jauh berbeda, *microblogging* adalah jenis media sosial yang penggunaannya dapat menulis dan mengunggah aktivitas sehari-hari serta berpendapat. Namun pada twitter hanya dapat menulis 140 karakter. Tidak berbeda dengan media sosial lain, pengguna twitter dapat berhubungan sosial dengan pengguna lain, menyebarkan informasi, memberikan pendapat atau pandangan pengguna lain, hingga dapat membahas tentang isu yang sedang banyak diperbincangkan hal tersebut dapat dilihat dengan tagar (*hastag*).

d. Media Berbagi (*Media Sharing*)

Media *sharing* atau situs berbagi media memiliki kegunaan untuk membagikan *video*, audio, dokumen gambar dll. Beberapa contoh dari media *sharing* adalah *youtube*, *flickr*, *photo bucket*, atau *snafish*.

e. Penanda Sosial (*Social Bookmarking*)

Jenis media sosial yang selanjutnya yaitu social bookmarking, media tersebut memiliki fungsi yaitu dapat mengelola, menyimpan, mengorganisasi dan mencari

informasi baik secara *online* ataupun *offline*. Dalam menyuguhkan informasi tidak berbentuk berita yang penuh melainkan hanya menampilkan foto, *video*, teks namun setelahnya akan terdapat tautan mengenai informasi yang dituju. Beberapa situs *social bookmarking* yang populer adalah Delicious.com, StumbleUpon.com, Digg.com, dan untuk Indonesia terdapat LintasMe.

f. Media Konten Bersama (*Wiki*)

Konten bersama bisa disebut dengan wiki. Pada jenis media sosial ini konten yang dihasilkan berasal dari gabungan pengguna lain. Dalam praktiknya konten-konten yang berasal dari wiki adalah hasil pengerjaan pengunjung wiki. Artinya dalam pengerjaan situs ini para pengunjung saling bekerja sama agar konten yang terdapat dalam wiki terisi.

5. Indikator Media Sosial

Mayfield dalam Hamzah kemudian mengemukakan indikator media sosial yang dibagi menjadi 5 poin yakni sebagai berikut :⁴⁶

a. Partisipasi

Dalam bermedia sosial setiap orang mampu memberikan *feedback* (umpan balik) serta memotivasi seseorang untuk ikut berkontribusi.

b. Keterbukaan

Setiap orang mampu mengutarakan segala sesuatu di media sosial mereka mampu berkomentar berbagi informasi dan membagikan kebahagiaan disetiap momen, karena media sosial terbuka untuk timbul adanya umpan balik.

c. Percakapan

⁴⁶ Anggriani.” Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Partisipasi Masyarakat Dalam Program Keluarga Berencana Di Kecamatan Tallo Kota Makasar”. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Makasar, 2018, hlm, 11-12.

Komunikasi di media sosial dapat diterapkan melalui dua arah agar lebih mudah dibagikan ke khalayak yang lain.

d. Komunitas

Terbentuknya komunitas dalam media sosial bukan suatu hal yang mutahil, karena memberikan kebebasan dan peluang bagi semua orang untuk berbagi. Sehingga mereka mampu bermedia sosial dengan mudah dan berkomunikasi efektif.

e. Saling Terhubung

Intraksi dalam bermedia sosial kini sangat mudah terhubung dengan hanya memasuki situ-situs dan sumber yang lainya maka interaksi tersebut mudah untuk terhubung dengan khalayak yang lebih luas.

C. Instagram

1. Definisi Instagram

Awal mula kata instagram berasal dari dua kata yaitu “insta” atau “instan” dan “gram” yang berawal dari kata “telegram”. Kata “insta” dimaknai seperti kamera polaroid yang dapat mengambil foto secara cepat atau langsung dikenal dengan “foto instan” sedangkan “telegram” ialah penyebaran informasi untuk orang lain dengan cepat. Instagram menjadi aplikasi yang menyajikan informasi untuk orang dengan memanfaatkan jaringan internet bersama dengan foto. Sehingga penerima informasi dapat memahami dengan adanya tambahan foto di dalamnya.⁴⁷

Adanya foto dalam fitur instagram juga tidak hanya sebagai pendukung informasi namun juga sebagai wadah untuk pengguna dapat meningkatkan kreatifitas, artistik dan foto terlihat lebih bagus.⁴⁸ Kini seiring dengan waktu aplikasi instagram terus melakukan upgrade pada

⁴⁷ B. Mahendra, Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram, *Jurnal Visi Komunikasi*, Vol. 16 No. 01 (2017)

⁴⁸ Dewi Utari & Dewi Endah Fajariana, Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik), *Jurnal Sekretari dan Manajemen*, hal. 4 Vol. 2 No. 2 September 2018 diakses pada 9 Mei 2022, Pukul 00.23 WIB sumber <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v2i2.4387>

fiturnya seperti kemudahan dalam cara berbagi *online* oleh foto, *video*, *story*, *live*, hingga *reels* yang dapat digunakan pengguna untuk mengambil dan membagikan kepada sesama pengguna media sosial instagram.

2. Sejarah Instagram

Instagram memulai awal kehadirannya pada bulan Oktober tahun 2010 dan mendapat popularitas dengan registrasi satu juta akun setelah dalam jangka satu bulan perilisannya. Instagram berkembang dan dikembangkan di kota San Fransisco oleh startup bernama 'Burbn.Inc' yang dimotori oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger dengan penggunaan yang hanya diperuntukan untuk Android dan iOS sebelum merambah lebih luas pada bulan April 2016 untuk perangkat Windows 10 Mobile.⁴⁹

Dalam peluncuran perdana, Instagram mendapat respon serta antusias yang cukup tinggi menggunakan *viral marketing*. Setelah mendapat registrasi pengguna dengan jumlah kurang lebih 100.000 ribu dalam kurun waktu seminggu, Kevin dan Mike segera melakukan *Update* berkala pada aplikasi yang mereka kembangkan. Pada kurun waktu 2,5 bulan, Instagram mencapai satu juta pengguna dan hanya butuh satu tahun untuk menghadirkan media sosial tersebut ke dalam perangkat iOS.



Gambar 3. Logo Instagram

⁴⁹ Irwansyah, Perkembangan instagram dalam perspektif konstruksi sosial. *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*, Vol. 3 No. 1 (2019)

Instagram adalah media sosial untuk menghubungkan orang-orang dengan menggunakan teknologi berbasis web untuk membuat diskusi interaktif yang dapat berkisar dari komunikasi satu arah hingga umpan balik dua arah dan dapat membantu pengguna membangun hubungan. Dengan jenis jejaring sosial ini, tujuannya adalah untuk memudahkan pengguna terhubung pengguna lain sehingga memudahkan untuk berkomunikasi. Instagram menjadi *platform* populer untuk berbagi informasi, transaksi bisnis, dan hiburan *online*.⁵⁰

Menurut Bambang Instagram merupakan aplikasi yang dapat diakses pada *smartphone* dalam ranah media sosial yaitu jejaring sosial dimana instagram memberikan kebebasan pada penggunanya. Instagram memiliki kegunaan seperti twitter yang berbeda hanya pada pengambilan foto atau tempat berbagi informasi.⁵¹

3. Menu dan fitur dalam instagram

Agar dapat mengakses instagram para calon pengguna instagram harus memiliki akun terlebih dahulu. Ada 2 langkah yang bisa digunakan untuk membuat akun instagram, yang pertama melalui *smartphone* (android/iphone) dan yang kedua melalui komputer/*browser* seluler.⁵²

a. Langkah membuat akun instagram melalui *smartphone* (android/iphone) :

- 1) Unduh aplikasi instagram melalui *google play store* (android) atau *app store* (iphone).
- 2) Setelah aplikasi terpasang, lalu buka aplikasi tersebut.
- 3) Ketuk **Daftar** menggunakan **Email atau Nomor Telepon** (android) atau buat akun baru (iphone), lalu masukkan

⁵⁰ Fedianty Augustinah, dkk, Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang, *Jurnal Dialektika*. Vol.4, No.2, 2019. hlm. 5.

⁵¹ Anwar Sidiq, Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (study akun @fuadbakh), *Skripsi*, (Lampung : Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017),18

⁵² Data bersumber dari https://help.instagram.com/155940534568753/?helpref=uf_share, diakses pada 28 Juli 2022 pukul 19:22 WIB.

alamat email atau nomor telepon (yang akan memerlukan kode konfirmasi), lalu ketuk **Berikutnya**. Selain itu bisa **Login dengan Facebook** untuk mendaftar menggunakan akun facebook.

4) Jika mendaftar dengan alamat email atau nomor telepon, buat nama pengguna dan kata sandi, lengkapi info profil, lalu ketuk **Berikutnya**. Jika mendaftar menggunakan facebook, maka akan diminta untuk *login* ke akun facebook.

b. Langkah membuat akun instagram melalui komputer/*browser* seluler:

- 1) **Buka** instagram.com
- 2) Klik **Daftar**, masukkan alamat email, buat nama pengguna dan kata sandi atau klik **Login dengan Facebook** untuk mendaftar menggunakan akun facebook.
- 3) Jika mendaftar menggunakan email, klik/ketuk **Daftar**. Jika mendaftar menggunakan facebook, maka akan diminta untuk *login* ke akun facebook jika telah *logout*.

Instagram juga memiliki fitur yang menarik yaitu ada lima menu utama :⁵³

a. *Home Page*

Home Page merupakan layar utama yang paling menonjol dari situs web adalah halaman beranda, dari individu lain yang telah diikuti, ditampilkan. Melihat gambar sesuatu dilakukan dengan menggerakkan layar ke atas (menggesek dari bawah) seperti yang Anda lakukan ketika di komputer, seperti *mouse* bergulir.

b. *Comments*

⁵³ Mida Al Kusani, Analisis Konten Dakwah Renaja Dalam Akun Instagram @Hanan Attaki, *Skripsi*. (Purwokerto, Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2017) 44-46.

Instagram memiliki opsi komentar, dan gambar di bagian komentar, Anda dapat menulis berkomentar di Instagram. dengan mengklik ikon koma di bagian bawah gambar, kemudian berikan pendapat anda tentang foto kotak tersebut. tekan tombol kirim atau kirim setelah itu

c. *Explore*

Jelajahi adalah galeri gambar yang paling disukai oleh pengguna Instagram, kemudian instagram akan menyeleksi *postingan* mana yang akan layak ditampilkan di tampilan jelajah.

d. *Profil*

Profil merupakan pengguna untuk melihat informasi sesama pengguna, profil mampu diakses dengan ikon nama di bagian kanan pada menu utama.

e. *Stories*

Tampilan yang mirip dengan fitur *Home* namun memiliki batasan waktu, pengguna mampu membagikan foto, tulisan maupun video. Cerita yang dibagikan akan dilihat setelah satu menit dan bertahan difitur *stories* selama 24 jam.

Adapula fitur yang disediakan instagram untuk para pengguna agar dapat membuat konten foto atau *video* yang diposting ke instagram menjadi lebih baik dan bermakna, sebagai berikut :

1. *Captions*

Keterangan atau *captions* bersifat untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan oleh pengguna tersebut. *Caption* dapat dibuat ketika sedang membuat konten yang di posting, *caption* juga dapat di ubah melalui tombol

sunting yang dapat dilihat pada pilihan konten yang memiliki ikon lambang 3 titik berada di atas konten.⁵⁴

2. *Hastag*

Hastag merupakan simbol lambang pagar (#), fitur ini sering digunakan oleh para pengguna dalam instagram untuk memudahkan para pengguna instagram saat ingin mencari atau menemukan foto atau *video* yang menggunakan *hastag* tersebut.

3. Lokasi fitur

Fitur ini menampilkan lokasi dimana pengguna mengambil *moment*.

Fitur yang ada di instagram selain di atas, antara lain sebagai berikut⁵⁵

1. *Story*

Story merupakan salah satu fitur instagram yang sering digunakan oleh para pengguna sebagai potongan dari kisah dalam waktu singkat *dimoment* yang bisa di *update* dalam bentuk foto, *video*, stiker, serta filter. Letaknya bersampingan dengan foto profil bagian atas pada halaman utama instagram.

2. *Activity feed*

Ikon hati yang berfungsi untuk memberitahukan kepada pengguna instagram adanya notifikasi dari aktivitas sesama pengguna instagram.

3. *Direct*

⁵⁴ Mida Al Kusani, "Analisis Konten Dakwah Remaja Dalam Akun Instagram @Hanan_Attaki", *Skripsi*, (Purwokerto: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2019), hal.46.

⁵⁵ Mida Al Kusani, "Analisis Konten Dakwah Remaja Dalam Akun Instagram @Hanan_Attaki", *Skripsi*, (Purwokerto: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2019), hal.47.

Fitur ini digunakan untuk mengirimkan pesan seperti foto atau *video* ke pengguna lain baik secara individu maupun grup sebagai pesan langsung.

4. IGTV

Fitur ini belum lama muncul dan merupakan hasil *upgrade* dari aplikasi instagram yang difungsikan sebagai instagram televisi untuk para peselancar dunia instagram menonton *video* dengan durasi 1 jam lamanya.

5. Feed option

Fitur ini bersimbol titik tiga vertikal untuk memberikan pilihan menyalin tautan atau *link*, melaporkan foto dan mengaktifkan pemberitahuan kiriman atau berbagi ke aplikasi lain (Whatsapp).

6. Saved post

Fitur ini terletak di kanan bawah setiap *postingan* yang bisa disebut dengan ikon *bookmark*. Fungsinya untuk menyimpan kiriman yang *diposting* oleh para pengguna instagram kemudian hasil simpanan dapat dilihat kembali dengan membukan profil pengguna.

Sebagai media sosial, instagram memiliki banyak interaksi yang terjadi dalam aplikasi instagram sehingga instagram menyediakan beberapa aktivitas yang bisa pengguna lakukan di instagram, yaitu sebagai berikut:⁵⁶

a. Follow

Aktivitas ini merupakan aktivitas pengikut oleh satu pengguna kepada pengguna lain saling berteman dan saling mengikuti. Jumlah pengikut atau *follower* bisa dilihat di *profil* pengguna.

b. Like

⁵⁶ Mida Al Kusani, Analisis Konten ..., hal. 47-48

Ikon *like* ada pada setiap pengguna yang *memposting* sebuah gambar atau *video* dengan lambang hati. Pengguna lain yang menyukai *postingan* atau *video* bisa mengeklik atau menekan ikon hati sebanyak 2 kali.

c. *Comment*

Aktivitas komentar seperti interaksi bincang biasa yang terjadi pada kehidupan asli umumnya berbincang namun bedanya kolom komentar ini melalui media aplikasi instagram yang memang secara khusus hanya dilakukan di instagram untuk mengungkapkan apa yang dipikirkan, dirasakan, dilihat oleh pengguna terhadap *postingan* yang ditampilkan.

d. *Mentions*

Fitur ini seperti panggilan atau menandai pengguna secara khusus agar pada saat bicara di kolom komentar pengguna yang dimaksud atau akun instagram lain bisa langsung terhubung. Lambang dari ikon ini adalah @.

Sama halnya dengan aplikasi instagram yang memiliki batasan dalam menyiarkan kontennya, pengguna tidak bisa mengunggah konten secara keseluruhan langsung. Pada setiap fiturnya terdapat batasan, antara lain :⁵⁷

1. *Upload Foto*

Pengguna dapat meng-*upload* foto di instagram tanpa batas. Namun jika pengguna ingin meng-*upload* foto hanya dalam satu kali *posting*, maka terdapat batasan maksimal 10 foto.

2. *Upload Video*

Batasan waktu *video* maksimal yang dapat di *upload* ke *feed* instagram adalah kisaran 30 detik hingga maksimal 60 detik. Pengguna harus bisa mengunggah konten sesuai batasan

⁵⁷ Astika Vista Dini, “Studi Etnografi Virtual Aktivitas #memedakwah di Media Sosial Instagram”, *Skripsi*, (Purwokerto, IAIN Purwokerto, 2020), data bersumber dari <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/7608/>, diakses pada 28 Juli 2022 pukul 00.09 WIB.

waktu yang telah ditentukan. Apabila pengguna ingin mengunggah *video* yang lebih lama, dapat mengunggahnya melalui IGTV.

3. *Caption*

Caption dalam dunia maya instagram adalah isi teks yang diunggah. Pengguna dapat menulis kata, kalimat atau karakter sebanyak 2200 dalam teks. Sebagian besar pengguna akan diteruskan ke kolom komentar jika teks tidak cukup.

4. *Like*

Maksimal jumlah *like* dalam satu jam adalah 350 *like*, apabila melebihi batasan tersebut akan dianggap sebagai *spam*.

5. *Comment/Komentar*

Pengguna dapat memanfaatkan kolom komentar untuk berkomunikasi dengan pengguna lain. Pengguna bebas menyampaikan dan beropini serta menyampaikan pendapatnya melalui komentar. Batasannya dalam sehari 250 kali.

6. *Follower* atau *Following*

Jumlah maksimum akun yang bisa diikuti dalam sehari adalah 7500 akun instagram. Dalam satu jam, batas untuk berhenti mengikuti pengguna lain adalah 160 akun, sedangkan untuk pengikut tidak ada batasannya.

7. *Taga*

Pengguna instagram dapat menggunakan tagar maksimal 30 tagar pada setiap *postingan*.

8. Karakter

Jumlah maksimum nama akun adalah 30 karakter. Batasan info lebih lanjut di bio hanya hingga 150 karakter.

D. Akun Instagram @lambe_turah

Kata @lambe_turah berasal dari bahasa Jawa yang memiliki konotasi kurang baik. Lambe berarti bibir dan Turah berarti sisa, lebih atau kelebihan, sehingga @lambe_turah merupakan istilah yang digunakan

untuk menggambarkan sifat seseorang yang banyak bicara, nyinyir, tukang gosip, dan pengumbar rahasia orang lain secara berlebihan. Berdasarkan pengertian tersebut, terdapat salah satu akun populer di instagram menggunakan nama *@lambe_turah* yang di setiap *postingannya* membahas kehidupan selebritas dan kejadian-kejadian viral.⁵⁸

Akun instagram *@lambe_turah* merupakan salah satu akun gosip pertama yang ada di instagram yang bergabung bersama instagram mulai dari 24 Desember 2015. Akun gosip yang terus berkembang yang saat ini sudah memuat 14,8 ribu *postingan* dengan jumlah *follower* sebanyak 11 juta. Pada akun tersebut rutin meng *upload* konten lebih dari satu kali dalam sehari, akun tersebut di manfaatkan untuk memberitakan gosip selebritis dan berita yang sedang viral. dalam konten yang di unggah dapat berupa foto dan vidio amatir yang dibingkai dengan semenarik mungkin agar para *Netizen* tertarik dengan informasi yang dibagikan.

E. Semiotika

1. Pengertian Semiotika

Dalam hubungannya untuk memahami konten *@lambe_turah* itu sendiri, ada baiknya penulis menjelaskan tentang semiotika dikarenakan setiap *postingan @lambe_turah* merupakan bentuk perumpamaan dari wujud *visual* berupa gambar yang secara tidak langsung mengandung kajian semiotika. *Audiens* diharuskan memahami maksud dari tanda yang disampaikan lewat konten tersebut guna mengetahui pesan sosial yang terkandung di dalamnya.

Semiotika merupakan istilah dari Yunani kuno dari kata yaitu Semeion yang dalam terjemahan Bahasa Indonesia memiliki makna Tanda, Secara etimologis. Definisi Tanda itu sendiri muncul dari konsesnsus dan proses kesepakatan dasar konvensi sosial yang telah terbangun sebelumnya dan dianggap mewakili sesuatu atau yang lain.

⁵⁸ Resky Marhidayu."Perubahan Makna Kata Dan Istilah Dalam Bahasa Gaul Pada Kolom Kolom Komentar Akun Lambe Tuarah Di Instagram Tinjauan Semantik." *Skripsi*. Universitas Hasannudin Makasar,2021.26.

Sebagai contoh kecil semisal berupa asap yang menunjukkan adanya api, atau sirine yang menyala dalam suatu gedung yang menandakan adanya bahaya untuk segera mengevakuasi diri.⁵⁹

Secara terminologis, bahwa identifikasi pada semiotika merupakan ilmu yang mempelajari objek-objek, peristiwa, dan seluruh aspek kebudayaan sebagai sebuah tanda. Analisis semiotika merupakan dasar ikhtiar untuk merasakan sesuatu dan dipertanyakan lebih lanjut, termasuk dalam menganalisis bijak dalam bermedia sosial. Singkatnya dalam hal ini, analisis semiotika merupakan upaya menemukan makna dibalik sesuatu tanda yang bersifat paradigma.⁶⁰

2. Semiotika *Roland Barthes*

Penulis menggunakan semiotika *Roland Barthes* sebagai landasan teori pemaknaan dalam suatu disiplin ilmu yang mempelajari bagaimana manusia dapat memaknai hal-hal disekitarnya dengan mengkonstitusi dan mengkonstruksi dari sebuah tanda itu sendiri.⁶¹ Sebagai seorang penulis, Roland Barthes menggunakan dan mengembangkan analisis semiotika dari pemikir sebelumnya yaitu *Ferdinand de Saussure*.

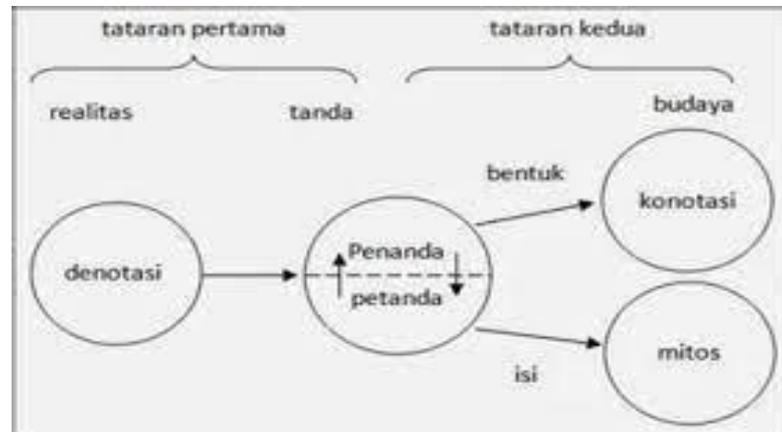
Barthes lahir pada tahun 1915 di Chevourg yang kemudian wafat di Paris pada 1980. Setelah lulus mengajar bahasa Prancis di Rumania dan Mesir, Barthes melanjutkan pendidikan serta bergabung pada Pusat Riset Ilmiah Nasional untuk mendalami bidang sosiologi dan leksiologi. Pernyataan dan karyanya yang paling terkenal dari Barthes adalah *La Mort de l'auteur* atau “Matinya seorang Penulis” yang menggaris bawahi bahwa tidak ada otoritas dan interpretasi

⁵⁹ Indiwan Seto, *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi Edisi 2*, Buku. (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), Hal. 7.

⁶⁰ Indiwan Seto, *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi Edisi 2*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), Hal. 8.

⁶¹ Roland Barthes, *Membedah Mitos-Mitos Budaya Massa*, (Yogyakarta & Bandung: Jalasutra, 2007), Hal. 5.

yang dapat terus berjalan. Pada akhirnya, Barthes mendalami karir sebagai penulis dan mengabdikan akhir hayatnya pada semiologi.⁶²



Gambar 4: Pola Semiotika Roland Barthes

Menurut Roland ada tiga aspek dalam pemaknaan yaitu, Tanda, Penanda dan Petanda. Tanda merupakan bentuk segala aturan yang telah tersistem secara konsensus untuk memahami fenomena di segala aspek khususnya di masyarakat yang kemudian menjadi kesatuan tanda dengan ide dan gagasan di dalamnya. Penanda merupakan sesuatu aspek formula yang terdapat pada objek berupa suara maupun huruf yang dianggap menjadi suatu simbol. Bentuk Tanda bermacam-macam menyesuaikan apapun yang tertangkap dalam pengindraan, tapi aspek terpenting dalam hal petanda tersebut adalah tanda *verbal* dan *visual*, yaitu berupa kebahasaan dan visual yang dapat dilihat seperti patung, lukisan, bangunan dan lain-lain.⁶³

Dalam klasifikasi makna semiotika, *Roland Barthes* membagi makna dalam tiga tingkatan yaitu:

a. Tanda

Tanda merupakan hasil keseluruhan dari penanda dan petanda, yang dimana tanda sendiri sudah meliputi unsur penanda dan petanda. Tanda dapat merupakan bentuk suatu teks, lisan dan

⁶² Roland Barthes, *Mitologi*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004), Hal. 6-9.

⁶³ Rachmat Djoko Pradopo, Semiotika: Teori, Metode dan Penerapannya, *Jurnal Humaniora*, No. 7, 1998, Hal. 42.

segala bentuk dari representasi lain-lain seperti gambar, foto, segala bentuk *video*, termasuk dalam konten-konten di media sosial pada Instagram. Tanda juga merupakan suatu perantara untuk membawa segala sesuatu pada ranah pikiran menuju segala ruang lingkup yang dibatasi oleh Tanda.⁶⁴

b. Denotasi

Denotasi merupakan sesuatu yang bisa dikaitkan dengan penandaan untuk mendeskripsikan keterkaitan antara penanda dan petanda dalam realitas, menjelaskan makna khusus dalam tanda dengan gambaran-gambaran petanda yang nyata, atau dengan pemaknaan dan bahasa yang jelas, objektif dan lugas.⁶⁵

c. Konotasi

Konotasi merupakan pendeskripsikan suatu hubungan penanda dan petanda dengan makna yang tidak eksplisit, tidak langsung, atau abstrak. Konotasi memiliki makna yang subjektif serta berhubungan dengan emosional seseorang. Dalam penjelasan Roland, konotasi mendeskripsikan interaksi yang sedang berlangsung saat sedang bertemu atau berdialog, dengan perasaan atau emosi baik secara penggunaan, dan *value* pada budaya kulturalnya.⁶⁶

Tanda dalam konotasi memiliki dua bagian tanda, dengan memiliki makna pada denotasi sebagai kebenarannya. Dengan ini, pembaca bisa memahami isi suatu teks dengan bahasa kiasan yang tidak dapat dilakukan oleh pemaknaan denotasi. Roland menganggap tanda dalam konotasi adalah suatu teori yang bertujuan untuk memahami suatu sistem tanda, maka dalam hal pemaknaan tanda sebuah fenomena sosial,

⁶⁴ Roland Barthes, *Elemen-Elemen Semiotologi*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2012), Hal. 35.

⁶⁵ Roland Barthes, *Elemen...* Hal. 36.

⁶⁶ Roland Barthes, *Elemen...* Hal. 37.

dapat juga dikatakan sesuatu yang ditafsirkan sebagai tanda yang bermakna.⁶⁷

d. Mitos

Definisi mitos diartikan sebagai sebuah awal mula dari suatu peristiwa yang berhubungan langsung dengan manusia dan bersifat metafisis. Dengan mempelajari suatu budaya, fungsi mitos dalam mempelajari hubungan permasalahan dunia dan budaya, kita dapat mengetahui suatu asal usul sebuah peristiwa tercipta.⁶⁸

Roland memandang suatu makna mitos jauh lebih mendalam tingkatannya. Menurut Roland, mitos adalah suatu kode atau pengkodean berupa nilai-nilai dan makna sosial yang ilmiah. Mitos adalah teori yang dikembangkan dari makna konotasi menjadi sebuah teori yang telah menetap, kemudian mitos dalam pemaknaannya terbentuk dari kekuatan mayoritas kelompok hingga memberikan sebuah konotasi yang menetap hingga terciptanya sebuah mitos.⁶⁹

Menurut Van Zoest, penemuan makna ideologi dalam sebuah teks dipastikan telah melandasi dengan menemukan konotasi yang terkandung di dalam penelitian. Penemuan mitos Van Zoest bertitik pada tentang upaya pemaknaan dalam suatu bahasa, bukan mitos. Kajian mitos dalam semiotika merupakan cara mengindikasikan suatu teks, seperti yang telah marak kita jumpai di media sosial atau dalam iklan di televisi yang menampilkan produk-produk kedewasaan dan kecantikan, dimana iklan tersebut banyak menyinggung mitos dengan bermain penyampaian kebahasaan atau adibahasa.⁷⁰

⁶⁷ Roland Barthes, *Mitologi*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004), Hal. 112.

⁶⁸ Roland Barthes, *Mitologi*, ..Hal. 38

⁶⁹ Roland Barthes, *Petualangan Semiologi Roland Barthes*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2007), Hal.82.

⁷⁰ Kris Budiman, *Analisis Wacana Linguistik sampai Dekonstruksi*, (Yogyakarta: Kanak, 2004), Hal. 255.

Roland juga memaparkan bahwa mitos merupakan upaya dari bentuk sistem komunikasi dan pesan yang menjadi suatu modus dari sebuah petandaan yang menjadi wacana dari sebuah wacana. Untuk menafsirkannya, mitos menjelaskan dengan melalui apa disampaikan atau tersampaikan dan bukan melalui objek pesan tersebut.⁷¹



⁷¹ Roland Barthes, *Mitologi*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004), Hal. 126.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan pendekatan penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Metode penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Taylor, penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang mampu menghasilkan data deskriptif berupa ucapan, tulisan, dan perilaku dari orang-orang yang diamati.⁷²

Menurut Denzin dan Lincoln (1994), mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Sedangkan Eerickson (1968) menyatakan penelitian kualitatif berusaha untuk menemukan dan menggambarkan secara naratif kegiatan yang dilakukan dan tampak dari tindakan yang dilakukan terhadap kehidupan mereka.⁷³

Pengertian di atas menerangkan penelitian kualitatif ini bertujuan meneliti kehidupan masyarakat, perilaku, fungsional organisasi, gerakan sosial, fenomena, atau hubungan kerabat. Sedangkan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif adalah suatu bentuk pendekatan yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena yang ada, baik fenomena bersifat alamiah maupun rekayasa manusia. Penelitian kualitatif deskriptif sering digunakan untuk menganalisis kejadian, fenomena, ataupun keadaan secara sosial.⁷⁴

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yaitu secara literatur

⁷² Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Surakarta: Cakra Books, 2014), h. 4.

⁷³ Albi Anggito & Johan Setawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi: CV Jejak, 2018), h. 7.

⁷⁴ Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Yogyakarta Press, 2020), h. 19-20.

atau studi pustaka. Studi literatur merupakan sebuah penelitian yang persiapannya seperti halnya penelitian lain, sumber dan metode pengumpulan data dengan mengambil di pustaka, membaca, mencatat, dan mengolah bahan penelitian. Yang mana dilakukan dengan memakai dokumen sebagai sumber utama, seperti manuskrip, buku-buku, surat kabar, dan sebagainya. Sejalan dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, pengertian pustaka bukan hanya mengacu pada dokumen tertulis saja, melainkan juga pada dokumen digital yang bisa didapat dari internet.⁷⁵

Pada penelitian ini memberikan rangkuman terkait “Bijak Dalam Bermedia Sosial Pada Akun Instagram @lambe_turah tanpa menggunakan uji hipotesis atau prediksi.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek penelitian

Menurut Lexi J. Moleong penelitian digunakan sebagai informan utama, yang mampu di artikan orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi terkait dengan situasi dan kondisi untuk penelitian.⁷⁶ Informan sendiri adalah mereka yang mau mempersiapkan diri untuk memberikan keterangan atau pemberitahuan terkait kejadian dan kondisi dilokasi penelitian.⁷⁷ Oleh karena itu, peneliti memilih objek yang dianggap memahami pengetahuan yang terkait dengan *item-item* yang peneliti teliti.

Subjek penelitian ini ada pada konten yang di *posting* pada media sosial instgram dalam akun @lambe_turah selama bulan Januari – Desember 2022 yang berjumlah 2.735 *postingan*

2. Objek Penelitian

⁷⁵ Sugiarti, Eggy Fajar Andalas, Arif Setiawan, Desain Penelitian Kualitaif Sastra, (Malang: UMM Press, 2020), h. 33.

⁷⁶ Ema Sumiati, *Model Pemberdayaan Masyarakat Dalam Mempertahankan Kearifan Lokal*, (Jakarta :Universitas Pendidikan Indonesia, 2015),hm 61.

⁷⁷ Lexi J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 90.

Objek penelitian hal yang menjadi titik perhatian dari suatu penelitian yang berupa substansi atau materi yang diteliti.⁷⁸ Pada objek penelitian dapat berupa orang, lembaga yang dapat diamati atau diteliti.⁷⁹ Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah konten yang diunggah oleh akun Instagram @lambe_turah yang berupa foto dan video yang akan dianalisis melalui teknik analisis semiotika Roland Barthes.

C. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek darimana data dapat diperoleh di sebuah penelitian. Data merupakan komponen yang krusial, sehingga dalam perjalanannya, data yang dikumpulkan harus memenuhi syarat pada pemeriksaan keabsahan data. Sumber data dalam penelitian terbagi menjadi dua bagian, yaitu data primer dan data sekunder⁸⁰

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang kumpulan bertujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Sumber data ini di dapatkan secara langsung. Informasi yang di peroleh merupakan informasi yang langsung di dapatkan melalui instrumen-instrumen yang ada. Proses pengumpulan data primer sangat penting dimana data primer merupakan salah satu elemen penting dalam pengambilan keputusan pada penelitian. Kemudian penulis akan menggunakan data primer berupa hal – hal yang berkaitan tentang bijak dalam bermedia sosial pada akun Instagram @lambe_turah.

Berikut merupakan *postingan* yang di unggah oleh akun Instagram @lambe_turah pada tahun 2022 di bulan Januari – Desember

⁷⁸ Ema Sumiati, *Model Pemberdayaan Masyarakat Dalam Mempertahankan Kearifan Lokal*, (Jakarta :Universitas Pendidikan Indonesia, 2015),hm 61.

⁷⁹ Haedar Nawawi, *Penelitian Terapan*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1996), hlm. 174

⁸⁰ Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Yogyakarta Press, 2020), h. 53.

Tabel 3.1 : jumlah *postingan* akun @lambe_turah tahun 2022

Bulan	Jumlah <i>Postingan</i>
Januari	216
Februari	187
Maret	225
April	241
Mei	182
Juni	201
Juli	213
Agustus	280
September	237
Oktober	312
November	176
Desember	265

Dari data tersebut dapat di lihat jumlah *postingan* di akun @lambe_turah di bulan Januari - Desember sebanyak 2.735 *postingan*, kemudian peneliti memilih untuk mengambil 10 *postingan* yang paling populer dengan kriteria memiliki lebih dari 100.000 *like* dan komentar lebih dari 10.000 untuk kemudian di analisis.

Tabel 3.2 :10 *postingan* akun @lambe_turah yang paling populer

No	Tanggal	<i>Caption</i> (Ke terangan)	<i>Like</i> (Suka)	<i>Komen</i> tar
1.	30 Juni 2022	Biaya anak jaksel ngerihhh...	236.351	12.338
2.	10 Agustus 2022	Kok ga ikhlas banget sih pak keknaa???	167.100	23.623
3.	2 Oktober 2022	Segala sesuatu tuh jangan di paksain	277.991	10.652

4.	20 November 2022	Malu sama seragam sekolahnya dek...	327.453	60.268
5.	03 September 2022	Langsung naik dong Gabisa ngantriiii Pertalet 10.000 Solar 6.800 Pertamax 14.500	234.525	26.149
6.	21 Mei 2022	Loker cocok buat jomblonih.. (<i>emoticon</i>)	204.094	10.610
7.	25 Januari 2022	Jadi takut adek adekannn.... Terluka tapi takberdarah....	278.840	10.084
8.	24 April 2022	Uwowww..(<i>Emoticon</i>)	329.787	29.576
9.	14 Maret 2022	Rumah.. Oh Rumah...	251.519	10.117
10.	28 Maret 2022	Nanti kamu bisa dapet bangku atas anama kamu lhooo....	118.813	17.006

2. Sumber data sekunder

Sumber data yang berbentuk dokumen-dokumen, data yang sebelumnya telah dijadikan satu dan dilaporkan oleh orang-orang dari luar peneliti itu sendiri dan diperoleh dari bahan pustaka, dan juga informasi yang dikumpulkan digunakan untuk menyongkong dan menambah sesuatu yang kurang dari data primer yang mengacu pada

problem penelitian.⁸¹ Data sekunder yang ada dipenelitian ini diperoleh dari buku-buku, jurnal, atikel dan skripsi yang secara langsung maupun tidak langsung berkaitan dengan penelitian ini. Sumber data sekunder yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu studi literatur seperti buku, skripsi, jurnal dan lainnya.⁸²

3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan cara-cara yang ditempuh oleh penulis untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian berupa data-data yang relevan dengan penelitian yang dilakukan. Penelitian ini menggunakan metode dokumentasi dalam pengumpulan datanya. Dokumentasi menurut pengertian lain adalah teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui pengumpulan dokumen-dokumen. Pada penelitian kualitatif, peranan dokumentasi sangatlah penting, data dari dokumentasi sangat menolong untuk menyajikan kembali beberapa data yang tidak akan didapat.⁸³

Sedangkan Dokumentasi menurut Sugiyono merupakan catatan suatu kejadian yang sudah lalu. Dokumen bisa berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life stories*), cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen dapat digunakan dalam penelitian sebagai sumber data karena dapat dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan.⁸⁴Tujuan dari metode ini adalah untuk mendapatkan fakta-fakta terkait dengan bijak dalam bermedia pada akun instagram @lambe_turah.

⁸¹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kharisma Putra Utama Offset, 2011), hlm. 88.

⁸² Dr. Siti Kurnia Rahayu, Dkk. Tinjauan atas Proses Bisnis Terhadap Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (Survey pada perguruan tinggi kota Bandung), *Jurnal Riset Akuntansi*, Vol. VIII, No.2 (2016). Hal. 23-24.

⁸³ Subandi, *Deskripsi Kualitatif Sebagai satu Metode Dalam Penelitian Pertunjukan*, *Jurnal HARMONIA*, VOL. 11, No.2, 2011, hlm. 5.

⁸⁴ Dwi Ernawati, Skripsi, *Penerapan Metode Pembelajaran Reapet and Payment (RnP) Untuk Meningkatkan Keterampilan Bercerita Siswa Kelas VII SMP Negeri 1 Kedungwaru, Tulungagung*, (Malang : Universitas Negeri Malang, 2009), h. 43

4. Analisis Data

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistematiskan, mencari dan menemukan pola, menentukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, serta memutuskan apa yang dapat diceritakan pada orang lain.⁸⁵ Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknis analisis deskriptif kualitatif dimana analisis yang bertujuan untuk menggambarkan gejala atau situasi tertentu yang bertujuan tidak lain untuk menggambarkan fenomena atau peristiwa sehingga mudah dimengerti dan disimpulkan.⁸⁶

Setelah mengumpulkan data primer dan sekunder, data akan dideskripsikan dan dijelaskan berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini. Analisis data bermaksud guna menyingkronisasikan data melalui cara yang bermakna agar dapat dipahami. Banyak peneliti menganggap bahwa tidak ada orang yang sepenuhnya benar dalam mengorganisir, menganalisis, dan menafsirkan suatu data. Hal demikian, metode analisis data beracuan sesuai dengan apa yang menjadi tujuan penelitian.

Dalam hal ini, peneliti menggunakan analisis semiotika yang merupakan alat untuk menafsirkan sebuah tanda untuk memberikan arti dan makna dengan tahapan analisis yang akan dilakukan yakni:

- a. Peneliti mengambil gambar berupa tangkapan layar atau *screenshot* pada halaman akun Instagram *@lambe_turah* untuk dipilih dan diteliti.
- b. Peneliti menganalisa menggunakan teori semiotika Roland Barthes dengan melihat Tanda yang didalamnya terdapat unsur Denotasi, Konotasi dan Mitos yang tidak dapat dipisahkan.

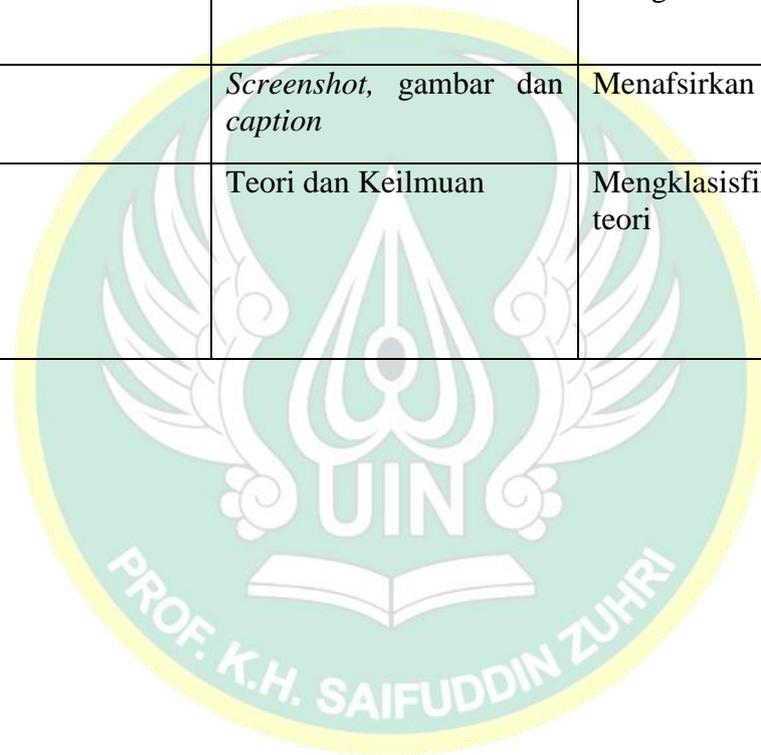
⁸⁵ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2017), hlm.248

⁸⁶ Materi Kuliah Metodologi Penelitian Pps, *Metode Pengumpulan Data Pengumpulan Kualitatif*, UIN Maliki:2013.

Selanjutnya peneliti mengaitkan, menerjemahkan, dan melakukan pengklasifikasian pada Mitos yang mengacu pada keilmuan teori unsur bijak dan *postingan* berdasarkan jenis kategori sesuai yang tercantum pada bab II.

Tabel kerangka analisis Roland Barthes

Analisis	Unit yang di amati	Metode
Denotasi	Teks dan Gambar	Menganalisa tanda
Konotasi	<i>Screenshot</i> , gambar dan <i>caption</i>	Menafsirkan tanda
Mitos	Teori dan Keilmuan	Mengklasisfikasi dengan teori



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Instagram @lambe_turah

Instagram menjadi salah satu bagian dari media baru yang masuk dalam kategori media sosial. Selain itu di Instagram dapat memperoleh beragam informasi serta komunikasi, Instagram juga dijadikan wadah untuk mengunggah foto, video, berkomentar, mengekspresikan diri dengan bentuk konten dan lain-lain.

Terdapat berbagai varian unggahan konten beragam yang didesain oleh pengguna Instagram itu sendiri dengan *caption* yang berkesinambungan oleh konten yang diunggah. Hal tersebut dibutuhkan pemahaman khusus untuk mendalami makna pesan sosial dalam suatu *postingan* di Instagram, dan alat yang digunakan untuk memaknai suatu gambar, teks, dan suara yakni semiotika.

Dalam pembahasan kali ini, peneliti menggunakan semiotika Roland Barthes untuk membedah makna pada *postingan* yang ada pada unggahan akun Instagram @lambe_turah. Dengan mengamati yang menjadi suatu tanda-tanda dalam unggahan, peneliti akan menganalisis tanda tersebut melalui Tanda, Denotasi, Konotasi, dan Mitos. Kemudian dikategorikan kedalam indikator bijak dalam bermedia.

B. Gambaran Umum Bijak Dalam Bermedia

Media sosial yang memberikan banyak kebebasan pada penggunanya untuk berkreasi dengan mengedit foto, video serta menulis di media. Namun dalam bermedia perlu adanya sikap bijak dalam bermedia yaitu dengan menjaga informasi yang bersifat privasi, menjaga etika berkomunikasi, memilih teman yang tepat di media sosial, memposting hal yang positif dan bermanfaat, mencari kebenaran agar tidak terjadi *hoax*, serta selalu waspada dengan media sosial.

1. Menjaga Informasi Privat

Pentingnya seseorang dalam menjaga informasi yang bersifat pribadi yang tidak seharusnya di umbar identitas diri seperti KTP, KK,

nomor telepon dan nomor rekening di media sosial, karena di zaman sekarang banyak sekali kejahatan yang dilakukan secara *virtual* seperti pembobolan uang di rekening dan penyalahgunaan data untuk hal-hal yang tidak dapat diprediksi. Dalam unggahan @lambe_turah pada tanggal 21 Mei 2022 dengan *like* sebanyak 204.094 dan komentar 10.610 @lambe_turah memposting terkait wanita yang membuka lamaran pekerjaan yang tidak wajar di akun twitternya yang bernama @DrewsTjan yaitu lowongan pekerjaan menjadi suami kontrak dengan gaji yang telah disepakati.

Postingan tersebut juga mempersilahkan untuk mengisi data diri yang belum tentu akan di gunakan dengan benar. Hal tersebut menjadi salah satu alasan mengapa setiap orang harus mampu berhati-hati dalam bermedia karena menjaga informasi yang bersifat privat merupakan salah satu tindakan bijak dalam bermedia.

2. Menjaga Etika Berkomunikasi

Ketika seseorang tidak mengontrol bahasa seperti berkata kasar, mencaci maki dan merendahkan dalam bermedia sosial maka tidak menutup kemungkinan seseorang untuk timbul keributan dalam bermedia salah satu *postingan* @lambe_turah pada 30 Juni 2022 dengan *like* 236.340 dan komentar 12.337 *postingan* yang menampilkan *caption* yang menyebutkan bahwa “biaya anak jaksel ngerihhhh...” dalam *postingan* tersebut ramai komentar negatif seolah-olah mengangap anak jaksel sangat hina tertulis komentar oleh akun @nramawijaya “Belum Biaya Ngebail kl abis di grebek,biaya rumah sakit dan pemakaman kl overdosis”. Pentingnya dalam menjaga etika berkomunikasi sangat penting dalam bermedia sosial agar terhindar dari hal-hal yang negatif.

3. Bijak Dalam Memilih Teman Di Media

Dalam bermedia tentunya kita mampu untuk berintraksi dengan banyak orang tanpa ada batasan, sehingga kita dapat berteman dengan siapapun. Namun ketika kita dalam berteman di media sosial kita juga

perlu memilih teman yang baik seperti tidak membawa pada keburukan, tidak mengumbar keburukan di media sosial, saling mengingatkan dalam kebaikan dan mampu menghormati satu sama lain. karena kehidupan seseorang di media terkadang berbeda di dunia nyata. @lambe_turah membagikan potingan pada tanggal 20 November 2022 dengan *like* 327.437 dengan komen sebanyak 60.256 dimana salah satu *moment* dimana sekelompok remaja yang merekam temanya ketika menendang nenek tua di pinggir jalan dan bukan menasehati untuk tidak melakukan hal buruk terhadap orang tua malah membagikan vidio tersebut di media sosial. Hal tersebut bukan contoh yang tidak baik untuk ditiru dan hendaknya menjahui teman yang tidak baik.

4. *Postingan* Bermanfaat

Dalam bermedia sosial memberikan kebebasan bagi siapapun untuk membagikan aktifitasnya di media, perlunya membagikan *postingan* yang bermanfaat seperti tidak *memposting* berita hoaks, tidak mengiring opini di *postingan* dengan kata-kata yang amatir. Hal tersebut perlu diperhatikan khususnya pada akun @lambe_turah yang menjadi akun gosip nomor satu di Indonesia. Dimana kerap membagikan *postingan* yang mengiring opini masyarakat salah satu pada *postingan* @lambe_turah tanggal 10 Agustus 2022 dengan *like* 169.093 dengan komentar 23.617 yang di bumbu *caption* “kok ga iklas banget sehhh pak keknaa?” dalam *postingan* tersebut banyak mengiring opini masyarakat agar mereka saling beradu mulut di media sosial, maka dari itu pentingnya membagikan informasi yang bermanfaat agar tidak menimbulkan dampak negatif dari setiap *postingan* yang di unggah. Seseorang harus membagikan *postingan* yang lebih bermanfaat seperti tips bekerja dan cara hidup sehat yang baik hal itu di lakukan agar jauh dari kejahatan.

5. Mencari Kebenaran Dan Sumber Konten

Banyaknya informasi yang diperoleh dari media sosial terkadang membuat masyarakat menerima informasi mentah-mentah tanpa menelusuri kebenaran yang ada. Perlunya sikap hati-hati dalam memilih sumber informasi dan mencari kebenaran seperti menghindari informasi palsu atau *hoax*, tidak membagikan informasi yang belum terbukti atau belum ada klarifikasi. Seperti dalam *postingan @lambe_turah* pada tanggal 14 Maret 2022 dengan *caption* “rumah... oh rumah...” dengan *like* sebanyak 251.493 dan komentar 10.113 yang memberikan gosip tentang ekspresi istri Doni Salmanan saat rumahnya disita. Dimana dalam hal ini belum di ketahui makna dari ekspresi istri doni tersersebut karena dalam *postingan @lambe_turah* istri doni memakai maksker dan berdiri seperti biasa. Hal tersebut yang perlu diperhatikan, ketika kita ingin memaknai suatu informasi harus dicari dulu kebenarannya.

6. Waspada

Bijak dalam bermedia sosial salah satunya yaitu waspada, waspada yang di maksud merupakan sikap hati-hati agar terhindar dari informasi palsu seperti banyaknya penipuan, dan informasi yang palsu seperti dalam *postingan @lambe_turah* pada tanggal 16 Februari 2022 dengan *like* 355.605 dan komentar 15.954 dimana dalam *postingan* tersebut membagikan dengan judul “viral ayah Atta halilintar meminta aurel untuk lahiran normal banjir kritikan” dengan *caption* “Jadi maksudnya gimana??” dengan hal ini mampu mnegiring opini masyarakat hingga menuai kritikan. Padahal kebenaran dalam *postingan* tersebut mampu dilihat pada vidio saat orang tua Atta sedang telfon dengan Aurel mereka mengatakan jika sebaiknya melahirkan normal jika tidak ada hal yang mengharuskan untuk melakukan sesar. Dalam hal ini kewaspadaan dan hati-hati dalam bermedia tentunya dalam memilih berita, hal ini perlu ditekankan untuk keamanan bersama dan sebagai upaya bijak bermedia agar tidak menimbulkan keributan di media sosial.

C. Analisis Bijak Bermedia

Dalam Penelitian ini menggunakan teori Roland Barthes untuk menganalisis Barthes Membagi Analisis Semiotik menjadi tiga yaitu Denotatif, Konotatif, Mitos dengan indikator bijak dalam bermedia yang menjadi dasar alasan peneliti memilih gambar untuk diteliti yaitu *postingan* yang diambil merupakan *postingan* yang berasal dari akun Instagram @lambe_turah, konten yang diposting pada tahun 2022.

Konten yang dianalisis merupakan *postingan* yang paling tidak bijak serta memiliki suka dan komentar yang terbanyak lalu peneliti kemudian menganalisis konten yang diposting akun instagram @lambe_turah.

Pada hasil penelitian ini, peneliti telah memperoleh temuan data-data yang telah terkumpul melalui pengamatan dan dokumentasi pada akun Instagram @lambe_turah sebagai berikut:



1. Konten *Postingan* Pada 30 Juni 2022

Tabel 4.1 *postingan* akun @lambe_turah 30 Juni 2022

	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="width: 48%;"> <p style="text-align: center;">Postingan 1</p>  </div> <div style="width: 48%;"> <p style="text-align: center;">Postingan 2</p>  </div> </div>
Denotasi	<p>Pada <i>postingan</i> pertama terlihat seorang wanita yang tengah duduk berdialog menatap lawan bicaranya di tempat <i>podcast</i> dengan beberapa teks.</p> <p>Pada <i>postingan</i> ke dua terlihat seorang laki – laki yang sedang berdialog santai di suatu tempat <i>podcast</i> dengan beberapa teks.</p>
Konotasi	<p>Pada kedua <i>postingan</i> terlihat akun @lambe_turah memposting suatu gosip dengan pembahasan yang kurang sopan dan tidak bermutu Konotasi dimaknai warga Jaksel memiliki gaya hidup yang tinggi, boros dan menghamburkan uang hal tersebut terlihat karena bau berpacaran sudah menghabiskan uang banyak. Wajah wanita yang diduga merupakan Erika Carlina dengan disertai teks yang menjelaskan bahwa Erika Carlina Ceritakan biaya pacaran di Jaksel capai 4 juta. Tanggapan tersebut merupakan jawaban langsung dari pertanyaan Dedy Crbuzier yang dilontarkan untuk Erika Carlina di <i>podcast</i>nya pada Kamis 23 Juni 2022. Kemudian terlihat Dedy Corbuzier yang fokus berdialog di <i>podcast</i>nya bersama Erica Carlina dengan rasa penasaran bertanya “kira –kira kalau anak jaksel itu pacaran sekali pacaran biayanya berapa? Dan dijawabnya pacaran di jaksel perlu 4 Juta. Hal tersebut akan menjadi keributan di media sosial. Konten bukan merupakan konten bijak dalam bermedia karena yang diberikan bukan merupakan informasi yang bermanfaat dan hanya mengiring opini publik</p>

Mitos	<p>Dari <i>postingan</i> tersebut makna mitos yang sebenarnya yaitu tidak semua masyarakat Jaksel mematok angka tinggi untuk berpacaran, adapula mereka yang memiliki patokan tinggi dikarenakan biaya perawatan yang mahal hal tersebut di perkuat dari salah satu akun yang berkomentar di <i>postingan</i> tersebut @robi.achyar.siregar “saya anak jaksel sarapan pagi berdua Cuma habis 30 ribu pake nasi uduk” jadi terbukti bahwa tidak semua masyarakat Jaksel mematok sarapan 500 ribu den gan biaya pacaran perbulan 4 Juta. Pada <i>postingan</i> tersebut terlihat bahwa perilaku tidak bijak dalam <i>postingan</i> @lambe_turah yaitu dengan memposting konten yang tidak memiliki etika dalam bermedia sosial pada <i>postingan</i> tersebut yang menampilkan asumsi warga jaksel yang memiliki gaya hedon sehingga munculkan komentar negatif.</p>
-------	---

2. Konten *Postingan* Pada 10 Agustus 2022

Tabel 4.2 *postingan* akun @lambe_turah 10 Agustus 2022

	
Denotasi	<p>Pada vidio berdurasi 1:39 detik terlihat ada seorang wanita yang sedang duduk di lantai sembari membersihkan lemari kulkas tengah malam dengan barang – barang belanjaan yang berserakan di lantai, disusul dengan dialog dengan laki-laki yang bersuara keras dan laki – laki tersebut terlihat merekam situasi wanita lalu laki – laki tersebut panik saat melihat struk belanjaan.</p>
Konotasi	<p>Konotasi pada gambar tersebut di maknai bahwa istri</p>

	tersebut boros dalam berbelanja, suka menghamburkan uang membeli barang keinginanya.. Lalu ada laki laki yang kurang menghargai istrinya dan istri yang kurang terbuka terhadap suami, hal tersebut terlihat saat wanita tersebut membeli barang-barang kebutuhan sehari – hari dengan nominal yang banyak tanpa memberi tahu sang suami.
Mitos	Mitos dari <i>postingan</i> tersebut bahwa tidak semua yang suka beli itu boros hal tersebut adalah mitos. Karena banyak para istri yang memang gemar membeli barang-barang, sekedar ingin membeli dan ingin menghamburkan uang. Pada <i>postingan</i> tersebut hal yang di perdebatkan terkait masalah kebutuhan rumah tangga yang seharusnya mampu dibicarakan dengan baik bukan malah membentak dan memaki karena hal tersebut bukan merupakan hal yang perlu ditampilkan di publik. ketika hal tersebut di sediakan di media sosial tentunya menjadikan sesuatu yang tidak baik, yang mampu menimbulkan asumsi negatif dan hal tersebut bukan termasuk perilaku bijak dalam bermedia sosial.

3. Konten *Postingan* Pada 2 Oktober 2022

Tabel 4.3 *postingan* akun @lambe_turah 2 Oktober 2022

<i>Postingan 1</i>	<i>Postingan 2</i>

Denotasi	<p>Pada <i>postingan</i> pertama terlihat di sebuah tempat mewah yang di sampingnya ada kapal besar seorang laki-laki yang sedang berdiri dengan senyuman tipis bersama dengan wanita berjilbab dengan wajah masam berdiri di samping laki – laki tersebut lalu ada juga laki –laki bertopi yang tampak dari kejauhan di belakang mereka menatap ke arah keduanya, dengan beberapa teks. Dari gambar ke 2 tampak di depan sebuah bangunan indah terdapat tiga orang yaitu laki-laki berkemeja biru yang sedang memegang kertas lalu ada laki-laki berjas hitam sedang duduk berhadapan dan wanita berhijab yang memandangi keadaan di tempat.</p>
Konotasi	<p>Makna Konotasi dari <i>postingan</i> bahwa bahwa Risky Billar suami sang Difa dangdut Lesti kejora suka memamerkan kemewahan, dengan memberikan kado ulang tahun untuk istrinya yang ke 23 Tahun pada Agustus 2022 berupa kapal mewah yang diketahui seharga 38 Miliar, diangka yang cukup untuk membeli rumah mewah, yang kemudian kesepakatan membeli kapan diperlihatkan di depan istrinya.</p>
Mitos	<p>Mitos dari <i>postingan</i> tersebut di maknai bahwa terkadang tidak semua orang yang membeli barang mahal itu suka memamerkan kemewahan, banyak pasangan yang membeli barang mewah untuk apresiasi diri karena telah bekerja keras, lalu ada Nagita Slavina yang menyukai tas mahal seperti Gucci, Hermes, Luis Vuitton hal tersebut di lakukan bukan untuk memamerkan kekayaan namun untuk investasi. Kesimpulan pada <i>postingan</i> ini yaitu mitos jika tidak semua orang yang membeli barang mewah hanya untuk dipamerkan namun untuk hal lain. Perilaku tidak bijak dalam <i>postingan</i> ini yaitu @lambe_turah mengiring opini publik dengan menambahkan kata “tertakan” yang menuai komentar negatif pada <i>postingan</i> tersebut.</p>

4. Konten *Postingan* Pada 20 November 2022

Tabel 4.4 *postingan* akun @lambe_turah 20 November 2022

	<p style="text-align: center;"><i>Postingan 1</i></p> 	<p style="text-align: center;"><i>Postingan 2</i></p> 
<p>Denotasi</p>	<p>Pada <i>postingan</i> pertama terlihat anak sekolah yang mengendarai sepeda motor yang masih memakai baju pramuka berhenti persis di depan nenek tua dan menoleh ke arahnya dan dengan teks</p> <p>Gambar ke 2 terlihat video amatir segerombolan anak – anak remaja sekolah yang masih memakai seragam pramuka berhenti di pinggir jalan tepat di depan nenek tua, kemudian salah satu dari mereka menendang nenek tersebut sampai terjatuh setelah itu mereka tertawa lepas dan pergi.</p>	
<p>Konotasi</p>	<p>Konotasi pada <i>postingan</i> tersebut di maknai bahwa anak tersebut yang tidak sopan terhadap orang tua merupakan anak yang pembangkang, nakal dan usil karena diduga mirisnya moral remaja yang terlihat anak-anak yang baru pulang sekolah menghampiri nenek tua yang sedang berdiri di pinggir jalan, mereka yang masih memakai baju pramuka dengan berbondong-bondong menganiaya nenek dengan spontan turun dari motor lalu langsung menendang nenek dengan keras sehingga nenek tersebut jatuh tersungkur dan mereka menertawai nenek tersebut dengan bangga, Prilaku tersebut jauh dari kata sopan santun dan tidak patut untuk di tiru.</p>	
<p>Mitos</p>	<p><i>Postingan</i> tersebut menjelaskan makna mitos yang sebenarnya yaitu tidak semua anak yang berbuat buruk kepada orang yang lebih tua dikatakan itu nakal dan pembangkang, bisa karena anak tersebut merupakan korban</p>	

	<p><i>broken home</i>, lingkungan yang buruk dan kurangnya didikasi sopan santun dari orang tua. Dalam tayangan tersebut mampu di katakan bahwa tidak semua anak yang kurang memiliki etika sopan santun terhadap orang tua merupakan anak yang pembangkang. Perilaku tidak bijak dalam bermedia sosial bahwa <i>postingan</i> tersebut bukan merupakan <i>postingan</i> yang tidak bermanfaat dan tidak-berhati dalam memilih teman karena dalam <i>postingan</i> mampu mengiring opini publik bahwa semua anak remaja sekolah yang berkeliaran di jalan memiliki etika buruk.</p>
--	---

5. Konten Postingan 03 September 2022

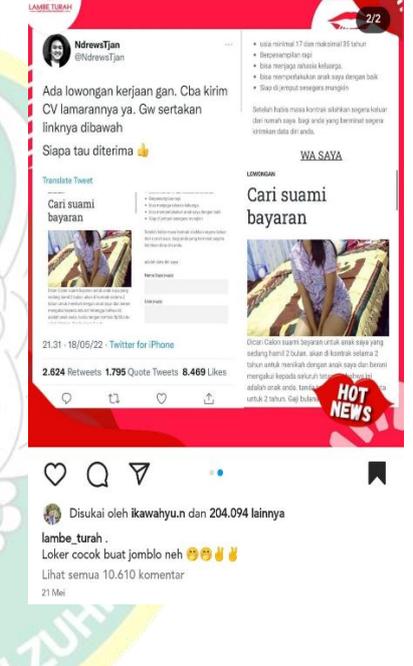
Tabel 4.5 *postingan* akun @lambe_turah 03 September 2022

	
Denotasi	Denotasi dalam postingan tersebut menunjukkan seorang laki-laki yang tenggah berdiri di atas mimbar dengan menggunakan baju putih.
Konotasi	Konotasi pada postingan tersebut yaitu bapak Jokowi yang sedang pidato di atas mimbar menyampaikan kenaikan BBM subsidi.
Mitos	Makna mitos yang sebenarnya dalam <i>postingan</i> tersebut yaitu.Presiden Jokowi menaikkan BBM tidak untuk

menyulitkan masyarakat, namun untuk penyesuaian harga BBM bertujuan agar uang rakyat agar tepat sasaran. Karena banyak dari mereka yang memiliki mobil lebih memilih untuk membeli BBM bersubsidi.
 Pada postingan tersebut akun @lambe_turah memberikan informasi kepada masyarakat.

6. Konten *Postingan* Pada 21 Mei 2022

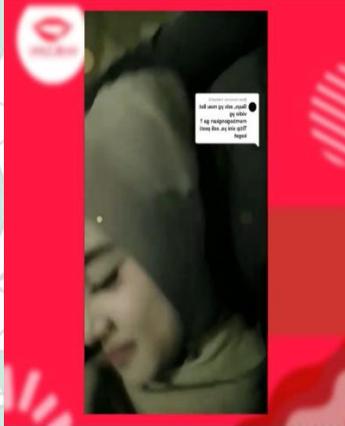
Tabel 4.6 *postingan* akun @lambe_turah 21 Mei 2022

	<p style="text-align: center;"><i>Postingan 1</i></p> 	<p style="text-align: center;"><i>Postingan 2</i></p> 
<p>Denotasi</p>	<p><i>Postingan</i> pertama terlihat seorang wanita memakai piama dengan rambut terurai duduk sendiri di atas tempat tidur, dengan teks. <i>Postingan</i> ke dua terlihat <i>screenshot</i> dari akun twitter@NdrewsTjan yang membuka lowongan pekerjaan di sertai formulir dan gambar wanita yang sedang duduk di ranjang.</p>	
<p>Konotasi</p>	<p>Makna Konotasi pada gambar tersebut bawa seorang wanita yang tenggah kesepian dan ingin segera menikah mengunggah lowongan pekerjaan yang tidak lumrah di akun media sosial miliknya @DrewsTjan dimana mencari suami bayaran kontrak Rp 50 Juta dengan gaji bulanan 3 Juta full berserta formulir pendaftarannya yang heboh di jagat maya.</p>	
<p>Mitos</p>	<p>Dalam <i>postingan</i> tersebut makna Mitos yang sebenarnya wanita yang mencari sensasi dengan cara</p>	

	<p>membuka loker untuk pria. Tidak semua wanita tersebut yang ingin diperhatikan oleh para lelaki dan dapat diketahui bahwa seorang wanita yang membuka lowongan pekerjaan bebas di media sosial dengan maksud untuk dijadikan suami, alangkah baiknya tidak dilakukan karena hal tersebut jika di terima oleh orang yang memiliki niat jahat maka mereka dapat mencelakai dirinya sendiri. Dalam hal ini perilaku tidak bijak dalam bermedia sosial harus memberikan informasi yang lebih bermanfaat bukan memberikan wadah untuk mencari sensasi dan mengundang opini negatif.</p>
--	--

7. Konten *Postingan* Pada 25 Januari 2022

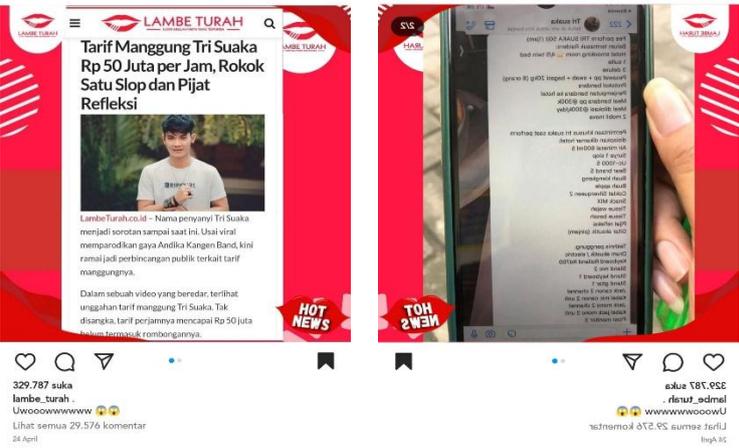
Tabel 4.7 *postingan* akun @lambe_turah 25 Januari 2022

	Konten 1	Konten 2
		
Denotasi	<p>Makna denotasi <i>postingan</i> pertama tampak layar <i>Screenshot</i> dari vidio tiktok lalu terlihat potongan gambar wanita dan laki-laki yang sedang bersama dengan teks</p> <p><i>Postingan</i> ke dua merupakan vidio amatir di dalam mobil terdapat laki-laki yang bersender di bahu wanita berjilbab yang sedang duduk lalu wanita yang satunya yang terlihat akrab tiduran di pangkuan wanita yang sedang duduk.</p>	
Konotasi	<p>Konotasi pada <i>postingan</i> pertama dan kedua mengartikan bahwa berhati-hati (seleksi) ketika memilih</p>	

	<p>teman, dan jangan berlebihan dalam mengangap orang lain adik. Hal tersebut dapat di artikan dari teks yang di tulis bahwa kebersamaan Nisa Sabyan yang merupakan vokalis Sabyan Gambus bersama dengan Riri Fairus dan suaminya yaitu Ayus sabyan mengabadikan <i>moment</i> hangat ketika di dalam mobil saat perjalanan. <i>Moment</i> tersebut merupakan <i>moment</i> sebelum kejadian perselingkuhan Ayus dan Nisa terungkap. Sehingga pada saat ini banyak warganet yang mengulik masa kebersamaan mereka karena memang dari dulu di kabarkan Nisa sudah dianggap seperti adik sendiri oleh keluarga Ayus dan Riri.</p>
Mitos	<p>Mistos yang ada dalam <i>postingan</i> tersebut yaitu ketika seseorang yang sudah sangat dekat dengan kita mampu mengianati hal tersebut menjadi pelajaran. Namun tidak semua teman yang dekat dengan kita mampu mengianiti, semua tergantung pada pribadi masing-masing, ada yang dekat namun cukup untuk rekan kerja dan saudara, ada juga dekat karena di dasari rasa persaudaran yang tinggi satu sama lain. Jadi kaitanya dengan <i>postingan</i> di atas bahwa tidak semua yang dekat dengan kita dapat menghianati. hal tersebut mitos, dan hal yang di lakukan oleh Ayus dan Nissa bukan hal yang perlu dilakukan apalagi kepercayaan yang diberikan oleh Riri sang istri Ayus sangat baik, seharusnya. Dalam hal ini carilah teman yang baik, jangan mudah percaya karena isi hati seseorang tidak ada yang tau. Hal tersebut berlaku di media sosial harus pintar memelih teman yang baik. Perilaku tidak bijak dilihat bahwa <i>postingan</i> bukan merupakan <i>postingan</i> yang bermanfaat karena informasi terkait peselingkuhan bukan suatu hal yang perlu di publikasi.</p>

8. Konten *Postingan* Pada 24 April 2022**Tabel 4.8** *postingan* akun @lambe_turah 24 April 2022

	<i>Postingan</i> 1	<i>Postingan</i> 2
--	--------------------	--------------------

	
Denotasi	<p><i>Postingan</i> pertama terlihat seorang laki-laki muda berdiri yang memakai kaos berwarna putih dengan pose tangan di depan dada, dengan teks.</p> <p><i>Postingan</i> ke 2 terlihat foto tangan seseorang yang memperlihatkan <i>chat</i> dengan seseorang yang diketahui adalah Trisuaka dalam <i>chat</i> tersebut berupa rincian kebutuhan trisuaka saat <i>perform</i>.</p>
Konotasi	<p>Makna Konotasi kedua <i>postingan</i> tersebut yaitu Trisuaka sombong dan ajimumpung pasalnya trisuaka yang merupakan selebtiktok di yang sedang viral baru ini dalam unggahan @lambe_turah menyatakan bahwa trisuaka meminta budget manggung sebanyak 50 juta perjam dan di sertai permintaan kebutuhan yang tidak masuk akal seperti pijat refleksi dan kebutuhan lain di luar anggaran.</p> <p>Hal tersebut menuai kritik warganet yang syok dengan hal tersebut.</p>
Mitos	<p>Makna mitos dalam <i>postingan</i> tersebut yaitu banyak artis dan seleb tiktok yang kembali viral namun mereka tidak memanfaatkan keadaan yang ada. Banyak dari mereka yang membudget tinggi karena memang mereka merupakan artis papan atas dan banyak sekali yang ingin <i>booking</i>, ada yang memang mereka memiliki banyak <i>crew</i> yang harus diberikan upah sehingga <i>budget</i> naik. Dalam setiap kegiatan atau dalam kehidupan sehari-hari setiap orang memiliki aturannya sendiri dan orang yang membuat aturan harus mempertimbangan kapasitas dan umum, dari postiangan trisuaka yang meminta tambahan fasilitas dengan <i>budget</i> yang tidak murah hal tersebut mungkin memberatkan bagi sebagian orang dan ketika hal tersebut dibagikan di ruang publik maka akan</p>

	<p>memunculkan berbagai opini yang ada, sehingga komunikasi yang baik dengan klien harus diutamakan, agar tidak ada lagi kejadian yang perlu diumbar dan berdampak buruk bagi brand trisuaka. Jadi mitos jika artis viral dan seleb yang sedang viral tidak semua aji mumpung dan sombong. Perilaku tidak bijak dalam bermedia sosial di tunjukan dengan tidak waspada dalam memilih sumber konten karena dalam <i>postingan</i> tersebut belum diketahui pasti bahwa <i>postingan</i> tersebut apakah sudah dibenarkan memang dari pihak trisuaka atau hanya hoaks yang sedang viral.</p>
--	--

9. Konten *Postingan* Pada 14 Maret 2022

Tabel 4.9 *postingan* akun @lambe_turah 14 Maret 2022

	
Denotasi	<p>Gambar tersebut tampak di depan rumah yang sedang ditutup garis polisi dan ada beberapa aparaturnya kepolisian bersama dengan satu wanita</p>
Konotasi	<p>Makna Konotasi pada gambar tersebut ialah doni salmanan penipu berkedok berbagi amal di mana sekarang kondisi rumah mewah Doni Salmanan yang merupakan seleb tiktok yang viral karena membagikan uang bantuan PPKM saat pandemi, sekarang dirinya terjerat kasus penipuan investasi bodong yang kemudian</p>

	<p>menyita berbagai aset miliknya seperti rumah dan kendaraan. Doni yang balum belum lama menikah dengan wanita cantik bernama Dinan kini dirinya terlihat syok melihat polisi menyita aset kala itu hal tersebut menjadi sorotan warganet sehingga ramai di bicarakan.</p>
Mitos	<p>Makna Mitos dari sesuatu yang terlihat baik-baik saja setelah di telusuri ternyata mereka bahagia dengan cara yang tidak baik, dengan menipu orang melalui investasi bodong yang di lakukan oleh Doni Salmanan maka berdampak buruk bagi seluruh keluarga khususnya istri yaitu Dinan, perangkat polisi yang menyitaa aset Doni menjadi pembelajaran agar kita harus bekerja sesuai fitrahnya, bekerja yang halal dan tidak merugikan orang lain. Dari <i>postingan</i> ini kita harus berhati-hati, waspada dan memilih teman di media sosial. Jadi mitos dalam <i>postingan</i> tersebut ialah tidak semua orang yang berbuat baik merupakan penipu, terkadang mereka hanya ingin berbagi hasil dengan yang lainnya.</p>

10. Konten *Postingan* Pada 28 Maret 2022

Tabel 4.10 *postingan* akun @lambe_turah 28 Maret 2022

The screenshot shows a social media post from the account @lambe_turah. The post content is as follows:

Dan? Dana? Masyarakat Urusan Pemerintah Ajak Bangun IKN Nusantara

meminta dana dari rakyat. investor dan memaksa pemerintah untuk Saat ini Dana IKN masih seret karena kekurangan Indonesia. dikumpulkan melalui urusan masyarakat membangun dana pembangunan IKN bisa mengatkan dana pembangunan IKN bisa Kepala Otorita Ibu Kota Negara (IKN) Nusantara, Lambbeturah.co.id - Bambang Susantono selaku

HOT NEWS

Like: 17.006 · Comment: 1

fikka.gustine @yulian_29 aku kan mlok zamean hahh

17.006 · Comment: 1

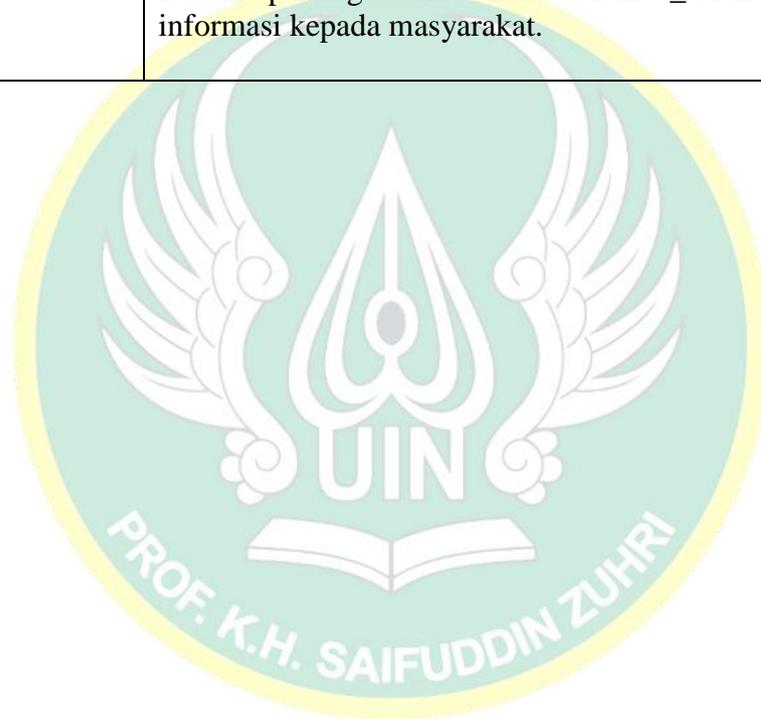
lambbe_turah .

Nanti kamu bisa dapat bangun stas nama kamu hloooo....

Disukai oleh pedioasas dan 118.813 lainnya

28 Maret 2022

Denotasi	Pada postingan tersebut terlihat laki-laki memakai jas berwarna silver dan memakai dasi yang berdiri diruangan dan terlihat gambar yang menunjukkan suatu tempat.
Konotasi	Konotasi dalam postingan tersebut yaitu Bambang Susanto selaku Kepala Otorita Ibu Kota Negara (IKN) ajak masyarakat untuk urunan dana.
Mitos	Makna mitos dari postingan tersebut yaitu tidak semua masyarakat mau menjadi investor dalam pembangunan IKN karena masyarakat memiliki kebutuhan yang lain yang tidak di publikasi. Dalam postingan ini akun @lambe_turah membrikan informasi kepada masyarakat.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Sesuai dengan dengan rumusan masalah pada penelitian ini, peneliti berusaha meneliti terkait bijak dalam bermedia sosial pada akun instagram *@lambe_turah*. Berdasarkan analisis dan temuan data penelitian yang dilakukan terhadap 10 unggahan melalui media sosial pada akun Instagram *@lambe_turah* menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Di bawah ini merupakan kesimpulan tentang bijak dalam bermedia sosial pada akun instagram *@lambe_turah* yang diperoleh menggunakan metode Analisis Semiotik Roland Barthes yaitu

Kesimpulan bijak dalam bermedia sosial pada konten postingan akun instagram *@lambe_turah* berdasarkan analisis semiotik Roland Barthes yaitu tidak semua postingan yang di unggah oleh akun intagram *@lambe_turah* merupakan postingan tidak bijak. Pertama akun *@lambe_turah* memberikan konten yang berupa postingan yang mengiring opini publik agar berkomentar di setiap postingannya, menyediakan ruang gosip dan berita viral. Ke dua akun Instagram *@lambe_turah* juga menyediakan informasi yang bermanfaat seperti informasi presiden terkait kenaikan BBM dan informasi pembangunan IKN.

B. Saran

Ada beberapa saran yang ingin disampaikan oleh peneliti di dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Bagi *@lambe_turah* disarankan untuk tidak menyebarkan informasi yang mampu mengiring opini publik yang mampu menimbulkan keributan di media sosial.
2. Bagi masyarakat atau penonton, peneliti menyarankan untuk lebih kritis dan aktif lagi dalam menyikapi informasi yang diberikan oleh

@*lambe_turah*. Lebih dipahami lagi tentang bijak dalam bermedia sosial karena hal tersebut penting untuk menghindari hal-hal negatif.

3. Bagi penelitian selanjutnya disarankan dapat mengembangkan penelitian mengenai bijak dalam bermedia sosial pada media instagram agar lebih baik dan bisa menyempurnakan serta menambah kekurangan yang ada dalam penelitian. Selain itu, disarankan juga menggunakan referensi yang terbaru dan melakukan penelitian secara lebih mendalam lagi dengan metode yang berbeda sehingga data yang didapatkan lebih banyak dan mendalam



DAFTAR PUSTAKA

- Asyifa, Jasmine Dara, Lusyani Sunarya dan Abas Sunarya, 2015. “Keefektifan Media Komunikasi Visual sebagai Penunjang Promosi pada Perguruan Tinggi Rahaaja”, *Jurnal ISSN: 1978-8282*.Vol.9, No.1
- Augustinah, Fedianty dkk. 2019. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang, *Jurnal Dialektika*. Vol.4, No.2.
- Amilludin, Rostina. 2020. Perkembangan *Instagram* Fitur-fitur Terbaru dan Jumlah Pengguna di Indonesia, <https://buzzup.id/perkembangan-instagram/>, buzup, (Online).
- Arrasyid, Nur Muhamad. 2022. “Efektivitas Akun Instagram @UIN_satu dalam pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa uin Sayyid Ali Ramatullah Tulungagung Skripsi (Artikel Jurnal “. *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung hlm 3.
- Barthes, Roland. 2007. *Membedah Mitos-Mitos Budaya Massa*, Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.
- Barthes, Roland. 2012. *Elemen-Elemen Semiologi*, Yogyakarta: Jalasutra
- Barthes, Roland. 2007. *Petualangan Semiologi Roland Barthes*, Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Barthes, Roland. 2004. *Mitologi*, Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Budiman, Budiman. 2004. *Analisis Wacana Linguistik sampai Dekonstruksi*, Yogyakarta: Kanal.
- Bungin, Burhan. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kharisma Putra Utama Offset.
- Cahyono, Anang Sugeng.2016.“Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia” *Jurnal Publiciana* <https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79>
- Desliana, Yoseina Duli. 2018.“Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung”, *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

- Dhini, Vika Azkiya. Instagram, Media Social Favorit Generasi Z di Dunia, data bersumber dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-Indonesian-digital-report-2021/> , (Diakses pada 10 Juni 2022. Pukul 22. 30 WIB)
- Dini, Astika Vista. 2020. “Studi Etnografi Virtual Aktivitas memedakwah di Media Sosial Instagram”, *Skripsi*, (Purwokerto, IAIN Purwokerto, 2020), data bersumber dari <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/7608/> ,diakses pada 28 Juli 2022 pukul 00.09 WIB.
- Elmaslakah, Amalia Zulfa. 2022. “Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Tiktok Dakwah @Basyasman00 Terhadap Perilaku Bijak Bermedia (Studi Pada Akun Tiktok @Basyasman00.” IAIN Salatiga.
- Enterprise, Jubile. 2012. *Instagram untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Eriyanto, 2002. *Analisis Framing (Kontruksi , Ideologi, Dan Politik Media)* Lkis Pelangi Aksara. Yogyakarta.
- Ernawati, Dwi. 2009. Skripsi, Penerapan Metode Pembelajaran Repeat and Payment (RnP) Untuk Meningkatkan Keterampilan Bercerita Siswa Kelas VII SMP Negeri 1 Kedungwaru, Tulungagung, Malang : Universitas Negeri Malang.
- Fahrurozi, Muhammad.2019. “Pengaruh *Postingan* Akun Instagram @*lambe_turah* Terhadap Tingkat Kepercayaan Mahasiswa Pekalonagan Di Daerah Istimewa Yogyakarta.” Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Fajariana, Dewi Endah & Dewi Utari. 2018. Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik), *Jurnal Sekretari dan Manajemen*, hal. 4 Vol. 2 No. 2 September 2018 diakses pada 9 Mei 2022, Pukul 00.23 WIB sumber <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v2i2.4387>.
- Faozi, Atik, 2021. *Isi Pesan Dakwah Dalam Tayangan “Tauhid Dan Toleransi” Di Channel Youtube Adi hDayat Official*, Skripsi. Purwokerto: UIN Saifuddin Zuhri.
- Fiddiny,Ikrima Nursaibah, 2020.“*Pesan Dakwah Pada Iklan Masyarakat Bijak Dalam Bermedia Sosial TransTV.*” Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

- Fonny.2022. Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara, *Jurnal Ilmiah Society*, Vol. 2 No. 1.
- Hadi, Armando Satriani & Adam Muhammad Nur, 2016 “Relasi Appraisal Dalam Aspek Attitude Pada Media *Online* Instagram,” *Jurnal Sasindo Unpam 3* , No. 2.
- Irwansyah, 2019. Perkembangan instagram dalam perspektif konstruksi sosial. *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*, Vol. 3 No. 1.
- Iswanto, Haifa Firyal. DKK, 2021. “ Pelatihan Bijak Bermedia Sosial Sebagai Upaya Pendidikan Karakter Pada Remaja,” *Jurnal Abdimas* Vol, 25 , no 2.
- Jafar, Syamsinas. Baiq Dwi Intan Cahyani, Burhannudin. 2020. ”Bentuk Dan Fungsi Bahasa slang pada Keterangan Foto Akun @lambe_turah Di Media Sosial Instagram”. *Jurnal Bastindo*, Universitas Matram. Vol. 1, No,2.
- Juwita, Rina. 2027. Media Sosial dan Perkembangan Komunikasi, *Jurnal Penelitian Komunikasi*. Vol,20. No,1
- Kadarwati, Sri, dkk. 2021. “Pelatihan Bijak Bermedia Sosial Sebagai Upaya Pendidikan Karakter Pada Remaja,” *Jurnal Abdimas* 25 , no 2.
- KBBI *Online* (n.d) intensitas. Kamus Besar Bahasa Indonesia. (*Online*). (<http://kbbi.web.id/intensitas>)
- Kriyantono, Rachmat. 2009. “*Teknik Praktik Riset Komunikasi*”. Jakarta Kencana.
- Kurniawan, Punguh. 2017. “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Dan Burneh” *Kompetensi* 11, No. 2. Oktober.
- Kurniawan. 2020. Infografik Sejarah Dalam Media Sosial: Tren Pendidikan Sejarah Publik, *Jurnal Sejarah dan Budaya*. Vol.14. No,2
- Kusani, Mida Al . 2017 .*Analisis Konten Dakwah Renaja Dalam Akun Instagram @Hanan Attaki*, Skripsi. Purwokerto, Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

- Laili, Rani Kromatul. Syafi' Junadi, 2021. " Fenomena Bahasa Gaul Sebagai Fenomalitas Linguistik Dalam Media Sosial Instgram Dalam Era Milenial" *Jurnal PENEROKA.*, Vol.1, No.1
- Lasut, Jauke J. Tongkotow Liedfray & Fonny J. Waani, 2022. "Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara," *Jurnal Ilmiah Society Vol. 2*, no 1.
- Lestari, Tri. 2021. "Etika Komunikasi Dalam Menekankan Pentingnya Bajak Berkomentar di Media Sosial Insagram Presoektif Hadist Nabi". IAIN Kediri.
- Mahendra .2017. Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram, *Jurnal Visi Komunikasi*, Vol. 16 No. 01.
- Manandhine, Ekki Ventinila, 2019 . "Kecenderungan Isi Pesan *Netizen* Dalam Merespon Informasi Pemberitaan Non-Artis Di Akun Instagram @lambe_turah. Universitas Negri Malang.
- Marhidayu, Resky. 2021. "Perubahan Makna Kata Dan Istilah Dalam Bahasa Gaul Pada Kolom Kolom Komentar Akun Lambe Tuarah Di Instagram Tinjauan Semantik." Universitas Hasannudin Makasar.
- Materi Kuliah Metodologi Penelitian Pps, Metode Pengumpulan Data Pengumpulan Kualitatif, UIN Maliki: 2013.
- Marhidayu, Resky, 2021. "Perubahan Makna Kata Dan Istilah Dalam Bahasa Gaul Pada Kolom Kolom Komentar Akun @lambe_turah Di Instagram Tinjauan Semantik." Universitas Hasannudin Makasar.
- Maryani, Anne & Dimas Ongko Wijoyo, 2022. *Analisis Media Sosial Mengenai Issu Indonesia Sebagai Negara Paling Tidak Sopan di Asia Tenggara* <http://procediang.unisba.ac.id>
- Moleong, Lexi. J. 2001. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Murdiyanto, Eko. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif* ,Yogyakarta: Yogyakarta Press.
- Nawawi, Haedar. 1996. " *Penelitian Terapan*. Yogyakarta." Gajah Mada University Press.

- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nida, Fatma Laili Khoirun, 2019. Persuasi dalam Media Komunikasi Massa, *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam AT-TABSYIR*. Vol.2, No.2
- Nugrahani, Farida. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*, Surakarta: Cakra Books, h. 4.
- Nuraeni, Yuni. Cholidah Astri Pertiwi1, Edi Prihantoro2. 2015. "3 Motif Penggunaan Dan Terpaan Media Akun Instagram Terhadap Persepsi Khalayak" *.Artikel .Universitas Guna Darma*.
- Pratiwi, Mutiara Rahmi. 2014. "Pemberitaan Masalah Rumah Tangga Selebritia Sebagai Media Spectacle(Guy Debord). *Jurnal Komunikasi*" Universitas Dian Nuswantoro Semarang. Vol.9, No,1.
- Pradopo, Rachmat Djoko, 1998. Semiotika: Teori, Metode dan Penerapannya, *Jurnal Humaniora*. Vol.7, No.7,
- Prasanti, D. 2017. Etika Komunkasi Dalam Media Sosial, *Jurnal Komunikasi*. Vol. 10, No.1
- Raharja, Ivan Fauzani, 2019. "Bijak Menggunakan Media Sosial Dikalangan Pelajar Menurut Undang – Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik.", *Jurnal Selat*. Vol,6. No,2
- Rahayu. Siti Kurnia, Dkk. 2016. Tinjauan atas Proses Bisnis Terhadap Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (Survey pada perguruan tinggi kota Bandung), *Jurnal Riset Akuntansi* Vol IIV. No 2
- Riyanto, Andi Dwi.. 2021. *Hootsuite (We Are Social) : Indonesian Digital Report*.
- Rohaya, Siti. 2017. Internet: Pengertian, Sejarah, Fasilitas dan Koneksinya, *Jurnal Fihris*.
- Sari, Astari Clara, dkk. 2018. "Komunikasi dan Media Sosial", *Jurnal Sastra*, Makassar: Universitas Muslim Indonesia, 2018.
- Sartono. 2016. Pemanfaatan Blog Sebagai Media Pembelajaran Alternatif di Sekolah, *Jurnal Transformatika*.

- Sasmito, Maya Sari, 2015, Pemanfaatan Media Sosial Facebook Untuk Media Pembelajaran Bahasa Indonesia, *Jurnal Media Aplikom*, STIKOM Yos Sudarso. Vol,4. No, 4.
- Setawan, Johan & Albi Anggito, 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi: CV Jejak, h. 7.
- Setiawan, Arif, Sugiarti dan Eggy Fajar Andalas, 2020. *Desain Penelitian Kualitatif Sastra*, Malang: UMM Press.
- Setiadi, Ahmad. 2016. Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektifitas Komunikasi, *Jurnal Cakrawala*, Vol. 16, No.2.
- Seto, Indiwani, 2013. *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi Edisi 2*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Siddiq, M. Izzatul. 2022.” Analisis Etika Bermedia Sosial Dalam Pemanfaatan Instagram Oleh Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau (Studi Kasus Mahasiswa Audio Visual FIKOM).”Universitas Islam Riau.
- Siregar, Emiel Salim. Dkk, 2022, *Literasi Digital: Bijak Dalam Bereksprei Dan Bermedia* .Yayasan Kita Menulis.
- Sobur, Alex . 2012. *Analisis Teks Media* ,162. Alex Sobur , *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik,dan Analisis Framing*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sternberg, R. & J. J. 2005. *A Handbook of Wisdom : Psychological Perspectives*. Cambrige University Press
- Subandi. 2011. Deskripsi Kualitatif Sebagai satu Metode Dalam Penelitian Pertunjukan, *Jurnal Harmonia*, VOL. 11, No.2.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sumiati, Ema. 2015. *Model Pemberdayaan Masyarakat Dalam Mempertahankan Kearifan Lokal*, Jakarta :Universitas Pendidikan Indonesia.
- Sunarya, Lusyani , 2015. Abas Sunarya dan Jasmine Dara Asyifa, “Keefektifan Media Komunikasi Visual sebagai Penunjang Promosi pada Perguruan Tinggi Raharja”, *Jurnal ISSN: 1978-8282*

- Soffillah, Mohammad. 2022. " Perilaku Keberagaman Pengikut Akun @Jilbaber_Masakini Di Instagram" Kudus. *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Kudus.
- Ul Haq, Rijal. 2021. " Makna Pesan Dakwah Di Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Pesan Dakwah Visual pada akun instagram @dakwahquransunnah). *Skripsi*. hlm 12.
- Wahid, Abdul. 2018. *Karena Kau Manusia*, (Yogyakarta:Diva Press, h.87.
- Wahyudin,Uud. 2016. Etika Komunikasi Di Media Sosial, *Jurnal Prosiding Nasional Komunikasi*. Vol. 53, No 1
- Watie, Errika Dwi Setya, 2011. Komunikasi dan Media Sosial, Jurnal THE MESSENGER. Vol,3. No,1.
- Weningsari, Yesi. 2019." Menciptakan Generasi Yang Baik Dalam Penggunaan Media Sosial,"*Jurnal El Tabawi XII* no 1.
- Yaqub, Hamzah.1992. *Politik Islam*, Bandung: Diponegoro
- Yulianto, Much & Bulan Cahya Sakti, 2018." Pembentukan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Remaja" *Interaksi Online* 6, No. 4 .
- Yunii, Vera. 2022. 6 Cara Bijak Menggunakan Media Sosial, Jaga Etika dan Privasi. *Idn Times*. (Online) (<https://www.idntimes.com/tech/gadget/ni-made-verayuni-artini/cara-bijak-menggunakan-media-sosial-c1c2>)
- Dari Internet <http://www.its.ac.id> di akses pada 04 Agustus 2022.
- Dari Internet <https://www.connectsafely.org/instagram/> Diakses pada 29 Januari 2021, Pukul 00.00.
- Dari https://help.instagram.com/155940534568753/?helpref=uf_share, diakses pada 28 Juli 2022 pukul 19:22 WIB.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP**IDENTITAS DIRI**

Nama : Ana Sopiatus Atikah
NIM : 1817102050
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal dan Lahir : Cilacap, 30 Agustus 2000
Alamat : Nusawungu, Nusadadi Larangan RT 04 RW
06, Jawa Tengah
Nama Ayah : Alm Ngalimun
Nama Ibu : Khamnah

RIWAYAT PENDIDIKAN

SD/MI, Tahun lulus : SDN 05 Nusawungu, 2012
SMP/MTs, Tahun lulus : SMP Masyithoh Kroya, 2015
SMA/MA, Tahun lulus : MAN Kroya, 2018
S1/D4, Tahun lulus : UIN Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto,
2023

