

Analisis Semiotika Propaganda Menikah Muda di Media Sosial Instagram
(Studi Analisis Semiotik Mengenai Propaganda Menikah Muda di Media Sosial
Instagram @gerakannikahmuda November 2019 – Januari 2020)



Nama : Rachma Dhania

Nim : D0216075

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

2020

PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul:

Analisis Semiotika Propaganda Menikah Muda di Media Sosial Instagram

(Studi Analisis Semiotik Mengenai Propaganda Menikah Muda di Media Sosial
Instagram @gerakannikahmuda November 2019 – Januari 2020)

Karya:

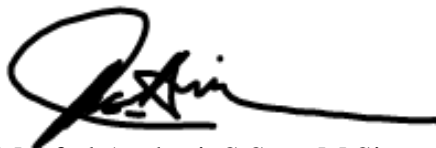
Nama : Rachma Dhania

NIM : D0216075

Telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan panitia penguji skripsi pada
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Sebelas Maret

Surakarta, 18 Oktober 2020

Pembimbing



Mahfud Anshori, S.Sos., M.Si

NIP. 19790908 200312 1 001

commit to user

PENGESAHAN

Skripsi ini telah disetujui dan disahkan oleh Panitia Penguji Skripsi




Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Sebelas Maret Surakarta

Pada Hari : Rabu

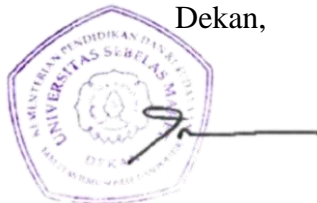
Tanggal : 16 Desember 2020

Tim Penguji Skripsi:

1. Drs. Adolfo Eko Setyanto, M.S. ()
NIP. 195806171987021001 Ketua/Penguji I
2. Anggreni, S.Sos., M.Soc.Sc. ()
NIP. 198602262014042001 Sekretaris/Penguji II
3. Mahfud Anshori, S.Sos., M.Si. ()
NIP. 197909082003121001 Pembimbing/Penguji III

Surakarta,

Universitas Sebelas Maret
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Dekan,



Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni, M.Si

NIP. 19610825 198601 2 001

commit to user

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rachma Dhania

NIM : D0216075

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul:

Analisis Semiotika Propaganda Menikah Muda di
Media Sosial Instagram

(Studi Analisis Semiotik Mengenai Propaganda Menikah Muda di Media Sosial
Instagram @gerakannikahmuda November 2019 – Januari 2020)

Merupakan karya asli saya yang dibuat dengan sebenar-benarnya serta belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di institusi lainnya. Setiap kutipan data yang digunakan telah dicantumkan sumbernya sesuai ketentuan.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan di atas tidak benar, maka saya sebagai penulis skripsi ini bersedia dikenakan sanksi sesuai dengan kode etik yang berlaku.

Surakarta, 18 Oktober 2020



Rachma Dhania

NIM. D0216075

HALAMAN MOTTO

Jika kamu tidak mendapatkan apa yang kamu inginkan bisa jadi kamu tidak benar-benar menginginkannya atau menawarnya dengan harga yang terlalu murah.

-anonim

Pohon tinggi tak perlu repot mengatakan bahwa dirinya sendiri tinggi.

-Penulis

Every one of us is losing something precious to us. Lost opportunities, lost possibilities, feelings we can never get back again. That's part of what it means to be alive."

— Haruki Murakami, *Kafka on the Shore*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan menyebut Nama Allah Yang Maha Penhasih lagi Maha Penyayang,

Karya penelitian berupa skripsi ini penulis persembahkan pada keluarga tercinta Alm. Bapak Marnoto Ba, S Sos. Ibu Ninik Chasanah, Kakak tersayang Citra Wahyuningrum dan Retno Cahyangingsih serta kedua ponakan Althaf dan Zian. Terima kasih atas segala cinta kasih, serta dukungan moril maupun materil yang sangat besar kepada penulis.

Kepada teman-teman berkembang penulis selama ada di bangku perkuliahan

Kepada siapapun di luar sana yang sedang berjuang meraih gelar akademis. Semoga apa yang diperjuangkan lekas usai dan apa yang dihasilkan bisa menambah samudra ilmu pengetahuan di muka bumi

Aamiin

KATA PENGANTAR

Dengan Menyebut Nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang

Sujud Syukur penulis panjatkan bagi Allah SWT atas karunianya serta limpahan sabar dan kekuatan yang diberikannya hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Semiotika Propaganda Menikah Muda di Media Sosial Instagram (Studi Analisis Semiotik Mengenai Propaganda Menikah Muda di Media Sosial Instagram @gerakannikahmuda November 2019 – Januari 2020)”**

Skripsi ini disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban akademis atas apa yang telah penulis lakukan dan dapatkan selama berkuliah. Karya ini juga dimaksudkan sebagai kontribusi dan sumbangan pemikiran penulis sebagai bagian dari sivitas akademika yang mempelajari bidang keilmuan ilmu komunikasi. Tentunya dalam keberjalanan penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan banyak pihak. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Bapak Sri Hastjarjo, S.Sos., Ph.D., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Bapak Mahfud Anshori, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing akademik sekaligus dosen pembimbing skripsi yang dengan penuh kesabaran membimbing penulis hingga skripsi usai.
4. Kedua orang tua, Alm. Bapak Marnoto dan Ibu Ninik Chasanah atas cinta dan dukungan kepada penulis sehingga penulis bisa terus semangat untuk belajar.
5. Kakak-kakak tersayang, Citra Wahyuningrum dan Retno Cahyaningsih yang menjadi penyemangat penulis untuk selalu belajar dan berkarya.

commit to user

6. Keluarga besar LPM VISI, Yuni, Ade, Syam, Ika, Siswi, Rifa, Alif, Fajrul, Banyu, Ola, Laila, Mae, Atta, Andi serta teman-teman LPM VISI lain yang tidak bisa penulis tuliskan satu per satu.
7. Keluarga besar BEM FISIP 2019, kedua puluh pht yang saya sayangi dan juga anggota kementrian Litbang: Yoke, Giga, Salsa, Essly, Maya, Fitri dan Ika.
8. Keluarga Kos Bunda Sri, Eka, Uli, Mei, Nisa, Bendra, Salsa dan Fatma atas kebersamaan yang diberikan saat penulis di Solo.
9. Sahabat-sahabat Solo Mengajar, keluarga meja abdi “Kayangan” yang turut mewarnai kehidupan penulis saat di Solo.
10. Sahabat-sahabat Ilmu Komunikasi 2016 yang memberi dukungan dan dorongan selama empat tahun belajar di UNS.
11. Pihak-pihak yang telah mendukung kelancaran skripsi yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari tidak ada sesuatu yang sempurna di dunia, termasuk skripsi yang penulis susun. Oleh karena itu, dengan senang hati penulis menerima segala kritik dan masukan yang membangun demi kebermanfaatan skripsi ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Landasan Teori	6
1. Semiotika	6
2. Propaganda dalam Ilmu Komunikasi	11
3. Media baru	18
4. Media Sosial sebagai Media Propaganda.....	20
5. Menikah Muda	22
6. Hukum Pernikahan dalam Agama	25
F. Kerangka Pemikiran	27

commit to user

G. Metode Penelitian	28
BAB II. GAMBARAN OBJEK PENELITIAN	
A. Akun Instagram @gerakannikahmuda	33
B. Aktivitas akun instagram @gerakannikahmuda	34
BAB III. Analisis Data	
A. Penyajian Data	
1. Analisis Korpus 1	42
a. Makna Denotasi	42
b. Makna Konotasi	42
c. Mitos	45
2. Analisis Korpus 2	47
a. Makna Denotasi	48
b. Makna Konotasi	48
c. Mitos	49
3. Analisis Korpus 3	51
a. Makna Denotasi	53
b. Makna Konotasi	54
c. Mitos	57
4. Analisis Korpus 4	58
a. Makna Denotasi	58
b. Makna Konotasi	59
c. Mitos	61
5. Analisis Korpus 5	61
a. Makna Denotasi	62
b. Makna Konotasi	62
c. Mitos	63
6. Analisis Korpus 6	64
a. Makna Denotasi	64
b. Makna Konotasi	65

c. Mitos	67
7. Analisis Korpus 7	68
a. Makna Denotasi	68
b. Makna Konotasi	69
c. Mitos	70
8. Analisis Korpus 8	70
a. Makna Denotasi	71
b. Makna Konotasi	71
c. Mitos	73
9. Analisis Korpus 9	74
a. Makna Denotasi	74
b. Makna Konotasi	74
c. Mitos	76
10. Analisis Korpus 10	77
a. Makna Denotasi	77
b. Makna Konotasi	77
c. Mitos	78
11. Analisis Korpus 11	79
a. Makna Denotasi	79
b. Makna Konotasi	80
c. Mitos	81
12. Analisis Korpus 12	81
a. Makna Denotasi	82
b. Makna Konotasi	82
c. Mitos	83
B. Hasil dan Analisis Penelitian	85
BAB IV. PENUTUP	
A. Kesimpulan	96
B. Saran	101
Daftar Pustaka	103

Daftar tabel

Tabel 3.1.....	86
----------------	----

Daftar gambar

Gambar 1.1	9
Gambar 1.2.....	27
Gambar 2.1	34
Gambar 2.2.....	35
Gambar 2.3.....	37
Gambar 2.4.....	38
Gambar 2.5.....	39
Gambar 3.1.....	42
Gambar 3.2.....	47
Gambar 3.3.....	51
Gambar 3.4.....	58
Gambar 3.5.....	61
Gambar 3.6.....	64
Gambar 3.7.....	68
Gambar 3.8.....	70
Gambar 3.9.....	74
Gambar 3.10.....	77
Gambar 3.11.....	79
Gambar 3.12.....	82

commit to user

Abstrak

Rachma Dhania. 2020. D0216075. Analisis Semiotika Propaganda Menikah Muda di Media Sosial Instagram (Studi Analisis Semiotik Mengenai Propaganda Menikah Muda di Media Sosial Instagram @gerakannikahmuda November 2019 – Januari 2020). Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Propaganda dapat diartikan sebagai alat yang digunakan untuk menyebarluaskan suatu pandangan atau pemikiran yang dilakukan dengan cara yang sistematis, terencana, serta dilakukan berulang. Hal ini juga yang dilakukan oleh berbagai macam organisasi pergerakan dalam rangka menyebarkan pandangan pada masyarakat agar memiliki pemikiran yang sama dengannya. Hal ini juga terjadi di akun instagram @gerakannikahmuda yang berfokus pada penyebaran pandangan untuk menikah muda.

Tujuan dari penelitian ini diperuntukan untuk menganalisis mengenai pesan propaganda menikah muda yang disajikan oleh akun tersebut. Analisis dilakukan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes yang mana terdapat tiga lapis pemaknaan yakni denotasi, konotasi dan mitos.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Selain itu untuk membedah makna dari unggahan tersebut maka digunakan teori semiotika Roland Barthes yang di dalamnya terdapat tiga lapisan pemaknaan. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer yang berasal dari akun @gerakannikahmuda selanjutnya data lain didapatkan melalui studi dokumentasi dan dari sumber lain yang mendukung penelitian.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pesan propaganda menikah muda disampaikan melalui beberapa unggahan dari akun tersebut diantaranya dalam unggahan foto dan video. Selain aspek kegamaan penyampaian propaganda juga melibatkan berbagai aspek dalam kehidupan di dalamnya.

Kata kunci: propaganda, media sosial, menikah muda

Abstract

Rachma Dhania. 2020. D0216075. *Semiotic Analysis of Yong Marriage Propaganda on Instagram Social Media (Semiotic Analysis Study of Young Married Propaganda on Instagram Social Media @gerakannikahmuda November 2019 - January 2020). Department of Communication Science, Faculty of Social and Political Sciences, Sebelas Maret University, Surakarta.*

Propaganda can be defined as a tool used to disseminate views or thoughts which are carried out in a systematic, planned, and repeated manner. This is also what various movement organizations do in order to spread views of society to have the same thoughts as it. This also happens on the Instagram account @gerakkannikamuda which focuses on spreading the view of young marriage.

The purpose of this study is to analyze the propaganda message of young marriage presented by this account. The analysis was carried out using Roland Barthes' semiotic analysis, in which there are three layers of meaning, namely denotation, connotation and myth.

The method used in this research is descriptive qualitative method. In addition, to expose the meaning of the content, this research using Roland Barthes' semiotic theory which there are three layers of meaning. The data used in this study used primary data from the @gerakkannikamuda account, then other data was obtained through documentation studies and content analysis from other sources.

The results of this study indicate that the message of young married propaganda is conveyed through several contents from these accounts, including in photo and video uploads. Apart from the religious aspect, the delivery of propaganda also involves various aspects of life in it.

Keywords: *propaganda, Social Media, Young Marriage*