

Representasi Disabilitas pada Iklan *Crowdfunding* Sahabat Beramal Jariyah

Anindita Rona Taqiyyah; Arif Surya Kusuma

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstrak

Iklan memiliki andil untuk menciptakan persepsi terhadap disabilitas serta dalam mengubah paradigma masyarakat tentang disabilitas. Penyandang disabilitas mengalami diskriminasi dan dipandang rendah oleh orang lain, mulai dari fisik maupun kemampuan atau keahlian. Penelitian ini membahas bagaimana penyandang disabilitas digambarkan melalui iklan crowdfunding khususnya pada akun Instagram Sahabat Beramal Jariyah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian semiotika oleh Roland Barthes. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teori Representasi Stuart Hall. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyandang disabilitas digambarkan melalui dua hal yaitu dapat dilihat dari kesulitan bekerja dan kemandirian. Penggambaran kemandirian dari penyandang disabilitas ini telah berubah dari mitos daerah bahwa penyandang disabilitas tidak dapat mandiri dan bergantung pada orang lain.

Kata Kunci: Representasi, Penyandang Disabilitas, Iklan Crowdfunding

Abstract

Advertisements play a role in creating perceptions of disability in changing society's paradigm. People with disabilities experience discrimination, starting from their physical abilities and abilities. This research discusses how people with disabilities are portrayed through advertising crowdfunding especially on Instagram accounts Sahabat Beramal Jariyah. This research uses a qualitative approach with semiotic research methods by Roland Barthes. The data collection technique used is documentation. This research uses Stuart Hall's Representation theory. The research results show that people with disabilities are described in two ways, namely difficulties in working and independence. This depiction of the independence of people with disabilities has changed from the local myth that people with disabilities cannot be independent and depend on other people.

Keywords: Representation, People with Disabilities, Advertising Crowdfunding

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Disabilitas yaitu sebuah keadaan dimana seseorang saat melakukan kegiatan sehari-hari dalam segi kemampuan fisik ataupun mental pada umumnya berbeda dengan orang yang normal. Pada UU Nomor 8 Tahun 2016 dijelaskan pengertian dari disabilitas yaitu “Disabilitas merupakan setiap orang yang memiliki keterbatasan fisik, intelektual, mental, dan/atau sensorik dalam jangka waktu lama, memiliki hambatan dalam berinteraksi dengan lingkungan, dan menyebabkan keterbatasan dalam melaksanakan tugas atau kegiatan sehari-hari..”. Pada tahun 1970-an organisasi penyandang disabilitas menentang istilah disabilitas yang sering digunakan dengan tidak jelas. Masyarakat menganggap orang yang kakinya cacat di cap sebagai orang yang tidak mampu. Realitas sebenarnya bukan berarti tidak mampu, namun yang dibutuhkan hanya alat bantu agar bisa menjadi mampu melakukan sesuatu. Oleh karena itu Fakih yang merupakan seorang aktivis sosial mengusulkan untuk mengganti istilah disabilitas menjadi difabel (Rahman, 2008). Disimpulkan bahwa difabel bukan tidak mampu, tetapi hanya memiliki keterbatasan dalam melakukan aktivitas kehidupan sehari-hari.

Stigma yang ada di masyarakat pada penyandang disabilitas biasanya sebagai orang yang tidak sempurna dan dianggap tidak mampu melakukan pekerjaan yang dilakukan orang pada umumnya membuat mereka sering mengalami diskriminasi atau dibeda-bedakan. Media massa sangat berpengaruh bagi perkembangan teknologi dalam komunikasi. Kontrol sosial dalam proses komunikasi salah satunya dengan menggunakan media massa. Kontrol sosial yang terdapat dari media massa yaitu dengan proses *feedback-control* dan *distribution control*. *Distribution control* media dapat mengontrol berbagai informasi yang akan diberikan ke masyarakat (DONOHUE et al., 1986). Iklan merupakan salah satu contoh media massa.

Suhandang dalam buku Periklanan: Manajemen, Kiat, dan Strategi (2019) menyatakan iklan sebagai salah satu teknik komunikasi massa dengan membayar ruangan atau waktu untuk menyiarkan informasi tentang barang dan jasa yang ditawarkan oleh si pemasang iklan. Iklan dapat berupa konten yang berisi kehidupan sosial pada masyarakat yang telah dikemas dengan rapih yang bertujuan untuk mempersuasi publik dan mengambil

rasa simpati untuk dapat melakukan sesuatu sesuai dengan isi pesan yang terkandung pada iklan.

Adanya kebutuhan publik akan informasi dimanfaatkan oleh para produsen iklan dengan menerapkan berbagai strategi untuk menarik dan mempersuasi publik salah satunya dengan melalui fakta yang ada dalam masyarakat seperti disabilitas sehingga mereka melakukan hal sesuai dengan isi pesan yang disampaikan dalam iklan dan terkadang melibatkan dana. Salah satu iklan yang menggunakan strategi tersebut adalah iklan *crowdfunding*.

Menurut Hemer (2011), *crowdfunding* merupakan suatu kegiatan yang melibatkan panggilan terbuka (*open call*), yang dilakukan melalui internet, untuk penyediaan sumber daya keuangan baik dalam bentuk sumbangan (tanpa imbalan) atau sebagai imbalan atas beberapa bentuk hadiah atau hak suara untuk tujuan tertentu. *Crowdfunding* merupakan salah satu bentuk karitas (*derma*) yang dilakukan melalui media massa. Dalam pemfungsian media massa, iklan *crowdfunding* menargetkan emosi dari audiens mengenai suatu representasi kondisi dalam masyarakat melalui visualisasi dalam bentuk teks maupun audio visual agar dapat mempengaruhi emosi penonton yang kemudian menjadi suatu motivasi untuk berdonasi.

Menurut Stuart Hall (2016) representasi adalah suatu makna yang diproduksi dan dipertukarkan dalam masyarakat melalui bahasa. Representasi pada penelitian ini menggunakan media islam yaitu iklan disabilitas yang terdapat di Sahabat Beramal Jariyah. Sahabat Beramal Jariyah di dirikan tahun 2020. Sahabat Beramal Jariyah merupakan salah satu akun media sosial *crowdfunding* yang menyediakan jasa untuk melakukan penggalangan dana secara daring. Dalam menyampaikan pesan, salah satu konten iklan yang terdapat di Sahabat Beramal Jariyah yaitu konten iklan disabilitas. Sahabat Beramal Jariyah menyusun pesan dengan cara merepresentasikan disabilitas menjadi suatu konten iklan dalam bentuk audio, visual, dan teks sehingga dapat menggerakkan motivasi khalayak untuk melakukan donasi atau melakukan penggalangan dana.

Representasi disabilitas juga terdapat dalam media islam lain seperti pada film. Representasi disabilitas dalam film biasanya cenderung memperlihatkan orang yang harus dikasihani, rendah diri, dan memalukan. Salah satu contoh film yang mempresentasikan

disabilitas adalah film animasi Nussa dan Rara (2022). Serial animasi Nussa dan Rara menjadi salah satu motivasi bagi anak penyandang disabilitas karena telah mempresentasikan hal yang positif. Walaupun karakter Nussa digambarkan sebagai anak penyandang disabilitas, tetapi Nussa adalah anak yang memiliki jiwa kepemimpinan untuk keluarga, pandai ilmu agama, dan dapat diandalkan (2022).

Peneliti membandingkan dengan penelitian lain yang sejenis seperti penelitian Dinda Meutia Anggraeni dan Filosa Gita Sukmono (2019) dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang berjudul Representasi Kelompok Minoritas Disabilitas Netra Dalam Film Dokumenter *The Unseen Words*. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis semiotika dengan pendekatan Roland Barthes. Hasil dari penelitian ini adalah representasi keminoritasan penyandang disabilitas netra digambarkan hidup di lingkaran kemiskinan dan keterasingan, sebagai objek diskriminasi, objek yang tidak diperhatikan dalam aksesibilitas dan pelayanan publik, dan objek penderitaan (2019). Perbedaan penelitian adalah mengambil konteks minoritas disabilitas dalam film, sedangkan penelitian ini lebih mengarah kepada representasi terhadap disabilitas pada iklan *crowdfunding*.

Terdapat juga penelitian oleh Niyu (2017) dari Universitas Pelita Harapan dengan judul Representasi Disabilitas Dalam Iklan "*We're The Superhumans*". Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan semiotika oleh Peirce. Hasil dari penelitian ini adalah disabilitas direpresentasikan sebagai "*superhumans*" yang memiliki berbagai kemampuan dan prestasi. Melalui lagu '*Yes I Can*' dipresentasikan semangat para disabilitas. Melalui iklan WTSH, C4 mengkonstruksikan realitas mengenai disabilitas dengan menampilkan 140 penyandang disabilitas dan merayakan prestasi mereka, bukan hanya sebagai atlet, namun sebagai penyandang disabilitas (2017). Perbedaan penelitian ini adalah pada metode yang digunakan yaitu semiotika milik Peirce dengan iklan "*We're The Superhumans*", sedangkan penelitian ini menggunakan metode semiotika milik Roland Barthes dengan iklan *crowdfunding* Sahabat Beramal Jariyah. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui isi film dan bagaimana film tersebut mempresentasikan karitas disabilitas pada iklan. Berdasarkan uraian masalah yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu "Bagaimana representasi disabilitas pada iklan *crowdfunding* Sahabat Beramal Jariyah?"

1.2 Teori Terkait

1.2.1 Representasi Iklan

Representasi berpatokan pada konstruksi di berbagai aspek terutama oleh media yaitu mengenai aspek-aspek realitas. Representasi yaitu proses yang melibatkan berbagai hal, tidak hanya gambaran bagaimana identitas dibangun, melainkan juga mengenai tentang bagaimana hal itu dikonstruksikan dalam proses produksi (Chandler, 2005). Menurut Stuart Hall, representasi merupakan proses suatu makna diproduksi dan ditukar dengan suatu budaya melalui penggunaan bahasa, tanda-tanda, dan gambar yang mewakili suatu hal (Hall, 1997). Terdapat tiga pendekatan yang dikemukakan oleh Hall, yaitu untuk menjelaskan bagaimana representasi makna melalui bahasa seperti *reflective*, *constructionist*, dan *intentional*. Dalam penelitian ini menggunakan representasi dengan pendekatan *constructionist* atau konstruktivis. Pendekatan konstruktivis merupakan memahami dimensi sosial dan publik melalui bahasa yang menciptakan makna (Hall, 2002).

Iklan merupakan bentuk pesan non personal tentang produk atau perusahaan yang akan disampaikan melalui media dan ditujukan untuk khalayak. Iklan adalah salah satu bentuk sarana promosi yang banyak diketahui oleh khalayak karena daya jangkauannya yang luas (Morissan, 2010). Saluran yang dipilih untuk menayangkan iklan juga dibuat untuk konsumsi banyak orang sehingga semua orang bisa melihatnya. Tujuan dari beriklan yaitu memberi informasi dan membangun *awareness* pada sebuah *brand* serta mempersuasi khalayak untuk mencoba produk atau jasa yang dimiliki oleh perusahaan dengan pesan audio, visual, dan audio visual (Nurfebiaraning, 2017). Teknologi informasi dan komunikasi menjadi salah satu faktor yang membuat perubahan besar dalam proses produksi, distribusi, dan konsumsi media massa. Dengan demikian, teknologi komunikasi dan informasi memegang peranan penting dalam perkembangan media massa (Silvia et al., 2021).

Iklan tidak terlepas dari kehidupan manusia. Salah satu contoh iklan adalah iklan disabilitas. Penyandang disabilitas berhak untuk bersaing dalam segala bidang di kehidupan bermasyarakat (Ully & Meutia, 2022). Iklan pada disabilitas biasanya menggambarkan kehidupan sehari-hari dalam menjalani aktivitas. Iklan yang menayangkan disabilitas biasanya ada pada media massa yang berbentuk karitas (*charity*) atau mengumpulkan amal yang akan diberikan oleh penyandang disabilitas yang digambarkan pada suatu iklan.

1.2.2 Semiotika

Ilmu yang mengkaji tentang tanda (*sign*) yaitu semiotika atau semiologi. Tanda ada dimana-mana dan selalu digunakan pada kehidupan sehari-hari, seperti kata, isyarat, gerak, dan lain sebagainya (Ilmi, 2018). Pada semiotika terdapat fungsi komunikasi, yaitu fungsi tanda atau simbol dalam menyampaikan suatu pesan ke penerima pesan melalui tanda atau kode-kode tertentu. dalam kehidupan sehari-hari, kita sering menggunakan tanda untuk berinteraksi kepada orang lain. Roland Barthes menjelaskan bahwa tanda tidak bisa berdiri sendiri, melainkan didukung oleh *signifier* dan *signified*. *Signifier* merupakan objek yang dilihat, sedangkan *signified* adalah makna atau arti dari objek yang kita lihat (Darma, Sahri, Hasibuan, Wirta, et al., 2022).

Penelitian ini menggunakan semiotika Roland Barthes karena semiotika berguna untuk membaca dan menganalisis objek visual berupa dokumentasi. Teori semiotika milik Roland Barthes merupakan perkembangan teori milik Saussure. Menurut Saussure, bahasa merupakan sistem tanda yang terdiri dari dua komponen yaitu, “penanda” dan “petanda” (Jadou & Ghabra, 2021). Lalu Roland Barthes mengembangkan teori semiotika ke dalam bidang sastra dan budaya populer.

Dalam pemaknaan semiotika milik Roland Barthes dibagi menjadi dua tingkat yaitu, denotasi dan konotasi atau dikenal juga dengan mitos. Denotasi adalah makna yang sesungguhnya yaitu diartikan secara harfiah dan merujuk pada realitas. Konotasi berfungsi untuk mengutarakan pembenaran bagi nilai-nilai yang berlaku. Makna konotatif adalah gabungan dari makna denotatif dengan gambaran dan perasaan yang timbul ketika indera kita bersinggungan dengan tanda (Sarwoko et al., 2022).

Konotasi menggambarkan interaksi yang terjadi saat tanda bertemu dengan perasaan atau emosi khalayak dan nilai-nilai kebudayaan. Khalayak mudah membaca makna konotasi sebagai fakta denotasi. Maka dari itu, denotasi adalah hal yang digambarkan tanda terhadap objek, sedangkan makna konotasi merupakan bagaimana cara masing-masing khalayak menggambarkannya. Mitos merupakan suatu kebudayaan yang menjelaskan atau memahami beberapa aspek realitas atau gejala alam. Mitos juga dapat dijelaskan dengan ideologi yang berwujud. Mitos bisa dianggap sebagai perkembangan dari makna konotasi (Wibowo, 2013). Maka dari itu, salah satu tujuan analisis semiotika yaitu menyediakan metode analisis dalam

kerangka berpikir serta mengatasi terjadinya salah baca atau salah mengartikan suatu makna dari tanda (Darma, Sahri, Hasibuan, I, et al., 2022). Dalam iklan juga terdapat tanda-tanda yang memiliki makna secara langsung dan tidak langsung bagi penontonnya.

Tanda atau kode yang disampaikan pada iklan biasanya menggunakan visual yang sudah di desain dengan menarik. Tanda visual tanpa teks yang disusun melalui iklan dapat memberikan makna yang tajam juga seperti pesan verbal yang menggunakan teks pada umumnya (Oentoro, 2019). Iklan yang mengandung analisis semiotika tidak hanya berbentuk pesan verbal saja, pesan melalui visual juga dapat dimengerti oleh khalayak.

1.2.3 Konstruksi Disabilitas

Penyandang disabilitas merupakan orang yang memiliki keterbatasan baik fisik, mental, intelektual, atau undera dalam waktu yang lama (Widinarsih, 2019). Tidak sedikit penyandang disabilitas mengalami diskriminasi dan dipandang rendah oleh orang lain, mulai dari fisik maupun kemampuan atau keahlian dari penyandang disabilitas tersebut. Akibat dari diskriminasi yang timbul, dibutuhkan dukungan sosial dari masyarakat untuk kebermaknaan hidup bagi penyandang disabilitas. Dukungan sosial dari orang terdekat atau keluarga seperti memberi nasehat, motivasi, memberi semangat, dan perhatian dapat membuat penyandang disabilitas memiliki motivasi untuk melanjutkan hidup lebih baik hingga dapat berprestasi (Dayanti & Pribadi, 2022). Disabilitas mempunyai beberapa model pendekatan.

Model pendekatan disabilitas diantaranya yaitu model medis yang berarti kondisi individu melihat masalah disabilitas berdasarkan keterbatasan fisik, model sosial berarti individu melihat masalah disabilitas dari ketidaksetaraan sosial, ideologi yang dibuat oleh masyarakat, diskriminasi, sistem yang tidak mendukung, dan model post-modern yang berasal dari teori postmodern tentang ketidakstabilan tubuh dan identitas (Sinulingga, 2015). Disabilitas dapat dikaji melalui media massa atau media sosial yang sering dipakai oleh banyak khalayak. Banyak pihak memandang bahwa kehidupan media massa di Indonesia saat ini meninggalkan netralitas (Wibawa, 2020). Dalam media massa biasanya disabilitas diperlihatkan berbeda dengan realita yang ada dan terkesan menyedihkan. Beberapa media massa atau media sosial diantaranya seperti dalam berita, film, iklan, Instagram, dan sebagainya.

Pada media berita dengan isu disabilitas, biasanya menampilkan cuplikan dimana penyandang disabilitas dikemas dalam program “Pantang Menyerah”, namun juga terdapat berita yang menampilkan penggambaran disabilitas dengan keliru dan tidak adil yang akan berdampak pada posisi sosial mereka (Firmansyah, 2020). Pada media massa perfilman, terdapat film yang mengandung praktik ketidakadilan sosial, diskriminasi, stigma sosial terhadap penyandang disabilitas yang dapat dilihat berdasarkan *scene* dari teks dialog di dalam film (Nurani, 2020). Beberapa film mengenai disabilitas memperlihatkan kelemahan dan kekurangan dari penyandang disabilitas. Pada media sosial seperti Instagram dan Youtube menggunakan konten foto atau video untuk hal positif yaitu menyatakan perlawanan terhadap konstruksi stigma negatif di masyarakat terkait penyandang disabilitas agar dipandang setara dan tidak dipandang sebelah mata (Putra et al., 2021).

2. METODE

Pada penelitian ini berjenis deskriptif kualitatif yang akan dilakukan dengan menggunakan metode analisis semiotika milik Roland Barthes. Menurut Saryono (2020), penelitian kualitatif yaitu penelitian untuk menggambarkan, menemukan, menyelidiki, dan menjelaskan kualitas pengaruh sosial yang tidak dapat diukur. Pada penelitian kualitatif, peneliti harus dapat berpikir secara kritis, di mana peneliti diharapkan untuk mampu melakukan pengamatan mendalam. Teknik sampling yang akan digunakan pada penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*.

Teknik *purposive sampling* adalah sebuah teknik mengambil sampel yang memiliki kriteria tertentu (Rompas, 2016). Dalam penelitian ini teknik *purposive sampling* diterapkan dengan menetapkan kriteria tertentu seperti penyandang disabilitas dan adegan dalam iklan *crowdfunding* di Instagram Sahabat Beramal Jariyah yang berbentuk iklan video dengan menunjukkan penyandang disabilitas. Penelitian ini menggunakan paradigma kritis. Paradigma kritis mencoba memperbaharui teori yang membebaskan manusia dari manipulasi teknokrasi modern, seperti menjelaskan dan mempertimbangkan realitas sosial serta ideologi yang sudah ada (Muslim, 2018). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini akan dilakukan dengan dokumentasi dan studi kepustakaan. Tahap pertama yaitu dengan melakukan analisis dokumentasi dimana peneliti melakukan pengumpulan potongan-

potongan adegan yang terdapat dalam iklan *crowdfunding* Sahabat Beramal Jariyah dan memiliki kriteria yang telah ditetapkan kemudian melakukan analisis simbol-simbol atau tanda komunikasinya. Pengamatan ini dilakukan secara visual dan audio dengan cara melihat adegan-adegan, teks, dan suara yang ada dalam iklan sebanyak 4 video dalam rentan waktu September-Desember 2022.

Tujuan pengambilan sampel yaitu untuk mendapat deskriptif tentang unit observasi yang akan diteliti (Lenaini, 2021). Dalam penelitian kali ini peneliti tidak memiliki keterlibatan dalam kegiatan objek yang dikajinya, peneliti memposisikan diri sebagai pengamat objek yang diteliti yaitu karitas disabilitas dalam iklan *crowdfunding*. Dalam penelitian ini data utama didapatkan melalui rekaman berupa video iklan sedangkan data tambahan diperoleh melalui studi kepustakaan. Studi kepustakaan dilakukan dengan cara mengumpulkan data dan informasi tambahan yang berasal dari kajian literatur lain yang nantinya dapat digunakan sebagai referensi dan acuan dalam menyusun hasil penelitian. Unit analisis yang terdapat dalam penelitian ini adalah adegan-adegan yang menunjukkan representasi disabilitas dalam iklan *crowdfunding* Sahabat Beramal Jariyah.

Pencarian data memerlukan penataan sistematis dari hasil penemuan di lapangan dan mencari makna secara terus menerus hingga tidak terdapat makna lain, maka dari itu peneliti harus meningkatkan pemahaman terhadap kasus yang diteliti (Rijali, 2019). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis model Roland Barthes. Teknik ini dilaksanakan melalui beberapa langkah yaitu pertama peneliti menganalisis tanda-tanda komunikasi yang terdapat dalam iklan *crowdfunding* Sahabat Beramal Jariyah yang ditampilkan secara visual, audio dan teks dalam bentuk adegan – adegan yang ada dalam iklan tersebut (Darma, Sahri, Hasibuan, Wirta, et al., 2022). Langkah berikutnya yaitu dilakukan penggabungan data yang didapat sebelumnya sehingga diperoleh makna denotasi atau makna yang terlihat dalam iklan tersebut. Selanjutnya dengan didasarkan pada makna denotasi yang telah didapatkan, dilakukan pengamatan untuk mendapatkan makna konotasi yang berasal dari lambang atau tanda komunikasi yang ada dalam iklan *crowdfunding* Sahabat Beramal Jariyah.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

Analisis makna iklan Sahabat Beramal Jariyah dalam penelitian ini dibahas dari empat video iklan yang terdapat tokoh penyandang disabilitas, dimana iklan pada akun tersebut menampilkan penyandang disabilitas untuk menarik simpati khalayak yang melihat iklan tersebut dan akhirnya memiliki keinginan untuk beramal dan menyumbangkan dana ke akun tersebut yang nantinya akan disalurkan kepada penyandang disabilitas yang terdapat dalam iklan.

3.1.1 Analisis Semiotika Roland Barthes

Analisis semiotika milik Roland Barthes digunakan dalam penelitian ini dan mengambil beberapa *scene* yang mengandung penyandang disabilitas lalu dianalisis simbol dan tanda denotatif serta konotatif untuk mengetahui makna dari adegan-adegan dalam iklan tersebut. Dalam penarikan mitos akan dibahas pada sub bab pembahasan.

a. Video Penyandang Disabilitas Pak Salim



Gambar 1. Iklan Penyandang Disabilitas Pak Salim, *scene* 1, menit 00.09-00.11

<i>Sign</i>	<i>Signifier</i>	<i>Signified</i>
- Satu orang	Terdapat satu	Terdapat seorang
- Diluar ruangan	orang sedang	laki-laki tua yang
- Berjalan merangkak	berjalan	menggunakan baju
- Berpakaian berwarna cokelat dan celana pendek	merangkak di sebuah jalan dengan	cokelat dan celana pendek sedang berjalan
- Membawa barang	membawa	merangkak. Laki-
- Menggendong tas	barang dan	laki itu berjalan
- Berlarat belakang jalan	menggendong tas	merangkak karena tidak memiliki kaki sejak lahir dan menggunakan tangan untuk menumpu berat badannya

1) Makna denotasi

Adegan ini menggunakan teknik *one shot* dalam pengambilan gambar dan menggunakan *background* dengan lantunan musik bertempo lambat. Dari penggambaran di atas dapat dijelaskan bahwa terdapat seorang laki-laki yang sedang berjalan di pinggir jalan. Laki-laki tersebut berjalan dengan cara merangkak sembari membawa barang dan menggendong tas serta membawa alas kakinya menggunakan tangan. Laki-laki tersebut menggunakan baju berwarna cokelat dan memakai celana pendek.

2) Makna konotasi

Scene ini memiliki narasi “Kalau jalan, Ia harus merangkak dan kadang menahan badan dengan tangan beralas sendal.” makna dari narasi ini menekankan bahwa dikarenakan kekurangan fisiknya, maka setiap harinya Pak Salim harus berjalan merangkak dan saat merangkak Ia menggunakan tangannya untuk menahan beban saat berjalan dengan sandal sebagai alasnya, tak jarang juga tangannya terluka lecet karena menahan beban tubuhnya

sendiri agar tidak terjatuh. Adegan ini menggunakan lantunan musik yang bertempo lambat. Menurut Paujiyanti (2021), tempo lambat dapat memberi kesan lagu sedih, syahdu, dan romantis. Dalam adegan ini tempo lambat memberikan kesan yang sedih dari kesulitan yang dialami Pak Salim. sehingga memberikan nuansa sedih. Dalam pengambilan gambarnya di *scene* ini menggunakan *one shot*. Teknik pengambilan *one shot* merupakan pengambilan gambar yang bertujuan untuk memperlihatkan seseorang atau benda dalam satu *frame* (Sya'dian et al., 2022) dimana hal ini yang terlihat hanya satu objek yaitu Pak Salim yang sedang berjalan dengan merangkak untuk berpindah tempat atau pergi bekerja. Dengan teknik pengambilan gambar ini, maka akan terlihat kesulitan yang dialami oleh penyandang disabilitas untuk berjalan berpindah tempat dan hanya dengan bantuan tangannya untuk menumpu beban badan.

3) Mitos

Mitos yang ditemukan dari dari *scene* ini adalah penyandang disabilitas dapat hidup mandiri. Hal ini dibuktikan dengan Pak Salim dapat berpindah tempat 15km untuk ke tempat kerjanya tanpa bantuan orang lain meskipun kakinya tidak sempurna. Mitos di dalam *scene* ini mengalami pergeseran dari mitos daerah yang menganggap penyandang disabilitas tidak mandiri dan membutuhkan perlindungan.



Gambar 2. Iklan Penyandang Disabilitas Pak Salim, *scene* 2, menit 00.12-00.21

<i>Sign</i>	<i>Signifier</i>	<i>Signified</i>
- Satu orang	Terdapat satu	Terdapat seorang
- Dalam ruangan	orang sedang	laki-laki tua yang
- Seseorang sedang menyapu dengan merangkak	menyapu dengan merangkak di sebuah ruangan	menggunakan baju cokelat garis-garis dan celana pendek
- Berpakaian berwarna cokelat garis-garis dan celana pendek	dengan bantuan tangan untuk mengayunkan badan. Terdapat	sedang menyapu dengan cara merangkak karena dia tidak memiliki
- Pajangan dinding	pajangan dinding	kaki sejak lahir
- Pintu	dan pintu	dan menggunakan tangan untuk mengayunkan badannya

1) Makna denotasi

Adegan ini menggunakan teknik *long shot* dalam pengambilan gambarnya dan menggunakan *background* dengan lantunan musik bertempo lambat. Dari penggambaran di atas dapat dijelaskan bahwa terdapat seorang laki-laki yang sedang menyapu di dalam ruangan. Laki-laki tersebut menyapu dengan cara merangkak dan menggunakan bantuan tangannya untuk mengayunkan badan. Laki-laki tersebut menggunakan baju berwarna cokelat garis-garis dan memakai celana pendek. Terdapat pintu dan pajangan dinding dalam ruangan tersebut.

2) Makna konotasi

Scene ini memiliki narasi “Dari pukul 8 Ia menyapu, mengepel, dan membersihkan toilet meski badannya sudah tak kuat lagi.” makna dari narasi ini menekankan bahwa Pak Salim harus bangun pagi untuk bekerja sebagai tukang bersih-bersih walaupun badannya sudah tidak kuat untuk bekerja karena harus menghidupi keluarga. Adegan ini menggunakan lantunan musik bertempo lambat. Lagu-lagu sedih biasanya dinyanyikan dengan tempo lambat (Leoni et al., 2021). Dengan menggunakan lagu bertempo lambat, maka adegan ini

memberi kesan sedih yang terlihat dari kesulitan Pak Salim. Teknik pengambilan gambar yang digunakan dalam *scene* ini adalah *long shot*. Teknik pengambilan gambar *long shot* bertujuan untuk menangkap seluruh kejadian dan memperkenalkan pada penonton secara keseluruhan (Rezeki et al., 2023) yang menunjukkan seluruh aktivitas Pak Salim saat bekerja yaitu menyapu dengan bantuan tangannya untuk menumpu beban dan berpindah tempat. Terdapat tulisan “Mushola” pada dinding ruangan yang menandakan latar tempat tersebut berada di mushola. Makna konotasi yang ditonjolkan dalam adegan ini adalah penyandang disabilitas harus tetap bekerja menafkahi keluarga walaupun hanya cukup untuk makan sehari-hari.

3) Mitos

Mitos yang terdapat dalam *scene* ini adalah disabilitas merupakan sebab akibat dari kemiskinan bagi penderitanya Hal ini dikarenakan penurunan nilai diri pada seseorang yang dapat dilihat dari fisik mengakibatkan penolakan dalam mendapat pekerjaan sehingga tidak dapat memiliki penghasilan yang dapat memenuhi kehidupan sehari-hari.

b. Video Penyandang Disabilitas Pak Saepulloh



Gambar 3. Iklan Penyandang Disabilitas Pak Saepulloh, *scene* 1, menit 00.07-00.11

<i>Sign</i>	<i>Signifier</i>	<i>Signified</i>
- Satu orang	Terdapat satu	Terdapat seorang
- Diluar ruangan	orang sedang	laki-laki tua yang
- Seseorang sedang berjalan menuntun sepeda dengan kaki yang bengkok	berjalan dan menuntun sepeda di pinggir jalan dengan kondisi	menggunakan baju berwarna hitam, celana panjang, menggunakan topi
- Berpakaian berwarna hitam, celana panjang, dan bersepatu	kaki yang bengkok.	dan bersepatu sedang berjalan menuntun sepedanya dalam
- Menggunakan topi		kondisi kaki yang bengkok. Laki-laki
- Menggendong tas		tersebut berjalan dengan menggendong tasnya di punggung

1) Makna denotasi

Adegan ini menggunakan teknik *long shot* dalam pengambilan gambarnya dan menggunakan *backsound* dengan lantunan musik bertempo lambat. Dari penggambaran di atas dapat dijelaskan bahwa terdapat seorang laki-laki yang sedang berjalan dan menggendong tasnya di punggung sembari menuntun sepeda di pinggir jalan. Laki-laki tersebut menuntun sepeda dengan kondisi kakinya yang bengkok. Laki-laki tersebut menggunakan baju berwarna hitam, celana panjang, menggunakan topi dan bersepatu.

2) Makna konotasi

Scene ini memiliki narasi “Terlahir difabel nggak bikin Pak Saepulloh patah semangat mencari nafkah.” makna dari narasi ini menekankan bahwa dengan kekurangan fisik yang dimilikinya, Ia tetap bertanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan keluarganya dengan

selalu semangat mencari nafkah. Pak Saepulloh memiliki kondisi kaki yang terpelintir ke dalam dan tangan yang bengkok. Adegan ini menggunakan lantunan musik dengan tempo yang lambat. Tempo lambat biasanya digunakan untuk memberikan kesan lagu sedih (Septiani & Yeni, 2021) begitu juga dengan adegan ini yang ingin memberikan nuansa sedih dari kesulitan yang diderita penyandang disabilitas. Teknik pengambilan gambar dari adegan ini adalah *long shot*. Teknik pengambilan gambar *long shot* bertujuan untuk menunjukkan objek dengan latar belakang (Sya'dian et al., 2022) dengan menampilkan Pak Saepulloh menuntun sepedanya ke lampu merah untuk berangkat bekerja dengan keterbatasan yang dimilikinya. Makna pengambilan adegan ini memperlihatkan kesulitan berjalan yang dialami penyandang disabilitas.

3) Mitos

Mitos yang terdapat pada *scene* ini adalah penyandang disabilitas dapat hidup mandiri. Hal ini dibuktikan dengan Pak Saepulloh yang masih bisa berpindah tempat hanya menggunakan sebuah sepeda dengan kekurangan fisik yang dimilikinya. Kondisi kaki yang terpelintir tidak membuat Pak Saepulloh putus asa untuk berpergian dengan mengayuh sepedanya selama 2 jam untuk bisa sampai ke tempat ia biasa mencari nafkah. Mitos di dalam *scene* ini mengalami pergeseran dari mitos daerah yang menganggap penyandang disabilitas tidak mandiri dan membutuhkan perlindungan.



Gambar 4. Iklan Penyandang Disabilitas Pak Saepulloh, *scene* 2, menit 00.12-00.17

<i>Sign</i>	<i>Signifier</i>	<i>Signified</i>
- Satu orang berjalan dengan kaki yang bengkok	Terdapat satu orang sedang berjalan dengan kondisi kaki	Terdapat seorang laki-laki tua yang menggunakan baju berwarna hitam,
- Pengguna sepeda motor	yang bengkok dan membawa barang dengan tangannya di pinggir jalan yang banyak kendaraan bermotor dan mobil berlalu lalang	celana panjang, menggunakan topi dan bersepatu sedang berjalan dalam kondisi kaki yang bengkok. Laki-laki tersebut berjalan dengan membawa barang dagangannya.
- Beberapa mobil		
- Di jalan raya		
- Berpakaian berwarna hitam, celana panjang, dan bersepatu		
- Menggunakan topi		
- Membawa barang		

4) Makna denotasi

Adegan ini menggunakan teknik *long shot* dalam pengambilan gambarnya dan menggunakan *background* dengan lantunan musik bertempo lambat. Dari penggambaran di atas dapat dijelaskan bahwa terdapat seorang laki-laki yang sedang berjalan dan membawa dagangannya di pinggir jalan. Laki-laki tersebut menjual dagangannya di lampu merah dengan kondisi kakinya yang bengkok. Laki-laki tersebut menggunakan baju berwarna hitam, celana panjang, menggunakan topi dan bersepatu.

5) Makna konotasi

Scene ini memiliki narasi “Biarpun cuma dapat 20 ribu sehari yang penting Ia bisa kasih makan anaknya.” makna dari narasi ini menekankan bahwa seberapa pun upah yang dimilikinya yang terpenting adalah Pak Saepulloh bisa memberi makan untuk anaknya setiap hari. Adegan ini menggunakan lantunan musik yang bertempo lambat. Tempo lambat biasanya digunakan pada lagu sedih (Leoni et al., 2021). Maka dari itu adegan ini memiliki kesan sedih karena kehidupan sulit yang dialami tokoh untuk berjualan di lampu merah.

Teknik pengambilan gambar yang digunakan adalah *long shot*. Teknik pengambilan gambar *long shot* menangkap seluruh tempat kejadian (Rezeki et al., 2023) yang pada adegan ini menampilkan Pak Saepulloh berjalan dipinggir jalan raya dengan membawa dagangannya. Adegan ini menggunakan latar belakang jalan raya lebih tepatnya di lampu merah yaitu tempat Pak Saepulloh bekerja. Biasanya lampu merah menjadi hal yang menyebalkan bagi beberapa orang karena harus menunggu dan sangat menyia-nyiakan waktu, namun bagi Pak Saepulloh lampu merah adalah tempat yang memiliki harapan untuk bisa mencari nafkah walaupun hanya mendapat untung 20 ribu.

6) Mitos

Mitos yang terdapat dalam *scene* ini adalah disabilitas merupakan sebab akibat dari kemiskinan bagi penderitanya. Hal ini dikarenakan penurunan nilai diri pada seseorang yang dapat dilihat dari fisik mengakibatkan penolakan dalam mendapat pekerjaan sehingga tidak dapat memiliki penghasilan yang dapat memenuhi kehidupan sehari-hari.

c. Video Penyandang Disabilitas Abah



Gambar 5. Iklan Penyandang Disabilitas Abah Abdu, *scene* 1, menit 00.06-00.10

<i>Sign</i>	<i>Signifier</i>	<i>Signified</i>
- Satu orang	Terdapat satu	Terdapat seorang
- Berjalan mengesot	orang sedang mengesot di gang	laki-laki tua yang menggunakan baju

- Di jalan gang yang yang memiliki berwarna putih
menurun jalanan menurun. dan celana pendek
- Berpakaian Di jalan itu sedang berjalan
berwarna putih dan terlihat juga atap mengesot di gang
celana pendek rumah warga dan dengan jalanan
- Atap rumah tanaman di yang menurun
- Tanaman samping jalan

1) Makna denotasi

Adegan ini menggunakan teknik *long shot* dalam pengambilan gambarnya dan menggunakan *backsound* dengan lantunan musik bertempo lambat. Dari penggambaran di atas dapat dijelaskan bahwa terdapat seorang laki-laki sedang berjalan mengesot di gang dengan kondisi jalanan yang menurun dengan bantuan tangannya untuk mengayunkan badan ke depan. Laki-laki tersebut menggunakan baju berwarna putih dan celana pendek. Terdapat atap rumah warga dan tanaman yang berada di samping jalan.

2) Makna konotasi

Scene ini memiliki narasi “Selalu kerja giat meski ditemani luka & lecet.” makna dari narasi ini menekankan bahwa Abah selalu giat bekerja walaupun harus berjalan mengesot untuk berangkat bekerja dengan lututnya, dikarenakan berjalan di jalanan yang panas dan kasar lututnya sampai terluka. Adegan ini menggunakan lantunan musik dengan tempo yang lambat. Tempo lambat biasanya digunakan untuk memberi kesan kesedihan dalam lagu (Septiani & Yeni, 2021). Makna dari *backsound* adegan ini adalah kesulitan yang dialami oleh Abah Abdu untuk berpindah tempat. Teknik pengambilan gambar yang digunakan adalah *long shot*. Teknik pengambilan gambar *long shot* menjelaskan semua elemen yang ada dalam adegan sehingga penonton dapat mengetahui suatu kejadian (Diesma Nur Afidah & Patria, 2023), seperti pada adegan ini menampilkan adegan Abah Abdu yang kesulitan berjalan di jalanan menurun dengan kakinya sehingga Ia harus berpindah tempat dengan cara mengesot dibantu dengan tangannya untuk menarik badannya kedepan.

3) Mitos

Mitos yang terdapat dalam *scene* ini adalah penyandang disabilitas memiliki kemandirian. Hal ini dibuktikan dengan Abah Abdu yang dapat berjalan di jalanan yang sulit dengan keterbatasan fisik tanpa bantuan seseorang dan alat bantu berjalan untuk menawarkan jaring ikan yang telah dibuatnya kepada orang lain. Mitos di dalam *scene* ini mengalami pergeseran dari mitos daerah yang menganggap penyandang disabilitas tidak mandiri dan membutuhkan perlindungan.



Gambar 6. Iklan Penyandang Disabilitas Abah Abdu, *scene* 2, menit 00.04-00.06

<i>Sign</i>	<i>Signifier</i>	<i>Signified</i>
- Satu orang	Terdapat satu	Terdapat seorang
- Membuat jaring ikan	orang sedang membuat jaring	laki-laki tua menggunakan baju
- Di dalam ruangan	ikan di dalam	biru yang sedang
- Berpakaian berwarna biru	ruangan. Di ruangan itu terlihat juga	membuat jaring ikan untuk dijual

- Peralatan rumah peralatan rumah tangga dan
- Dinding kayu dinding kayu

4) Makna denotasi

Adegan ini menggunakan teknik *medium shot* dalam pengambilan gambarnya dan menggunakan *backsound* dengan lantunan musik bertempo lambat. Dari penggambaran di atas dapat dijelaskan bahwa terdapat seorang laki-laki sedang membuat jaring ikan untuk di jual. Laki-laki tersebut menggunakan baju berwarna biru. Latar tempat adegan ini yaitu berada di rumah dengan dinding yang terbuat dari kayu dan terdapat peralatan rumah tangga di sekitarnya.

5) Makna konotasi

Scene ini memiliki narasi “Beginilah keseharian Abah Abdu, pembuat jaring ikan”. Makna dari narasi ini menekankan bahwa penyandang disabilitas juga bisa memiliki keterampilan membuat jaring ikan yang bisa memenuhi kebutuhan setidaknya untuk makan sehari-hari keluarganya. Adegan ini menggunakan lantunan musik dengan tempo yang lambat. Tempo lambat biasanya digunakan dalam lagu-lagu yang bernuansa sedih (Leoni et al., 2021). Dalam adegan ini, nuansa sedih ditampilkan dengan kondisi rumah Abah Abdu yang tidak cukup layak karena dinding yang digunakan masih menggunakan kayu. Teknik pengambilan gambar yang digunakan yaitu *medium shot*. Teknik pengambilan gambar *medium shot* hanya menampilkan objek dari kepala hingga dada dan bertujuan untuk menampilkan objek secara jelas (Diesma Nur Afidah & Patria, 2023). Adegan ini menampilkan Abah Abdu yang sedang bekerja yaitu membuat jaring ikan untuk dijual.

6) Mitos

Mitos yang terdapat dalam *scene* ini adalah disabilitas merupakan sebab akibat dari kemiskinan bagi penderitanya. Hal ini dikarenakan penurunan nilai diri pada seseorang yang dapat dilihat dari fisik mengakibatkan penolakan dalam mendapat pekerjaan sehingga tidak dapat memiliki penghasilan yang dapat memenuhi kehidupan sehari-hari. Hal ini dibuktikan juga dengan keadaan pakaian yang dipakai terlihat lusuh dan keadaan rumah yang masih berdinding kayu.



Gambar 7. Iklan Penyandang Disabilitas Abah Abdu, *scene* 3, menit 00.13-00.16

<i>Sign</i>	<i>Signifier</i>	<i>Signified</i>
- Dua orang	Terdapat dua	Terdapat dua
- Berinteraksi	orang yang	orang duduk di
- Di luar ruangan	duduk di bawah	bawah sedang
- Satu orang	sedang	berinteraksi jual
- berpakaian	berinteraksi di	beli jaring ikan.
- berwarna putih dan	depan suatu pintu	Terdapat satu
- lainnya berwarna	rumah. Di luar	orang yang
- merah	ruangan itu	menjual jaring
- Membawa jaring	terdapat	ikan menggunakan
- ikan	beberapa	baju putih dan
- Tanaman	tanaman	pembelinya
		menggunakan baju
		merah.

7) Makna denotasi

Adegan ini menggunakan teknik *two shot* dalam pengambilan gambarnya dan menggunakan *background* dengan lantunan musik bertempo lambat. Dari penggambaran di atas dapat dijelaskan bahwa terdapat dua orang yang sedang duduk di bawah lalu saling berinteraksi di depan pintu rumah. Satu orang menggunakan baju berwarna putih dan satu orang lainnya menggunakan baju berwarna merah. Lalu terdapat beberapa tanaman di sekitar rumah tersebut.

8) Makna konotasi

Scene ini memiliki narasi “Kalau boleh berharap, abah cuma ingin sehat & punya kursi roda aja.” makna dari narasi ini menekankan bahwa penyandang disabilitas tersebut memiliki harapan dalam hidupnya untuk hidup sehat dan melanjutkan hidup dengan dipermudah menggunakan kursi roda agar terus bisa mencari nafkah untuk keluarganya. Adegan ini menggunakan lantunan musik dengan tempo yang lambat. Tempo lambat digunakan untuk memberikan kesan sedih disebuah lagu (Septiani & Yeni, 2021). Teknik pengambilan gambar yang digunakan yaitu *two shot*. *Two shot* adalah pengambilan gambar dengan dua objek yang bertujuan untuk memperlihatkan adegan komunikasi dua orang (Sya’dian et al., 2022). Dalam adegan ini terdapat interaksi dua orang untuk jual beli jaring ikan yang telah dibuat oleh penyandang disabilitas.

9) Mitos

Mitos yang terdapat dalam *scene* ini adalah penyandang disabilitas memiliki kemandirian. Hal ini dibuktikan dengan Abah Abdu yang dapat menjual kerajinan jaring ikan yang dibuat sendiri dengan alat seadanya. Mitos di dalam *scene* ini telah mengalami pergeseran dari mitos daerah yang menganggap penyandang disabilitas tidak mandiri dan membutuhkan perlindungan.

d. Video Penyandang Disabilitas Bu Uki



Gambar 8. Iklan Penyandang Disabilitas Bu Uki, scene 1, menit 00.06-00.10

<i>Sign</i>	<i>Signifier</i>	<i>Signified</i>
- Beberapa orang duduk di atas	Terdapat satu orang sedang	Terdapat seorang perempuan duduk
- Satu orang duduk di bawah	duduk di bawah dan beberapa	di bawah yang menggunakan baju
- Di pinggir jalan	orang duduk di atas yang berada	berwarna hitam, berjilbab merah,
- Membawa dagangan	di pinggir jalan.	dan celana panjang
- Tanaman	Di jalan itu	sedang
- Rumah warga	terlihat juga	berinteraksi
- Berpakaian hitam, jilbab merah, dan celana panjang	rumah warga dan tanaman di samping jalan	dengan beberapa orang dan menawarkan dagangannya.

1) Makna denotasi

Adegan ini menggunakan teknik *high angle* dalam pengambilan gambarnya dan menggunakan *backsound* dengan lantunan musik bertempo lambat. Dari penggambaran di atas dapat dijelaskan bahwa terdapat seorang perempuan duduk di bawah yang berinteraksi dengan beberapa orang yang duduk di atas untuk menawarkan dagangan yang di bawanya di pinggir jalan. perempuan tersebut menggunakan baju berwarna hitam, berjilbab merah dan celana panjang. Terdapat rumah warga dan tanaman yang berada di pinggir jalan.

2) Makna konotasi

Scene ini memiliki narasi “Bu Uki gak punya kaki, tapi Ia tetap berusaha berjualan dengan ngesot.” makna dari narasi ini menekankan bahwa memiliki kekurangan fisik pada kakinya tidak menghalangi Bu Uki untuk berjualan walaupun harus mengesot untuk berjalan. Adegan ini menggunakan lantunan musik dengan tempo yang lambat. Lagu sedih biasanya akan dinyanyikan dengan tempo yang lambat (Leoni et al., 2021). Teknik pengambilan gambar yang digunakan yaitu *high angle*. *High angle* adalah teknik pengambilan gambar dengan meletakkan kamera lebih tinggi dari objek (Rezeki et al., 2023). Pengambilan gambar teknik ini memiliki makna bahwa objek foto yang diambil terkesan menjadi orang yang lemah. Hal lemah pada adegan ini ditunjukkan dengan keterbatasan penyandang disabilitas yang tidak memiliki kaki untuk berjalan normal dan posisi duduk yang berada di bawah dari beberapa orang lainnya.

3) Mitos

Mitos yang terdapat dalam *scene* ini adalah disabilitas merupakan sebab akibat dari kemiskinan bagi penderitanya. Hal ini dikarenakan penurunan nilai diri pada seseorang yang dapat dilihat dari fisik mengakibatkan penolakan dalam mendapat pekerjaan sehingga tidak dapat memiliki penghasilan yang dapat memenuhi kehidupan sehari-hari.



Gambar 9. Iklan Penyandang Disabilitas Bu Uki, scene 2, menit 00.11-00.15

<i>Sign</i>	<i>Signifier</i>	<i>Signified</i>
- Satu orang	Terdapat satu	Terdapat seorang
- Di luar ruangan	orang yang	perempuan
- Berjalan mengesot	sedang berjalan	berjalan mengesot
- Sepasang sandal	di jalanan. Orang	dengan bantuan
- Berpakaian hitam, jibab merah, dan celana panjang	tersebut berjalan mengesot dengan bantuan tangan yang dilandasi dengan sandal untuk mengayunkan badannya.	tangannya untuk dapat berpindah tempat. Seseorang tersebut melandasi tangannya dengan sandal agar tangannya tidak sakit. Baju yang dikenakan berwarna hitam, berjilbab merah,

dan celana
panjang.

4) Makna denotasi

Adegan ini menggunakan teknik *one shot* dalam pengambilan gambarnya dan menggunakan *background* dengan lantunan musik bertempo lambat. Dari penggambaran di atas dapat dijelaskan bahwa terdapat seorang perempuan yang cukup tua sedang mengesot di jalan dan terlihat tangannya menggunakan sandal untuk landasan. Seorang perempuan tua itu menggunakan baju berwarna hitam, jilbab berwarna merah, dan celana panjang.

5) Makna konotasi

Scene ini memiliki narasi “Sandal pun dipakainya di tangan biar gak melepuh.” makna dari narasi ini menekankan bahwa dengan keadaan Bu Uki yang harus mengesot untuk berpindah tempat, Ia harus menggunakan landasan sandal untuk tangannya yang digunakan untuk mengayunkan badannya agar tidak melepuh. Adegan ini menggunakan lantunan musik dengan tempo lambat. Tempo lambat akan memberikan kesan yang sedih (Septiani & Yeni, 2021). Teknik pengambilan gambar yang digunakan yaitu *one shot*. *One shot* merupakan teknik pengambilan gambar yang bertujuan untuk menampilkan satu objek dalam *frame* (Sya’dian et al., 2022). Adegan ini menampilkan Bu Uki yang berjalan mengesot dengan bantuan tangan yang dilandasi sandal untuk mengayun badannya saat berjalan.

6) Mitos

Mitos yang terdapat dalam *scene* ini adalah penyandang disabilitas memiliki kemandirian. Hal ini dibuktikan dengan Bu Uki yang dapat berjalan berpindah tempat dengan mengesot dan bantuan dari tangannya untuk mengayunkan badan tanpa ada bantuan dari orang lain. Mitos di dalam *scene* ini mengalami pergeseran dari mitos daerah yang menganggap penyandang disabilitas tidak mandiri dan membutuhkan perlindungan.

3.2 Pembahasan

Analisis dan pembahasan *scene* yang mempresentasikan penyandang disabilitas dalam iklan yang terdapat di *platform* Instagram Sahabat Beramal Jariyah akan terbagi dalam beberapa sub bab yaitu pertama representasi penyandang disabilitas dilihat dari kesulitan mobilitas dan yang kedua representasi penyandang disabilitas dilihat dari kesulitan bekerja. Penelitian ini

menganalisis tanda serta makna denotatif dan konotatif di setiap *scene* yang dipilih lalu peneliti akan memunculkan mitos dari semua sub bab.

3.2.1 Representasi Penyandang Disabilitas Dilihat dari Kemandirian

Penyandang disabilitas sering kali dianggap tidak bisa mandiri karena kekurangan yang dimiliki lebih tepatnya pada kekurangan fisik. Dalam KBBI, mandiri merupakan keadaan yang tidak bergantung pada orang lain dan dapat berdiri sendiri. Lalu kemandirian oleh penyandang disabilitas dapat diartikan dengan situasi yang mampu menghadapi suatu kondisi dan percaya diri dalam mencapai kehidupan tanpa bergantung pada orang lain (Imansyah & Muhid, 2022).

Pada saat ini sudah terdapat pelatihan Rehabilitas Berbasis Masyarakat (RBM) yang salah satunya melakukan pelatihan ambulasi atau berpindah tempat secara mandiri untuk penyandang disabilitas (Pratama & Syifa Prayudipta, 2022). Pelatihan ini diadakan sebagai upaya memulihkan keberfungsian orang yang mengalami gangguan atau hambatan secara fisik maupun mental, dalam pelatihan ini pada penyandang disabilitas dapat mengurangi diskriminasi. Menurut Purinami dkk (2018), penyandang disabilitas masih mendapatkan diskriminasi dan dianggap sebagai beban di masyarakat karena tidak mampu mandiri.

Peraturan tentang kesetaraan dan keadilan untuk penyandang disabilitas sudah diatur dalam Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2019. Walaupun sudah ada peraturan yang mengaturnya, hak tersebut masih belum terpenuhi dikarenakan sarana dan prasarana yang belum memadai (Mangku, 2020). Di Indonesia sudah terdapat peraturan mengenai Perlindungan dan Pemenuhan Hak-hak Penyandang Disabilitas, namun masih sedikit pengimplementasiannya dalam kehidupan. Berbeda dengan di Jerman, mereka memiliki peraturan dan juga penerapan di lapangan berjalan dengan baik seperti pemenuhan akomodasi sehingga peraturan yang telah dibuat benar-benar bermanfaat bagi penyandang disabilitas (Maulana et al., 2022).

Dalam iklan ini hanya memperlihatkan penyandang disabilitas yang tidak menggunakan fasilitas umum untuk penyandang disabilitas dan hanya memperlihatkan kesulitan yang di alami penyandang disabilitas. Media iklan memperlihatkan penyandang disabilitas yang tidak menggunakan fasilitas umum karena untuk mengambil empati dari khalayak yang akan merasa kasian. Sedangkan sekarang pun sudah mulai terdapat fasilitas

yang dibuat untuk memudahkan penyandang disabilitas walaupun jumlahnya masih sedikit. Dalam penelitian ini, media massa terdistorsi oleh kepentingan pasar, sehingga tidak memberikan gambaran yang akurat tentang realitas khususnya penyandang disabilitas yang tidak menggunakan fasilitas umum (Kodoati & Maida, 2023).

Iklan pada media *crowdfunding* cenderung menampilkan keprihatinan atau kesulitan yang dialami oleh tokoh yang dipertunjukkan. Pada penelitian ini iklan *crowdfunding* menampilkan kesulitan oleh penyandang disabilitas. Penyandang disabilitas diperlihatkan kesulitan untuk berpindah tempat karena kekurangan fisik yang dimiliki setiap tokoh. Media *crowdfunding* ingin mengambil empati pada penontonnya dan akhirnya muncul rasa untuk memberi sumbangan dana maupun barang dalam tujuan membantu tokoh yang ditampilkan.

3.2.2 Representasi Penyandang Disabilitas Dilihat dari Kesulitan Bekerja

Kemiskinan dalam KBBI memiliki arti serba kekurangan atau situasi yang hanya dapat memenuhi makanan, pakaian, dan perumahan untuk mempertahankan tingkat kehidupan yang minimum. Kemiskinan mengakibatkan penyandang disabilitas menghadapi hambatan dalam berbagai hal sehingga sulit mengakses pendidikan dan pekerjaan yang layak (Pradana & Widiyahseno, 2022). Maka dari itu kemiskinan dan penyandang disabilitas menjadi dua masalah yang sulit dipisahkan dan saling berhubungan.

Dalam penelitian ini menggunakan penyandang disabilitas dalam usia produktif sehingga memerlukan pekerjaan untuk menghidupi diri sendiri dan keluarga. Berdasarkan jumlahnya, penyandang disabilitas terbanyak ada pada kelompok usia produktif yaitu sekitar 3,6 juta orang dari total penyandang disabilitas pada tahun 2018 (Hastusi et al., 2020). Menurut International Labour Organization (ILO) (2019), sekitar 82% penyandang disabilitas yang ada di negara berkembang hidup dibawah garis kemiskinan.

Disabilitas merupakan sebab akibat dari kemiskinan bagi penderitanya (Anggraeni & Sukmono, 2019). Hal ini dikarenakan penurunan nilai dari seseorang yang memiliki keterbatasan fisik, hal ini menyebabkan penolakan saat melamar pekerjaan sehingga mereka tidak bisa memenuhi kebutuhan. Dalam syarat penerimaan kerja biasanya juga terdapat syarat bahwa pelamar harus dalam keadaan sehat jasmani dan rohani. Hal ini lah menjadi salah satu faktor yang membuat penyandang disabilitas sulit mendapat pekerjaan. Arti sehat jasmani dapat dimaknai bahwa selain seseorang tidak memiliki kekurangan fisik, dia juga

bebas dari segala penyakit, sehat rohani diartikan dengan sehat secara mental dan moral (Istifarroh & Nugroho, 2019).

Pada masa pemerintahan Presiden Joko Widodo telah dibuat Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia (PERMENPAN) Nomor 36 Tahun 2018 bahwa mengeluarkan formasi khusus bagi para penyandang disabilitas untuk perekrutan Calon Pegawai Negeri Sipil (CPNS) (Deny, 2018). Namun formasi khusus ini bertentangan dengan asas hukum dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 2018 yaitu asas partisipasi penuh yang mana tidak semua instansi memenuhi standarisasi perekrutan tersebut.

Iklan ini melanggengkan stereotip disabilitas bahwa mereka sulit mendapatkan pekerjaan seperti orang pada umumnya dan ingin menimbulkan rasa empati kepada khalayak. Iklan pada media *crowdfunding* akan menampilkan keprihatinan atau kesulitan yang dialami oleh tokoh yang dipertunjukkan. Pada penelitian ini iklan *crowdfunding* menampilkan kesulitan oleh penyandang disabilitas. Penyandang disabilitas diperlihatkan kesulitan untuk memiliki pekerjaan yang layak karena memiliki kekurangan pada fisiknya untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri maupun keluarga tokoh. Media *crowdfunding* ingin mengambil empati pada penontonnya dan akhirnya muncul rasa untuk memberi sumbangan dana maupun barang dalam tujuan membantu tokoh yang ditampilkan.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis semiotika model Roland Barthes dapat disimpulkan bahwa penyandang disabilitas dalam iklan *crowdfunding* Sahabat Beramal Jariyah khususnya pada akun Instagram digambarkan seperti sulit memiliki pekerjaan yang layak serta tidak mendapat upah yang cukup untuk menghidupi keluarga sehingga mengalami kemiskinan dan memiliki kemandirian terutama untuk berpindah tempat. Semua tokoh dipandang sebagai penyandang disabilitas karena kekurangan yang mereka miliki seperti kaki yang bengkok dan cara berjalan yang tidak seperti pada umumnya seperti mengesot.

Pekerjaan yang hanya seadanya juga menjadi salah satu faktor bagaimana tokoh dapat dipandang sebagai penyandang disabilitas. Representasi penyandang disabilitas yang memiliki kemandirian pada penelitian ini telah mengalami pergeseran mitos daerah yang

menganggap bahwa penyandang disabilitas tidak mampu mandiri dan akan bergantung pada orang lain khususnya dalam hal berpindah tempat dan memenuhi kebutuhan hidup. Saat ini pun sudah terdapat pelatihan-pelatihan yang dapat meningkatkan kemandirian seperti Rehabilitas Berbasis Masyarakat (RBM). Isi dari pelatihan ini untuk memberikan pendidikan dan menciptakan kemandirian bagi penyandang disabilitas dalam menyelesaikan masalah sosial dan juga untuk mengupayakan penyediaan informasi dan cara menanganinya. Kemiskinan pada penelitian ini dapat dilihat melalui kondisi rumah dan mata pencaharian penyandang disabilitas yang terdapat dalam iklan *crowdfunding* Sahabat Beramal Jariyah.

Media *crowdfunding* cenderung menampilkan keprihatinan atau kesulitan yang dialami tokoh yang dipertunjukkan kepada khalayak. Pada penelitian ini iklan *crowdfunding* menampilkan kesulitan tokoh oleh penyandang disabilitas. Penyandang disabilitas diperlihatkan memiliki kesulitan untuk berpindah tempat dan sulit mendapat pekerjaan yang layak untuk menghidupi diri sendiri dan keluarga. Media *crowdfunding* ingin mengambil empati khalayak dan akan muncul rasa untuk membantu dengan bentuk sumbangan dana maupun barang.

PERSANTUNAN

Alhamdulillah Puji Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT. yang telah memberikan rahmat serta hidayahnya sehingga saya mampu menyelesaikan penelitian ini. Dengan hormat, saya ucapkan terimakasih kepada kedua orang tua dan keluarga atas segala dukungan yang telah diberikan pada setiap perjalanan pendidikan dan dalam kehidupan saya. Tak lupa saya ucapkan terimakasih kepada bapak dosen pembimbing saya yaitu bapak Arif Surya Kusuma, S.I.Kom., M.A yang senantiasa sabar membimbing penelitian ini dengan berbagai solusi yang diberikan. Saya ucapkan terimakasih untuk diri sendiri yang telah mampu bertahan dan menyelesaikan penelitian ini dengan percaya terhadap prosesnya. Proses perjalanan ini tidak akan berjalan dengan baik bila tidak terdapat seseorang-seseorang yang telah saya sebutkan diatas. Saya bisa menjadi Tangguh berkat Allah SWT dan dikelilingi dengan orang terkasih.

DAFTAR PUSTAKA

- Abi, A., Ratih, S., & Kharisma, N. (2016). Representasi Kecantikan dalam Video Klip Bercahaya (Analisis Semiotika John Fiske Dalam Iklan Kosmetik PONDOS). *E-Proceeding of Management*, 3(2), 2549–2558.
- Anggraeni, D. M., & Sukmono, F. G. (2019). Representasi Kelompok Minoritas Disabilitas Netra Dalam Film Dokumenter The Unseen Words. *Jurnal Interaksi*, 3(2), 180–199.
- Chandler, D. (2005). *Semiotics for Beginners*.
- Darma, S., Sahri, G., Hasibuan, A., I. W. W., Silitonga, I. D. B., Sianipar, V. M. B., Khoiriah, M., Rayhaniah, S. A., Purba, N. A., Supriadi, Jinan, A., & Hasyim, M. (2022). *Pengantar Teori Semiotika* (M. A. M. Alfathoni, Ed.). MEDIA SAINS INDONESIA.
- Darma, S., Sahri, G., Hasibuan, A., Wirta, I. W., Silitonga, I. D. B., Sianipar, V. M. B., Khoiriah, M., Rayhaniah, S. A., Purba, N. A., Supriadi, Jinan, A., & Jinan, A. (2022). *Pengantar Teori Semiotika*. In *Cv. Media Sains Indonesia* (Vol. 23, Issue 4).
- Dayanti, F., & Pribadi, F. (2022). Dukungan Sosial Keluarga Penyandang Disabilitas dalam Keterbukaan Akses Menempuh Pendidikan. *SOSIOHUMANIORA: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 8(1), 46–53. <https://doi.org/10.30738/sosio.v8i1.11481>
- Deny, S. (2018, September 17). Penerimaan CPNS 2018 Dibuka untuk Disabilitas, Cek Persyaratannya. *Liputan* 6, 1–2. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3645548/penerimaan-cpns-2018-dibuka-untuk-disabilitas-cek-persyaratannya>
- Diesma Nur Afidah, & Patria, A. S. (2023). Analisis Konten Visual dalam Buku Ilustrasi Romantic Universe. *Jurnal Barik*, 4(3), 167–179. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Donohue, G. A., Tichenor, P. J., & Olien, C. N. (1986). Metro Daily Pullback and Knowledge Gaps. *Communication Research*, 13(3), 453–471. <https://doi.org/10.1177/009365086013003010>
- Firmansyah, D. (2020). Konvergensi Media Grup Emtek Dalam Pemberitaan Disabilitas. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 4(1), 61. <https://doi.org/10.24853/pk.4.1.61-72>
- Hall, S. (1997). *The Spectacle of The “Other.”*
- Hall, S. (2002). *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*.
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif* (H. Sazali, Ed.). Wal ashri Publishing.

- Hastusi, Dewi, R. K., Pramana, R. P., & Sadaly, H. (2020). *Kendala Mewujudkan Pembangunan Inklusif Penyandang Disabilitas* (D. P. Sarahtika & L. Hadiz, Eds.). The SMERU Research Institute. www.smeru.or.id.
- Hemer, J. (2011). A snapshot on crowdfunding. *Enconstor*, 39.
- Ilmi, N. (2018). Kajian Semiotik dalam Iklan Kartu AS. *Prosiding Semnas KBSP V*, 199–206.
- Imansyah, M. R., & Muhid, A. (2022). Upaya Meningkatkan Kemandirian Pada Penyandang Disabilitas Melalui Pelatihan Kemandirian ADL (Activity of Daily Living). *PEKSOS: Jurnal Ilmiah Pekerjaan Sosial*, 21(1), 75–83.
- Indahni, A. (2022). Representasi Animasi Nussa Sebagai Media Motivasi Terhadap Anak Penyandang Disabilitas. *Regalia: Jurnal Gender Dan Anak*, 1(1), 49–58.
- Istifarroh, & Nugroho, W. C. (2019). Perlindungan Hak Disabilitas Mendapatkan Pekerjaan Di Perusahaan Swasta dan Perusahaan Milik Negara. *Mimbar Keadilan*, 12(1), 21–34.
- Jadou, S. H., & Ghabra, I. M. M. M. Al. (2021). Barthes' Semiotic Theory and Interpretation of Signs. *International Journal of Research in Social Sciences and Humanities*, 11(3). <https://doi.org/10.37648/ijrssh.v11i03.027>
- Kodoati, M. C., & Maida, S. T. (2023). Defisit Kritis Media Massa :Menimbang Kebutuhan akan Regulasi Diri Media Massa Berdasarkan Pemikiran Jurgen Habermas. *Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah*, 11(1), 26–41.
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39.
- Leoni, D., Tarmizi, P., & Parmadi, B. (2021). Studi Deskriptif Karakter Lagu Anak pada Buku Tematik Siswa Sekolah Dasar Kelas II Tema 5 Muatan SBDP. *Jurnal Riset Pendidikan Dasar*, 4(3), 374–387.
- Mangku, D. G. S. (2020). Perlindungan Hukum terhadap Anak-Anak Disabilitas Terkait Hak Pendidikan di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Magister Hukum Udayana*, 9(2), 353–365. <https://doi.org/10.24843/JMHU.2020.v09.i02>
- Maulana, R. A., Rena, & Putra, J. K. B. (2022). Perbandingan Kebijakan Fasilitas Transportasi Umum terhadap Aksesibilitas Kelompok Disabilitas Kabupaten Jember dan Kota Hamburg. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(6), 1604–1612.
- Meutia, D. (2019). Representasi Kelompok Minoritas Disabilitas Netra Dalam Film Dokumenter The Unseen Words. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 180–199. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v3i2.3355>

- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (1st ed., Vol. 1). Prenadamedia Group.
- Muslim. (2018). Varian-varian Paradigma, Pendekatan, Metode, dan Jenis Penelitian dalam Ilmu Komunikasi. *Jurnal Media Bahasa Sastra Dan Budaya Wahana*, 1(10).
- Niyu, N. (2017). Representasi Disabilitas dalam Iklan “We’re the Superhumans.” *Inklusi*, 4(1), 49. <https://doi.org/10.14421/ijds.040103>
- Nurani, N. F. (2020). Analisis Wacana Kritis Penyandang Disabilitas dalam Film Dancing In The Rain. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 9(2), 84. <https://doi.org/10.31504/komunika.v9i2.3064>
- Nurfebiaraning, S. (2017). *Manajemen Periklanan* (1st ed.). Deepublish.
- Oentoro, K. (2019). Semiotika Desain Iklan Dan Ucapan Hari Raya Oleh Mcdonald ’ S Indonesia Di Instagram. *SENADA (Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur)*, 2, 250–258.
- Pradana, I., & Widiyahseno, B. (2022). Potret Masyarakat Miskin Penyandang Disabilitas di Ponorogo: Penyebab dan Solusi Kebijakan Pemerintah. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Suara Khatulistiwa*, VII(01), 72–81.
- Pratama, A. D., & Syifa Prayudipta, J. (2022). Efektivitas Progam Rehabilitas Bersumberdaya Masyarakat Terhadap Penyandang Disabilitas dengan Gangguan Gerak. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 4(2), 123–134. <https://scholarhub.ui.ac.id/jsht/vol4/iss2/7>
- Purinami A, G., Cipta Apsari, N., & Mulyana, N. (2018). Penyandang Disabilitas dalam Dunia Kerja. *Jurnal Pekerjaan Sosial*, 1(3), 234–244.
- Putra, R. S., Marpaung, Y. N. M., Pradhana, Y., & Rimbananto, M. R. (2021). Pesan Kesetaraan Penyandang Disabilitas Melalui Interaksi Simbolik Media Sosial. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 1–11. <https://doi.org/10.14710/interaksi.10.1.1-11>
- Rahman, F. (2008). Evaluasi Partisipatoris terhadap Pelatihan Pendampingan Komunitas Difabel di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 13(1).
- Rezeki, F., Harahap, N., & Zuhriah. (2023). Analisis Teknik Sinematografi dalam Videoklip “Till We Meet Again.” *Jurnal Ilmu Sosial*, 2(2). <http://bajangjournal.com/index.php/JISOS>
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Rompas, G. P. (2016). Likuiditas, Solvabilitas dan Rentabilitas Terhadap Nilai Perusahaan BUMN Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal EMBA*, 1(3), 252–262.

- Santoso, E. D., & Larasati, N. (2019). Benarkah Iklan Online Efektif Untuk Digunakan dalam Promosi Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13(1), 28–36. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i1.99>
- Sarwoko, K. W., Rianto, S. T., Kakiay, J. E., & Komunikasi, I. (2022). *Pemberdayaan Perempuan Dalam Iklan Nike Women Versi ‘ What Will They Say About You ? ’* 5(2), 281–293.
- Septiani, W. E., & Yeni, I. (2021). Stimulasi Lagu dalam Pengembangan Seni Anak Usia Dini. *JCE(Journal of Childhood Education)*, 5(1), 96–106. <https://doi.org/10.xxxxx>
- Silvia, I., Perwirawati, E., & Simbolon, B. R. (2021). *Manajemen Media Massa* (I. Silvia, Ed.). Scopindo Media Pustaka.
- Sinulingga, I. N. (2015). Keindahan dalam Disabilitas. *Indonesian Journal of Theology*, 3(1), 35–60. <https://doi.org/10.46567/ijt.v3i1.64>
- Sya’dian, T., Purba, R., & Nasution, S. K. (2022). Visualisasi Emosi Melalui Teknik Pengambilan Gambar Dalam Film Pendek “Tembok Imaji.” *PROPORSI*, 8(1), 34–43.
- Ully, P., & Meutia, R. H. M. (2022). Representasi Feminisme dan Kesamaan Hak Bagi Disabilitas (Studi Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Iklan “Wardah Beauty Move You”). *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 5(1), 101. <https://doi.org/10.22373/jp.v5i1.12282>
- Utami, W. K. (2019). Studi Perbandingan Perlindungan Hak Penyandang Disabilitas di Indonesia dan Wilayah Asia Tenggara. *Jurnal Polinter*, 4(2), 1–13. <http://www.kemsos.go.id/modules.php?name=News&file=article&sid=18765>
- Wibawa, D. (2020). Wartawan dan Netralitas Media. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 185–206. <https://doi.org/10.15575/cjik.v4i2.10531>
- Wibowo, I. S. W. (2013). *Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi* (2nd ed., Vol. 2). Mitra Wacana Media. <http://www.mitrawacanamedia.com>
- Widinarsih, D. (2019). Penyandang Disabilitas Di Indonesia: Perkembangan Istilah Dan Definisi. *Ilmu Kesehatan Sosial*, 20(2), 127–142.